



TEORİ VE UYGULAMADA SOSYAL BİLİMLER 2

Editörler

Doç.Dr. Furkan ÇELEBİ

Doç. Dr. Orhan ŞANLI



TEORİ VE UYGULAMADA
SOSYAL BİLİMLER 2

Editörler

Doç.Dr. Furkan ÇELEBİ

Doç. Dr. Orhan ŞANLI



TEORİ VE UYGULAMADA SOSYAL BİLİMLER 2

Editör: Doç.Dr. Furkan ÇELEBİ, Doç. Dr. Orhan ŞANLI

Genel Yayın Yönetmeni: Berkan Balpetek

Kapak Tasarımı: Duvar Design

Yayın Tarihi: Aralık 2024

Yayıncı Sertifika No: 49837

ISBN: 978-625-6183-78-0

© Duvar Yayınları

853 Sokak No:13 P.10 Kemeraltı-Konak/İzmir

Tel: 0 232 484 88 68

www.duvaryayinlari.com

duvarkitabevi@gmail.com

**Yayınevi ve editörler, yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp kitapta yer alan yazıların sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.*

İÇİNDEKİLLER

1.Bölüm.....7

Günümüzde Katmanlı Üretim ve Gelecekteki Potansiyeli

Damla ÇEVİK AKA

2. Bölüm.....20

Hitit Ritüellerinde Libasyon (İçecek Sunumu)

Murat TURGUT

3. Bölüm.....37

Futbol Kulüplerinin Sosyal Medya Stratejileri: TikTok Platformu Özelinde Ümraniyespor FK1

Yusuf TÜRKYILMAZ, Onur ÖNÜR MEN

4. Bölüm.....54

Ankara'nın Gölbaşı İlçesinde Antropojenik Etkilerle Vejetasyon Değişimi

Rümeysa KUMRAL, Öznur YAZICI

5. Bölüm.....82

Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi

Ateş BAYAZIT, Volkan KÖSE

6. Bölüm.....104

Eski Türk Devlet Yönetiminde İkili Teşkilat

Ayten AKCAN

7. Bölüm.....116

Güncel Turizm Yönelimleri

Mustafa IŞKIN

8. Bölüm.....138

**Tarım Arazilerinin Önemi, Değerleme Yöntemleri ve
Gelir Kapitalizasyonu Yaklaşımına Bir Örnek**

Hasan BAKIR

9. Bölüm.....150

**Dijital Okuryazarlık Kapsamında Yeni
Medya Haberciliği ve Etik1**

Hicabi ARSLAN, Aslıhan TOPAL

10. Bölüm.....169

Haber Yapım Süreçlerinde Yaratıcılık

Kenan ATEŞGÖZ

11. Bölüm.....188

Mülteci Kadınların Psikolojik Sağlamlıkları ve Sosyal Destek Algıları

Kamile GÜNEŞ, Devrim ÖZKAN

12. Bölüm.....204

İş Kanunu Açısından Yapay Zekânın Yönetici Kişiliği

Orhan Ürüncan YÜCEL

13. Bölüm.....218

**Gerçeğin Yerini Alan Sanal: Dönüşen İfluencer Pazarlama ve
Sanal İfluencerlar**

Ömer AYDINLIOĞLU

14. Bölüm.....245

**Beşeri Sermayenin Genç İşsizlik Üzerindeki Rolü:
İnsani Gelişme Endeksi Temelli Ampirik Analiz**

Ömer Uğur BULUT

15. Bölüm.....262

**Turizmde Örgütsel Güven ve Çalışanların İş Tatmini Arasındaki İlişki:
Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma**

Sebahattin KARAMAN, Taylan SARIKEÇE

16. Bölüm.....294

**Gümrük Birliği Türkiye Ekonomisi İçin Güncellenmeli (Mi?):
Neden ve Nasıl?**

Hatip YURGİDEN, Mehmet KAYACHapter 7.....90

17. Bölüm.....323

Dijital Panoptikon: Gözetim Altında Tüketim

Yavuz SARSILMAZ

18. Bölüm.....335

**Buzul Kar otlarının Paleoortamsal Değişimlerin
Belirlenmesindeki Önemi**

Aziz ÖREN

19. Bölüm.....359

Çoğuldizge Kuramı – Itamar Even-Zohar

Zeynep ARKAN, Hakan KARADEMİR

20. Bölüm.....373

**Madde Kullanım Bozukluğu Olan Bir eylerle
Klinik Sosyal Hizmet Uygulaması ve Motivasyonel Görüşme**

Yunus KARA

21. Bölüm.....397

**Siyasal İletişimde Kişisel Markalaşma ve Algı Yönetiminin Rolü:
Erdoğan ve Kennedy Örneği**

Abdulhamit AVŞAR, Erdoğan GÜL

22. Bölüm.....413

**Nobel Ödüllü Bilim İnsanlarının Davranışsal İktisat Yaklaşımına
Katkılarının Değerlendirilmesi**

Zeynep EZANOĞLU

23. Bölüm.....438

**Meksika Bağlamında Ekonomik Büyüme ile Teknoloji Odaklı
İhracat Arasındaki Uzun Dönem Dinamikleri:**

ARDL Sınır Testi Yaklaşımı

CAN APAYDIN

1. Bölüm

Günümüzde Katmanlı Üretim ve Gelecekteki Potansiyeli

Damla ÇEVİK AKA¹

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, damlacevik@sakarya.edu.tr. ORCID No: 0000-0001-9622-273X

Giriş

Son on yıldaki teknolojik anlamdaki büyük yeniliklerle ve devrim kabul edilebilecek uygulamalarla birlikte üretim endüstrileri hızla büyümeye ve gelişmeye devam etmektedir. Etkileri büyük teknolojik gelişmeler arası geçişlerde sürecin etkin yönetilmesi için birçok duruma odaklanılması gerekir. Bir teknolojinin üretimdeki etkileri ve katkıları dönem içinde nasıl ve ne amaçla kullanıldığına göre değişebilir. Çok değil, sadece birkaç sene önceye gidildiğinde 3 boyutlu (3b) yazıcı teknolojisi ile çalışan katmanlı üretim neredeyse tamamen prototipleme amaçlı önerilmekteydi. Oldukça sınırlı bir alana cevap veren ve kısıtlı uygulama alanı bulan bu yazıcılar zamanla üretimin sınırlarını zorlayarak daha yenilikçi hale gelmeye başladı. Artık 3b yazıcılar seri üretim, endüstriyel üretim, sistem entegrasyonu içinde daha çok yer alıyor. Katmanlı üretim teknolojik ilerlemelere paralel olarak hızla gelişmeye devam ediyor (Tasdemir, 2024). Yüzlerce fotoğrafı işleyerek nokta bulutları oluşturabilen gelişmiş yazılımlarla birleşen karasal lazer tarama ve drone tabanlı fotogrametri gibi teknolojilerin kullanılması da 3b yazıcıların gelişmesinde aktif rol alıyor (Altadonna et al., 2023). Bu işleme ve modelleme yazılımları nesnelere dijital olarak tasarlanmasında ve üretilmesinde daha çok etkili oluyor.

Endüstriyel üç boyutlu yazıcıların kullanımının son yıllarda beklenenden daha yavaş bir ilerleme kaydettiği söylene de bu teknolojiye dayanan makinelerin üretimde istikrarlı bir şekilde kullanımının arttığı görülüyor (Petch, 2024). Özellikle 3b yazıcı kullanımında öne çıkan otomotiv sektöründe ölçek, bütçe ve sürdürülebilirlik alanlarında köklü değişiklikler yapılmaya başlandı. Firmaların daha kolay parça değişimi, parça tamiri, yeni parça desteği ve seri üretime geçilen bazı parçaların sayısındaki artış diğer sektörler için örnek oluşturmaya devam ediyor. 3b baskı teknolojisinin büyümesinde her geçen gün daha çok pratik çözümler sunması etkili oluyor. Yenilikçi üreticilerin bu teknoloji tabanlı makineleri kullanmaya başlaması ile özellikle organizasyondaki esnekliği ve optimizasyonu sağlamaya teşvik ettiği daha çok fark ediliyor.

Bazı Avrupa ülkeleri, araştırma ve geliştirmeye aktif olarak yatırım yaparken, katmanlı imalat teknolojilerinin benimsenmesini ve bu makinelerin Endüstri 4.0 teknolojilerinin destek planlarına veya vergi kredilerine dahil edilmesini destekliyorlar (Petch, 2024). Avrupa Birliği Kamu İşleri Direktörü olan Belletti, Avrupa Patent Ofisi'nin 2020-2023 verilerine göre; Avrupa ülkelerinin 2020 yılında katmanlı üretim teknolojilerindeki tüm patent başvurularının %47'sini oluşturduğunu, 2023 yılına gelindiğinde ise ABD'nin başvuruların %39,8 ve AB'nin %32,9'a sahip olduğunu açıklamıştır. Bu sonuçlara göre sadece Avrupa Birliği ülkeleri değil, Amerika'da da hızlı büyüyen bir endüstri olmaya başladığı görülmektedir. 2022 yılında 3b yazıcı pazarının büyüklüğü yaklaşık 18 milyar

dolar (acumenresearchandconsulting.com, Erişim Tarihi: 10.12.2024) olduğu bilinirken; bu oranın 2030 yılına kadar en az 4 katı olması da bekleniyor. Yıllık %20 oranlarındaki bileşik büyüme beklentisine rağmen teknolojinin tüm potansiyeli düşünüldüğünde tatmin edici bir düzeyde görülüp görülmediği tartışılabilir bir konu olarak kalmaktadır. BASF Forward CEO'su Martin Back de katmanlı imalat teknolojisinin 2027 yılında %20,8'lik bir bileşik yıllık büyüme oranıyla 34,22 milyar dolara ulaşmasını bekliyor (Petch, 2024). Görünen şu ki katmanlı imalata yönelik sürekli artan bir ivme beklentisi söz konusudur.

Günümüzde 3b baskının endüstrideki adaptasyonu düşünüldüğünde, dünya genelinde benimsendiği ve pazar hacminin büyümeye devam ettiği görülüyor. Bu noktada katmanla üretime yönelik teknoloji geliştiricilerin hem üreticilere hem de müşterilere uygun çözümleri hızlı sunabilmesine odaklanmak gerekir. Katmanlı üretimin endüstrilerde kullanımıyla bugüne kadar ortaya çıkan problemlerin çözülmüş olması ve olası problemleri de önlemeye yönelik çabaların artması önemli adımlardandır. Bunlardan biri Cao ve arkadaşlarının 2024 yılında yayınladıkları bir çalışmada kaynak işlemlerine odaklanarak geliştirdikleri çözümü ortaya koymuştur. Araştırmacılar 3b yazıcılarda kaynak işlemlerindeki gelişmeler için ürünlerde yüksek kaliteli ince yüzeylerin sağlandığı, aynı zamanda çeşitli polimer ve kompozit yapı uygulamalarında sürdürülebilirliği, geri dönüştürülebilirliği ve ekonomik verimliliği geliştirdiğine yönelik yaklaşımlar ortaya koydu. Bu alandaki uygulamaların artması üreticileri teşvik eden bir konudur.

Üç boyutlu yazıcı teknolojisinin etkisinin ve kullanım alanlarının genişlemesinde ve teknolojiye olan güvenin artmasında birçok farklı olaya odaklanmak, bu gelişimi açıklamak için daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Şirketlerin bu teknolojiyi algılama şekilleri veya kabul etme nedenleri farklılaşmaya başladı. Üç boyutlu baskı endüstrisinin ekonomiye ilişkin verileri, iş liderlerinin sektöre olan güveninin arttığını göstermektedir (Petch, 2024). Özellikle iş liderlerinin geleneksel üretimle katmanlı üretim arasındaki sinerjiyi sağlayarak, birlikte çalışabilirliği desteklemeye başladıkları yönünde fikirler söz konusudur. Teknoloji geliştirici birçok uzmanın ve üretim endüstrilerinin birlikte çalışmasının sonucu olarak, günümüzde üretim yönetimine büyük etkiler yapan bir teknoloji haline gelmeye başladı. Önümüzdeki dönemlerde de katmanlı imalatın bir üretim teknolojisi olarak benimsenmesi devam edecektir.

Üç boyutlu yazıcı teknolojisinin üretimdeki başarısının artmasında, günümüz firmalarının hem donanım hem yazılım hem de birçok teknoloji açısından kurulan sinerjiye dayanması etkili oluyor. Endüstri 4.0'ın ismi ilk duyulduğunda sunduğu teknolojiler ve hizmetler, birçok üretici açısından oldukça yeniydi. Rekabetçi bir endüstri devrimi olarak büyüyen bu etki, firmaların teknolojik ve yönetsel

anlamda hazır olmasını ve ekosistem içinde sinerjiyi sağlamasını destekledi. Aradan geçen yıllarda 3b yazıcı gibi teknolojilerin tüm sisteme kolaylıkla entegre edebilmesi daha basitleşti. 2018 yılında yaptığım tez çalışmada (Çevik, 2018) bu teknolojinin önündeki en büyük engellerden biri teknik altyapı eksikliği olarak ortaya çıkmıştı. Günümüzde büyük firmaların birçoğu tamamen “ışıkları kapalı” akıllı fabrikalara dönüşmese de bu yolda büyük ilerlemeler kaydetti. Üretim sistemlerindeki bu dönüşümler de 3b yazıcı gibi modern teknolojilerin kullanımına yönelik kapıları daha çok açtı.

Yeni endüstri çağında yapay zekâ, otomasyon ve katmanlı imalat, akıllı fabrika sistemlerinde birlikte çalışmaya başladı. Yapay zekanın 3b yazıcılarla birlikte kullanımı, katmanlı üretimi optimize etmek için kullanılarak, tasarım entegrasyonları oluşturmasını sağlıyor. Tamamlayıcı bu teknolojilerle birlikte katmanlı imalatta ortaya çıkma ihtimali olan arızalar tahmin edilip önlenerek verimlilik üzerinde büyük etki yaratıyor. Özellikle büyük üreticilerin tam da burayla ilgili kafa karışıklığı yaşaması anlaşılabilir. Teknolojinin önemli sermaye gerektirmesi düşündürürken, diğer taraftan sisteme yapılan bütün etki düşünüldüğünde konu derinleşiyor. Devlet politikalarında özellikle faiz oranları beklendiği gibi düşerse, sermaye maliyeti daha makul bir seviyede olacaktır. Bu beklenen durum şüphesiz hem teknoloji üreticileri hem de kullanıcıları açısından daha büyük bir pazarın oluşmasına katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan, nesnelere interneti ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının sanayide birlikte daha çok kullanılmasıyla, 3b yazıcı teknolojisini anlama, düşünme ve üretime geçme şekillerini değiştirmeye oldukça fazla destek olmaktadır.

Yapay zekanın ve otomasyonun üretim tesislerindeki entegrasyonu, ürünlerin hassasiyetini ve hızını iyileştirerek seri üretimi de kolaylaştırır hale getiriyor. 3b yazıcıların kullanımında uzmanlar tarafından çevrim süresi en önemli kriterlerden biri olarak gösteriliyor (Mendoza-Muñoz et al., 2024). Özelleştirilmiş ürün sunmada şimdiye kadar eşsiz teknolojilerden biri olan katmanlı imalat, özelleştirilmiş ürünlerin seri üretimini sağlama yolunda da önemli girişimlere başladı. 2024 yılında seri üretimde kullanım açısından 3b yazıcıların yaygınlaşmasında büyük bir sıçrama olduğu ifade ediliyor (Tyrrer-Jones, 2024). Böylelikle daha önceki yıllarda prototip üretmek için kullanılan 3b yazıcılar, üreticiler için daha hızlı ölçeklenebilir üretim olanakları sağlıyor. 3b yazıcıların üretimde sağladığı esneklik, özelleştirme gibi fırsatlarla birlikte küçük ölçekli seri üretimde de daha cazip hale gelmeye başladı. Lider üreticiler katmanlı imalata yatırım yapmaya başlayarak, seri üretimde tutarlı ve uzun dönemli üretim akışını desteklemenin etkilerini de fark ediyor. 2024 Wohlers Raporunda, 3b yazıcılarda ve son işlemede yapılan iyileştirmelerle, üretimin binlerce parçadan

yüz binlerce parçaya çıkacağı ve küçük bileşenler için milyon parçalık üretim çalışmalarına başladığı ifade ediliyor (Wohlers Report 2024).

Üç boyutlu yazıcıların daha önceki yıllara göre değişen bütçe seçenekleri de farklı pazar segmentlerindeki üreticiler açısından avantaj yaratmaktadır. Öncelerde yalnızca çok yüksek bütçe gerektiren üst düzey makinelerin geliştirilmesine ilave olarak; artık orta sınıf potansiyel müşteriler için özel makineler sunulmaya başlandı. Bu da makinelerin daha çok erişilebilirliğini sağladı. Birçok farklı segmentteki müşterilerin kendi sermayesi ölçüsünde erişilebilir fiyatlarla teknolojiye sahip olmaları endüstri pazarını canlandırıyor. Katmanlı üretimle üretilen ürünler için de farklı pazarlara nüfus etme artıyor. Kullanıcılar 3b baskı ürünleri deneyimledikçe, bu teknolojinin uygulama alanlarının daha çok genişlemesi ve pazarların gelişimi daha olası hale geliyor.

Baskı teknolojilerindeki malzeme temelli gelişmeler, 2024 yılı açısından önemliydi. Daha önceki yıllarda bu teknolojiye yönelik en büyük beklentilerden biri malzeme veya baskı parametreleri açısından daha fazla farklılaşma noktasındaydı. Bu anlamda hala yenilikler için çok fazla boşluk olduğundan bahsedilse de parçaların kullanım alanları düşünüldüğünde daha iyi parametrelerde malzemelerin kullanımı artmaya başladı. Malzeme çeşitliliği konusunda senelerdir büyüyen trend, günümüzde de yükselerek devam etmektedir. Yakın tarihe kadar kullanılan yarı iletken malzemeler, son yıllar içinde daha gelişmiş performans gösteren malzemelerle çeşitlendi. Özellikle çiplerde fazlaca kullanılan yarı iletken malzemelerin katmanlı imalatta daha çok kullanılması havacılık, savunma sanayi gibi birçok sektör açısından önemli oldu. Bu malzemelerin hassas materyallerde olması, geleneksel üretim teknikleriyle üretilmesini zorlaştırmaktadır. Her geçen yıl dijital teknolojilerin kapsam ve miktar olarak büyüdüğünü kabul ettiğimizde, çip üretimine olan ihtiyacın da aynı şekilde arttığını kolaylıkla söyleyebiliriz. Çip üretimindeki karmaşıklık ve hassaslık 3b yazıcıların kullanımını gerekli hale getirdi. Bu sayede daha çok ihtiyaç duyulan çipler için ürünlerin pazara girme süreleri de hızlandı.

Geçmişte üç boyutlu yazıcılara sahip olan üreticilerin sadece birkaç çeşit malzemeleri kullanabildiğinden bahsedilirdi. Tek malzemeyle farklı tasarımlar yapılmasının altı çizilirdi. Özellikle 3b yazıcıların sadece plastik malzemelerle kullanabildiği yargısını yıkmak uzun yıllar aldı. Üreticilerin tek bir malzemeyi kullanarak çalışması büyük bir kısıttı. Sermaye gerektiren teknolojileri farklı şekillerde kullanabilmek geçmişte üreticilerin en büyük beklentilerinden biri olmuştu. Son dönemde makinelerin birden fazla malzeme kullanımını desteklemesi ve küçük değişikliklerle yeni malzeme kullanımına geçilebilmesinde önemli adımlar atılıyor. Tek bir yapıda birden fazla malzemeyle baskı yapma yeteneği her geçen gün daha çok geliyor. Sert ve esnek

malzemelerin birlikte kullanıldığı yazıcıların geliştirilmesi, karmaşık parçalar için yeni olanaklar sunmaya devam etmektedir (clickmaint.com, Erişim Tarihi: 15.12.2024). 3b baskı makinelerinin tek bir proje içinde bile onlarca farklı materyallerde çeşitli malzemeleri kullanabileceği teknolojilerin kullanılması planlanmaktadır. Bu konuda profesyonel yazıcıların geliştirilmesi ve ihtiyaçlara uyarlanması gerekecektir.

Katmanlı üretimde hibrit malzemeler ürünlerde işlevsellik, çok yönlülük ve dayanıklılık açısından benzeri görülmemiş olanaklar sunuyor. Bu da özellikle yenilikçi üreticilerin farklı malzemeleri birlikte kullanarak özel ihtiyaçlarına cevap vermelerini geliştiriyor. Hibrit malzemeler metalleri, seramikleri, polimerleri birleştirerek elektronik, havacılık ve otomotiv endüstrileri için yeni olanaklar açıyor. Diğer taraftan metal malzemeleri işleyebilen 3b yazıcı sevkiyatlarının 2023 yılında %24,4 oranında arttığı, 2024 Wohlers Raporu'nda görülüyor. Özellikle metal alaşımlar, geleneksel malzemelere göre daha yüksek mukavemet ve aşındırıcı dirence sahip olacak şekilde 3b yazıcılarda kullanabilecek şekilde genişliyor. Nikel bazlı süper alaşımların havacılık, otomotiv gibi sektörlerdeki parçaların üretiminde kullanılması, metal 3 boyutlu baskıyı zorlu endüstrilerdeki kritik bileşenler için daha uygulanabilir hale getirmeye başladı (clickmaint.com, Erişim Tarihi: 15.12.2024).

3b yazıcıları kullanan üreticilerin karşılaştığı en avantajlı durumlardan biri, yedek parça üretimi ile onarım hakkını ellerinde bulundurabilmeleridir. Bu teknoloji sayesinde üreticiler birçok parçanın yedek parçasını üretme kapasitesine sahip olurlar. Yedek parçaların ötesinde yüksek bütçeli sektörlerden biri olan havacılıkta bazı parçaların 3b baskı ile değiştirilerek ekonomik ve çevresel açıdan çok avantajlı olduğu üzerine çalışmalar sürdürülüyor. Katmanlı imalatla parçaların yarı statik ve yorulma ömrü tepkisi açısından mekanik performansı ve bu geometriyi yeniden üretmenin teknolojik uygulanabilirliği doğrulanarak bu yeniliğin eko-sürdürülebilir olduğu, uçuş sırasında daha az jet yakıtı tüketildiği ve uçak başına çok kritik miktarlar CO₂ salındığı ortaya çıkmıştır (Ponticelli et al., 2023).

Katmanlı imalata yönelik artan talepte, üreticilerin çok hızlı bir şekilde (çevik üretim) ihtiyaçlara cevap vermesi de etkili olmuştur. Üreticilerin ya da ürün kullanıcılarının yaşadığı teknik veya ticari problemlerin günümüzde neredeyse “zamansız” çözülmesi gerekiyor. Bu büyük ekosistem, müşterilerine hemen cevap verebilen, kendi problemlerini hızlı çözen şeffaf bir üretici olmayı gerektiriyor. Eğer problem bir ürünün içindeki parçalarda, yardımcı malzemelerde oluyorsa, bunun üretim gerekliliği de katmanlı imalat “çevik” tarafından destekleniyor. Bu çözümler üreticilerin pazardaki rakipleri ya da müşterilerin gözündeki değeri arttırmak için etkili oluyor.

Katmanlı Üretim ve Sürdürülebilirlik:

Katkılı üretime olan merak ve ilgi artmaya devam ederken, üretimdeki sürdürülebilirlik ve insanlar üzerindeki etkiler fark edildikçe üretimde 3b baskı teknolojisi daha önemli hale geldi (Mendoza-Muñoz et al., 2024). Giderek daha fazla insanın sürdürülebilirlik hakkında bilinçlenmesi üreticilerin bu farkındalığı üretimle ilişkilendirmesini gerektirdi. Bu sayede katmanlı üretim sürdürülebilirlik konularıyla daha çok öne çıkmaya başladı. Sürdürülebilirlik beklentisiyle birlikte üreticilerin odağında esnek üretim şekli de yer almaya başladı. Sürdürülebilir esnek üretim sistemlerinin geliştirilmesine katkıda bulunmak için 3b yazıcı teknolojileri üreticiler için öne çıkıyor. 3b yazıcıların bu yükselişinde, sürdürülebilirliği, esnek bir üretim sistemini ve Endüstri 4.0'ı entegre ederek, özelleştirme ihtiyacında olan pazar talebi dalgalanmalarını çözmesi etkili oluyor (Habib et al., 2023).

Geleneksel üretimde endüstriyel kirliliğin acil eylem gerektirmesi bu eğilimin kaynaklarından biri haline geldi. Son zamanlarda çevreci ürünlere olan talep artıyor. Hem ürünlerin hem de üretim süreçlerinin çevre dostu olmasına yönelik baskı artıyor. Bu da ürünlerin özellikle üç boyutlu baskı filamentlerine olan ilginin büyümesine katkı sağlıyor. Üreticiler mevcut çalıştıkları pazarlara devam ederken veya yeni pazarlara girerken ekolojik kavramları öne çıkarmaya başladı. Özellikle çevre dostu olarak tasarladıkları ve ürettikleri ürünler, müşteriler için özel bir pazar haline geldi. Bu durum otomotiv sektöründen, ulaşım sektörüne, tekstilden gıda ürünlerine kadar hızlı ve bir o kadar yenilik gerektiren faaliyetleri ortaya çıkarıyor. Müşteriler tarafından gelen talep, üreticilerin daha çevreci üretim tekniklerini benimsemeleri noktasında hızlandırıcı bir etki yaratıyor. Bunun için birçok üretici farklı malzemeler kullanmaya ya da farklı üretim teknikleri üzerine çalışmalar yapmaya devam ediyor. Son yapılan bir çalışmada, düşük maliyetli 3b baskının elektrokimyasal algılama uygulamaları için PLA'ya ve iletken CNT'lere (karbon nanotüpler) dayalı gelişmiş nanokompozit malzeme geliştirmek, umut verici bir çevre dostu yaklaşım olarak gösteriliyor (Sharifi et al., 2024).

Katmanlı üretim teknolojilerinin geliştirilmesi, ürünlerin sürdürülebilirlik, yüksek geri dönüştürülebilirlik ve düşük enerji tüketimi açısından çevresel avantajlarını gösteren bir Yaşam Döngüsü yaklaşımı ile değerlendirilmeye başlandı (Altadonna et al., 2023). Son yıllarda “sürdürülebilirliğe” daha çok odaklanmak, önemli bir stratejik hareket olmakla birlikte sınırlı kaynakların olduğu gerçeğiyle de mecburiyet haline dönüştü. Üç boyutlu yazıcılarda baskının gerektirdiği kadar ürün kullanılması ya da minimum düzeylerde atık ortaya çıkması herkes açısından farkındalık yaratmaya başladı.

Katmanlı üretimin geleneksel üretim yöntemlerine göre birçok açıdan daha sürdürülebilir görülmesinin sebeplerinden biri, farklı formlardaki ve çeşitlerdeki sürdürülebilir malzemelerin kullanımına imkân vermesidir. Elbette ki geleneksel üretimde kullanılan malzemelerin çeşidi günümüzdeki üretim hacimleri düşünüldüğünde daha fazladır. Bu malzemelerin geri dönüştürülebilir çeşidinin de daha çok olduğunun söylenmesi zor değildir. Ancak katmanlı imalatta geri dönüştürülmüş selüloz lifi ve geri görüştürülmüş karo içeren beton gibi sürdürülebilir malzemelerin kullanılması da mümkündür. Bu dönüştürülebilir malzemeleri kullanan üreticiler açısından katmanlı imalat öne çıkıyor. Geleneksel üretim yöntemlerinde ortaya çıkan atık miktarları acil önlem alınması gereken konulardan biri olarak devlet politikalarında yer almaya başladı. Eğer 3b baskı teknolojisinde ekonomik erişilebilirlik ve üretim hızındaki iyileştirmeler devam ederse, katmanlı üretim geleneksel üretimin birçok alanına önce destek olacak sonra da yerini almaya başlayacağı benziyor.

Çevre bilinci yüksek endüstrilerde katmanlı imalatın kullanımı, üreticilerin sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirmelerinde önemli bir adımdır. Firmaların karbon ayak izleriyle ilgili yaptıkları faaliyetler içinde katmanlı üretim baskın teknolojilerden biri haline geldi. Lider üreticiler, bu üretimin tedarik zinciri yönetiminde sağladığı fırsatları görmeye başladı. Özellikle tedarikçi sayısı yüksek ve tedarikçilerle coğrafyalar arası çalışan işletmeler açısından tedarik zincirini yönetmek her zaman zordur. Bazı kritik parçalar için tedarikçi seçim kararı firma açısından stratejik bir karar bile olabilir. Katmanlı üretim sayesinde firmaların özellikle kritik parçaları kendi bünyelerinde ihtiyaçlarına göre üretmeleri, üretim akışının kesintiye uğramaması açısından önemlidir. 3b baskı teknolojisi kullanılarak mobilya, araba ve ekipman dahil hemen hemen her şey için yedek parça üretebilir. Müşteri beklentilerini karşılama açısından da konu önemlidir. Müşteriler ürünlerde çeşitli sıkıntılarla karşılaştığında ve tamir-onarım gibi süreçlere ihtiyaç duyduğunda bu beklentiler baskı teknolojisiyle birlikte daha kolay çözülebilir. Parçaların dijital kopyasını oluşturduktan sonra üretime geçilmesi, işletmeleri daha sürdürülebilir olmaya yaklaştırmaktadır.

Katmanlı imalat geleneksel üretime nazaran daha az israfa neden oluyor, bu da daha sürdürülebilir bir üretimin temellerini yükseltiyor. Hatta katmanlı imalatın odağında sıfır atık politikası yer alıyor. 3b baskılama ile atıkların azalması ve doğal kaynakların daha verimli kullanılması ile Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin bazılarında ulaşmada katkı sağlayabiliyor (Gran et al., 2023). Malzemelerin katmanlar halinde birikmesiyle oluşan ürünler, geleneksel üretimde çoğunlukla kesme, oyma gibi işlemlerden geçerek nihai haline gelir. Bu da malzemelerin bir kısmının atıl durumda kalmasını ve onların tekrar kullanılmamasına neden olur. Katmanlı imalatta ise daha az atıl duruma

malzeme düşer. Love vd. (2024)'nin katmanlı üretime yönelik hazırladıkları çalışmada sanal tasarım ile fiziksel baskı üretimi arasındaki boşluğu kapatarak ürünlerin gerçek zamanlı izlenmesini, tahminlemeyi ve otomatik kontrol sunulmasını takip ederek, üretim sürecinin verimliliği artırdığını, malzeme israfını azalttığını ve sürdürülebilirliği teşvik ettiğini göstermişlerdir. Bu sistemin devam etmesi ile veri odaklı 3b baskının endüstrilerde kullanımının daha çok artması beklenmektedir.

Katmanlı üretimin birçok açıdan karbon yoğunluklu daha az işlem gerektirmesi, karbon ayak izinin düşmesine katkı sağlamaktadır. 3b baskıda havadaki emisyonlar organik çözücü veya kimyasal buharların iyon dedektörle ölçüldüğü VOC olarak bilinen ölçümlerle kaydedilir. VOC ölçümü, üretimde meydana gelen iç ortamın gaz-buhar ölçümüne dayanan bir tekniktir. Bu değerler kullanılan malzeme yapısına, makinenin sıcaklık derecelerine, ısı miktarına, enerji tüketimi gibi parametrelere bağlı olarak değişebilmektedir. Her ne kadar bu teknolojilerin birçoğu, karbon salınımının önemli etkileri için uygun olsa da yüksek geri dönüştürülebilirlik gibi göstergelerin eklenmesiyle durum daha çok iyileşebilir.

Katmanlı üretim ile enerji tüketimi arasındaki ilişkinin bilinmesi de önemlidir. Mendoza-Muñoz vd. (2024)'nin yaptığı çalışmada uzmanların 3b yazıcı teknolojisi kullanımında en önemli faktörlerden biri olarak enerji tüketimini göstermişlerdir. Tüm kriterler içinde enerji tüketimi yaklaşık %12'lik bir orana sahip olmuştur. Üretimde çok fazla enerji tüketilmesi ve buna bağlı olarak artan karbon salınımı büyük tehdit oluşturmaya devam etmektedir. Üç boyutlu baskı teknolojisine dayanarak geliştirilen son makinelerde enerji tasarruflu çalışma prensibine odaklanılıyor. Makinelerin daha az enerji harcaması, daha az karbon iziyle üretimin mümkün olduğunu göstermeye başladı. Enerji tasarrufu perspektifi, güç ve enerji tüketimini en aza indirerek işlem koşullarını optimize etmek için 3b yazıcı mimarisinin iyileştirilmesini sağlıyor (Cozzolino et al., 2024). Ancak her malzeme veya her katmanlı üretim teknolojisi için bu durum genelleştirilebilir değildir. Enerji tüketiminin, makinelerin kullanımına göre birim zaman açısından çok yüksek olduğu durumlar da yaşanıyor. Özellikle bir nesnenin yazdırıldığı baskı süresi ile makinenin enerji tüketimi birbiriyle son derece ilişkilidir. Yeni teknolojinin kullanılmaya başlandığı firmalarda makinelerin hem hızlı çalışması hem de düşük sıcaklıkta çalışabilmesi enerji tasarrufu açısından etkili oluyor. Materyallerin pik yüklerinin ve tüketim sıcaklıklarının baskı öncesi belirlenip kontrol altında tutulması, baskı süresince enerji tüketimine yönelik tahminin ve baskı sırasındaki takibin kolaylaştığını göstermektedir. Leherbauer ve Hehenberger (2024), 3b yazıcılar ile çalışırken baskı malzemesinin değiştirilmesi gerektiği durumda bu öngörüye göre %50'ye

kadar enerji tasarrufu olduğunu ve daha fazla potansiyeli olabileceğini göstermişlerdir.

Katmanlı Üretimin Geliştirilmesine Yönelik İhtiyaçlar

İvmeli yükselişine rağmen, 3 boyutlu baskı teknolojisinin şu an her üretim tesisinde kullanılmamasının arkasında birtakım **engeller** de yok değildir. Bu modern teknolojilerin gelişimi yetenekli profesyonellere ve nitelikli işgücüne olan gereksinimi arttırmaktadır. Hem tasarım sürecinde hem üretim sürecinde olası hataları yakalamak, üretimi kontrol edebilmek için uzmanların sayısını arttırmaya ihtiyaç vardır. Bu teknolojiyi kullanma potansiyeli yüksek işletmelerde belirli işgücünü doğru eğitmek kaçınılmaz bir gerekliliktir. Dünya genelinde dijital okur yazarlığın hala sınırlı olduğu bilinmektedir. Yeni dijital teknolojilerin kullanımı için dijital okur yazarlığı sağlamak üzere çalışmaların artmasına ihtiyaç vardır.

Daha önce tasarlanan baskı teknolojileriyle karşılaştırıldığında, katmanlı üretim teknikleri baskı kalitesini istenen seviyeye ulaştırıyordu. Şimdilerde baskı kalitesini arttıracak etkiler söz konusudur. Ancak katmanlı üretimin birçok üretici tarafından kullanılabilmesi için teknolojinin kullanımıyla ilgili standartların geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Her ne kadar birtakım malzemenin ve süreçlerin standart hale gelmesi daha kolaylaşsa da bu yönde atılan adımlara hala ihtiyaç vardır. Bazı sektörlerdeki karmaşık ürün tasarımlarının denetimini gerçekleştirmek genel olarak zor olabilmektedir.

Üç boyutlu yazıcıların birçok anlamda sürdürülebilir olduğunu söylesek de bütün ürünler, malzemeler, teknoloji düzeyleri için bu durum genelleştirilemeyebilir. Bir nesnenin basılmasında geçen süre veya kullanılan malzemenin kimyası, çevreye verdiği etkileri değiştirebilir. Bazı durumlar ve sektörler için 3b baskı yüksek düzeyde enerji tüketimine neden olabilir, bu da karbon salınım oranlarını ciddiştirilebilir. Üç boyutlu baskı teknolojisinin her geçen gün geliştirildiğinden bahsetsek de halen enerji tüketimini sınırlama noktasında da fazla çabaya ihtiyaç vardır.

Üç boyutlu baskı teknolojisindeki en büyük tartışmalardan biri “stok yönetimi” alanındadır. Firmaların envanterlerini dijital olarak depolayabilmesi ve ardından kısıtlı zamanda üretebilmesi, üreticileri düşündüren konulardan biri olmaya devam etmektedir. Üreticiler için tedarik zincirindeki akışın kesintiye uğramaması ve müşterilerin beklentilerini tam zamanında karşılamaları önemlidir. Bu sebeple makinelerin hazırlık zamanı, baskı zamanı, ek işlem zamanı gibi göstergelerine dikkat çekilir. Buradaki olumlu tavır, teknoloji geliştiricilerin ilk günden beri üretim hızındaki yaptıkları ilerlemelerde saklıdır. Artık uzmanlar baskı süresini hızlandırmak için 3b yazıcılar, üretimde yapay zeka

ve veri analitiği ile entegre edilerek çalışmaktadır. Son zamanlarda teknoloji geliştiricilerin üzerinde çalıştıkları konulardan biri sistemlerin aynı anda birden fazla parçayı üretmesini sağlayacağı paralel üretimdir. Uzmanların daha güçlü lazerler, hızlı krleme yöntemlerini ekonomik şekilde geliştirmelerine ihtiyaç vardır.

Seri retim yapan birçok büyük firma, üç boyutlu baskıya yaptıkları yatırımın ekonomik olarak getirilerini toplamaya başladı. Farklı leklere veya sermayeye sahip işletmelerin üretimde sıklıkla kullanabilecekleri düzeyin ne olduğu ve orta kalite yazıcılar açısından yatırım getirisindeki birtakım belirsizliklerin varlığı üreticileri düşündürmektedir. Belirsizlikler pazardaki rekabetçi üreticilerin uykusunu kaıracağa benziyor. Yenilikçi teknolojilere uyum sağlama arzusunda olan firmalar, yatırımın karşılığını kaç birim üretimde alacakları konusunda tereddütler yaşamaya devam ediyorlar. Bu konu, elbette ki firmaların üretim sistemlerine göre taleplerinin sürekli veya kesikli olmasıyla da ilgilidir. Kesikli retim yapan bir firmanın yatırım getirisini hesaplamak her zaman kolay olmayacaktır. Diğer taraftan lider üreticiler açısından bu teknolojiye sahip olmanın gerektirdiği sermaye maliyeti ile lojistik maliyet arasındaki dengeyi kurmak ve kararı vermek de önemlidir. Lojistik faaliyetlerin azalması firmanın karbon ayak izini dşrmesinde olumlu bir etki yarattığı da unutulmamalıdır.

Küresel faiz oranlarının şimdilerde çok yüksek olması teknoloji transferleri açısından riskli bir ortamı doğuruyor. Ancak bu faiz oranlarının yakın vadede durgun kalacağı beklentisi, katkı imalat gibi teknolojilerin sermaye maliyetlerinin düşeceği yolunu açmaktadır. Eğer beklenen gibi sermaye maliyetleri de düşerse katkı üretiminin fırsatlarını bilen lider işletmeler açısından teşvik edici olacaktır.

Kaynaklar

- Altadonna, A., Cucinotta, F., Raffaele, M., Salmeri, F., & Sfravara, F. (2023). Environmental Impact Assessment of Different Manufacturing Technologies Oriented to Architectonic Recovery and Conservation of Cultural Heritage. *Sustainability*, 15(18), 13487.
- Cao, D., Bouzolin, D., Lu, H., & Griffith, D. T. (2024). Enhanced joining strength in additive-manufactured polylactic-acid structures fused by embedded heated metallic meshes. *J Manuf Process* 121, 100–120.
- Cozzolino, E., Napolitano, F., Papa, I., Squillace, A., & Astarita, A. (2024). Influence of the Heated-Bed Material on PLA Mechanical Properties and Energy Consumption in the FDM Process. *Arabian Journal for Science and Engineering*, 1-11.
- Çevik, D. (2018). Üç boyutlu yazıcı teknolojisinin seri ve kesikli üretim sistemleri üzerine etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Gran, E., Madrid, J. A., Ortega, G. S., Rios, J. A. T., & Olsson, N. O. (2022, May). Conceptual Study and Literature Review of Integration of Lean Manufacturing and 3D Printing in Construction to Support Sustainability. In *Nordic Conference on Construction Economics and Organization* (pp. 209-222). Cham: Springer International Publishing.
- Habib, T., Omair, M., Habib, M. S., Zahir, M. Z., Khattak, S. B., Yook, S. J., ... & Akhtar, R. (2023). Modular Product Architecture for Sustainable Flexible Manufacturing in Industry 4.0: The Case of 3D Printer and Electric Toothbrush. *Sustainability*, 15(2), 910.
- Leherbauer, D., & Hehenberger, P. (2024). Physics-Based Modeling and Parameter Tracing for Industrial Demand-Side Management Applications: A Novel Approach. *Sustainability*, 16(5), 1995.
- Love, A., Behseresht, S., Pastrana, O. A. V., Sakai, J., & Park, Y. H. (2024). Hybrid Physical-Virtual Digital Twin System for Additive Manufacturing. *Journal of Advanced Manufacturing Systems*.
- Mendoza-Muñoz, I., Montoya-Reyes, M. I., Maldonado-Macías, A. A., Jacobo-Galicia, G., & Vargas-Bernal, O. Y. (2024). A Hierarchical Axiomatic Evaluation of Additive Manufacturing Equipment and the 3D Printing Process Based on Sustainability and Human Factors. *Processes*, 12(6), 1083.
- Petch, M. (2024). 3D Printing Trends for 2024 – Industry Expert Analysis on what to watch this year. 3D Printing Industry. Erişim Tarihi: 10.12.2024:

<https://3dprintingindustry.com/news/3d-printing-trends-for-2024-industry-expert-analysis-on-what-to-watch-this-year-228030/>.

- Ponticelli, G. S., Venettacci, S., Tagliaferri, F., & Guarino, S. (2023). Fused deposition modelling for aeronautics: techno-economic and environmental assessment for overhead locker supports replacement. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 128(9-10), 3817-3840.
- Sharifi, J., Rizvi, G., & Fayazfar, H. (2024). Sustainable 3D printing of enhanced carbon nanotube-based polymeric nanocomposites: green solvent-based casting for eco-friendly electrochemical sensing applications. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 131(9), 4825-4837.
- Taşdemir, V. (2024). Investigation of the Effects of the Number of Shells, Raster Angle, Extrusion Ratio, and Path Width on Printed Polylactic Acid Parts with Fused Deposition Modeling 3D Printer. *Journal of Materials Engineering and Performance*, 1-11.
- Tyrer-Jones, A. (2024). 3D Printing Industry hits new high at \$20 billion according to Wohlers Report 2024. Erişim Tarihi: 11.12.2024: <https://3dprintingindustry.com/news/3d-printing-industry-hits-new-high-at-20-billion-according-to-wohlers-report-2024-deeper-insight-from-terry-wohlers-229477/>
- <https://www.clickmaint.com/blog/additive-manufacturing-in-2024-trends-and-predictions-for-the-future>. Erişim Tarihi: 15.12.2024

2. Bölüm

Hitit Ritüellerinde Libasyon (İçecek Sunumu)*

Murat TURGUT**

* Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Ana Bilim Dalı Tarih Bilim Dalında tamamlanan “*Hitit Dini Ritüellerinde Kullanılan Objeler*” isimli doktora tezinden üretilmiştir. Çalışmada “*tanrıyı içmek*” deyiminin kesinliği bilinmeyip ayrı bir konu olabileceğinden dolayı yer verilmemiştir.

** Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih / Eskiçağ Tarihi. mturgut@selcuk.edu.tr Orcid: [0000-0003-1056-5737](https://orcid.org/0000-0003-1056-5737)

Giriş

Hititler günümüzden yaklaşık olarak 3600 yıl öncesinden itibaren Anadolu'da yaşamış olan bir medeniyettir. Kurmuş oldukları bu medeniyetle aynı zamanda Anadolu'nun ilk merkezi krallığını / devletini kurmuşlardır. Başkentleri Hattuša'da (Çorum / Boğazkale) oluşturdukları medeniyet Anadolu'nun ve eski Önasya'nın en önemli medeniyetlerinden birisi olmuştur.

Hititler çok tanrılı bir dini inanca sahip olmuşlardır. Hitit panteonunun başında Fırtına Tanrısı yer almaktadır. Arinna'nın Güneş Tanrıçası ise onun eşi olmuştur. Her iki tanrısal varlık da Hitit ülkesinin ve komşu devletlerin topraklarında çeşitli isimlerle adlandırılmışlardır. Fırtına Tanrısı Luvi bölgesinde Tarhunt olarak isimlendirilmektedir. Arinna'nın Güneş Tanrıçası ise Hurri bölgesinde Hepat olarak bilinmektedir.

Hitit panteonunun bu baş tanrıları haricinde çok sayıda tanrısı bulunmaktadır. Kendilerini *Bin Tanrılı Ülke* olarak isimlendirmişlerdir. Bu tanrıları sadece kendi panteonlarından olmamıştır. Hititler çeşitli yollarla iletişime geçtikleri toplumların tanrılarını da kendi panteonlarına almışlar ve dinsel etkinliklerinde onlara da yer vermişlerdir.

Eskiçağda var olan birçok toplumda gözlemlenebildiği gibi Anadolu'nun en önemli medeniyetlerinden birisi olan Hititlerde de tanrılar için çeşitli sunular gerçekleştirilmiştir. Sunuların gerçekleştirilme amacı tanrısal varlıkların beslenmelerinin ve bakımlarının karşılanması olmuştur (Beckman, 2011, 98).

Hititler inandıkları tanrısal güçler için düzenledikleri ritüellerde çeşitli sunular gerçekleştirmişlerdir. Sunu yapmalarını bazı kutsal mekanlarda kaya üzerine tasvir ederek anıtlarını yapmışlardır (Foto 1). Bu sunular arasında bira - şarap sunuları ya da libasyonları ve bunların yanında çeşitli içecek sunularının gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu iki içecek çeşidinin de sunularda önemli bir yere sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Bira Sunuları

Birayla ilgili bilgilerimiz Hititlerin hem arkeolojik hem de yazılı belgelerinde görülmüştür. Hitit dini inancında tanrılara sık bir şekilde sunulduğu görülen bira, Hitit yazılı belgelerinde Sumer dilindeki *KAŠ* kelimesiyle tanımlanmıştır. Bu kelimenin Akadçası ise *šikru* olmuştur (Puhvel, 2011, 103).

Hititlerde bira üretimiyle ilgili bazı bilgiler bulunmaktadır. Hititlerin bira üretim endüstrileri Yakın Doğu bira kuşağıyla Doğu Akdeniz şarap bölgesi bira endüstrisi ile ilişkili olmuştur. Bu durumun en önemli kanıtı olarak da Hititlerin biracılıkla ilişkili yazılı metinlerinde kullanılan kelimelerin adı geçen bölgelerde kullanılan kelimelerle arasındaki benzerlikler gösterilmektedir (Puhvel, 2011, 103, 104.; Ünal, 2012, 167, 168).

Bira üretimiyle ilgili en önemli bilgiler Kuşaklı Höyükten gelmektedir. Burasının Hitit yazılı belgelerinde geçen Sarissa olduğu düşünülmektedir. Bu yerleşim yerinde gerçekleştirilen çalışmalarda, MÖ 1550 – 1500 yılları arasına tarihlendirmesi yapılan C binasının kuzey kanadındaki 58 numaralı odada yer alan kapların içerisinde yanmış tahıl parçacıkları ele geçirilmiştir. Bu tahıl parçacıklarının incelenmesi sonucunda kısmen çimlendirilmiş arpa oldukları tespit edilmiştir. (Müller – Karpe, 2003, 439). Elde edilen bu bilgidен dolayı bu yapının bira üretiminin gerçekleştirildiği bir yapı olduğunu söyleyebiliriz.

Kuşaklı Höyük C yapısındaki bira imalathanesinde bulunan kaplar ikişerli olmuştur. Araştırmacılar tek çeşit bira üretimi için tek çeşit kap kullanımının yeterli olacağını ifade etmişlerdir. Kapların çift bulunmasından dolayı bu bira imalathanesinde iki farklı bira çeşidinin üretilme ihtimalinin bulunduğu belirtilmiştir (Karpe – Karpe, 2014, 223, 224). İki çeşit bira üretiminin yanı sıra iki çeşit kap kullanılması, iki farklı tanrısal güç adına üretim yapılma ihtimalini de gösterebilir. Ünal ise Kuşaklı kazılarında ele geçirilen kısmi çimlenmiş arpa tanelerinin bu mekanı kesin bir şekilde bira üretim yeri olarak yorumlanmaması gerektiğini belirtmiştir (Ünal, 2007, 156, 157).

Günümüzde Çankırı ili sınırları içerisinde yer alan İnandıktepe höyüğünde İnandık Vazosu (Foto 2) olarak bilinen bir vazo ele geçirilmiştir. Bu vazunun Hititlerin kült ve ritüel törenlerinde kullandıkları bir vazo olduğu kabul edilmektedir. Eski Hitit dönemine tarihlendirilen vazo yatay yönde dört frize ayrılmıştır. Her bir frize çeşitli sahne tasvirleri işlenmiştir. Bu sahnelerin kutsal evlilik törenine ait olduğu düşünülmektedir.

Vazo üzerindeki frizlerin en alttakinin en solunda elinde bulunan bir sopa ile önünde yer alan küpleri karıştıran bir kadın tasviri bulunmaktadır. Bu tasvirin bira üretimini gösteren bir tasvir olduğu düşünülebilir.

Hitit ritüellerinde bira sunumu ve kullanımıyla ilgili asıl bilgilerimizi Hitit yazılı belgelerinden öğrenebilmekteyiz. Bu belgelerde çeşitli bira isimleri veya türlerinden bahsedilmiştir. *KAŠ*, *Marnuuan*, *Piḫḫu*, *Tawal*, *Walḫi*, *KA.GAG*, *KA.DU* biraları, Hitit ritüel metinlerinde en çok karşımıza çıkan türleri olmuştur.

KAŠ Birası

Bu bira türü Hitit ritüel metinlerinde karşımıza çıkan ve neredeyse en yaygın olarak kullanıldığını düşündüğümüz bira çeşidi olmuştur. Karahna kentinde yapılan ritüeli anlatan metinde geçen “o [...] *kurban eder. ḫ{arši kabı}nı yerleştirir. Bira ve şarap libasyonu yapar.*” ifadelerinden KAŠ birası sunumu gerçekleştirildiği

anlaşılmaktadır¹. Hititlere ait bir kehanet ritüelinde kullanılması amacıyla tedarik edilen sunu objelerinin arasında KAŞ birası da yer almıştır².

Hitit prensinin erginlenme ritüeli olduğu tahmin edilen Haššumaš bayramı ritüelinde, ritüel kutlamalarının ikinci gününde tanrılar sırayla kutlanmadan önce tanrılara sunulmak amacıyla KAŞ birasının hazırlandığı belirtilmiştir. Metnin bu kısmı şu şekilde olmuştur: "... *yedi takarmu- ekmeği, bir huppar kabı KAŞ bira, bir huppar kabı marnuuan birası (hazırdır). Tanrıları aynı şekilde sırayla kutlar.*"³. Gece tanrıçasının kültünün nakledilmesiyle ilgili gerçekleştirilen ritüelde tanrıçanın tüketmesi için KAŞ birası sunumunun yapıldığı bilinmektedir (Feder, 2011, 30).

Hittiler tarafından uygulanan bazı ritüellerde tanrısal varlıklar için bira sunulmasından sonra çeşitli büyümlü sözler söylenerek kötülüklerin tanrılar tarafından kaldırılması için kendilerine yalvarılmıştır. Tanrıların öfkelerinden dolayı insanlarda beliren depresyon ve insanların üzerlerindeki kötülüklerin kaldırılması amacıyla yapılan ritüel uygulamasında, çeşitli sunuların gerçekleştirilmesinden sonra bira ve diğer sıvı sunular yapılmış ve bu uygulamaların hemen sonrasında kötülüklerin kaldırılması için tanrısal varlıklara seslenilmiştir⁴. Bu uygulamanın benzerini başka bir ritüelde görebilmekteyiz. Bu ritüel metnine göre tanrıya yapılan küçükbaş hayvan sunusundan sonra bira sunumu gerçekleştirilmiş ve konuşma aracılığıyla tanrıyla iletişime geçilmeye çalışılmıştır⁵.

Ašhella'ya ait olan ritüel metinlerinde KAŞ birasının kullanıldığı görülmektedir. KAŞ birası bu ritüelde sunu malzemesi olarak kullanılmamıştır. Bira, ritüelde kullanılacak olan kadının yanına yerleştirildikten sonra ordu komutanları ellerini koçun üzerine koymuşlar ve bunun ardından da tanrılara seslenmişlerdir⁶.

KAŞ birasının ritüellerde kullanımı genellikle tanrılara libasyon için hazırlanan sunaklara dökülmesi şeklinde olmuştur. Hititlere ait bazı ritüellerde ise sunak yerine bazı objelerin üzerine ve başka yerlere de libasyon yapıldığı bilinmektedir.

Tunnawi tarafından gerçekleştirilen ve büyüyle tedavi etmeyi amaçlayan ritüelde, ritüel sahibinin on iki vücut uzvunun arındırılmasından sonra pişirilen kalp ve ciğerin üzerine KAŞ birası libasyonu yapılmıştır⁷. Başka bir ritüel metninde KAŞ birasının taht, sunak, pencere, kapı sürgüsüne ve ocak gibi yerlerin önlerinde ve arkalarında

¹ CTH 681.1 §2. Mc Mahon 1991, 57.

² KBo 8.56 için bkz. Berman, 1982, 95.

³ IBoT 1.29 31 – 32 için bkz. Arkan, 2005, 58.

⁴ CTH 432 §5 - §6: "... *sonra o su ve bira libas[yon]u yapar [...]. Ve (Akadça) üç kez şöyle konuşur: Yüce Šamaš, yeryüzünün ve gökyüzünün hakimi, [ben ihmalkarım, ben günahkarım...].*" Beckman, 2007, 74, 75.

⁵ KUB 17. 28 ii: "*Güneş Tanrısına bir keçi keser. Bira sunar ve şöyle söyler: "Güneş Tanrısı sen sürekli insanların kalbine bakıyorsun..."*" Torri, 2004, 134.

⁶ CTH 394 öy. 16 – 20: "*Kralın çadırının önünde de süslenmiş bir kadın oturulur. 1 kap bira ve 3 kalın ekmeği yanına koyar. Sonra, ordu komutanları ellerini koçların üzerine koyarlar ve bu sırada şöyle söylerler: "hangi tanrı bu salgına neden oldu ise, şimdi bak, koçlar duruyor..."*] Diñcol, 1985, 23.

⁷ Bo 2062 + Bo 2589 §38 38 – 41: "*Şimdi kadın/erkeğin vücudunun on iki uzvunu arındırdık [ve yeniden] üretici çalışmalarını kurduk. Ciğer ve kalp pişirildi, kadın bunların üzerine libasyon olarak üç kez bira (KAŞ) ya da şarap [döker] ve kadın nehre üç kez içki sunusu yapar...*" Goetze, 1938, 25.

sunulduğu tespit edilmiştir⁸. Yapının uzun ömürlü olması için gerçekleştirilen yapı ritüelinde sunağa üç kez KAŞ birası dökülmesinden sonra ev sahibi, evdeki üç direğin her birine üçer defa içki sunusu gerçekleştirmiştir⁹.

Yapı ritüeli metninde direklerle gerçekleştirilen sunuda içki çeşidi açık bir şekilde belirtilmemiştir. Metinde bahsedilen sıvı sunu malzemelerinin sadece şarap ve biradan ibaret olmalarından dolayı, sunulan içki türünün şarap olabileceği gibi, sadece KAŞ birası yada bira ile şarabın birlikte sunulduğu da düşünülebilir.

Marnuğan Birası

Marnuğan kelimesinin içecek türü olabileceği düşünceleri bulunsa da genel olarak kabul edilen onun bir bira çeşidi olduğudur (Ünal, 2007a, 432). Marnuğan birası ritüellerde tanrılara sunulan önemli bir sunu türü olmuştur. Hititlerin gerçekleştirdikleri bir ritüelde sunulan dokuz ekmekten sonra tüm tanrıçalar için her bir sunağın önünde bu birayla libasyon yapılmıştır¹⁰. Karahna festivali kutlamalarında gerçekleştirilen ritüel sırasında yapılan libasyonlarda bu bira da yer almıştır¹¹. Arındırma ritüelinde sunular için açılan ritüel çukurunun içerisine Marnuğan birası dökülmüştür¹².

Hitit prenslerinin erginlenmesi için yapıldığı bilinen *Haššumaš* Bayramında çeşitli tanrılar kutsanmıştır. Bu kutsamalar gerçekleştirilirken onlara çeşitli sunular yapılmıştır. Tanrılara sunu olarak verilen sunu objeleri arasında *marnuğan* birasının da olduğu görülmektedir (Arıkan, 2005,58.)

Doğumla ilgili bir ritüelde hamileliğin son günlerinde gerçekleştirilen ritüelde çeşitli işlemler gerçekleştirilmiştir. Bu ritüelde ritüeli gerçekleştiren kadın tarafından bir kap *marnuğan* birasının alındığı belirtilmiştir¹³. Ritüeli gerçekleştiren kadın tarafından alınan bu biranın tanrılara sunuda kullanıldığı söylenebilir. Bu ritüelde tanrılara sunuda kullanılan diğer sunu malzemelerine baktığımız zaman sıvı objelerin ağırlıkta ve genelinde de bira çeşitleri olduğu görülmektedir.

Marnuğan birası kralın sağlığı, esenliği ve uzun yaşaması için yapılan ritüel işlemlerinde kullanılmıştır. Hititlere ait olan bir yapı ritüelinde, kralın sağlığı ve ömrü için yapılacak dua bölümünde gerçekleştirilen ritüelde çeşitli sunular

⁸ KBo 19.128 Vs. 1 25 – 30: “Görevli sunağın önünde 3 defa ^{DUG}KUKUB kabı ile bira sunar. Bir kere ocağın önünde, bir kere tahtın önünde, bir kere de pencerenin önünde, ocağın arkasında bir defa, tarşanzipa'ya bir defa, kapı sürgüsüne bir defa, ocaktan uzağa bir defa sunar.” Otten, 1971, 3.

⁹ KUB 55.28 öy ii. “... bunu takiben sunağa üç kez bira (ve) şarap dökerler. (Ev sahibi şimdi artık) üç direktten her birine üç kez içki kurbanı sunar...” Ünal, 1998, 41.

¹⁰ Bo 19.128 vs. iii 3 – 7: “dokuz ekmek (böler) hemen sonrasında Marnuğan birası tüm tanrılara her bir sunağın önünde bir defa Marnuğan birası libasyon edilir.” Otten, 1971, 7.

¹¹ CTH 681. 1 §18: “Güneş tanrısı için onları stelin arkasına koyarlar. 4 kez bira, şarap, walhi ve marnuğan libasyon ederler.” McMahon, 1991, 67.

¹² KBo 10.45 iii 22 – 23: “Tanrı Anunnaki'nin önünde hançerle bir çukur açar ve çukurun içineyağ, bal, şarap, walhi içeceği ve Marnuğan içeceği (birası) sunar.” Reyhan, 2016, 25.

¹³ KUB 33.67 10 – 14: “ve [hamileliğin son gününde onlar, ondan sonra bir kap su, [bir kap bira?] bir kap walhi (ve) bir testi marnuğan'ı [kadın alır?]. ve karşıda, tanrı [...] yerindedir. Ve [...]...] Beckman, 1983, 73.

yapılmıştır. Yapılan bu sunuların arasında *marnuuan* birasının da olduğu görülmüştür¹⁴. Biranın bu ritüelde arındırıcı ve koruyucu özelliklere sahip olmasından dolayı kullanıldığı söylenebilir. Böylece hem kral hem de yapı arındırılarak tanrısal koruma altına alınmıştır.

Hititlerin dini hayatlarında kutladıkları önemli bayramlarından birisi *Nuntarriyaşha* bayramı olmuştur. Bu bayram kutlamaları sırasında gerçekleştirilen ritüellerin birinde *marnuuan* birası bir kaba dökülmüştür. Daha sonra bu kabın içerisine çam kozalağı atılıp geri çıkarıldıktan sonra, *marnuuan* birası dolu olan bu kap ocak üzerinde sallandırılmıştır. Ritüelin devamında ise *marnuuan* birasının sunumunun, *huwaşi* taşı ve ocak gibi yerlere gerçekleştirildiği görülmektedir¹⁵.

KI.LAM bayramı ritüellerinde Marnuuan birasının ilginç bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bayram kutlamalarını anlatan ritüel metnine göre bir leğenin içerisine Marnuuan birası doldurulmuştur. Bu leğenin içerisine iki çıplak komedyen getirilmiştir. Komedyenlerin arkalarından *SANGA* rahibeleri tarafından üçer kez Marnuuan birası dökülmüştür. Dökme işleminin tamamlanmasının ardından komedyenler Marnuuan birası dolu leğenden dışarı çıkmışlardır¹⁶.

Bayram kutlamasında yapılan bu uygulamalar büyük bir ihtimalle arındırma işlemiyle ilişkili olmuştur. Böylece ritüelde görev yapacak olan kişiler Marnuuan birasıyla arındırılmışlar ve leğenden saf ve temiz halde çıkmışlardır.

Walhi Birası

*Walhi*¹⁷ Birası Hititlere ait ritüel metinlerinde tanrılara sunulan bira çeşitlerinden birisi olmuştur. Kuşaklı höyükte yapılan çalışmalarda, bu yerleşimin Hitit çağındaki önemli bira imalathanelerinden birisi olduğu tespit edilmiştir. Burada bulunan bira üretim kapları çiftler olmuştur. Kapların çiftler olmasından dolayı burada iki çeşit bira üretimi gerçekleştirildiği, üretilen bu bira çeşitlerinden birisinin de Walhi Birası olabileceği düşünülmektedir (Karpe – Karpe, 2014, 224.).

Karahna kentinin tanrıları için gerçekleştirilen ritüelde, Fırtına tanrısı ve Güneş tanrısına, ritüel sırasında çeşitli zamanlarda *walhi*, *marnuuan* ve *KAŠ* biraları sunumu yapılmıştır (McMahon, 1991, 61, 67). Bir Hitit ritüel metninden öğrenildiğine göre ritüelin tanrısal varlıklara yapılan sunu bölümü, en son

¹⁴ Or. 90/1335 18 – 21: “[bir as]lan [başı], bir leopar başı ... [] ... Fırtına Tanrısının adamı bunların (hepsini) alır. [] onlar taşırılar [...] ve taht [a] [şöyle] söylerler: [“...] onlar koyarlar [...]. Yılla[r] Büyük Kral için [uzun] olsun!” Soysal – Süel, 2016, 334.

¹⁵ KBo 11. 30 vs. i 6 – 17: “hamina adamı marnuuan dolu bir işkaruh kabı alır. Tanrının açsısı, ocaktan çam kozalağı alır ve onu işkaruh'un içine atar. Sonra onu tekrar yukarı çıkartır. Ve tekrar yine ocağın içine atar. Ve işkaruh'u marnuuan ile ocağın üzerinde sallandırır ve krala elleri ile öne doğru tutar ve sunar. Kral uzaktan ellerini ona doğru uzatır hamina adamları gider ve ^{NA4}huwaşi taşının önünde üç defa libasyon yaparlar. Ocağa üç defa libasyon yaparlar. ^{NA4}huwaşi taşının yanında ve kaynağa üç kez libasyon yaparlar.” Nakamura, 2002, 217.

¹⁶ KUB 2.3: “SANGA rahibeleri kraliyet esasını şiparteş'in önünde tutarlar. Onlar komedyenlerin arkasında üç kez marnuuan dökerler. Komedyenler leğenden çıkarlar ve üç kez boynuz üflerler. Sonra onar gider.” Singer 1983, 78.

¹⁷ Ünal tarafından ritüellerde kullanılan bir içecek çeşidi olarak tanımlanmıştır. Ünal, 2007b, 782.

gerçekleştirilen dokuz *walhi* libasyonu sonlandırılmıştır¹⁸. Tanrıça İstar için yapılan bir ritüelde de *walhi* birası sunumunun yapıldığı görülmektedir (Beckman, 2015, 25).

Hititlerin doğum ritüellerinde bira sunuları gerçekleştirilmiştir. Hamileliğin son gününde yapılan bira sunularında *walhi* birasının da sunulduğu görülmektedir¹⁹. *Walhi* birası da diğer bira çeşitlerinde olduğu gibi arındırma amacıyla sunulmuş olabilir. Kizzuwatna bölgesi kökenli olduğu bilinen bir Hitit ritüelinde ise çukurun içerisine *walhi* birası dökülmüştür²⁰. Ritüelde bu eylemin hem tanrıları memnun etmek için yapıldığı söylenebilir.

Hititlerin kutladıkları önemli bir bayram olan *Nuntarriyašha* bayram ritüelinde ^{KUŠ}*kursa* ve Arinna'nın Güneş Tanrıçası için, kapı sürgüsüne, odaya, bazı yerlerle birlikte ocağa *walhi* birası sunulmuştur²¹. Bu bayram kutlamaları hakkında bilgi veren başka tablette *tawal* birasının, o tabletin kopyasında ise *walhi* birasının sunulduğu görülmektedir²². Bundan dolayı bu biraların birbirlerine yakın görüldüklerini söyleyebiliriz.

Tawal Birası

Hitit ritüel metinlerinde görülen ve çeşitli amaçlarla sunulan bir diğer bira çeşiti *Tawal* Birasıdır. Bu bira çeşidinin Kuşaklı höyükte bulunan bira imalathanelerinde üretilmiş olabileceği ifade edilmiştir (Karpe – Karpe 2014, 223, 224). Hitit panteonunun en önemli tanrısal varlıklarından birisi olan Arinna'nın Güneş Tanrıçası'na ait olan bir dini metinde kendisine *Tawal* Birası sunulduğu görülmektedir²³. Tanrıça İstar onuruna düzenlenen ritüelin üçüncü gününde *Tawal* Birası serpilerek sunu işlemleri gerçekleştirilmiştir²⁴. Karahna kentinin koruyucu tanrısı için gerçekleştirilen dini ritüelde *Tawal* Birası *KAS*, *walhi* biraları ve şarapla birlikte tanrısal varlıklara sunulmuşlardır²⁵.

Nuntarriyašha bayramı metinlerinde ^{KUŠ}*kursa* ve Arinna'nın Güneş Tanrıçasına yapılan sunularda *tawal* birası, *walhi* birası ile birlikte sunulmuşlardır. Bu bayram

¹⁸ KBo 19.128 vs. iii, 10 – 14: “hepsine libasyon yapabilmek için isimleri ile birlikte hepsini çağırır. Ama sonrasında (ritüelin) bu bölümünü walhi- ile dokuz kez libasyon yaparak bitirir.” Otten, 1971, 9.

¹⁹ KUB 33.67 10 – 14: “ve [hamileliğin son gününde onlar; ondan sonra bir kap su, [bir kap bira²] bir kap walhi (ve) bir testi marnuğan'ı [kadın alır²] ve karşıda, tanrı [...] yerindedir. Ve []...] Beckman, 1983, 73.

²⁰ KBo 10.45 iii 22 – 23: “Tanrı Anunnaki'nin önünde hançerle bir çukur açar ve çukurun içineyağ, bal, şarap, walhi içeceği ve Marnuğan içeceği (birası) sunar.” Reyhan, 2016, 25.

²¹ KUB 11.43 Rs. V 4 – 9: “[bir kez] Arinna'nın Güneş Tanrıçası için bir kez [onu] çağırarak için, bir kez de ^{KUŠ}kursa için [temiz] odaya bir kez, kapı sürgüsüne bir kez ocağın önüne bir kez [sonra] sırasıyla [tüm yerlere] [tawal] ve walhi sunuluyor.” Nakamura, 2002, 175.

²² KUB 11. 34 7 – 9: “ve tawal (B tablette: walhi) dolusu gümüş kap ile kralın karşısına çıkar.” Nakamura, 2002, 226.

²³ KBo 30.164 + KUB 44.13 öy. iii 23 – 27: “Kral halentuwa evinden gelir. ... zintuhi kadınlarının başı 50 ekmek. Tawal içkisinin 3 tahaşi kabını (ve) 1 testi şarabı sunar.” Akdoğan, 2016, 57.

²⁴ KUB 55.30 §3: “... onlar [tawal-] serperler ve walhi içeceği [...] onlar bir koyun ve eşekleri [...] üçüncü gün bitti.” Beckman, 2015, 26.

²⁵ CTH 681.1 §6: “sonra bira, şarap, tawal ve walhi ile libasyon yaparlar.” McMahon, 1991, 61.

metninin kopyasında ise *tawal* birası'nın yerine *walhi* birası yazılmıştır (Nakamura, 2002, 175, 226). *Tawal* birası bazı ritüellerde *walhi* birasıyla birlikte kullanıldığı görülmektedir. Bundan dolayı bu bira çeşitlerinin duruma ve şartlara göre birbirinin yerine kullanılmasında sakınca görülmeyen benzer özelliklere sahip olduğu düşünülen bira çeşidi oldukları söylenebilir.

Diğer Bira Çeşitleri

Hitit ritüellerinde *walhi*, *marnuuan*, *KAŠ* ve *tawal* biraları sıklıkla kullanılan bira çeşitleri olmuştur. Bu bira çeşitlerinin yanı sıra *KA.DU*, *piḫḫu* ve *KA.GAG* bira türlerinin de kullanıldığı görülmektedir.

Ritüel metinlerinde karşımıza çıkan bira çeşitlerinden birisi *KA.GAG* birasıdır. Bu bira adı, ucuz ve kalitesiz bira olarak nitelendirilmiştir (Ünal, 2007a, 294). Tanrıça İyaya için düzenlenecek olan güz bayramı kutlamalarında tanrıça İyaya için bir kap *KA.GAG* birasının sunulacağı yazılmıştır²⁶.

Piḫḫu bira çeşidinin nasıl bira türü olduğu kesin bir şekilde bilinmemektedir. Bu bira türünü evin arındırılması için gerçekleştirilen bir ritüel metninde görmekteyiz. Bu ritüel metnine göre bu bira içmek için hazırlanmıştır²⁷. Metinde bu biranın insanların içmesi için mi yoksa tanrının içmesi için mi hazırlandığı açık bir şekilde belirtilmemiştir.

KA.DU birası da *KA.GAG* birası gibi kalitesiz ucuz bira olarak nitelendirilmiştir (Ünal, 2007a, 295). Doğumla ilgili bir ritüel metninde içilmesi için hazırlandığı bilinen *KA.DU* birası dökülmüştür²⁸. Yeni doğan çocuklarla ilgili gerçekleştirilen ritüelde içilmesi için bir kap *KA.DU* birası hazırlanmıştır²⁹.

Şarap

Şarap, Hitit ritüel metinlerinde birayla birlikte en çok tercih edilmiş olan sıvı sunu objelerinden birisi olmuştur. Hitit yazılı belgelerinde şarap kelimesini ifade etmek için *GEŠTIN* kullanılmıştır (Puhvel, 2011, 103). Nasıl ki biranın bazı özel kentlerde kaliteli üretilip meşhursa şarap için de benzer şekilde bazı kentler ön plana çıkmıştır. Hitit dini metinlerinin bazılarında tanrının şarabının *Naḫita* ve *Ḫilika* kentlerinden temin edildiği ifade edilmiştir³⁰. Bu bilgidен dolayı bu kentlerin şarabının kaliteli olduğu ve bazı ritüellerde kullanılacak olan şarapların bu kentlerden temin edildiğini söyleyebiliriz.

²⁶ iii 7 – 8: “İyaya bir huwaši'dir. Güz bayramı için bir koyun, iki Parišu unu, bir kap *KA.GAG* birası.” Collins, 2006, 46.

²⁷ CTH 446 iv 5 – 8: “o ciğerleri pişirir ve keser. Üç kalın ekme kırar. Onları çukurun üzerine ve ocağın üstüne koyar. Şarap libasyonu yapar. İçmek için bir kap *piḫḫu* birası hazırlar.” Feder, 2011, 214.

²⁸ KUB 33.67 §2 2: “dahası, içmek için bir kap ucuz bira [kadın döker].” Beckman, 1983, 73.

²⁹ KBo 17 26: “[...] bir kap *KA.DU* birası içmek için [...]” Berman, 1972, 467.

³⁰ IBoT 2 i 29 numaralı metnin 12. satırında: “tanrının şarabı *Naḫita* ve *Ḫilika* kentlerinden temin edilmiştir”. Erkut, 1990, 4.

Hititlerin bazı ritüellerinde şarabın tanrılara sunu objesi olarak kullanıldığı görülmektedir. Karahna kenti kült envanter metninde Karahna kentinin koruyucu tanrısı için her yıl düzenli olarak üç yarım ölçü şarabın verileceği belirtilmiştir (Darga, 1973, 14). Hitit kralı II. Muwatalli'nin Hitit panteonundaki tanrılar meclisine yaptığı duasında, ritüelde kullanılacak olan sunu malzemelerinin hazırlanışını anlattığı gölümde 30 kap şarabın hazırlandığına yer verilmiştir (CTH 381 §1 için bkz. Singer, 2002, 86). Çeşitli büyü etkilerinden ya da tanrısal cezalandırma olarak depresyona giren insanların tedavileri için yapılan ritüelde tanrılara yapılan sunuların içerisinde şarap da bulunmaktadır (CTH 432 §8. Beckman, 1997, 75). Evin arındırılması için gerçekleştirilen ritüelde şarap sunusu yapıldığı görülmektedir³¹. Hitit döneminde önemli bir isim olan Ašhella'ya ait olan ritüel / büyü metinlerinde tanrılar için sunulacak her bir koçun yanında bir kap şarap sunusu yapılmıştır³². Arinna'nın Güneş Tanrıçasına ait olan kült metninde, tanrıçanın kendisine tanrıçanın kendisi için bir kap şarap sunusu gerçekleştirilmiştir³³. Hitit kralına ait olduğu düşünülen bir cenaze ritüeli metninde ritüelin birinci gününde şarap sunusu yapılmıştır (Sevinç Erbaşı, 2007, 2781). Hēpat'ın tahtı için yapılan libasyon metninde, bir kadeh şarap AZU rahibi tarafından yukarılara götürülerek sunu işlemi gerçekleştirilmiştir³⁴. Amminahatna'ya ait olan ritüel / büyü metninde tanrı Hurni için yapılan sunular arasında şarap da yer almıştır (Murat, 2002, 56). *Nuntarriyašha* bayramı kapsamında gerçekleştirilen ritüellerde, Arinna kentindeki kutlamalarda bayram için hazırlanan şarap sunulmuştur³⁵.

Hitit ritüellerinde şarap doğrudan sunulduğu gibi bazı ritüellerde çeşitli uygulamalardan sonra sunulduğu görülmektedir. Ritüel metinlerinde yer alan bazı uygulamalarda kurban sahibi veya kral, şarabın sunulacak olan kaba dokunulmasından sonra sunu işleminin gerçekleştirildiği görülmektedir. Maštigga'ya ait olan ritüel / büyü metinlerinde, Güneş tanrısına sunulması için sunu malzemelerinin hazırlanmasından sonra, içinde bir kap şarabın da yer aldığı sunu malzemeleri, kurban sahibine uzatılmıştır. Kurban sahibinin bu sunu objelerine dokunmasının ardından Güneş tanrısına sunu işlemleri gerçekleştirilmiştir³⁶. Eski

³¹ CTH 446 iv 5 – 8: “o ciğerleri pişirir ve keser. Üç kalın ekme kırar. Onları çukurun üzerine ve ocağın üstüne koyar. Şarap libasyonu yapar. İçmek için bir kap pihhu birası hazırlar.” Feder, 2011, 214.

³² CTH 394 öy. 15 – 16: “... her bir koçla birlikte 1 testi şarap, 1 kalın ekme, 1 pişmiş toprak kadeh götürürler...” Dinçol, 1985, 23.

³³ KBo 30.164 + KUB 44.13 öy. iii 22 – 27: “Kralın karşısında zintuhi kadınlarının başı 50 ekme, 3 kap tawal birası (ve) [1] kap şarabı sunar.” Akdoğan, 2016, 57.

³⁴ CTH 701 KBo 21.33 55 – 57: “... Bir kadeh şarabı da alır ve diğer AZU rahibine verir. Sonra damın üzerine yukarıya erkek tanrılara götürür ve libasyon yapar...” Ankan, 2003, 45, 46.

³⁵ KBo 39.63 + IBoT 4.81 + KBo 3.25 + KUB 10.48 17 – 20: “Ertesi gün kral Arinna'ya gider. Ve Nuntarriyašha bayramını kutlar. Ve Nuntarriyašha bayramı için şepitten yapılmış dannaš- ekmeleleri ve aynı şekilde bal ve yeni bir şarap libasyon eder.” Nakamura, 2002, 19.

³⁶ KUB 32 Vs. 1 18 – 22: “yaşlı kadın iki kurban sahibini kurban için [] yaşlı kadın bir kurban ekmeğini bir avuç peyniri [bir testi şarabı] alır ve onları kurban sahibine uzatır ve onlar ellerini koyarlar. Bir kurban ekmeğini ya da peyniri parçalarlar, şarabı da sunar...” Reyhan, 2002, 29.

Hitit dönemine ait olan bir ritüel metninde, aççıbaşı, krala içinde şarap dolu olan bir kabı uzatarak, kralın kaba eliyle dokunmasından sonra aççıbaşı tarafından tanrıya sunu yapıldığı görülmektedir³⁷.

Şarabın ritüellerde çeşitli yerlere sunulduğu görülmektedir. Sunaklar şarabın en çok sunulduğu yerler olmuştur. Hitit metinlerinden öğrenildiği üzere şarabın sunak haricinde başka yerlere de sunulduğu bilinmektedir. Zarpiya'ya ait olan ritüel / büyü metinlerinde bir kap şarabın kapı sürgüsünün üzerine asıldığı görülmüştür³⁸. Bu ritüelde şarabın kapı sürgüsünün üzerine asılmasının sebebinin, tanrısal varlıkların kendilerine verilen bu sunuları oradan alacakları düşüncesi olabilir. Bir yapı ritüeli metninde şarap sütunların önüne sunulmuştur³⁹. Yapı ritüelinde sütunlara sunu yapılmasının sebebinin, yapıyı taşıyan en önemli mimari elemanlardan biri olan sütunlara, tanrılar tarafından sağlamlık ve güç verilmesi istenmesi olabilir.

Şarap sunularının gerçekleştirildiği yerlerden birisi çukurlar olmuştur. Maštigga'ya ait olan ritüel / büyü metinlerinde bir yavru domuz kurban sahiplerinin üzerinde döndürüldükten sonra bir çukura konulmuştur. Daha sonra yavru domuzun koyulduğu bu çukura şarap sunusu gerçekleştirilmiştir⁴⁰. Hantitaššu'ya ait olan ritüel / büyü metinlerinde yavru domuzun cesedinin yerleştirildiği çukura üç kez şarap libasyonu yapılmıştır. Domuz yavrusunun cesedinin çukurdan çıkartılmasından sonra da çukurun içerisine tekrar şarap sunusunun gerçekleştirildiği görülmektedir (Ünal 1996, 30, 31). Günümüzde Çorum Ortaköy'e lokalizasyonu yapılan Hititlerin Şapinuwa kentinde gerçekleştirilen ritüelde, ritüel için açılan çukurun içerisine şarap dökülmüştür (Süel, 2015, 103).

Dönemin önemli ritüel / büyü uygulayıcılarından birisi olan Paskuwatti'nin bir erkeğin üreme gücünün tekrar yerine gelmesi amacıyla yapılan işlemlerde, ritüelin birinci günü için hazırlanmış olan sunu malzemelerinin içerisinde şarap da görülmektedir. Ritüel için hazırlanmış olan bu sunu malzemeleri asker ekmeğinin üzerine yerleştirilmiştir⁴¹.

Şarabın sunu olarak döküldüğü yerlerden birisi nehirler olmuştur. Ammihatna'ya ait ritüel / büyü metinlerinde iki kap şarabın nehre döküldüğü görülmektedir⁴². Tunnawi'ya ait ritüel / büyü metinlerinde nehrin kenarında bazı sunuların

³⁷ 7 – 8: “aççıbaşı, krala içi şarapla dolu bir işpantuzzi kabı uzatır. Kral eli ile kaba dokunur. Aççıların başı duvarın önünde 3 defa tanrıya libasyon yapar.” Neu, 1970, 19.

³⁸ 7 – 8: “aççıbaşı, krala içi şarapla dolu bir işpantuzzi kabı uzatır. Kral eli ile kaba dokunur. Aççıların başı duvarın önünde 3 defa tanrıya libasyon yapar.” Neu, 1970, 19.

³⁹ KUB 55.28 + Bo 7740 7 – 10: “evin sahibi, sunağın önünde bira ve şarap döker daha sonra kan sunusu yapar. Her iki sütunun önünde üç kez libasyon yapar.” Ünal 1988, 1478; Ünal, 1998, 41.

⁴⁰ KUB 32 + KUB 34.84 + IBoT 2.111 + KBo 39.8 Vs. ii 50 – 54: “domuz yavrusunu onların üzerinde çevirir sonra onu öldürürler, yeri kazarlar ve domuz yavrusunu (kazdıkları çukurun) dibine koyarlar, şarap sunarlar, (onları) toprağın içinde tutarlar.” Reyhan, 2002, 43.

⁴¹ CTH 406 §2: “... her şeyden çok az, iyant- koyunu yününden bir yumak yün, bir testi şarap ve KUSITU kıyafetleri veya üreme gücü olmayan adamın ceketi, bunların hepsi asker ekmeğinin üzerine konur.” Hoffner, 1987 277.

⁴² 48 – 49: “2 KUKUB kabı şarabı alır ve 2 KUKUB kabından şarabı nehre döker.” Murat, 2002, 28.

gerçekleştirildiği belirtilmiştir⁴³. Metinde şarap libasyonunun yapıldığı ifade edilmiş ancak bu libasyonun nehir kenarındaki toprağa mı yoksa nehre mi gerçekleştirildiği net bir şekilde ifade edilmemiştir. İster nehir kenarına olsun ister nehrin kendisine olsun bu ritüeldeki libasyon uygulamasının nehre yapılan libasyonlarla benzer amaçla gerçekleştirildiğini söyleyebiliriz.

Şarap sunularının yapıldığı önemli yerlerden birisi de pencere önü olmuştur. Fırtına Tanrısı için düzenlenen bir ritüel metninde, Fırtına Tanrısı şimşekleri yaptığı zaman kral tarafından pencerenin önünde şarap sunusu gerçekleştirilmiştir⁴⁴. Kral tarafından pencere önünde şarap sunusunun gerçekleştirilmesinin amacı büyük bir ihtimalle tanrının kızgınlığının yatıştırılması olabilir.

Bazı Diğer İçecek Sunuları

Hitit ritüellerinde bira ve şarap haricinde bazı içecekler de Hitit dininde tanrılara sunu malzemesi olarak kullanılmıştır. Bu içeceklerden birisi süt olmuştur. Süt Hitit metinlerinde *GA* şeklinde ifade edilmiştir (Ünal, 2007a, 121). Süt Hitit ritüellerinde çeşitli amaçlarla kullanılmış olsa da bazı ritüellerde tanrılar için sunu malzemesi şeklinde kullanılmıştır. Hititlere ait bir kehanet belgesinde tanrı için yapılması gereken sunuların ihmal edildiği belirtilerek ihmal edilen sunuların arasında sütün olduğu da belirtilmiştir⁴⁵. Tanrının kızgınlığının sebebinin süt sunusunun da ihmal edilmesi, Hitit dini düşüncesinde sütün tanrılar için önemli bir sunu maddesi olduğunu, insanların da tanrısal varlıkların sütü sevdiği düşüncesine sahip olduğunu gösterebilir.

Hitit ritüellerinde sunu objesi olarak karşımıza çıkan önemli bir içecek de su'dur. Hitit ritüellerinde tanrılara sunulacak su özenle seçilmiştir. Tanrılar tarafından bazı insanlara verilen kötü düşüncelerden dolayı depresyon haline girerek psikolojisi bozulan insanlar için uygulanmış olan tedavi ritüelinde *paššuil-* suyu libasyonu gerçekleştirilmiştir (Beckman, 1997, 74). Bu metnin biraz kırık olmasından dolayı kesin bir anlam çıkartılamasa da suyun şarapla birlikte libasyon edilmesi uygulaması, bu libasyonun arındırma amacıyla yapıldığına işaret edebilir.

Hitit ritüel metinlerinde içecek sunuları olarak *waršula* ve *kipikkišduš* içeceklerinin kullanıldıkları da görülmektedir. Karahna kentinin Koruyucu Tanrısı için gerçekleştirilen ritüelde tanrıya yapılan yiyecek ve içecek sunularının ardından ritüele katılım sağlayan tüm erkekler tarafından *waršula* içeceğinin içildiği

⁴³ Bo 2062 + Bo 2859 §6 27 – 29: “Kadın nehir kenarına vardığı zaman, nehrin cinleri? için bir ince ekmek parçalar ve onu nehrin kenarına koyar. İç yağlı kek ve yulaf lapası saçar? ve bunları onun üzerine koyar. Kadın şarap libasyonu yapar ve şöyle söyler:” Goetze, 1938, 7.

⁴⁴ 25 – 27: “Fırtına Tanrısı gök gürültüsünü yaptığı zaman, kral, onun önünde pencerenin önünde eğilir. Bir ^{NINDA}harşi ekmeği bölerek onu pencerenin önüne bırakır. Şarap libasyon eder.” Neu, 1970, 13.

⁴⁵ CTH 582, KUB 18.16 1 – 5: “Saka yok(tur) ve hamamda ölü ruhlarına sunmuyorlar: HAKURRATU, ŞALITU, süt, taze ekmekler de bu 3. yıl ihmal edilmiştir. Garana bayramı, şeli bayramı bu 3. yıl onlar da ihmal edilmiştir.” Süel, 1985, 149.

belirtilmiştir⁴⁶. *KUŠkurša*'nın yenilenmesiyle ilgili yapılan bir ritüelde sunuların tanrı heykelinin arkasına yerleştirilmelerinden sonra *kipikkišduš* içilmiştir (McMahon, 1991,149).

SONUÇ

Hititlere ait yazılı ve arkeolojik eserlerden öğrenildiği üzere Hititler dini ritüelleri ve uygulamalarında bazı içeceklerini tanrılarına sunu objesi olarak kullanmışlardır. Başta Fraktin kabartması olmak üzere bu libasyon sahnelerini resmetmişlerdir. İçeceklerin bazıları özel olarak hazırlanmış ya da kaliteli üretildikleri ya da doğada buldukları yerlerden temin etmişlerdir. Biralara bazı çeşitlerinin Kuşaklı'ya lokalize edilen Sarissa kentinde üretilen biralara kullanıldığı tahmin edilmektedir. Buradaki bira üretim yeri oldukça gelişmiş bir yapıda olduğu görülmüştür. Şarap için de benzer şekilde bazı kentlerin ön plana çıktığı görülmüştür. Bu kentler *Naḫita ve Hilika* olmuştur. Bazı ritüellerde bu kentlerde üretilen şarap kullanılmıştır. Ritüellerin önemli bir sunu maddesi olan su da benzer şekilde temiz su kaynaklarından alınmıştır. Başkent Hattuša yakınlarında yer alan Ortaköy ile lokalizasyonu yapılan Şapinuwa antik kentindeki temiz su kaynaklarından getirilmiştir.

Bira sunuları incelendiği zaman bu sunuların büyük çoğunluğunun sunaklara yapıldığı görülmektedir. Bu sunaklar tanrılar için hazırlanmış olan özel mekanlardır. Sunakların yanında da başka yerlere sunular gerçekleştirilmiştir. Bu yerler pişirilmiş olan kalp ve ciğerin üzerleri, taht, pencere, ocak ve kapı sürgüsü gibi yerler olmuştur.

Bazı ritüellerde bira sunusu gerçekleştirilmeden önce bazı uygulamalar yapılmıştır. Bu uygulamalardan dikkat çekenlerinden birisi ocak üzerinde sallandırılması olmuştur. Ocağın Hitit inancında tanrısal bir varlık olduğu düşünülürse sunulacak olan biranın da kutsallaştırılması amaçlanmış olabilir.

KI.LAM bayramında ise komedyenler Marnuḫan birası dolu leğene girmişlerdir. Bu komedyenlerin arkalarından (sırtlarından) SANGA rahibeleri tarafından üçer kez Marnuḫan birası dökülmüştür. Ritüelde böyle bir uygulamanın gerçekleştirilmesi biranın aynı zamanda arındırıcı özelliği olduğunu, bu işlemle ritüelde görevli olan komedyenlerin arındırıldığını düşündürebilir.

Ritüeller ile ilgili bilgi veren bazı metinlerde *tawal* birasının, tabletin başka bir kopyasında ise *walḫi* birasının sunulduğu yazılmıştır. Bu bilgiden hareketle bu iki bira çeşidinin birbirlerine yakın görüldükleri düşünülebilir. Bunun yanında *tawal* birasının az bulunmuş olabileceği, bu durumlarda da onun yerine *walḫi* birasının kullanıldığı düşünülebilir.

⁴⁶ CTH 681 ay. III §29: “*ekmeklerin kırılması, içki sunuları, kırılan ekmeklerin tanrı heykelinin arkasına konulmasından sonra tüm erkekler waršula içerler.*” McMahon, 1991, 71.

Bazı metinlerde biranın içmek için hazırlandığı kesin gibi gözükse de kim tarafında tüketileceği açık bir şekilde belirtilmemiştir. Bundan dolayı bu biranın insanların içmesi için mi yoksa tanrının içmesi için mi hazırlandığı kesin bir şekilde ifade edilememektedir. Arındırma ritüelinde olmasından dolayı evin arındırılacağı gibi evde yaşayan ritüel sahiplerinin de arındırılmasında kullanıldığı söylenebilir.

Ritüellerde kullanılan bazı biraların kaliteli olmayan bira çeşitleri oldukları görülmüştür. Yazılı belgelere göre bu biralar içmek için hazırlanmışlardır. Bu metinlerde bu biraların kimler tarafından yani insanlar mı yoksa tanrılar mı olduğu ifade edilmemiştir. *KAŞ*, *marnuuan*, *tawal* ve *walhi* bira çeşitlerinin ritüellerde daha sık görüldüğünü, bu bira çeşitlerinin diğerlerine göre daha kaliteli olduklarını düşündüğümüz zaman, kaliteli biraların tanrılara sunulduğu, daha az kalitedeki biraların ise tanrılar için uygun görülmemeyerek insanlar tarafından tüketilmiş olabileceğini söyleyebiliriz.

Biraların yanında sunu objesi olarak kullanılan en önemli içecek şarap olmuştur. Şarap da bira gibi en başta tanrısal varlıklara sunu olarak libasyon edilmiştir. Bu libasyon işlemi genellikle sunaklara olmuştur. Sunakların yanı sıra nehir, nehir kenarlarına, çukura, sütunların önüne, kapı sürgüsü ve pencere önü gibi yerlere sunulduğu da bilinmektedir.

Hititlere ait bazı ritüel metinlerinde şarap sunusu gerçekleştirilmeden önce şarabın içerisinde bulunduğu kaba dokunma eylemi gerçekleştirilmiştir. Bu kaplara kralın ya da kurban sahibinin dokunmasını bir çeşit vekalet verme uygulaması olarak düşünebiliriz. Vekalet verme asli anlamıyla sunu işlemini kendisi gerçekleştirmeyecek / gerçekleştiremeyecek kişilerin, kendisi için bu uygulamayı yapma yetkisini bir başka kimseye devretmesidir. Böylece İslam dinindeki kurban ibadetinde olduğu gibi günümüze kadar süregelen bir uygulamanın ilk örneklerinden birinin Hititlerde olduğu söylenebilir.

Ritüellerin bazılarında çukurlar açılmış ve açılan bu çukurların içerisine şarap dökülmüştür. Bu uygulama büyük ihtimalle arındırma için gerçekleştirilmiştir. Özellikle *Ḫantitaššu* ve *Maštigga*'ya ait olan ritüel uygulamalarının arındırma ritüelleri olduğunu düşünürsek bu uygulamanın da arındırma amaçlı olduğunu söyleyebiliriz.

Paškuwatti'ye ait olan ritüelde içlerinde şarabın da bulunduğu bazı sunu objeleri asker ekmeği'nin üzerine koyulmuştur. Asker ekmeği bu ritüelde büyük bir ihtimalle sunak olarak görülmektedir. Böylece şarap bu ritüelde sunu objesi olarak verilmiştir.

Ritüellerde sunulan objeler arasında süt ve su da bulunmaktadır. Süt sunusu tanrılar için önemli bir sunu objesi olmuştur. Ritüel metinlerinden anlaşıldığı üzere bu sunu ihmal edilince tanrılar öfkelenebilmiştir. Su da benzer şekilde tanrısal varlıklar için önemli bir sunu olmuştur. Özellikle tanrılara saf su sunumu gerçekleştirilmiştir.

Kaynakça

- Akdoğan R. (2016). Boğazköy'den yayınlanmamış bir Hititçe tablet (Bo 3891) ve Zintuhi- kadınları”, *KUBABA Arkeoloji Sanat Tarihi*, 53-62.
- Arıkan, Y. (2003). Hitit çivi yazılı belgelerinde şuhha- “(düz) dam, çatı” ve onun dinsel ve sosyal hayattaki yeri, *Anadolu Arşivleri*, 6(1), 11 – 57.
- Arıkan, Y. (2005). Hitit kültüründe bir görevli ^{LU}tazelli-, *V. Uluslararası Hititoloji Kongresi Bildirileri*, 49-82.
- Beckman, G. (1983). *Hittite birth rituals*, STBOT 29, Otto Harrosowitz-Wiesbaden.
- Beckman, G. (2007). A Hittite ritual for depression (CTH 432), *Tabularia Hethaeorum: Hethitologische Beiträge: Silvin Kosak zum 65. Geburtstag*, eds: Groddek, Detlev and Maria Zorman, Wiesbaden: Harrasowitz, 69 – 81.
- Beckman, G. (2011), Blood in Hittite ritual, *Journal of Cuneiform Studies*, 63, 95-102.
- Beckman, G. (2015). The Sea! The Sea! A rite from the South Anatolia (CTH 719), *Gedenkschrift für Heinrich Otten Anlässlich Seines 100. Geburtstags*, ed. A. Müller-Karpe, E. Rieken, and W. Sommerfeld, Wiesbaden: Harrasowitz Verlag, 15-29.
- Berman H. (1972). A Hittite ritual for the newborn, *Journal of the American Oriental Study*, 92(3), 466-468.
- Berman, H. (1982). Some Hittite oracle fragments”, *Journal of Cuneiform Studies*, 34(1/2), 94 – 98.
- Collins B. J. (2006). A note some local cults in the time of Tudhaliya IV, *The Life and Times of Hattušili III and Tuthaliya IV Proceedings of a Symposium Held in Honour of J. De Roos*, Oosten: Nederlands Instituut Voor Het Nabije, 39-48.
- Darga, M. (1973). *Karahna şehri kült envanteri*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Dinçol, A. M. (1985). Aşhella rituali (CTH 394) ve Hititlerde salgın hastalıklara karşı yapılan majik işlemlere toplu bir bakış, *Belleten*, 49(193), 1-40.
- Erkut, S. (1990). Hititlerde tuz ve kullanımı, *Belleten*, 54(209),1-7.
- Feder, Y. (2011). *Blood expiation in Hittite and Biblical ritual origins, context and meaning*, Atlanta: Society of Biblical Literature.
- Goetze, A. (1938). *The Hittite ritual of Tunnawi*, In Cooperation with E. H. Sturtevant, New Haven: American Oriental Series 14.
- Hoffner Jr., H. A. (1987). Paskuwatti's ritual against sexual impotence (CTH 406), *Aula Orientalis*, 5(2), 271-287.
- Karpe, A. M. – Karpe V. M. (2014) Kuşaklı – Šariša, *Hititler bir Anadolu imparatorluğu*, Haz. Meltem Doğan Alpaslan – Metin Alpaslan, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 220-225.

- McMahon G. (1991). *The Hittite state cult of the tutelary deities*, Chicago: The Oriental Institute of the University of Chicago Assyriological Studies: 25.
- Murat 2002 Murat, L. (2002). *Kizzuwatna'lı rahip Ammihatna'ya ait bir ritüel metin (CTH 471)*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eskiçağ Dilleri ve Kültürleri (Hititoloji) Anabilim Dalı.
- Müller – Karpe, A. (2003). 1999 – 2001 yıllarında Kuşaklı – Sarissa’da yapılan kazı ve araştırmalar, *XXIV. Kazı Sonuçları Toplantısı*, I, 437 – 448.
- Nakamura, M. (2002). *Das Hethitische Nuntarriyaşha- Fest*, Oosten: Nederlands Instituut Voor Het Nabije.
- Neu E. (1970). *Ein althethitische gewitterritual*, Harrassowitz: STBOT 12.
- Otten H. (1971). *Ein Hethitisches festritual (KBo XIX 128)*, Otto Harrassowitz – Wiesbaden: STBOT 13.
- Puhvel J. (2011). Barm and balm, Hittite style, *Journal of Cuneiform Studies*, 63, 103 – 104.
- Reyhan, E. (2002). *Hitit kaynaklarında Kizzuwatna'lı kadın Maštigga'ya ait ritüel metinler*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi) , Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eskiçağ Dilleri ve Kültürleri Hititoloji Anabilim Dalı.
- Reyhan, E. (2016). Hitit arşivlerinde Kizzuwatna kökenli “Tanrı Çağırma Ritüelleri”, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 35(60), 1-38.
- Sevinç Erbaşı, F. (2007). Hitit krallarının / kraliçelerinin cenaze törenleri ve eski Yakınoğu’da kremasyon (ölüyü yakarak defnetme) geleneği, Ankara: 38. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları (ICANAS)*, 2777 – 2796.
- Singer, I. (2002). *Hittite prayers*, Edited by: Harry A. Hoffner, Jr., Atlanta: Social of Biblical Literature.
- Soysal, O. – Süel, A. (2016). The Hattian – Hittite foundation rituals from Ortaköy (II). Fragments to CTH 726”, *Audias Febulas Veteres. Anatolian Studies in Honor of Jana Součková – Siegelová*, Ed. Šárka Velhartická, Leiden Boston: Brill, 320-364.
- Süel, A. (1985). *Hitit kaynaklarında tapınak görevlileri ile ilgili bir direktif metni*, Ankara: Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Yayınları.
- Süel, A. (2015). The religious significance and sacredness of the Hittite capital city Sapinuwa”, *Sacred Landscapes of Hittites and Luwians Proceedings of the International Conference in Honour of Franca Pecchioli Daddi*, Eds. Anacleto D’Agostino, Valentina Orsi, Giulia Torri, Florence: Firenze University Press, 101 – 111.
- Torri, G. (2004). A Hittite magical ritual to be performed in an emergency”, *Journal of Ancient Near Eastern Religion*, 4, 129-141.

- Ünal, A. (1996), *The Hittite ritual of Ḫantitaššu from the city of Ḫurma against troublesome years*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Ünal, A. (1998). Ebediyete intikal edecek şekilde inşa edeceksin! – iple tavana tırmanan Hitit mimarının cambazlıkları”, *XXXIV. Uluslararası Assiriyoloji Kongresi Kongreye Sunulan Bildiriler*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 39 – 46.
- Ünal, A. (2007). *Anadolu'nun en eski yemekleri Hititler ve çağdaşı toplumlarda mutfak kültürü*, İstanbul: Homer Kitabevi.
- Ünal, A. (2007a). *Hititçe çok dilli el sözlüğü*, I, Hamburg: Verlag Dr. Kovaç.
- Ünal, A. (2007b). *Hititçe çok dilli el sözlüğü*, II, Hamburg: Verlag Dr. Kovaç.
- Ünal, A. (2012). Çivi yazılı belgeler ile paleostolojik ve arkeolojik buluntular ışığında eski Anadolu'da avcılık”, *Stratonikeia'dan Lagina'ya Ahmet Adil Tırpan Armağanı*, İstanbul: Ege Yayınları, 657 – 691.

Ekler



Foto 1: Fraktin kaya kabartması sunu sahnesi⁴⁷.

⁴⁷ <https://www.hittitemonuments.com/fraktin/index-t.htm>

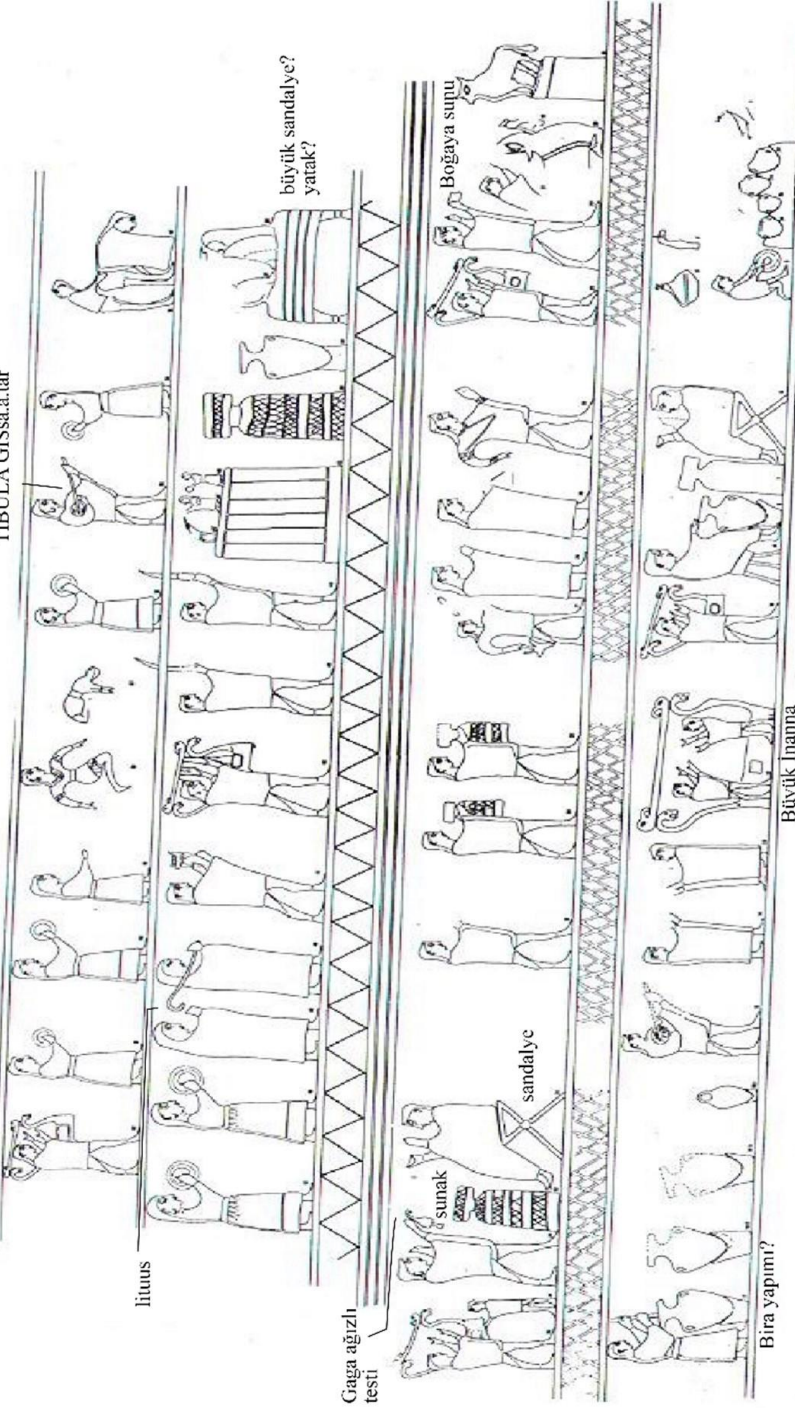


Foto 2: İnandık Vazosu çizimi. (Darga, 1992, 60)'dan uyarlanmıştır.

3. Bölüm

Futbol Kulüplerinin Sosyal Medya Stratejileri: TikTok Platformu Özelinde Ümraniyespor FK¹

Yusuf TÜRKYILMAZ²
Onur ÖNÜR MEN³

¹ Bu çalışma Doç . Dr Onur ÖNÜR MEN danışmanlığında Futbol Kulüplerinin Sosyal Medya Kullanımında Yeni Eğilimler: Ümraniyespor Kulübü Ve Tiktok Örneği adlı yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiş ve Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi Tarafından SYL-2023-12775 kodlu proje ile desteklenmiştir.

² Y. Lisans Öğr. Erciyes Üni. Sos.Bil. Ens. ORCID:0000-0001-7579-3752

³ Doç. Dr. Erciyes Üni. İletişim Fak. ORCID: 0000-0001-7500-2869

Giriş

Dijital çağın getirdiği değişimlerle birlikte, futbol kulüpleri sadece saha performanslarıyla değil, aynı zamanda sosyal medya platformlarında oluşturdukları içeriklerle de dikkat çekmektedirler. Sosyal medyanın giderek daha etkin bir rol oynaması, spor kulüplerinin iletişim stratejilerinde önemli değişikliklere yol açmaktadır. Günümüzde neredeyse tüm spor kulüpleri, sosyal medya hesaplarını profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmektedir. Bu durum, geleneksel medyanın ötesine geçerek, sosyal medya platformları için özgün stratejiler geliştirilmesini gerektirmektedir. Bu kapsamda, mevcut çalışma futbol kulüplerinin endüstriyel futbol kavramı bağlamında sosyal medya ve Tiktok kullanımlarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, ilgili literatür temel alınarak, sosyal medya ve Tiktok platformlarının futbol kulüpleri üzerindeki etkileri incelenecektir.

Spor kulüpleri, yalnızca kendi internet siteleri aracılığıyla değil, aynı zamanda milyonlarca takipçiye ulaşabilen sosyal medya hesaplarıyla da geniş kitlelere hitap etmektedirler. Sosyal medya platformları, sürekli olarak yeni uygulamalar geliştirerek toplumun geniş bir kesimini kendine çekmeye devam etmektedir. Bu yeni uygulamalardan biri, özellikle genç kullanıcılar arasında popüler olan TikTok'tur. TikTok, kullanıcıların 15 ile 60 saniye 2 arasında değişen video içeriklerini üretip paylaşımlarına olanak tanıyan bir mobil platform olarak öne çıkmaktadır. Gençler arasında oldukça yaygınlaşan Tiktok, kulüplerin oyuncularının performanslarını ve günlük yaşantılarını eğlenceli ve dinamik bir şekilde sergileyerek, taraftarla daha samimi ve güçlü bir bağ kurulmasına da imkân sağlar. Bu süreçte, kulüpler sadece maç sonuçları ve transfer haberleri gibi geleneksel içerikleri değil, aynı zamanda antrenman görüntüleri, soyunma odası kutlamaları ve taraftarlarla etkileşimli canlı yayınlar gibi daha gerçekçi ve içten içerikler üretmeye başlamıştır. Kulüplerin dijital varlıklarını güçlendirirken taraftar bağlılığı da bu yaklaşımla önemli ölçüde artırılabilir.

Modern futbol endüstrisinde, sosyal medya kullanılarak oluşturulan içerik, kulüplerin pazarlama planlarının önemli bir bileşenidir. Sosyal medya metrikleri, özellikle sponsorluk anlaşmaları ve reklam gelirleri için artık çok önemlidir. Sosyal medyada elde ettikleri yüksek etkileşim sayesinde, kulüpler daha yüksek sponsorluk anlaşmaları imzalayabilir ve uluslararası pazarda daha güçlü bir konuma sahip olabilmektedirler.

Futbol takımları, TikTok'un sunduğu bu fırsatları fark ederek bu platforma özel içerikler üretmeye başlayıp geniş bir izleyici kitlesine ulaşmayı başarmıştır. TikTok üzerindeki futbol içerikleri, dikkat çekici bir şekilde 70 milyar görüntülenmeye ulaşmıştır. Profesyonel futbol takımları, bu kısa video formatından faydalanarak içeriklerini geniş bir kitleye tanıtarak milyonlarca izleyiciye ulaşmayı başarmışlardır (Turan, 2023, s. 2). Bu durum, futbol kulüplerinin sosyal medya platformları

aracılığıyla kendi marka değerlerini güçlendirme ve ticari gelirlerini artırma konusunda yeni fırsatlar yakaladıklarını göstermektedir.

Futbol ve Medya İlişkisi

İngilizcede araç ve ortam aracı anlamlarını içeren media kelimesinin karşılığı olarak 1980’li yıllarda dilimize girmiş olan medya kavramı, daha öncesinde kitle iletişim araçları olarak ifade edilen iletişim ortamlarını tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Gelişen teknolojinin sonucu olarak değişim ve dönüşüm gösteren iletişim araçları, günümüzde birey ile toplumları yönlendirmek, etkilemek, manipüle etmek adına kullanılan en etkili araç konumuna erişmiştir (Gökçe, 1998, s. 90). Ortaya çıkışıyla birlikte sürekli olarak değişim gösteren ve günümüzde de gelişimini düzenli olarak sürdürmeye devam eden medya, toplumsal yaşantının vazgeçilmez unsurlarından bir tanesidir.

Medya ya da başka bir deyişle kitle iletişim araçları, insanlara bilgi aktaran araçlar olma görevinin yanında birey ve toplumları eğiten, nerede nasıl davranmaları gerektiğini anlatan, toplum içerisinde yaşanan durumların neye göre iyi veya neye göre kötü olduğunu yorumlayan, hatta yaşanan durumlara nasıl tepkiler verilmesi gerektiğini gösteren araçlar haline gelmiştir (Ünsal, 2013). Bu yönüyle de kitle iletişim araçlarının doğrudan veya dolaylı biçimde insanlar üzerinden önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Kitle iletişim araçları aracılığıyla üretilen içeriklerin insanlar üzerinde ne tür etkileri olduğu, tarih boyu pek çok medya araştırmacısı için cevap alınamayan bir soru olmuştur. Araştırmacılar, bu sorunun cevabını ağırlıklı olarak psikoloji alanında yer alan gelişmeler ile açıklamaktadırlar. Buna göre 1950’li yıllarda egemen olan davranışçı yaklaşım, bireylerin dış dünyadan aldıkları mesajlarla davranışlarının ölçülebilir ve gözlemlenebilir düzeyde değişmesi olarak açıklanabilmektedir.

Davranışçı yaklaşıma göre insanın öğrenmesi durumu diğer bir deyiş ile davranışların değiştirmesi bu davranışların uyarıcısına ve tepkiye odaklanmaktadır. Bu açıdan uyarıcının medya aracılığı ile gönderimleri sağlanan iletiler olarak algılandığı tepkinin de uyarıcının iletilerine maruz kalan insanların davranışlarındaki değişim olarak algılandığı ifadesi kullanılmaktadır (Şimşek, 2021). Medya, tüm yazılı, işitsel, görsel ve elektronik içerikleri kapsayan genel bir kavramdır. Dergiler, kitaplar, gazeteler, radyo, televizyon ve sinema içerikleri ile günümüzde oldukça yaygın olarak kullanılan sosyal medya paylaşımları medyanın araçları olarak kullanılmaktadır. Medya araçları, insanları olaylar hakkında bilgilendirmek ve boş zamanlarını eğlenceli kılmak amacıyla içeriklerini üretmektedir. Üretilen bu içerikler ise dünyanın her yerinden insanlara iletilmektedir (Yetim, 2006). Haberleşme, dünyadaki gelişmelerden bilgi alma, insanlarla iletişim kurma ve farklı toplumlardan haberdar olma gibi istekler nedeniyle kullanılan medya araçları,

dünyayı herkes tarafından görünebilir ve ulaşılabilir hale getirmiştir (Gülçay & Balcı, 2018). Ayrıca medya, yaşanan olayları geleceğe aktarma gücüne de sahip olduğundan insanlar için vazgeçilmez bir konuma ulaşmıştır.

Medyanın büyük kitlelere ulaşmasını sağlayan en önemli ürünlerinden bir tanesi spor içerikleridir. Spor içerikleri, dünyada pek çok insanı aynı anda bir araya getirebilme özelliğine sahiptir ve bu açıdan eşsizdir. Spor, sahip olduğu bu eşsiz özellik sayesinde toplumsal yaşam üzerinde güçlü bir alan haline gelmiştir. Aslında toplumsal yapıyı oluşturan kitleler aynı zamanda sporun da oluşmasını sağlayan önemli bir etkidir. Öte yandan sporda kendi dinamik yapısına bağlı olarak kitleler oluşturabilmektedir (Hiçyılmaz, 1984). Toplumsal yaşam üzerinde güçlü bir alan haline gelen spor, bu güç sayesinde aynı zamanda bir pazar sahası olarak endüstrileşmiştir. Sporun toplum üzerindeki gücü ve etkisini fark eden dünyanın her yerinden yatırımcılar, pazarlama yöntemlerini spor ile ilişkilendirerek sporun endüstrileşmesine hizmet etmişlerdir (Yoon & Choi, 2005, s. 191). Ticari bir yapı olan medya içinde yer alan spor medyası, okuyucu ve izleyicilerin isteklerini karşılamayı amaç edinmiştir. Ancak, spor medyasının, hizmet verdiği kuruluşların çıkarlarını gözeterik hareket ettiği de unutulmamalıdır. Bu nedenle, spor medyasının, diğer sporlara kıyasla daha fazla ilgi gören futbola odaklanmaktadır (Özsoy, 2008, s. 102).

Futbol medyasının ortaya çıkışı, genel medya tarihine paralellik göstermektedir. Medya endüstriyelleştikçe geniş kitlelere ulaşmış, benzer şekilde futbolda endüstrileşerek medyada yer bulmuştur. Kapitalist toplumlarda "boş zaman" değerlendirmesi açısından futbolun önemi büyüktür. Bu durum, futbolun yaygın bir spor olmasında etkili olmuştur. Boş zamanın futbol ile değerlendirilmesi, medya aracılığıyla futbol izleyicisine ulaşmayı da içermektedir. Günümüzde, futbolun önemi ve etkisi oldukça büyüktür; televizyonlarda futbol maçları yüksek izlenme oranlarına sahiptir. Toplumda sporun rolünün artış göstermesiyle birlikte medya, sporla daha fazla ilgilenmeye başlamıştır. Bu ilgi memnuniyet vericidir, ancak futbolun medyada sunuluş biçimi spor kültürüne pozitif bir katkı sağlamamaktadır.

Futbol, medya araçlarının en önemli içerik ortaklarından biri ve spor endüstrisinin en kazançlı alanıdır. Geleneksel medya araçlarının egemen olduğu dönemde, radyo ve televizyondan canlı olarak yayınlanan futbol karşılaşmaları günümüzde bir dönüşüm geçirerek yeni medya araçlarıyla da sunulmaktadır. Ayrıca, futbol karşılaşmalarını yalnızca canlı olarak takip etmekten ziyade karşılaşma öne ve karşılaşma sonrası yayınları da medya araçlarıyla yaygınlaşarak uzun süreli bir yayıncılık söz konusu hale gelmiştir (İli, 2021, s. 148). Futbol turnuvalarına ait karşılaşma bilgileri; futbolcu verileri, karşılaşmayı takip eden seyirci sayıları, karşılaşmanın golleri ve önemli anları gibi bilgiler internet tabanlı olarak karşılaşmayı takip eden seyircilerle paylaşılmaya başlamıştır (Ataizi, 2018, s. 118).

Gelişen teknolojiyle birlikte sağlanan bu yenilikler yayıncılık alanını kolaylaştırmış, kolaylaşan yayıncılığın sonucunda birçok futbol yayını yapan yeni yayıncılar ortaya çıkmıştır. Artan yayıncı sayısının sonucu olarak, futbol gündemi toplumun tamamına ulaşma fırsatı bulmuştur (İli, 2021, s. 148). Bu durum medya ile futbol arasında bulunan yüksek etkileşime dayalı bağı güçlendirmiştir.

Futbol ve Sosyal Medya

Futbol, İngilizce "foot" (ayak) ve "ball" (top) kelimelerinin birleşimiyle oluşmuş bir terimdir ve anlamı "ayak topu"dur. Modern futbolun kökeni İngiltere olarak kabul edilmekle birlikte, farklı toplumlarda futbola benzeyen oyunların geçmişte çeşitli biçimlerde oynandığı bilinmektedir (Tazegül, 2017). Örneğin, M.Ö. 300'lerde Çin'de askeri eğitim amacıyla oynanan "Cuju" ve Japonya'da M.S. 644 yılında oynanan rekabete dayanmayan "Kemari" oyunları bu bağlamda öne çıkmaktadır (Terlemez, 2019). Erken dönem futbol, şiddet içeren bir aktivite olarak tanımlanmıştır ve sık sık yasaklanmıştır. Bu dönemde futbol, hem fiziksel yaralanmalara hem de ölümlere yol açan sert bir oyun olarak görülmüştür. Örneğin, Fransa kökenli "La Soule," topu ele geçirmek için zorbalık ve şiddet içeren bir oyundur ve rugbyye benzemektedir (Stemmler, 2000). Antik Yunan'da oynanan "Episkyros" ve Roma İmparatorluğu'ndaki "Harpastum," futbola benzer oyunlar olarak bilinmektedir. Bu oyunlarda amaç, topu rakip takımın sahasına taşımaktır. Özellikle "Harpastum," Romalı askerlerin savaş taktiklerini geliştirmelerinde kullanılmıştır (Çırak, 2020). Modern futbolun kuralları, 19. yüzyılda İngiltere'de şekillenmeye başlamıştır. 1848'de Cambridge'de ilk futbol turnuvaları düzenlenmiş, 1857'de ise ilk futbol kulübü Sheffield Club kurulmuştur. 1863 yılında İngiltere Futbol Federasyonu'nun (Football Association) kurulmasıyla modern futbolun temelleri atılmıştır (Macit, 2021). Demiryollarının sağladığı ulaşım kolaylığı sayesinde futbol kısa sürede İngiltere dışındaki ülkelere yayılmıştır (Çırak, 2020). 1880'li yıllarda futbol, işçi sınıfının boş zaman aktivitelerinden biri haline gelmiştir. Fabrika kurallarının iyileştirilmesi, işçilerin serbest zamanlarının artmasına ve futbolun geniş kitlelere yayılmasına katkıda bulunmuştur (Talimciler, 2005). Bu dönemde seyirci kitlesi hızla büyümüş ve 1871'de İngiltere Kupası'nın, 1888'de ise ilk futbol liglerinin kurulması, futbolun popülerliğini artırmıştır (Macit, 2021).

Günümüzde futbol, yalnızca bir spor dalı olmanın ötesinde, dünya genelinde bir yaşam biçimi olarak algılanmaktadır. İnsanlar, hayatlarının çeşitli yönlerini bu oyuna yansıtarak, futbolu bir eğlence aracından ziyade hayat gayesi olarak benimsemektedirler. Futbol, ortaya çıktığı dönemden günümüze kadar yaşadığı dönüşümlerle birlikte birçok kavramla ilişkilendirilerek anlam kazandırılmış bir aktivite haline gelmiştir. Bu oyun, insanlara sadece eğlence değil, aynı zamanda

heyecan, güç, üzüntü, sevinç, gurur ve hatta öz benliklerini bulabilecekleri bir alan sunmaktadır (Talimciler, 2008, s. 90).

Futbolun etkisi artık yalnızca sahada değil, televizyon, internet, gazete, telefon ve tüm sosyal medya platformları aracılığıyla sokaklarda da hissedilmektedir. Futbol seyircisi, maç sırasındaki davranışlarını yalnızca maç anı ile sınırlamamakta, yaşamış olduğu duygu durumunu maç sonrasına da taşımaktadır (Şentuna, 2020, s. 783). Bu duygular maç sonrası yayınlanan spor programlarını izleme sürecinde ve günlük hayatta da devam etmektedir. Maç canlı izlense de seyirciler maç sonrası programlarını da takip ederek maçla ilgili yorumları ve analizleri merak etmektedir. Bu durum, futbolun sahada oynanan bir oyundan çok daha geniş anlamlara sahip bir olgu olduğunu kanıtlamaktadır (Sever, 2023, s. 43).

Sosyal medya, futbol için ana akım medyaya nispeten daha dinamik bir yapıya sahip olması ve daha yüksek erişim imkânı sağlaması nedeniyle ön plana çıkmıştır. Sosyal medyanın taraftarlar ve kulüpler açısından önemli olmasının temel sebebi, doğrudan ve iki yönlü bir iletişim imkânı sağlamasıdır. Kulüpler, sosyal medya aracılığıyla resmi ürünleri hakkında bilgilendirme ve pazarlama faaliyetleri gerçekleştirirken; taraftarlar ise müşteri memnuniyeti, kulüp stratejileri gibi konulara dair geri bildirimlerini sosyal medya üzerinden kulüplerle paylaşma fırsatı yakalamaktadır. Bu bağlamda, gerek ulusal gerek uluslararası alanda tüm profesyonel futbol kulüpleri, çeşitli sosyal medya platformları vasıtasıyla taraftarları ve diğer spor tüketicileri ile iletişim kurmaktadır (Demir & Yıldız, 2020, s. 117).

Futbol Kulüpleri ve Sosyal Medya

Günümüz dijital çağının en önemli faktörlerden biri, her an “ulaşılabilir” olma durumudur. Futbol kulüpleri de bu gereksinime yanıt vermek için, resmi internet sitelerinin yanı sıra mobil uygulamalar ve sosyal medya hesapları aracılığıyla da aktif olarak faaliyet göstermekte ve bu sayede milyonlarca futbol taraftarına aynı anda ulaşabilmektedirler (Çırak, 2020, s. 47). Sosyal medya, takım taraftarlarının doğrudan kulüpleriyle iletişim kurabileceği bir platform konumundadır. Kulüpler, sosyal medya aracılığıyla etkinliklerini taraftarlarına en düşük maliyetle ve en kolay şekilde ulaştırabilmekte; bu amaçla resmi sosyal medya hesapları oluşturarak yönetmektedirler. Kulüplerin taraftarlar üzerinde sosyal medya aracılığıyla önemli bir etkisi olduğu gibi, taraftarların da sosyal medya üzerinden kulüpler üzerinde giderek artan bir etkisi bulunmaktadır. Sokaklarda ve stadyumlarda yaşanan rekabet, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla sosyal ağlara taşınmıştır. İnternetin sunduğu sınırsız olanaklar ve artan iletişim sayesinde taraftarların yapısı ve etkinliği de dönüşüme uğramaktadır. Taraftar grupları, sosyal medya üzerinden oluşturdukları baskı mekanizmaları ile kamuoyu oluşturmakta ve kulüplerin karar alma süreçlerini etkileyerek, alınan kararların değişmesine yönelik

bir güce sahip olmaktadır (Gümüş, 2019, s. 67). Öte yandan futbol kulüplerinin gönderim sağladığı mesajlar yalnızca taraftarlarla sınırlı kalmayarak, sürekli yenilenen bilgi akışıyla geniş bir kitleyi kapsamaktadır. Sosyal medya, yeni bir iletişim kanalı olarak futbol kulüplerine çeşitli fırsatlar sağlamaktadır. Bu fırsatlar, futbol kulüplerini futbolun ötesine taşıyarak, markalar ve sponsorlar tarafından da değerlendirilmektedir (Özçağlayan, 2012, s. 64). Dolayısıyla, futbol ve sosyal medya arasında bulunan ilişki, futbolun pazarlanması ve reklam planlamalarının yapılması noktasında da önemli bir konuma sahiptir. Futbol kulüpleri ve markalar, sosyal medya aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşmaktadır ve taraftarlarla doğrudan etkileşim kurabilme fırsatı yakalamaktadırlar. Bu durum, futbolun küresel bir marka haline gelmesine ve ticari değerinin artmasına olanak tanımaktadır (Baytar, 2021, s. 65).

Sosyal medya, markalar, kurumlar ve bireyler üzerinde giderek artan bir etki oluşturmaktadır. Bu etkinin, futbol kulüplerine olumlu anlamda itibar kazandırma potansiyeli varken, aynı zamanda olumsuz bir imaj oluşturma ya da mevcut itibarın zedelenmesine yol açma riski de bulunmaktadır. Futbol kulüpleri, günümüzde birer marka olarak faaliyet gösteren büyük kuruluşlar olarak, bu etkilere açık durumdadır. Futbolun endüstriyel bir yapıya dönüştüğü bu dönemde, sosyal medya paylaşımlarının değeri çok yüksek olabilir. Örneğin, Nike firmasının Brezilya milli takımına 10 yıl boyunca 400 milyon dolar karşılığında sponsor olması, en yüksek meblağlı sponsorluk anlaşmalarından biri olarak gösterilmektedir (Danış & Yengin, 2020, s. 95)

Sosyal medya paylaşımları ya da sponsorluk ve reklam çalışmaları sadece ticari kaygılarla seçilmemelidir. Futbol kulüpleri, belirli bir taraftar kitlesine sahip büyük kuruluşlar oldukları için, taraftarların ortak bir tutum sergileyebileceği göz önünde bulundurularak, analizlere dayalı seçimler yapılması gerekmektedir. Bir futbol kulübü ya da spor faaliyeti için, sponsorluk veya reklam sürecine karar verme ve anlaşma yapma durumu, iletişim sürecinin en kritik boyutudur. Seçilen marka, belirli bir mesajı, imajı veya tutumu temsil edeceğinden, kulüpler için iletişim süreci bu noktada başlamış olur. Kurumlar, spor faaliyetlerinin dünya genelindeki etkisinin farkına vardıkdan sonra, belirli imaj standartları oluşturarak kulüplerle iş birliği kurma, çeşitli ticari anlaşmalar yapma ve sponsorluk çalışmaları yürütme gerekliliğini hissetmişlerdir (Okay, 2012, s. 111). Bu sürecin doğru bir şekilde yönetilmesi ve stratejik olarak tanımlanması önem taşımaktadır. Seçilen marka, kulübün stratejilerine ve hedef kitlesine uygun olmalıdır. Başarılı bir sponsorluk anlaşması, sadece maddi kazanç sağlamakla kalmaz, aynı zamanda hedef kitlenin kulübe karşı tutumlarında olumlu değişimlere yol açabilir. Dolayısıyla sosyal medyada yapılan anlaşmaların paylaşılması ve bu paylaşımların etkileşim alması, günümüz dijital dünyası açısından oldukça önemli bir yere sahiptir.

Futbol Kulüpleri ve TikTok Platformu

TikTok, Çinli girişimci Zhang Yiming tarafından 2016 yılında geliştirilen Musical.ly uygulamasına dayanmaktadır. Pekin merkezli ByteDance teknoloji şirketi, Musical.ly'yi 2017 yılında satın alarak, bu uygulamanın Çin versiyonunu Douyin ve uluslararası piyasada TikTok adıyla 2018'de tanıtmıştır. TikTok, kullanıcıların hem diğer kullanıcılar tarafından üretilen içerikleri pasif olarak tüketmelerine hem de etkileşimde bulunarak veya kendi içeriklerini üreterek aktif bir şekilde platformu kullanmalarına olanak tanımaktadır. Müzikal, dans, komedi, oyunculuk ve dudak senkronizasyonu gibi çeşitli türlerde kısa videolar üretme imkânı sunan TikTok, 150'den fazla ülkede etkin bir şekilde kullanılmakta ve 1 milyar kullanıcıyı aşan bir kullanıcı tabanına sahiptir. (Tam, 2022, s. 149) Özellikle Z kuşağının yaklaşık %20'si, günlük olarak beş saatten fazla TikTok'ta zaman geçirmektedir (Broner, 2021).

Günümüzde futbol, geçmiş dönemlerle kıyaslandığında daha az ilgi gören bir spor dalı haline gelmiştir. Bu değişimin başlıca nedenlerinden biri, özellikle Z kuşağı gibi genç yaş gruplarının daha dinamik, yenilikçi ve çabuk sıkılan özelliklere sahip olmalarıdır. Futbol endüstrisi, bu durumu göz önünde bulundurarak, futbolun cazibesini korumak ve genç kitleleri spora çekmek amacıyla sürekli yenilikler geliştirmeye çalışmaktadır. Futbolun dijitalleşmesini teşvik ederek, genç taraftarları bu sporla bağdaştırmak ve futbolun gelecekte de varlığını sürdürebilmesini sağlamak hedeflenmektedir. Bu bağlamda, futbol paydaşları sosyal medya platformlarını etkili bir şekilde kullanarak stratejilerini dijital ortama taşımaktadır. Her sosyal medya platformunun kullanıcı yaş kitlesine uygun özel içerik stratejileri geliştirilmiştir. Özellikle Z kuşağının %20'sinin günlük olarak beş saatten fazla TikTok'ta vakit geçirmesi, futbol kulüplerini TikTok üzerinde özel stratejiler oluşturmaya yönlendirmiştir. Bu stratejilerin temel amacı, genç taraftarları kazanmak ve kulüp değerlerini gelecek nesillere aktarmaktır. Böylece, futbol kulüpleri, dijital çağın gereksinimlerine uygun bir şekilde genç kitlelerle etkileşime geçerek, sporun popülerliğini ve sürdürülebilirliğini artırmayı hedeflemektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma örneklem konumunda yer alan Ümraniyespor futbol kulübünün Türkiye Süper Ligi'ne yükseldiği 02.05.2022 tarihinden itibaren TikTok platformunda yapmış olduğu 100 paylaşımını kapsamaktadır. Çalışmada nitel analiz yöntemleri arasında yer alan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, 16. yüzyılda ilk iletişim araçları arasında sayılan gazetelerde dini söylemlerin ne düzeyde yer aldığını incelemek amacıyla kullanılmıştır. Bu dönemde yapılan çalışmalar, günümüzdeki içerik analizi uygulamalarına uzak olsa da, zamanla gelişerek daha sistematik bir hale gelmiştir. 20. yüzyılın başlarında, gazetecilik

eğitimi alan öğrenciler; i politika, ekonomi, suç, boşanma ve spor gibi çeşitli konuları ele alarak gazete yazılarında içerik analizi uygulamaları gerçekleştirmiştir. 1930'larda Harold D. Lasswell ve ekibi, iletişim, politika ve propaganda arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalara imza atmıştır (Metin & Ünal , 2022, s. 275). 1960'lı yıllara gelindiğinde ise bilgisayar destekli içerik analizi yöntemlerinin kullanılması, büyük hacimli metinlerin sistemli ve kolay bir şekilde analiz edilmesini sağlamıştır (Yıldırım, 2015, s. 116). Kitle iletişim araçlarının ve medya organlarının gelişimiyle birlikte içerik analizi, bilimsel araştırmalarda yaygın kullanılan bir teknik haline gelmiştir. Günümüzde dil bilimi, iletişim, sosyoloji ve psikoloji gibi birçok disiplin bu tekniği kullanmaktadır. Araştırmacılar, içerik analizi aracılığıyla metin, belge, doküman ve temaları belirli kurallar çerçevesinde nesnel bir şekilde analiz edebilmektedir. İçerik analizi, "iletilerin açık içeriklerinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir biçimde açıklanması" amacıyla kullanılır (Metin & Ünal, 2022, s. 275). Bu yöntem, sosyal gerçekliğin niteliğini belirleme ve analiz etme açısından oldukça işlevsel bir araçtır.

Yapılan araştırma kapsamında belirlenen Ümraniyespor'a ait 100 adet TikTok içeriğinin paylaşımında kullanılan video açıklaması incelenmiştir. Yapılan inceleme sırasında aşağıda verilen kodlama cetveli kullanılmış ve verilerin kodlanması, MAXQDA programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Video Kodlama Sistemi

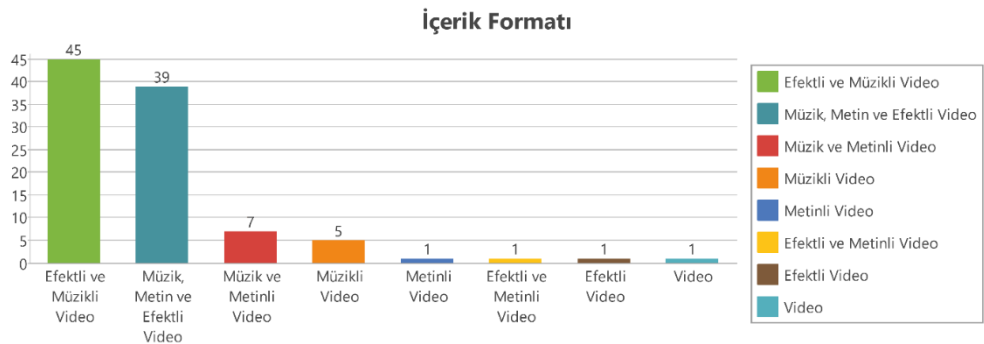
VİDEONUN AÇIKLAMASI KODLARI	AÇIKLAMALAR
Metin Kullanımı:	Video açıklamasında yer alan yazıları ifade etmektedir. Yazılan dile, Türkçe, İngilizce ve 2'den Fazla Dil Barındıran İçerikler şeklinde üç başlık altında incelenmektedir
İçerik Formatı	<p>İçerik hazırlanırken teknik olarak kullanılan yöntemleri ifade etmektedir. Bu çalışmada, Turan'ın (2023) çalışmasından yararlanılarak içerik formatlarının isimleri belirlenmiştir. Buna göre içerik formatları 8 başlıktan oluşmaktadır. Bu başlıklar şu şekildedir.</p> <p>Müzik, Metin ve Efektli Video: Video içerisinde müzik, metin ve video tekniklerinin birlikte kullanılması anlamına gelmektedir.</p> <p>Müzik ve Metinli Video: Video içerisinde metin ve videoların birlikte kullanılmasını ifade etmektedir.</p> <p>Efektli ve Metinli Video: Video efektleri ile metinlerin birlikte kullanıldığı videoları tanımlamaktadır.</p> <p>Efektli ve Müzikli Video: Video içerisinde efektler ve müziklerin kullanılmasını ifade etmektedir.</p> <p>Metinli Video: Yalnızca metinlerin bulunduğu videoları içermektedir.</p> <p>Müzikli Video: Düz videoya müzik eklenilerek paylaşılan içeriklerdir.</p> <p>Efektli Video: TikTok platformunun sunmuş olduğu efekt paketleri ile üretilen videoları ifade etmektedir.</p> <p>Video: Videoların; efekt, müzik ve metin gibi eklemeler olmadan paylaşılmasını ifade etmektedir.</p>

Tablo 2. Ses Kullanım Kodlama sistemi

SES KULLANIMI KODUNUN ALT KODLARI	AÇIKLAMALAR
Orijinal Ses Kullanımı	Videoda kullanıcının kendi sesi veya özel bir ses kaydını kullanması anlamına gelmektedir.
Müzik/Efekt Kullanımı	TikTok platformuna özel olarak yüklenmiş müzikleri ve efektleri ifade etmektedir. Bu ses türleri belirli sanatçılara aittir.
Farklı Kullanıcılara Ait Müzik Kullanımı	İçerik üreticilerin, farklı kullanıcılara ait müzik parçasını veya ses kaydını kullanmasını ifade etmektedir.

Araştırmanın Bulguları

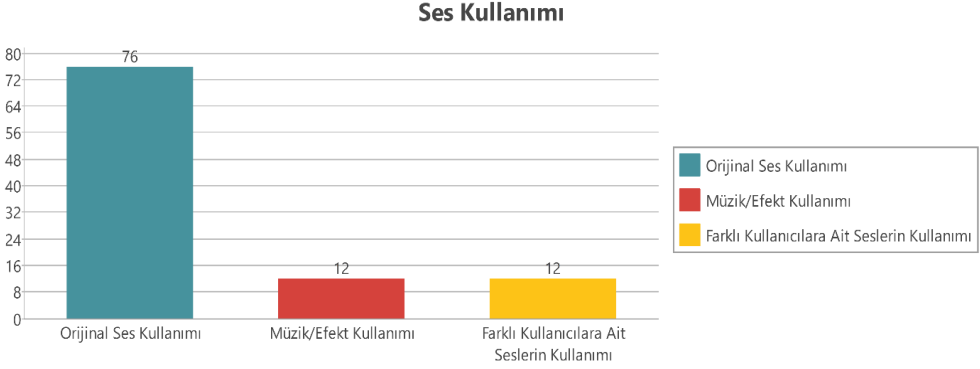
Çalışmanın bu başlığında, Ümraniyespor futbol kulübünün 2022-2023 sezonunda Süper Lig'e yükselmesinin kesinleşmesinden itibaren resmi TikTok platformunda paylaştığı 100 videoya yönelik içerik analizinin içerik formatı, ses kullanımı ve metin kullanımına ilişkin bulguları sunulmaktadır. Bu noktada vurgulanması gereken bir diğer önemli husus ise Ümraniyespor kulübüne ait olan resmi hesaba son erişim tarihi 01.07.2023 tarihli olduğudur. Çünkü bu tarihten bir süre sonra resmi hesabın kapatıldığı tespit edilmiştir. Öte yandan hesap kapatılmadan önce hesaba ait olan veriler ve örneklem olarak belirlenen videoların tamamı arşivlenmiştir. Dolayısıyla yapılan içerik analizi, doğrudan TikTok platformundan değil arşivlenmiş olan veriler aracılığıyla yapılmıştır.

Tablo 2. Videoların İçerik Formatları

Tablo 2'de incelemesi yapılan 100 paylaşımın hangi video formatında kaç adet üretildiği gösterilmektedir. Buna göre; 45 adet efektli ve müzikli video, 39 adet müzik, metin ve efektli video, 7 adet müzik ve metinli video, 5 adet müzikli video ve 1'er defa da metinli video, efektli ve metinli video, efektli video, yalnızca video

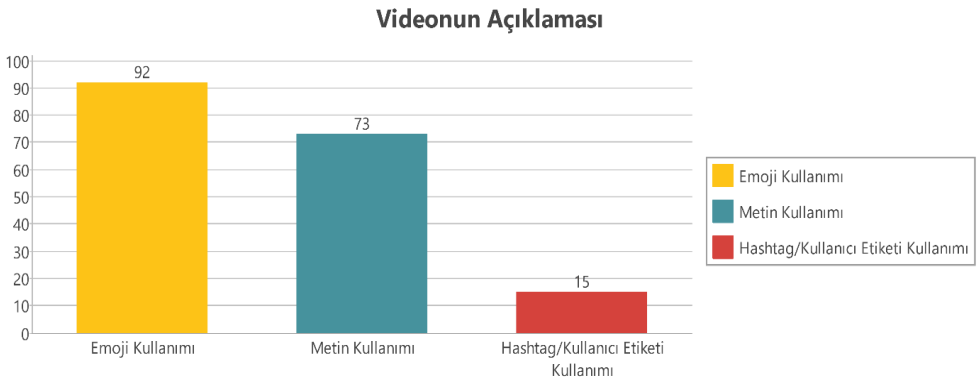
formatlarının kullanıldığı tespit edilmiştir. İncelen her video bir defa kodlandığı için toplamda 100 adet içerik formatı ayrı ayrı kodlanmıştır. Dolayısıyla içerik formatı kodlamasının yüzdelik oranına ait bilgilerin paylaşılmasına gerek duyulmamıştır.

Tablo 3. Videolardaki Seslerin Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı



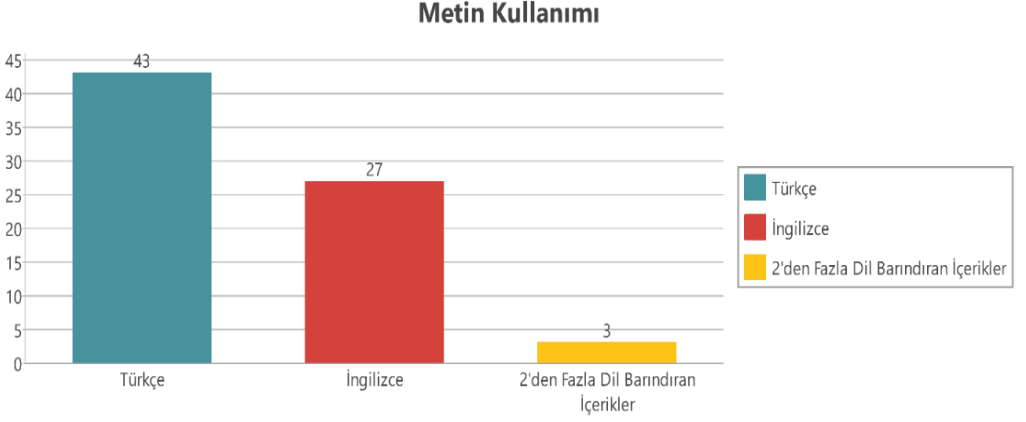
Tablo 3’de incelemesi yapılan 100 paylaşımın videonun biçimsel özellikleri bağlamında bulunan ses kullanımı özelliği açısından verileri sunulmaktadır. Buna göre; 100 paylaşımın 76’sında orijinal ses kullanımı yapılırken müzik/efekt kullanımı ve farklı kullanıcılara ait seslerin kullanımı 12’şer defa gerçekleştirilmiştir. Bu durumun söz konusu içeriklerde kreatif bir tercih olmasının yanı sıra ileri de doğabilecek olan telif hakları vb sorunların önüne geçmek amacıyla da kullanıldığı değerlendirilmektedir.

Tablo 4. Video Açıklaması Kodunun Alt Kodlara Göre Dağılımı



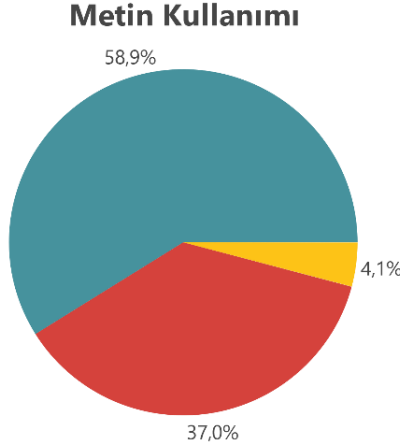
Tablo3’de incelemesi yapılan 100 içeriğin paylaşımı sırasındaki video açıklaması bölümde yer alan veriler sunulmaktadır. Buna göre 100 adet videonun açıklaması yapılırken 92 defa emoji kullanımı, 73 defa metin kullanımı ve 15 defa da hastag/kullanıcı etiketi kullanımı gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4.1 Metin Kullanımı Kodunun Alt Kodlara Göre Dağılımı



Tablo 3.1 incelendiğinde, çalışmaya konu olan 100 videonun açıklamalarında yer alan metinlerin hangi dillerde yazıldığı tespit edilmiştir. Buna göre toplamda 73 defa kullanılan metinlerin, 43'ü Türkçe, 27'si İngilizce yazılırken 3 metin ise 2'den fazla dil barındıran içerikler kodu altında değerlendirilmektedir.

Tablo 4.2 Metin Kullanımı Kodunun Alt Kodlara Göre Yüzdeler Olarak Dağılımı



Grafik 1.2'de incelemesi yapılan videoların açıklamalarında yer alan metinlerde hangi dillerin kullanıldığı oranı verilmiştir. Buna göre toplamda 73 adet metin tespit edilmiştir ve bu metinlerin %58,9'u Türkçe, %37,0'si İngilizce, %4,1' ise 2'den fazla dil barındıran içerikler olarak tespit edilmiştir.

Sonuç

Yapılan içerik formatları analizi, en yüksek kullanım oranının "Efektli ve Müzikli Video" formatına ait olduğunu ortaya koymuştur. Bu format, TikTok platformunun sunduğu çeşitli görsel ve işitsel efektlerin yanı sıra geniş müzik kullanım seçeneklerini içermektedir. TikTok'un etkileşimsel yapısı ve kullanıcıların içerik üretiminde yaratıcılığı teşvik eden unsurları, bu formatın popülerliğini yükseltmektedir. Efektler, videoların görsel zenginliğini artırırken, müzikler içeriklere ritim ve duygu ekleyerek izleyicilerle daha güçlü bir bağ kurulmasına katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan, yalnızca video formatında yayımlanan içeriklerin, en az tercih edilen içerik üretim formatı olduğu belirlenmiştir. Bu durum, TikTok kullanıcılarının ve içerik oluşturucularının platformun sağladığı araçlardan ve etkileşimli unsurlardan önemli ölçüde faydalandığını göstermektedir.

Sadece video paylaşımları, TikTok'un dinamik ve etkileşimli yapısının sunduğu fırsatları yeterince değerlendirmedeğinden, diğer formatlar kadar cazip ve etkili görülmemektedir. "Efektli ve Müzikli Video" formatının tercih edilme sebeplerinden biri, TikTok kullanıcılarının içeriklerin görsel ve işitsel açıdan daha cazip olmasını istemeleridir. Efektler ve müzikler, videoların izlenme oranlarını yükseltmekte ve paylaşım olasılığını artırmaktadır. Ayrıca, bu formatlar izleyicilerin dikkatini çekme, izleyiciyi daha uzun ekranda tutma ve etkileşimi artırma konusunda etkili olmaktadır.

Analiz edilen videoların biçimsel özelliklerinden biri olan "Video Açıklaması" başlığı altında, Ümraniyespor'un TikTok platformundaki paylaşımlarında "Emoji Kullanımı" belirgin bir özellik olarak öne çıkmaktadır. Analizler, video açıklamalarında metin kullanımına kıyasla emoji kullanımının daha fazla olduğunu göstermiştir.

Futbol kulüplerinin sosyal medya paylaşımları sosyal medya eğilimlerini irdelemek, iletişim dünyasında futbol takipçilerine yönelik yapılan paylaşımların içerik özelliklerini tespit etmek amacıyla Ümraniyespor futbol kulübünün TikTok paylaşımları üzerinden analiz yapılan bu çalışmaya göre; teknoloji ve sosyal medyanın, özellikle dijital platformlarda futbol üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle genç taraftarların futbolu sıkıcı bulmayı başlaması, kulüplerin yeni nesil taraftarlara hitap edecek daha ilgi çekici ve yenilikçi stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmıştır. Bu yönüyle TikTok, futbolda önemli bir rol oynayan dinamik ve gençlere daha kolay ulaşılan bir platformdur. TikTok paylaşımları üzerinden yapılan analizler, kulübün yeni taraftarlar ve genç izleyicilere ulaşmak için nasıl strateji izlediğini de göstermektedir. TikTok'un genç kullanıcılar arasında yükselen popülaritesi, futbolun genç nesil ve çeşitli kulüp taraftarlarıyla etkileşiminde önemli bir araç haline gelmesini sağlamaktadır. Üretilen içerikler de,

sıkça tüketilen formatlara uygun olarak, özellikle genç kitlelerle etkileşim kurmayı amaçlamaktadır.

Kaynakça

- Ataizi, M. (2018). Spor ve medya ilişkisi. *İçinde Yeni Medya ve Spor* (ss. 110-127). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Baytar, E. Ş. (2021). Halkla ilişkilerde sosyal medyanın futbol kulüplerinin marka değerlerine etkisi: Trabzonspor örneği. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
- Broner, S. (2021, 08, 19). 20% Of Gen Z Spends More Than 5 Hours Every Day On Tiktok. 8 Ekim 2024 tarihinde <https://www.greenbook.org/insights/20-of-gen-z-spends-more-than-5-hours-every-day-on-tiktok> adresinden erişilmiştir.
- Çırak, M. F. (2020). Dijital çağda dönüşen futbol ve futbol aktörleri. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Danış, E., & Yengin, D. (2020). Türkiye'de spor iletişiminin futbol kulüpleri üzerinden incelenmesi: Fenerbahçe, Beşiktaş ve Galatasaray Örneği. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 4(2), 89-105.
- Demir, O., & Yıldız, S. (2020). Futbolda sosyal medya iletişimi ve marka değeri: trabzonspor ve taraftarları üzerine bir çalışma. *The Journal of International Scientific Researches*, 5(2), 11-127. <https://doi.org/10.23834/isrjournal.673051>
- Gökçe, O. (1998). İletişim bilimine giriş. Turhan Kitabevi.
- Gülçay, H., & Balcı, E. V. (2018). Medya ve gelişim: yakın geleceği üzerine öngörüsül değerlendirmeler. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26(3), 238-247.
- Gümüş, S. (2019). Futbol kulüplerinin kurumsal iletişim açısından sosyal medya kullanımı: Türkiye'deki dört büyük spor kulübünün incelenmesi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi
- Hiçyılmaz, E. (1984). Niçin kitlesiz spor değil. Süreç Yayıncılık .
- İli, B. (2021). Spor ve medya iletişimi kapsamında üç büyüklerin medya yapılanması. G. N. Büyükbaykal, & M. İnce (Ed.). *İçinde Spor ve Medya İlişkisi* (ss. 143-160).
- Macit, K. (2021). Futbol endüstrisi ve reklam ilişkisi: Euro 2016 Avrupa futbol şampiyonası'nda Türkiye'de yayınlanan televizyon reklam filmleri üzerine bir araştırma. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kayseri.
- Metin, O., & Ünal , Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Okay, A. (2012). Sponsorluk. Der Yayınları.
- Özsoy, S. (2008). Yazılı spor medyasından okur beklentileri. *İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 99-117.

- Sever, S. (2023). Futbol içerikli youtube kanallarının izlenme motivasyonları. Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Stemmler, T. (2000). Futbolun kısa tarihi (N. Aça, Çev.). Dost Kitabevi.
- Şentuna, B. (2020). Baudrillard bağlamında hiper-gerçeklik kuramının futbol izleyicileri üzerine etkisi. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 16(27), 775- 790. <https://doi.org/10.26466/opus.661678>
- Şimşek, A. (2021). Öğretim tasarımı. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Talimciler, A. (2005). Türkiye'de futbol ve ideoloji ilişkisi: Medyadaki futbol söylemi üzerine bir inceleme. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Talimciler, A. (2008). Futbol değil iş: Endüstriyel futbol. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 26(2), 89-114.
- Tam, M. S. (2022). Z kuşağının tiktok kullanım pratikleri ve motivasyonları. Yeni Medya, 13, 148-167. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1163922>
- Tazegül, Ü. (2017). Farklı toplumlarda futbol tarihi. Akademik Bakış Dergisi, 64, 178- 187.
- Terlemez, M. (2019). Antik çağdan günümüze somut bulgular ışığında futbolun terminolojik, teknik ve kültürel araştırması. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Turan, M. (2023). Futbol takımlarının tiktok içeriklerinin analizi: Avrupa ve Türk takımları örneği. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir.
- Ünsal, B. (2013). Spor ve medya ilişkisinin sosyolojik boyutları yönünden toplum üzerindeki etkileri (Kocaeli ili örneği). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Yetim, A. A. (2006). Sosyoloji ve spor. Morpa Kültür Yayınları.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik çözümlemesi yönteminin tarihsel gelişimi uygulama alanları ve aşamaları. B. Yıldırım (Ed.). İletişim Araştırmalarında Yöntemler Uygulama ve Örneklerle İçinde (ss. 105-154). Literatürk Academia.
- Yoon, S. J., & Choi, Y. G. (2005). The effects of advertisement type, product type and sport. Journal of Brand Management, 12, 191-205. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540215>

4. Bölüm

Ankara'nın Gölbaşı İlçesinde Antropojenik Etkilerle Vejetasyon Değişimi

Rümeysa KUMRAL¹
Öznur YAZICI²

¹ Rümeysa KUMRAL, ORCID NO: 0000-0003-3726-7684 (Bu çalışma, Rümeysa KUMRAL'ın Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı'nda 2023 yılında tamamladığı 'Antropojenik Jeomorfoloji ve Ortamsal Etkileşimi: Ankara Gölbaşı İlçesi Örneği' adlı Yüksek Lisans Tezi'nden üretilmiştir.

² Doç. Dr. Öznur YAZICI, Karabük Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, ORCID NO: 0000-0001-7965-643X

1. GİRİŞ

Ekosistem verimliliğinin en önemli göstergelerinden biri olan bitki örtüsünün varlığı, küresel karbon bütçesinin düzenlenmesinde, su dolaşımında, toprak oluşumunda ve iklim değişikliği etkilerinin azaltılmasında büyük rol oynar (Woodwell, Whittaker, Reiners, Likens, Delwiche ve Botkin, 1978; Zhao, Xie, Ma ve Wang, 2021). Buna rağmen, hem yeryüzündeki insan nüfusunun katlanarak artması hem de daha geniş alanlı arazilerin kullanımına ihtiyaç duyulması nedeniyle, karasal biyosferin önemli bir kısmı uzun bir süredir antropojenik olarak dönüşüme (Ellis, 2011) uğramaktadır.

İnsanın doğal dünya sisteminin işleyişi üzerinde giderek daha baskın bir varlık gösterdiği çağ ‘Antroposen’ terimiyle ifade bulur (Malhi, 2017). Ehlers ve Krafft’a göre de (2006); iklim değişikliği başta olmak üzere bütün küresel değişim tartışmalarının odağında kalarak insanlığın doğa üzerinde zamanla daha güçlü ve daha kalıcı izler bıraktığı ‘Antropozoikum’ ve ‘Antroposen’ terimleri, potansiyel olarak yeni bir jeolojik çağın başlangıcını temsil etmeye uygun bilimsel terminolojiler olarak kabul edilir.

Sanayi dönemi öncesinde, insan etkisiyle çok küçük yerel ölçeklerde başlayan ağaç tahribatı ve erozyonel aktiviteler doğanın büyük güçlerine egemen olabilecek düzeyde değilken, sanayi devrimiyle birlikte antropojenik kaynaklı sedimantolojik/stratigrafik kayıtların giderek arttığı görülmektedir (Steffen, Crutzen ve McNeill, 2007; Price, Ford, Cooper ve Neal, 2011). Hattâ Ellis (2011); kalabalık bir insan grubuna ihtiyaç duyulmadan, tek bir insanın bile bir yangın başlatabileceği ya da istilâcı bir tür getirerek büyük bir ormanı bir otlak alanına dönüştürebileceği görüşündedir. Buna göre, büyük nüfusların doğa için ne kadar ciddi bir tehdit olabileceğine açıktır. Syvitski, Restrepo Ángel, Saito, Overeem, Vörösmarty, Wang ve Olago’nun (2022) açıklamalarına göre, Antroposen tortu yükünün (net karadan denize tortu iletimi ve antropojenik tortu üretimi) yılda 300 milyar tonu aştığı hesaplanmıştır ve bu kütle akışına doğal süreçlerden kaynaklanan %6’dan daha az olan küçük katkı da dâhildir. Benzer şekilde 1950 ile 2010 yılları arasında antropojenik toprak erozyonu, inşaat faaliyetleri ve madencilikten kaynaklanan tortu üretimi yaklaşık %467; otoyol geliştirme, kömür ve beton tüketimi ise yaklaşık %2550 oranında artmıştır. Tarımsal üretimden daha ileri bir üretim düzeyine geçiş olan kentleşmenin (Beyhan, 2007) getirdiği bütün bu olumsuzluklar, bitki örtüsü üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilere yol açmaktadır.

Kent ortamındaki iklim ve toprak özellikleri doğal ortamdakilerden farklı olup; parklar, bahçeler, demiryolları, göl ve göletlerde birbirinden farklı bitki toplulukları bulunur. Ne yazık ki, ekolojik temele oturtulmayan kentsel

plânlamalar, bitkilerde dejenerasyon meydana getirir (Altay, 2009). Taş, beton, çelik ve cam yığınlarından oluşan kentlerde doğal yeşil alanlar giderek ortadan kalkmakta, beraberinde tarım topraklarını tarım dışı amaçlarla kullanım oranı artmaktadır (Aysu, 1990). Sonuçta, insan etkinlikleri bitki örtüsünü tamamen ya da kısmen değiştirmekte; buna bağlı olarak kirlilik, toprakta sızmanın azalması, yeraltı sularının beslenememesi, toprak besinlerinin azalması, biyoçeşitlilik kaybı gibi pek çok problem ortaya çıkmaktadır.

Antropojenik nedenlere bağlı olarak gerçekleştirilen vejetasyon tahribi, pek çok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Bunlar arasında; Hadač (1978), Mühlenbach (1979), Trzcińska-Tacik ve Wasylkowa (1982), Šilc ve Košir (2006), Altay (2009), Šilc (2010), Skrajna ve Kubicka (2011), El-Ghani, Shehata, Mobarak ve Bakr (2012), Nakhutsrishvili (2013), Akdeniz Şafak (2015), Fanfarillo, Latini, Iberite ve Abbate (2020), Pérez-Hernández ve Gavilán (2021), Enríquez-de-Salamanca (2023) ve Meroz, Babad ve Levin (2024) sayılabilir.

1.1. Araştırma Alanı

İç Anadolu Bölgesi'nin Ankara ili sınırları içerisinde bulunan Gölbaşı ilçesinin kuzeydoğusunda Çankaya, doğusunda Bâlâ, kuzeybatısında Etimesgut ve Sincan, batısında Haymana, güneyinde ise Kulu (Konya) ilçeleri yer almaktadır (**Harita 1**). İlçenin nüfusu TÜİK (2023) verilerine göre 157 605'tir.

İlçe kentleşme sürecinin etkisi altında koruma altına alınmış; 22.10.1990 tarih ve 90/1117 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile 2872 sayılı Çevre Kanunu'nun 9. maddesine dayanılarak 'Gölbaşı İlçesi Özel Çevre Koruma Bölgesi' olarak ilan edilmiştir (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2023). 2/5/2013 tarihli ve 28635 sayılı Resmî Gazete'ye (2013) göre 'özel çevre koruma bölgeleri'; ülke ve dünya ölçeğinde ekolojik öneme sahip, çevre kirlenmeleri ve bozulmalarına duyarlı, biyolojik çeşitliliğin, doğal kaynakların ve bunlarla ilgili kültürel kaynak değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekli olan alanları kapsarlar.

rastlanmıştır. Özellikle alçak plato alanları dağlık sahalardan daha ılıman koşullar altında buldukları için, çok çeşitli segetal vejetasyon yetiştirilmesi için elverişli alanlardır. Sahanın güneyindeki Sulakiye Gölü civarında yine segetal bitkiler içeren birikinti koni ve yelpazeleri (**Fotoğraf 1**) ve Mogan Gölü'nün güney kesiminde düz araziler gözlenir. Akarsu vadileri ise genel olarak V şekilli olup, yer yer tabana sahip vadiler az eğimli alanlarda yer alır.



Fotoğraf 1: A. Sulakiye Gölü'nün batısında bulunan birikinti konileri. B. Sulakiye Gölü'nün doğusunda bulunan birikinti konileri üzerindeki segetal vejetasyon izlerinin uydu görüntüsü (Kaynak: Google Earth)

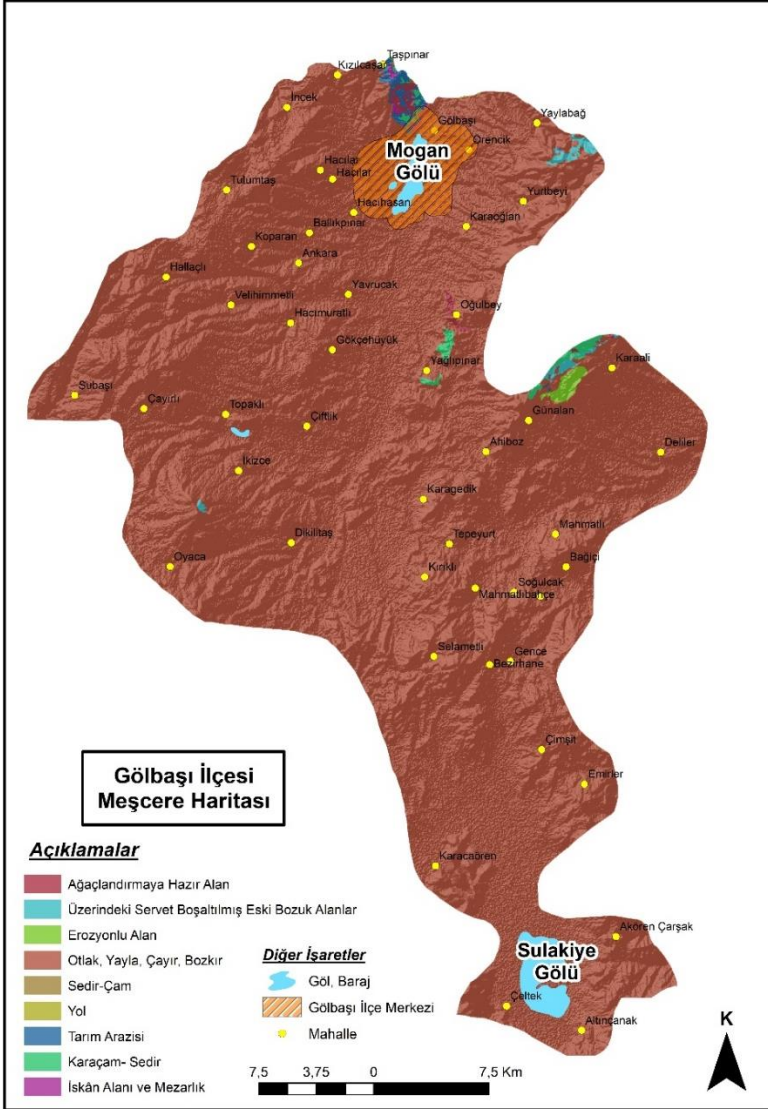
Araştırma alanının iklim değerlendirmeleri için Gölbaşı ilçesinde yer alan Ahiboz, Ufuk Danışmant, Yağlıpınar istasyonları ve 1964 yılından bugüne veriye sahip olan batıdaki Polatlı İstasyonu'nun verileri kullanılmıştır. Yıllık ortalama sıcaklıklar; Ahiboz İstasyonu'nda 11.5°C, Polatlı İstasyonu'nda 11.8°C, Ufuk Danışmant İstasyonu'nda 11.3°C ve Yağlıpınar İstasyonu'nda 12.1°C değerindedir. Aylık toplam yağış miktarı ortalaması yıllık toplamda; Ahiboz

İstasyonu'nda 296.9 mm, Polatlı İstasyonu'nda 364.1 mm, Ufuk Danışman İstasyonu'nda 366.1 mm ve Yağlıpınar İstasyonu'nda 277.8 mm olarak hesaplanmıştır. Söz konusu istasyonların tamamında Erinç Yağış Etkinliliği indis değerleri yarı kurak koşullara işaret eder. Bashir, Cao, Naeem, Zamani Joharestani, Bo, Afzal, Jamal ve Mumtaz (2020), kurak ve yarı kurak bölgelerdeki bitki örtüsü dinamiklerini yönlendiren başlıca faktörlerin iklimsel olaylar ve antropojenik aktiviteler olduğu kanısındadırlar. Çünkü yağışın yetersiz olduğu kurak ve yarı kurak bölgelerde bozulan vejetasyonun iyileşmesi ya da kendini yenilemesi, nemli bölgelere oranla daha zor olmaktadır.

Çalışma alanında çeşitli toprak tiplerine rastlanmış olup; hâkim pedojenik sürecin kalsifikasyon olduğu söylenebilir. Bölgedeki kahverengi topraklar, kırmızımsı kahverengi topraklar ve kireçsiz kahverengi topraklar zonal grubun üyeleridir. İnseptisoller meydana getiren intrazonal grupta sadece hidromorfik alüvyal topraklar mevcut olup, bunlar Mogan ve Sulakiye göllerinin çevresi gibi sulak bölgelerde yer alırlar. Alüvyal ve kolüvyal topraklar ise aktif birikim alanlarında bulunan azonal toprak gruplarıdır.

İran-Turan flora bölgesine dâhil olan (Avcı, 1993) çalışma alanında yer yer Akdeniz ve Avrupa-Sibirya bitki topluluklarına da rastlanmaktadır. Gölbaşı ilçesinin sembolü haline gelmiş olan sevgi çiçeği (*Centaurea tchihatcheffii* ya da *Cyanus tchihatcheffii*), endemik bir türü meydana getirir. Pembe, kırmızı ya da mor renkte olabilen bu süs bitkisi, kesme çiçek endüstrisinde yasadışı olarak kullanılmakta olup, antropojenik baskı nedeniyle nesli tehlike altındadır (Okay ve Günöz, 2009). Eker, Vural ve Aslan (2016), sevgi çiçeğinin tek yetişme ortamı olan Hacıhasan Mahallesi'nde önemli miktarda hafriyat atıkları gözlendiğini belirlemiştir. Sevgi çiçeği, Dünya Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği'nin (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources-IUCN) belirlediği kriterlere göre 'Çok tehlikede (CR: Critically endangered)' kategorisi içerisinde bulunur. 2016'dan itibaren Bern Sözleşmesi kapsamındaki projelerle popülasyonun artırılmasına başlanmıştır (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2019). Gölbaşı ilçesinde, Ankara ili ve yakın çevresinde, İç Anadolu'nun başka bölgelerinde bulunan zarife otu (*Erysimum torulosum*) ve Ankara karanfili (*Dianthus ancyrensis*) de diğer önemli endemikler arasındadır (Ankara Valiliği, 2023). Bu özel bitkilerin hepsi de insan faaliyetlerinden olumsuz olarak etkilendikleri için, titizlikle korunmaları gereklidir. Gölbaşı ilçesinde en yaygın bitki formu bozkır olup, yer yer halofit, hidrofite ve kserofit bitkilerin varlığı görülmüştür (**Harita 2**). Akarsu kenarlarında *riparian* türler bulunur. Örneğin; Mogan Gölü'nün güneybatısındaki Hacımuratlı ve Velihimmetli mahallelerinde Kocagelmez ve Kadıçayırı derelerinin

kıyılarında belirgin riparian vejetasyon kuşakları gözlenir. Çalışma alanında insan kaynaklı olan *sinantropik* (kentsel bitkiler) ve bunun alt sınıflarını oluşturan *segetal* (tarım bitkileri) ve *ruderal* (yapı araları ve yol kenarı yabancı bitkileri) türler de yaygın olarak görülmektedir.



Harita 2: Gölbaşı ilçesinin meşcere haritası

Hidrografya açısından bakıldığında; alüvyal bir set gölü olan Mogan Gölü'nün (Lahn, 1948) aynı zamanda hidrografik bir depo olduğu söylenebilir.

Göl havzası nedeniyle sentripetal drenaj ve bunun yanı sıra dantritik drenaj örnekleri sahada en dikkat çekici akarsu ağ sistemlerini meydana getirirler.

2. AMAÇ VE YÖNTEM

Yeryüzünde nüfusun katlanarak artmasıyla, insanın doğa üzerindeki baskısı da şiddetlenmiş ve çevresel sorunlar küresel bir boyuta ulaşmıştır. Özellikle başta oksijen üretimi, ardından insan ve başka canlılar için besin maddesi olarak önem taşıyan bitkiler, geçmişten geleceğe uzanan ‘yaşam’ sürecinin baş aktörleridir. Polenler ve bitki kalıntıları paleocoğrafya araştırmalarıyla geçmişin aydınlatılması için büyük bir değer taşırlar. Dolayısıyla yaşamın devamlılığı, bitkilerin varlığına bağlıdır.

Araştırma alanını içinde barındıran Anadolu toprakları, canlı yaşamının sürdürülebilirliği açısından son derece elverişli ekolojik koşullar taşımaktadır. Buna karşılık insanın doğal kaynaklara yönelik fütursuz tutumu, sadece Sanayi Devrimi’nden bugüne, Dünya gezegeninin varlığı bakımından kısacık bir jeolojik geçmiş için bile ciddi bozulmaların sorumlusu olmuştur. Bunun farkına varılmasıyla, insanlar doğal vejetasyonu tahrip ederek araziden istedikleri gibi yararlanabildikleri gibi, erozyonla mücadele etmek için yeni bitkisel ortamlar oluşturmakta veya bozulmaların gerçekleştiği alanlarda rehabilitasyon çalışmaları da yapmaktadırlar. Böylece, özellikle kentlerin kurulduğu ortamlarda antropojenik vejetasyon türleri gelişmeye başlamıştır. Bunların belirlenmesine yönelik bir örnek oluşturmak üzere tasarlanan bu çalışmada; göl, gölet ve akarsulardan oluşan önemli sulak alanlara sahip olan ve başta endemik bitkileri olmak üzere zengin biyoçeşitliliğine dayanılarak 2013’ten beri Özel Çevre Koruma Bölgesi ilân edilmiş bulunan Gölbaşı ilçesinin (Ankara) vejetasyonu üzerindeki insan etkilerine genel bir bakış sunmak amaçlanmaktadır.

Araştırma alanında vejetasyon üzerindeki antropojenik etkiler üzerine daha hassas bir literatür taraması yapabilmek için, ‘Scite Assistant’ adlı yapay zekâ destekli araştırma plâformuna başvurulmuştur. Teknik bir araç olarak Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) kullanılmış ve arazi verileri ArcGIS 10.8 Programı’nda sayısallaştırılmıştır. Haritalar ‘WGS 1984 UTM Zone 36 N’ koordinat değeri olarak kullanılmıştır. Copernicus Land Monitoring Service, Corine, ESRI’nin 10 m çözünürlüğe sahip olan Land Use Cover verileri, Google Earth yoluyla ve Amerika Birleşik Devletleri Jeoloji Araştırmaları Kurumu (USGS) resmî sitesi yoluyla LANDSAT uydu görüntüleri elde edilmiştir. Araştırmada arazi çalışmaları önemli veri kaynağı ve bulgu meydana getirmiş, Gölbaşı ilçesinde vejetasyon üzerinde gerçekleşen antropojenik değişimleri gözlemlemek için

bizzat yerinde tespitler yapılmıştır. Buna göre, bu araştırma nitel araştırma yöntemleriyle kurgulanmış bir çalışmadır.

3. BULGULAR

3.1. Vejetasyon Üzerinde Antropojenik Etkiler

İnsan faaliyetleri bitki örtüsü dinamiklerine güçlü bir şekilde katkıda bulunmakta ve bitki örtüsü ekosistemlerini hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilemektedir (Naeem, Zhang, Tian, Qamer, Latif ve Paul, 2020). Bu etkiler kırsal ve kentsel alanlarda çeşitli yönlerden birbirinden ayrılır. Çünkü üzerlerinde yer alan toprak örtüsü, bitki toplulukları ve sulak alanların boyutlarına bağlı olarak kırsal ve kentsel alanlar, farklı oranlarda nem, yağış, buharlaşma ve terleme koşulları gösterir. Asfalt ve betonla kaplı kesimlerin yüzölçümünün artması ve bu antropojen ortamlarda sıcaklığı daha fazla depolayan yapı malzemelerinin kullanılması meteorolojik parametreleri de etkiler. Ayrıca bu asfalt ve beton gibi malzemelerin sızmayı engellemesi ve yüzeysel akışı arttırması, ani yağışlar gerçekleştiğinde sel ve taşkınlara neden olabilmektedir (Gilbert, 1989; Çiçek, 2004; Yüksel, 2005).

Modern inşaatta kullanılan beton, tuğla, kaya ve bitüm gibi çeşitli yapı malzemeleri gündüzleri ısıyı kolayca emer ve geceleri yavaşça atmosfere bırakır (Linacre ve Geerts, 2003). Şehirler tarafından meydana gelen iklim değişiklikleri kırsal alanlarla karşılaştırıldığında; yağış miktarının %5-15 daha fazla; şehir içinde kar yağışının %5-10 daha az; yıllık ortalama sıcaklığın 0.5-3.0°C daha fazla; yıllık bağıl nem ortalamasının %6 daha az; yıllık ortalama rüzgâr hızının %20-30 daha az olduğu belirlenmiştir (Landsberg, 1981). Çevresine göre daha sıcak olan ısı adaları; topoğrafyanın niteliklerine, nüfusa ve sanayi tesislerinin mevcudiyetine göre canlıları da etkiler. Özellikle şehirlerin merkezinde, çevreye oranla sıcaklığı daha fazla seven bitki türleri hayat bulmuştur; aynı şekilde bazı kuş türleri de yuva yapmaya daha erken başlarlar (Gilbert, 1989; Atalay, 2013). Gölbaşı ilçesinde yapılaşmaya bağlı olarak ortaya çıkan ısı adaları ve maden sahaları birlikte iklim koşullarını etkilemekte ve gelecekte mikroklima bölgeleri oluşturmaya devam edecek gibi görünmektedir. Naeem vd.'ne (2020) göre, iklimsel dalgalanmaların bitki örtüsü ekosistemleri üzerindeki etkisi küresel bir endişe kaynağıdır.

Her ne kadar durağan ve değişmez görünseler de, sağlıklı bitki toplulukları genel olarak dinamik bir değişim halindedir. Bu değişikliklere organizmaların kendileri veya yangın gibi dış güçler neden olur. J.P. Gibson ve T.R. Gibson (2006), doğada zararlı bir güç olarak görülse de ekosistemin sağlığının

korunmasında tür çeşitliliğinin teşvik edilmesinin önemini vurgulamaktadır. Naeem vd.'ne (2020) göre, otsu ortamlar diğer bitki örtüsü sınıflarına göre çok daha fazla değişkenliğe uğrayabilirler. Çalışma sahasında tarihsel süreç boyunca tahrip edilen bitkiler de ekosistemini korumak için tür çeşitliliğine gitmiştir. Vural (2019); Ankara ve çevresinde 4000 yıl öncesinde daimî nitelikte dağılış gösteren ormanlar üzerinde Hitit, Frig, Eski Yunan, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı gibi Anadolu medeniyetlerinin tahribatının gözlemlendiği düşüncesindedir. Avcı (1993) da, İç Anadolu'daki ağaçsız step alanlarının, iklim ve toprak şartlarının etkisiyle ortaya çıkan antropojenik stepler olduğunu belirtmiştir.

Ekosistemlerde bozulmanın ardından ortamda başka bitki topluluklarının yeniden bir araya gelişini (Pérez-Hernández ve Gavilán, 2021) ifade eden *süksesyon*, doğal ya da antropojenik süreçler açısından farklılıklar gösterir. Clements'e (1916) göre, antropojenik etkilerle meydana gelen süksesyonun birinci safhası, eski vejetasyonun buldozerlerle tamamen yıkılıp ortadan kaldırılmasıyla başlar.



Fotoğraf 21: Karaali Mahallesi'nde bulunan sinantropik vejetasyon

Antropojenik etkiler sonucu klimaksa (optimum evreye) ulaşan bitki türleri, bunların stres seviyeleri ve bitki göçleri çeşitlilik gösterir. Doğrudan ya da dolaylı olarak insan tarafından değiştirilmiş, gelişimi durdurulmuş ve ekosistemin ilerlemesinin engellendiği habitat türlerine *plajiyoklimaks* adı verilir. Yol

güzergâhları boyunca rastlanan bitki türleri, plajiklimaks topluluklar arasındadır (Gilbert, 1989; Palmer ve Yates, 2005).



Fotoğraf 3: Lavanta (*Lavandula*), Mogan Gölü'nün çevresinde şehir hayatına uyum sağlamış olan sinantropik bitkilere bir örnek oluşturur.

Sarı'ya (2019) göre; büyük ölçüde insan müdahalesiyle doğal yaşam ortamının dışında agresif bir şekilde büyüyüp yayılan ve yerel ekosistem için tehlike içeren yabancı bitki ve hayvan türleri *istilâcı tür* olarak kabul edilir. Örneğin bataklık kurutma alanları, baraj kenarları, maden sahalarında da bulunabilen istilâcı türler, *istilâ koridorları* adı verilen ve genellikle ulaşım rotalarıyla örtüşen potansiyel koridorlar üzerinde yer alırlar. İstilâcı türler zamanla bu alanlardan doğal bitki örtüsüne karışırlar. Selim'in (2021) Akdeniz

Üniversitesi Yerleşkesi için verdiği istilâcı tür listesindeki dişbudak yapraklı akçaağaç (*Acer negundo*), Amerikan sarmaşığı (*Parthenocissus quinquefolia*) ve beyaz çiçekli yalancı akasya (*Robinia pseudoacacia*) gibi türler Gölbaşı ilçesinde de görülen istilâcı türler arasındadır. Yine Gölbaşı'ndaki maden sahaları, istilâcıların gelmesi muhtemel sahalarındadır. Özellikle maden sahalarına yakın olan segetal vejetasyonun optimum koşulları da ortama gelebilecek istilâcı türlerden, hızlandırılmış erozyondan ve sıcaklık değişimlerinden olumsuz etkilenme tehdidi altındadır.

Sit sahalarında farklı antropojen etkilerle değişen ortama adapte olmuş bitki türleri *sinantropik (kentsel) vejetasyon* olarak bilinir (Akdeniz Şafak, 2015). Nakhutsrishvili'ye (2013) göre sinantropik vejetasyon tipine mensup bitkiler ve ekili habitat grupları; konutlar, yol kenarları, bozulmuş araziler gibi mekânlarda büyüyen bitkiler ve mera otları grubudur. Sinantropik (kentsel) bitki örtüsü için Şilc (2010) bir çalışmada *segetal* (tarım bitkileri) ve *ruderal* (yapı araları ve yol kenarı yabancı bitkileri) olarak sınıflandırma yapmış; aynı sınıflandırmayı Akdeniz Şafak (2015) da kullanmıştır. Ayrıca Segal (1969) ve Jim ve Chen (2010), şehirlerdeki duvar bitkileri için *mural* vejetasyon adını kullanmışlardır. Segal'e (1969) göre mural vejetasyon ya da duvar vejetasyonu, duvarlar üzerindeki ayrışmanın gelişmesiyle ortaya çıkan bir tür olup, hiçbir zaman onarılmamış veya yenilenmemiş duvarlar üzerinde görülür.

Gölbaşı'nda sinantropik bitkiler genel itibarı ile insanların yoğun biçimde yerleştiği sahalarda görülürler (**Fotoğraf 2** ve **Fotoğraf 3**). Bu bitkiler park ve bahçelerde (sanayi tesisi bahçeleri), üniversite yerleşkelerinde, sitelerin bahçelerinde, rekreasyon alanlarında, outdoor spor sahaları çevresinde gözlenmiştir. Mogan Gölü'nün etrafında sinantropik bitkilerin yoğun olmasının nedeni; bu kesimlerde rekreasyon alanlarının, park ve bahçelerin yaygın olmasıdır. Yine Hacı Bayram Veli Üniversitesi ve Atılım Üniversitesi yerleşkelerinde de çeşitli sinantropik türler kümelenmiştir. Gölbaşı Millet Bahçesi ve Mogan Park, sinantropiklerin çok miktarda gözlemlendiği lokasyonlar arasındadır. Engebeli sahalarda ve akarsu ağızlarında da insan faaliyetlerini yansıtan sinantropikler bulunur.

Çalışma sahasındaki sinantropik vejetasyon türleri; tarla arsız otları olarak mücadele edilen türler ve nadas zamanlarında, tarla sınırlarında ve yol kenarlarında şerit halinde gelişmişlerdir. Bu bitki kompozisyonlarına arasında; tarla yemliği (*Tragopogon bupthalmoides*), güzelce (*Lamium orientale*), papatya (*Anthemis*), gelincik (*Papaver rhoeas*), gökbaş (*Cyanus depressus*), kokulu yonca (*Melilotus officinalis*), yabancı hardal (*Sinapis arvensis*), tatar

lahanası (*Crambe tataria*) ve çörekotu (*Nigella*) gibi otlar sayılabilir (Vural, 2019, s. 210).



Fotoğraf 4: Eğimin nispeten arttığı topoğrafyada segetal vejetasyonun kesintiye uğraması

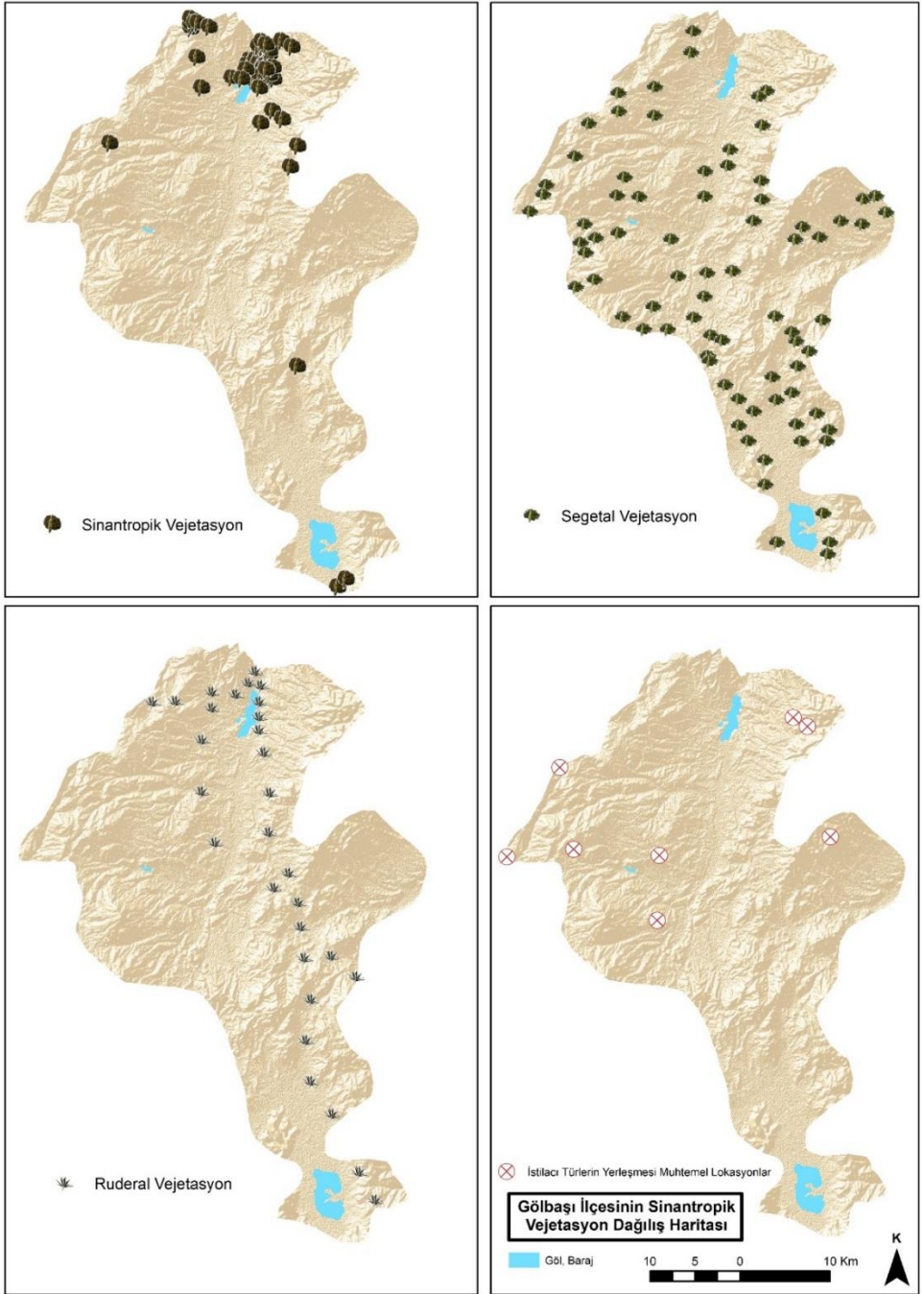


Fotoğraf 5: Bazı sahalarda segetal vejetasyonlar şehir merkezinden uzakta giderek genişleyen mahalleleri daha geniş bir halka (küme) şeklinde çevrelerler.

Holzner'e göre ekilebilir arazilerdeki yabancı otlar 'agrestal' veya 'segetal' olarak adlandırılırlar (Holzner, 1982). Tarımın yoğunlaşmasıyla tehdit edilen segetal flora, biyolojik çeşitliliğin korunması ve evrimi açısından önem arz eder (Fanfarillo vd., 2020). Baklagiller (*Fabaceae*), ballıbabagiller (*Lamiaceae*), buğdaygiller (*Poaceae*), ebegümeçigiller (*Malvaceae*), haşhaşgiller (*Papaveraceae*), hodangiller (*Boraginaceae*), ısırgangiller (*Urticaceae*), kazayağıgiller (*Chenopodiaceae*), madımakgiller (*Polygonaceae*), maydanozgiller (*Apiaceae*), papatyagiller (*Asteraceae*), patlıcangiller (*Solanaceae*), turpgiller (*Brassicaceae*) gibi türler segetal grupları oluşturur (Skrajna ve Kubicka, 2011). Segetal vejetasyon dağılışında bazı coğrafi unsurlar dikkat çekmektedir. Gölbaşı'nda segetal vejetasyon daha çok kırsal alanların düzlük bölgelerinde gözlenir. Segetal vejetasyon elemanları, çevresine göre daha yüksek ve daha eğimli sahalarda sekteye uğrarlar (**Fotoğraf 4**). Bu nedenle, topografya segetal bitkilerin dağılışında başlıca parametrelerden birini oluşturur. Ancak nadir de olsa, eğime rağmen güney yamaçların segetal türler için kullanıldığı görülmüştür. Şehir merkezinden uzakta kurulup genişleyen mahalleler, daha geniş bir halka (küme) şeklinde segetal vejetasyonla çevrelenebilirler (**Fotoğraf 5** ve **Fotoğraf 6**). Barajlar gibi geniş yüzeyli su kaynaklarının yakınında da segetal türler bulunur (**Harita 3**).



Fotoğraf 6: Tulumtaş Mahallesi'nde yer alan segetal bitkiler



Harita 3: Gölbaşı ilçesinin sinantropik vejetasyon dağılım haritası



Fotoğraf 7: Mogan Gölü sel kapanı çevresindeki ruderal vejetasyon türlerinden birini oluşturan sazrak (*Juncus inflexus* L.) bitkisi



Fotoğraf 8: Ahiboz Mevkii'nde ruderal vejetasyon oluşturan duvar arpası, pisipisi otu (*Hordeum murinum* L.)

Ruderaller, Latince ‘rudus (moloz)’ kelimesinden türetilen gübre yığınları, çöp yatakları, yol ve kaldırım kenarları, demiryolları hatları gibi farklı habitatları kapsayan kaba ya da yabancı bitkilerdir (**Fotoğraf 7** ve **Fotoğraf 8**). Akarsu kıyılarındaki doğal riparianların bozulmasıyla ortaya çıkan bitkiler de bu gruba dâhil edilmiştir. Ruderal bitkiler, bitki krallığının bir alanı insanlıktan geri aldığı bir işaretidir (Holzner, 1982; Šilc, 2010). Doğal bitki toplulukları doğal koşulları yansıttığı gibi, ruderal bitkiler de yetiştikleri kentsel ortamların koşulları yansıtır (Hadač, 1978). Akdeniz Şafak’a göre (2015), toprakta çok çabuk kolonize olan ve çabuk büyüyen ruderal türler erozyona karşı dayanıklıdır. Gölbaşı ilçesindeki ana ve tâli karayollarının her iki tarafında da simetrik bir biçimde ruderal vejetasyon gözlenir (**Fotoğraf 9**, **Fotoğraf 10** ve **Fotoğraf 11**).



Fotoğraf 9: Karaali Mevkii’nde bulunan ruderal vejetasyon



Fotoğraf 10: Yol kenarlarında bulunan ruderal bitkiler



Fotoğraf 11: Atatürk Sahil Parkı (Mogan Gölü kuzeydoğusu) kaldırım kenarında gelişen ak kavak (*Populus alba*)

3.2. Mogan Gölü Varırlarında Bulunan Antroposedimanların ve Polenlerin Yorumlanması

Paleoekolojik arşivler olan göl tortulları, çevrenin fizikî koşullarını ve insanların ortam üzerindeki etkisini tanımlamak için önemli delillerdir. Hem jeomorfolojik hem de hidrografik birer havza oluşturan göl havzaları, çevrelerindeki doğal ve antropojenik olarak hızlandırılmış erozyon etkisi altında bulunurlar. Sonuç olarak toprak erozyonundaki artışla arazi verimliliği, karbon miktarı, biyojeokimyasal döngüler ve ağaç polenlerinde değişimler yaşanır. Göl tabanlarında Antroposen dönemindeki insan etkisini destekleyen mikroplastikler de tanımlanmaktadır (Lewis ve Maslin, 2015; Jenny, Koirala, Eaves, Francus, Niemann, Ahrens, Brovkin, Baud, Ojala, Normandeau ve Zolitschka, Carvalhais, 2019; Bancone, Turner, Ivar do Sul ve Rose, 2020).

Roberts, Eastwood, Kuzucuoğlu, Fiorentino ve Caracuta (2011), yaptıkları polen analizi sonuçlarının, Tunç Çağı'nda ilk antropojenik arazi örtüsü bozulmalarının başladığını ifade etmişlerdir. Ocakoğlu, Oybak Dönmez, Tunoğlu, Akbulut, Apaydın, Tün, Görüm ve Tuncer (2018) tarafından Mogan ve Eymir göllerinde yapılan paleoklimatolojik incelemelere dair projede, Geç Tunç Çağı sonu-Demir Çağı başı arasına yaşlandırılan hidrofitlerin ve otsu bitkilerin bollaşması kuraklıkla ilişkilendirilmiştir. Ardından gelen *Abies* (Gökmar) polenlerinin fazlalığı, nemin giderek arttığını kanıtlamaktadır. Yine Bizans döneminde başlayan yağış artışı Osmanlı döneminde daha da artmış ve özellikle Peygamber çiçeği (*Centaurea*) ile papatyagiller (*Asteraceae*, *Liguliflorae*) gibi otsu bitkilerin bolluğu, insan baskısıyla tarım ve mera alanlarının genişlediğini ortaya koymuştur. Tahıl polenleri tarımın, *Achillea t.* *Plantago lanceolata* ve *Solidago t.* gibi otsu bitki polenleri de hayvancılığın göstergeleridir. Böylece bitki tanımlamaları, eski dönemlerin hem doğal hem de beşerî koşullarına dair bilgi sağlayabilir.

Göl çökellerinin kimyasal yapısı ve özellikle de ağır metal içeriği, insan faaliyetlerinden büyük ölçüde etkilenir. Mogan Gölü tortullarının arasında zengin demir bileşiklerinin yanı sıra; asfalt, beton ve çok çeşitli inşaat artıkları ve kiremit parçalarının bulunduğu saptanmış olup (Topçu, 2006; Dong, Xia, Elston, Sun ve Chen, 2009; Ma, Wu, Abuduwaili ve Liu, 2016; Ocakoğlu vd., 2018), Gölbaşı ve çevresinin yoğun antropojenik etkilere uğradığı anlaşılmaktadır.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Kentsel ekosistem, kendiliğinden oluşan kaba (ruderal) habitat florasından başlanarak bilinçli olarak yönetilen dekoratif flora kadar çeşitli tür ve habitat topluluklarını içerir (El-Ghani vd., 2012). Bu nedenle kentsel ortamlardaki bu

bitki toplulukları, yerel insan etkinliklerini farklı ölçülerde yansıtır. Bitki örtüsünün dönüşümünün yoğunluğu, bölgenin tarihiyle, nüfusuyla, geçim kaynaklarıyla ve daha sonra üretim ve genişleme teknikleriyle yakından ilişkilidir (Enríquez-de-Salamanca, 2023). Bitki örtüsü değişimindeki eğilimler iklim haricinde insan faaliyetlerinden, özellikle de ulusal politikalarından önemli ölçüde etkilenir (Tong, Wang, Brandt, Yue, Liao ve Fensholt, 2016). Böylece, yerleşimlerin çevresinde ve araziden yararlanan diğer kesimlerde insan etkisiyle çeşitli bitki türleri gelişir. Bu çalışmada 2013 yılında Özel Çevre Koruma Bölgesi ilân edilen Gölbaşı ilçesindeki vejetasyondaki antropojenik değişimlere yönelik bir çerçeve sunulması amaçlanmıştır.

Nitel analiz yöntemi ve arazi çalışmalarının ön planda olduğu araştırmada CBS ile haritalar hazırlanmış, USGS web sitesinden elde edilen LANDSAT uydu görüntüleri karşılaştırılmış ve elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

Bitki örtüsü dinamiklerinin doğru değerlendirilmesi, ekosistem yönetimi için önemli bilgiler sağlamakta olup, antropojenik aktiviteler ve iklim değişiklikleri bitki örtüsü ekosistemlerini öncelikli olarak etkileyen başlıca faktörleri meydana getirirler (Naeem vd., 2020). Gölbaşı ilçesinde iklim özelliklerinin yarı kurak karakterde olduğu belirlenmiştir. İklim değişimlerinin negatif etkileri, insanın plânsız müdahaleleriyle sorunların artmasına neden oluşturur. Kurak ve yarı kurak alanlardaki vejetasyon gibi doğal kaynakları ele almak; uzun vadeli iklimsel, ekolojik ve antropojenik gözlemleri birleştiren bütünsel bir yaklaşım gerektirir (Meroz vd., 2024). Bu nedenle, araziden yararlanma yolları çok verimli bir şekilde gerçekleştirilmelidir.



Fotoğraf 12: Gölbaşı ilçesinde bulunan sinantropik bitkilere örnek: Hobi bahçeleri (Kaynak: Google Earth)

Sevgi çiçeği (*Centaurea tchihatcheffii* ya da *Cyanus tchihatcheffii*) olarak bilinen bir süs bitkisi ilçenin simgesi haline gelmiştir. Eker vd. (2016), çiçeğin tek yetiştirme alanını teşkil eden Hacıhasan Mahallesi'nde rastlanan hafriyat atıklarının endişe verici olduğu görüşündedir. Ankara Valiliği (2023) tarafından yaptırılan araştırmaya göre hem Gölbaşı hem de Ankara'nın yakın çevresinde yaşam ortamı bulmuş olan Ankara karanfili (*Dianthus ancyrensis*) ve zarife otu (*Erysimum torulosum*) da antropojenik etkilerden korunması gereken diğer dikkat çekici endemik türler arasında bulunurlar.

Meşcere haritasından ve arazi çalışmalarından ilçe genelindeki bitki örtüsünün bozkır özellikte olduğu anlaşılmıştır. Elde edilen diğer bulgulara göre, Gölbaşı ilçesinde antropojenik kökenli sinantropik bitki topluluklarının mevcut olduğu görülür. Bu vejetasyon türünün segetal ve ruderal olan alt türlerinin her ikisi de çalışma alanında oldukça yaygındır. Sinantropik vejetasyon çoğunlukla kent merkezindeki park ve bahçelerde (**Fotoğraf 12**) ve rekreasyon alanlarında, segetal vejetasyon ilçe geneline dağılırarak eğimin az olduğu birikinti yelpazeleri ve vadi tabanları üzerinde, ruderal vejetasyon ise ulaşım rotalarında dizilim göstermektedir. Araştırma alanındaki segetal vejetasyon çeşitleri, nispeten daha yüksek ve eğimi daha fazla olan alanlarda kesintiye uğrayarak parçalanmaktadır. Bu bilgiden hareketle, segetal bitkilerin dağılışında yükselti, eğim ve bakı koşullarını yansıtan topoğrafya en önemli parametrelerden birini meydana getirir. Buna rağmen, eğimin nispeten fazla olduğu güney bakılı yamaçlarda segetal bitki türlerinin mevcut olduğu alanlar da tespit edilmiş olup, bu durum bitkilerin sıcaklık istekleriyle ilişkilendirilmiştir.

Çalışma alanında çok çeşitli sinantropik vejetasyon türleri gözlenmiş ve fotoğraflanmıştır. Trzećńska-Tacik ve Wasylkowa (1982), Polonya Krakow'un modern ve tarih öncesi sinantropik florasını karşılaştırmıştır. Yaz mevsimi yumuşak, kış mevsimi ise oldukça sert geçen şehirde kaydedilen sinantropik bazı türlerden Gölbaşı ile uyumlu olanlar arasında; yabancı hardal (*Sinapis arvensis*), papatya türleri (*Anthemis*), çörekotu (*Nigella*), gelincik (*Papaver rhoeas*), peygamber çiçeği (*Centaurea*) sayılabilir. Yüzölçümü küçük kıtalardan biri olan Avrupa'nın uzun zamandır yerleşim alanı olması nedeniyle yüzyıllardır antropojenik baskıya maruz kaldığı buradan anlaşılmaktadır. Gölbaşı'na göre yüksekliği daha düşük (350-400 m'ler arası), yıllık sıcaklık ortalaması 3°C kadar daha düşük (8.3°C) ve yıllık yağış miktarı 4 kat daha fazla (1387 mm) olan Slovenya'nın Kranj şehrindeki (Meteorolojik veriler Kranj'ın hemen doğusundaki Zgornji Brnik İstasyonu'ndan alınmıştır) sinantropik vejetasyon Šilc ve Košir (2006) tarafından incelenmiştir. Sinantropiklerden papatya (*Anthemis*), ballıbaba (*Lamium*), kokulu yonca (*Melilotus officinalis*), gelincik

(*Papaver rhoeas*); ruderalilerden duvar arpası (*Hordeum murinum*), istilâcılardan beyaz çiçekli yalancı akasya (*Robinia pseudacacia*) ve akçaağaç türleri (*Acer*) Gölbaşı ile eşleştirilmiştir. Burada örneklenen istilâcı türler, sinantropik türler ve onun alt sınıfı içerisinde ele alınan ruderal türlerin farklı iklim, toprak ve topoğrafya koşullarına uyum sağlayabildikleri açıktır. 1974'te çeşitli vagon tekerleklerini inceleyerek sinantropoların çoğunlukla yük trenlerinin kargosuyla başka kıtalara getirildiğini tespit eden Mühlenbach (1979), pek çok bitki türünün anavatanını (kökenini) açıklamıştır. Örneğin; papatya (*Anthemis*), kokulu yonca (*Melilotus officinalis*), yabani hardal (*Sinapis arvensis*), peygamber çiçeği (*Centaurea*) ve ballıbaba (*Lamium*) Avrasya'ya; yemlik türleri (*Tragopogon*) Avrupa'ya; duvar arpası (*Hordeum*) Kuzey Amerika'ya özgüdür. Grauso, de Falco, Motti ve Lanzotti (2021) ise, gelincik (*Papaver rhoeas*) sinantropik bitkisinin Avrupa, Kuzey Afrika, Batı Asya ve özellikle Doğu Akdeniz Havzası menşeli olduğunu bildirmiştir. Görüldüğü gibi literatürde, iklimatik özellikler bakımından çok sayıda bitki türünün anavatanı olarak Avrupa ve Asya kıtalarına işaret edilmesi, bu türlerin farklı sıcaklık ve yağış aralığına uyum sağlayabildiklerinin göstergesidir.

Şehir merkezi Mogan Gölü çevresine kurulduğundan, ilçenin kuzey kesimi diğer bölgelere oranla daha fazla insan baskısına uğramıştır. Yine insanın müdahalesiyle getirilen istilâcı türler arasında; dişbudak yapraklı akçaağaç (*Acer negundo*), Amerikan sarmaşığı (*Parthenocissus quinquefolia*) ve beyaz çiçekli yalancı akasya (*Robinia pseudoacacia*) sayılabilir. İstilâcı türler de büyük oranda ilçenin kuzey kesiminde gözlenir.

Kentsel vejetasyonla ilgili literatür taramasında, bu konunun daha ziyade biyoloji, ekoloji ve peyzaj mimarlığı açısından ele alındığı görülmüştür. Doğal ortam konusu fizikî coğrafyanın, insan etkinlikleri konusu beşerî coğrafyanın ilgi alanı olarak bir bütün teşkil ettiğinden; antropojenik vejetasyonun coğrafi parametrelerle değerlendirilmesi yönünde yayınların ve lisansüstü tezlerin yapılması teşvik edilebilir.

Şehir vejetasyonunda coğrafi koşullara uygun sinantropik bitkilere ait yerli tohum sağlanması, bitki göçü rotalarının ve yönlerinin belirlenmesi, dağılım haritalarının ve yoğunluk durumunun ortaya konulması yararlı olacaktır.

Ortamdaki istilâcı türlerin azaltılması, hiç değilse kontrol altında tutulması önemli bir husustur. İstilâcı türler ve yayılım alanları tespit edilmeli, bitkilerin kökleri toprakta kalmayacak şekilde temizleme yapılmalıdır. Ardından, topraktaki ve sulardaki toksik kirlenmeyi azaltabilecek ağır metal toplayıcı akümülatör bitkilere yer verilerek sağlıklı çevreler oluşturulabilir.

Gölbashi ilçesindeki tuz fazlalığı bulunan topraklarda, tuz toleransı yüksek halofit vejetasyonun geliştirilmesi önerilebilir. Benzer şekilde, yeraltı suyunun yüksek seviyede bulunduğu bataklık sahalar ve burada yaşayan suyu seven hidrofite bitki topluluklarının antropojen etkilerden korunması için önlemler alınmalıdır.

5. KAYNAKÇA

- Akdeniz Şafak, S. (2015). Ruderal vejetasyon. *Ordu Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(2), 74-82.
- Akyürek, B., Duru, M., Sütçü, Y. F., Papak, İ., Şaroğlu, F., Pehlivan, N., Gönenç, O., Granit, S., & Yaşar, T. (1997). *1:100 000 ölçekli açınsama nitelikli Türkiye jeoloji haritaları*, No: 55, Ankara-F15 Paftası. Ankara: MTA Jeoloji Etütleri Dairesi.
- Altay, V. (2009). *İstanbul'un Anadolu Yakası'nın kentsel vejetasyonu* (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ankara Valiliği (2023). *Ankara ili 2022 yılı çevre durum raporu*. Ankara Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü, Ankara.
- Atalay, İ. (2013). *Uygulamalı klimatoloji*. İzmir: Meta Basım Matbaacılık.
- Atıcı, G., Dönmez, M., Çobankaya, M., Sevin, M., Gündoğdu, E. A., Esirtgen, E., Şimşek, E. (2014). *1/100.000 ölçekli Türkiye jeoloji haritaları serisi, Ankara J-29 paftası*. Ankara: MTA Yayınları.
- Avcı, M. (1993). Türkiye'nin flora bölgeleri ve Anadolu Diagonaline coğrafi bir yaklaşım. *Türk Coğrafya Dergisi*, 28, 225-248.
- Aysu, E. (1990). *Şehir planlamasında yoğunluk*. İstanbul: Yıldız Üniversitesi Matbaası, Üniversite Yayın No: 214, Fakülte Yayın No: MF-SBF 90.023.
- Bancone, C.E.P., Turner, S.D., Ivar do Sul, J.A., & Rose, N.L. (2020) The paleoecology of microplastic contamination. *Frontiers in Environmental Science*, 8(574008).
- Bashir, B., Cao, C., Naeem, S., Zamani Joharestani, M., Bo, X., Afzal, H., Jamal, K., & Mumtaz, F. (2020). Spatio-temporal vegetation dynamic and persistence under climatic and anthropogenic factors. *Remote Sensing*, 12, 2612. Doi: 10.3390/rs12162612.
- Beyhan, E.D. (2007). *İzmit'in kent planlamasında ekolojik verilerin değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Chaput, E. (1931). *Türkiye'nin tektonik tarihçesine umumi bir bakış*. (H. Nafiz, Çev.) İstanbul: Şirketi Müerbbiye Matbaası.
- Clements, F.E. (1916). *Plant succession an analysis of the development of vegetation*. Washington: Carnegie Institution of Washington.
- Çiçek, İ. (2004). Ankara'da şehirleşmenin yağış üzerine etkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 1-17.
- Dong, G., Xia, Z., Elston, R., Sun, X., & Chen, F. (2009). Response of geochemical records in lacustrine sediments to climate change and human

- impact during Middle Holocene in Mengjin, Henan Province, China. *Frontiers of Earth Science in China*, 3, 279-285.
- Ehlers, E., & Krafft, T. (Eds.) (2006). Managing global change: Earth system science in the Anthropocene (Chapter). (In *Earth System Science in the Anthropocene*, pp. 5-12). Berlin, Heidelberg & New York: Springer.
- Eker, İ., Vural, M., & Aslan, S. (2016). Ankara ilinin damarlı bitki çeşitliliği ve korumada öncelikli taksonları. *Bağbahçe Bilim Dergisi*, 2(3), 57-114.
- El-Ghani, M.A., Shehata, M.N., Mobarak, A., & Bakr, R. (2012). Factors affecting the diversity and distribution of synanthropic vegetation in urban habitats of the Nile Delta, Egypt. *Rendiconti Lincei-Scienze Fisiche e Naturali*, 23, 327-337. Doi: 10.1007/s12210-012-0179-z.
- Ellis, E.C. (2011). Anthropogenic transformation of the terrestrial biosphere. *Philosophical Transactions of the Royal Society A–Journals*, 369, 1010-1035. Doi: 10.1098/rsta.2010.0331.
- Enríquez-de-Salamanca, A. (2023). Causes of vegetation synanthropisation in Central Spain. *Landscape Ecology*, 38, 3371-3388. Doi: 10.1007/s10980-023-01622-0.
- Fanfarillo, E., Latini, M., Iberite, M., & Abbate, G. (2020). The segetal flora of Italy: An occurrence dataset from relevés in winter cereals and allied crop types. *PhytoKeys*, 161, 107-118. Doi: 10.3897/phytokeys.161.53915.
- Gibson, J.P., & Gibson, T. R. (2006). *Plant ecology*. New York: Chelsea House Publishers.
- Gilbert, O. (1989). *The ecology of urban habitats*. London: Chapman And Hall.
- Grauso, L., de Falco, B., Motti, R., & Lanzotti, V. (2021). Corn poppy, *Papaver rhoeas* L.: A critical review of its botany, phytochemistry and pharmacology. *Phytochemistry Reviews*, 20, 227-248. Doi: 10.1007/s11101-020-09676-7.
- Hadač E. (1978). Ruderal vegetation of the Broumov Basin, NE Bohemia. *Folia Geobotanica Et Phytotaxonomica*, 13,129-163.
- Holzner, W. (1982). Concepts, categories and characteristics of weeds (Chapter 1). (Eds: W. Holzner & M. Numata, In *Biology and ecology of weeds*, pp. 3-20). The Netherlands: Dr. W. Junk Publishers, The Hague & Springer.
- Jenny, J.-P., Koirala, S., Gregory-Eaves, I., Francus, P., Niemann, C., Ahrens, B., Brovkin, V., Baud, A., Ojala, A.E.K., Normandeau, A., Zolitschka, B., & Carvalhais, N. (2019). Human and climate global-scale imprint on sediment transfer during the Holocene. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(46), 22972-22976.

- Jim, C.Y., & Chen, W.Y. (2010). Habitat effect on vegetation ecology and occurrence on urban masonry walls. *Urban Forestry & Urban Greening*, 9, 169-178.
- Kumral, R. (2023). Antropojenik jeomorfoloji ve ortamsal etkileşimi: Ankara Gölbaşı ilçesi örneği (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Lahn, E. (1948). *Türkiye gölleri*. Ankara: MTA Yayınları.
- Landsberg, H.E. (1981). *The urban climate* (Volume 28). (I. G. Series) New York: Elsevier, Academic Press.
- Lewis, S.L., & Maslin, M. A. (2015). Defining the Anthropocene. *Nature*, 519(7542), 171-180.
- Linacre, E., & Geerts, B. (2003). *Climates and weather explained*. London: Routledge.
- Ma, L., Wu, J., Abuduwaili, J., & Liu, W. (2016). Geochemical responses to anthropogenic and natural influences in Ebinur Lake sediments of arid Northwest China. *PLoS One*, 11(5). e0155819. Doi: 10.1371/journal.pone.0155819.
- Malhi, Y. (2017). The concept of the Anthropocene. *Annual Review of Environment and Resources*, 42, 77-104.
- Meroz, A.M., Babad, A., & Levin, N. (2024). Identifying the climatic and anthropogenic impact on vegetation surrounding the natural springs of the Arava Valley using remote sensing methods. *Land*, 13, 361 (1-23). Doi: 10.3390/land13030361.
- Mühlenbach, V. (1979). Contributions to the synanthropic (adventive) flora of the railroads in St. Louis, Missouri. *U.S.A. Annals of the Missouri Botanical Garden*, 66(1), 1-108.
- Naeem, S., Zhang, Y., Tian, J., Qamer, F.M., Latif, A., & Paul, K. (2020). Quantifying the impacts of anthropogenic activities and climate variations on vegetation productivity changes in China from 1985 to 2015. *Remote Sensing*, 12(7), 1113 (1-29). Doi:10.3390/rs12071113.
- Nakhutsrishvili, G. (2013). Synantropic vegetation (Chapter 10). [In *The Vegetation of Georgia (South Caucasus)*, Ed.: G. Nakhutsrishvili]. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- Ocaoğlu, F., Oybak Dönmez, E., Tunoğlu, C., Akbulut, A., Apaydın, A., Tün, M., Görüm, T., & Tuncer, A. (2018). *Mogan ve Eymir göllerinin (Ankara) paleoklimatolojik ve kökensel incelemesi*. TÜBİTAK Proje No: 114Y557, Eskişehir.

- Okay, Y., & Günöz, A. (2009). Gölbaşı'na endemik *Centaurea tchihatcheffii* Fisch. et Mey. tohumlarının çimlenmesi üzerine bazı uygulamaların etkisi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 15(2), 119-126. Doi: 10.1501/Tarimbil_0000001081.
- Palmer, A., & Yates, N. (2005). *Edexcel advanced geography*. London: Philip Allan Updates.
- Pérez-Hernández, J., & Gavilán, R.G. (2021). Impacts of land-use changes on vegetation and ecosystem functioning: Old-field secondary succession. *Plants*, 10(5), 990 (1-18). Doi: 10.3390/plants10050990.
- Price, S.J., Ford, J.R., Cooper, A.H., & Neal, C. (2011). Humans as major geological and geomorphological agents in the Anthropocene: the significance of artificial ground in Great Britain. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 369(1938), 1056-1084.
- Resmî Gazete (2013). *Tabiat varlıkları ve doğal sit alanları ile özel çevre koruma bölgelerinde bulunan devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerin idaresi hakkında yönetmelik*. Tarih: 2/5/2013, Sayı: 28635. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Ankara.
- Roberts, N., Eastwood, W. J., Kuzucuoğlu, C., Fiorentino, G., & Caracuta, V. (2011). Climatic, vegetation and cultural change in the eastern Mediterranean during the mid-Holocene environmental transition. *The Holocene*, 21(1), 147-162.
- Skrajna, T., & Kubicka, H. (2011). Segetal flora of the Wigry National Park. *Acta Agrobotanica*, 64(3), 119-132.
- Sarı, D. (2019). Kentsel peyzajda kullanılan bazı istilâcı süs bitkileri; Türkiye'den örnekler (Chapter 12). (İçinde *Scientific developments*, Ed.: M. Dalkılıç, s. 173-192). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Segal, S. (1969). *Ecological notes on wall vegetation*. Amsterdam: Springer Science Business Media Dordrecht.
- Selim, C. (2021). Bitki tercihleri ve bitkisel tasarım kriterleri açısından otopark alanlarının değerlendirilmesi; Akdeniz Üniversitesi Yerleşkesi Örneği. *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 165-177.
- Šilc, U. (2010). Synanthropic vegetation: Pattern of various disturbances on life history traits. *Acta Botanica Croatica*, 69(2), 215-227.
- Šilc, U., & Košir, P. (2006). Synanthropic vegetation of the city of Kranj (Central Slovenia). *Hacquetia*, 5(1), 213-231.

- Steffen, W., Crutzen, P.J., & McNeill, J. (2007). The Anthropocene: Are humans now overwhelming the great forces of nature? *Ambio-Journal of Human Environment Research and Management*, 36(8), 614-621.
- Syvitski, J., Restrepo Ángel, J., Saito, Y., Overeem, I., Vörösmarty, C.J., Wang, H., & Olago, D. (2022). Earth's sediment cycle during the Anthropocene. *Nature Reviews Earth & Environment*, 3,179-196.
- T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2019). *Sevgi çiçeğine coğrafi işaret belgesi*. Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2023). *Ankara ili Gölbaşı ilçesi, Gölbaşı Özel Çevre Koruma Bölgesi Hacılar Mahallesi, 595 ada 20 parsel 1/1000 ölçekli uygulama imar planı değişikliği araştırma ve açıklama raporu*. Ankara.
- Tong, X., Wang, K., Brandt, M., Yue, Y., Liao, C., & Fensholt, R. (2016). Assessing future vegetation trends and restoration prospects in the karst regions of Southwest China. *Remote Sensing*, 8, 357 (1-17).
- Topçu, A. (2006). *Mogan Gölü litoral sedimentte fosforun mevsimsel ve yersel değişimi ile göle salınım potansiyelinin araştırılması* (Yayınlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Trzcińska-Tacik, H., & Wasylkowa, K. (1982). History of the synanthropic changes of flora and vegetation of Poland. *Memorabilia Zoologica*, 37, 47-69.
- TÜİK (2023). *Türkiye İstatistik Kurumu, Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi il ve ilçe nüfusları*. <https://data.tuik.gov.tr/> (Erişim tarihi: 01.08.2024).
- Woodwell, G.M., Whittaker, R.H., Reiners, W.A., Likens, G.E., Delwiche, C.C., & Botkin, D.B. (1978). The biota and the world carbon budget. *Science*, 199(4325), 141-146. Doi: 10.1126/science.199.4325.141.
- Vural, M. (2019). İç Anadolu bozkırları (İçinde *Alıç ağacının gölgesinde Anadolu bozkırları*, Ed.: T. Ekim & M. K. Gür, s. 181-244). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Yüksel, Ü. (2005). *Ankara kentinde kentsel ısı adası etkisinin yaz aylarında uzaktan algılama ve meteorolojik gözlemlere dayalı olarak saptanması ve değerlendirilmesi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Zhao, J., Xie, H., Ma, J., & Wang, K. (2021). Integrated remote sensing and model approach for impact assessment of future climate change on the carbon budget of global forest ecosystems. *Global and Planetary Change*. 203, 103542. Doi: 10.1016/j.gloplacha.2021.

5. Bölüm

Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi

Ateş BAYAZIT¹

Volkan KÖSE²

¹ Prof. Dr. Profesör Doktor, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, ORCID:0000-0002-5467-9288

² Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, ORCID:0009-0001-9533-4446

ÖZET

Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, ürünlerin ve hizmetlerin başlangıçtan son kullanıcıya ulaşana kadar olan süreç boyunca çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini kontrol altında tutmayı ve çevre dostu uygulamaları teşvik etmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, ürünlerin ham maddeden geri dönüşüm sürecine kadar olan tüm aşamalarında, tedarikçilerden tüketicilere kadar olan tüm paydaşlar için çevresel, sosyal ve ekonomik değerlerin oluşturulmasını hedefler. Ayrıca bu değerleri sürdürülebilir yaklaşımla korumayı ve doğa dostu uygulamaları teşvik etmeyi amaçlar. Şirketler, sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen bir tedarik zincirini stratejilerine dahil ederek kurumsal sürdürülebilirlik hedeflerini ulaşabilir, marka itibarlarını güçlendirebilir, rekabet avantajı elde edebilir ve daha geniş çapta uluslararası sürdürülebilir kalkınma hedeflerini destekleyebilirler. Bu çalışmada, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi kavramsal bir çerçevede ele alınmış ve bunu uygulayan işletmelerden örnekler sunulurken hem literatüre katkı sağlamak hem de işletmelere yol göstermek amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Tedarik Zinciri Yönetimi, Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi

ABSTRACT

Sustainable supply chain management is an approach aimed at controlling the environmental, social, and economic impacts of products and services from their inception to the end-user while also promoting environmentally friendly practices. This approach aims to generate environmental, social, and economic values for all stakeholders involved, from suppliers to consumers, across all product lifecycle stages, from raw materials to recycling. Furthermore, it aims to protect these values through sustainable practices and encourage eco-friendly initiatives.

By integrating sustainability principles into their strategies, companies can attain their corporate sustainability goals, enhance their brand reputation, gain a competitive advantage, and contribute to broader international sustainable development goals. This study, by discussing sustainable supply chain management within a conceptual framework, not only aims to contribute to the existing literature but also provides valuable business guidance.

Keywords: Sustainability, Sustainable Supply Chain Management, Supply Chain Management

1.GİRİŞ

Gelişen teknoloji ile artan isteklerin oluşturduğu talep fazlalığı üreticileri gereksinim fazlası imalat kapasitesi artırımına yöneltmiştir. Özellikle son iki yüz yıldır insanlığın benimsediği, geliştirdiği üretim sistemleri ve tüketim yaklaşımları yeryüzünün ekolojik düzenine zarar vermiştir. İngiltere liderliğinde Batı ülkelerini de kapsayarak tüm dünyaya yayılan sanayi inkılabı ile tasarlanan seri üretim sanayi sistemlerinin yaydığı kimyasal zehirli atıklar, baca gazları vb. başta olmak üzere üretim kaynaklı zarar vericiler dünyanın kirlenmesinin ana nedenleri olmaya başlamıştır. Son yüzyılda oluşan atıkların yarattığı çevre kirliliğinin geldiği yüksek seviye, kirliliği başlatan aynı ülkeleri dünya çevre ve doğa temizliğine yönelik korumacı önlemler almaya yönlendirmiştir. Bilime dayalı üretim yaklaşımı ile ivme kazanan tüketim ve finansal kazanç talebi, mevcut yeryüzü kaynaklarının kontrolsüzce sarfına sebep olurken üretim-tüketim atıkları doğayı, atmosferi dolayısıyla tüm dünyayı kirletmeye başlamıştır (Yücel ve Ekmekçiler, 2008: 321).

Çevresel tahribatın artması, bu sorunun çözümü için yeni sürdürülebilir yöntemler aranması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca toplumda artan çevre olayları doğrultusunda doğaya karşı duyarlılık anlayışı hâkim olmaya başlamıştır. Devlet otoritelerinin ve tüketici taleplerinin çevreye karşı duyarlı yönde artış göstermesi etkin tedbirlerin alınması gerekliliğini doğurmuştur. Bu doğrultuda oluşan sürdürülebilirlik kavramı, iş dünyasındaki günümüz koşulları ile sadece kâr amaçlı işletme faaliyetlerin rekabet ortamında yeterli olamayacağı öngörüsüyle, modern bir yaklaşım olarak işletme stratejilerinde ana hedefler arasında yer almaya başlamıştır. Toplum bakışının, çevresel ve doğa dostu yaklaşımların etkisi ile kritik bir seviyede yeşil hassasiyete dönüşmesi sebebiyle üretim-tüketim tercihlerinin sürdürülebilirlik ana odağına doğru değiştiği görülmektedir.

İşletmelerin, kamusal alandaki yaygın etkileri göz önünde bulundurulduğunda sistemsel olarak sürdürülebilirlik yaklaşımı, her aşamada olduğu gibi tedarik zinciri yönetimi safhasında da benimsenir hale gelmiştir. Kurumlar seviyesinde oluşan anlayışın etkisi ulusaldan uluslararasına doğru sürdürülebilir anlayış yaklaşımını, yeşil küresel tedarik zincirlerinin etkisi altında ülkelerin yeni sürdürülebilir tedarik zinciri anlayışına uyum sağlayabilmesine imkân sağlayabilecektir. Uluslararası boyutta ortak ve benimsenmiş sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi benimsenecektir (Altuntaş ve Türker, 2012: 40). İşletmeler özelinde sürdürülebilirlik kavramının uygulanacağı aşamalar, üretimden, nihai son tüketici ve geri dönüşüme kadar olan faaliyetleri oluşturan tedarik zinciri yönetiminde ön plana çıktığı görülmektedir. Bu sebeplerle sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, işletmelerin tüm faaliyetlerini daha

çevreci, doğaya karşı sorumlu ve duyarlı tasarımlar ile gerçekleştirmeleri gerekliliği bakışı ile öne çıkan bir yaklaşım durumuna gelmiştir.

Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, işletmelerin faaliyetlerinde hizmet ve ürün imalat işlemlerinden, tedarik, dağıtım ve geri dönüşümü içeren safhalarda tamamen sürdürülebilir anlayış ile doğa dostu, çevre zararını, enerji tüketimini, karbon salınımını en aza indirgeyen bir tasarımla planlamayı içerir. Günümüzde birçok işletme geleneksel pazarlama yaklaşımındaki kısa vadeli kar amaçlarından ziyade uzun dönem rekabette üstünlük sağlayacağı ve marka imajını ön planda tutan çağımızın modern anlayışı olarak kabul gören sürdürülebilirlik hedeflerine odaklanarak, tedarik zinciri yönetimi safhasında paydaşlarını işbirliği yapmaya yönlendirerek yeşil anlayışın benimsenmesi için etki altına almaktadır (URL 10).

Gelecek nesillerin daha iyi bir dünyada yaşamlarını idame ettirmelerini için işletmelerin sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimini bir tercih olarak değil, zorunlu bir seçim olarak benimsemeleri gerekmektedir. Kendi başarı ve kar odaklı faaliyetlerinin yanı sıra toplum ve evrenin geleceğinde iyi bir etki bırakmak ve çevresel duyarlılık için sürdürülebilirlik yaklaşımı tüm aşamalarda mecburi bir yönelim olmalıdır. Durum bu kadar önem arz etmesine rağmen ilgili alanyazında yeteri kadar çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu sebeple hem literatüre katkı sağlamak hem de işletmelere yol gösterici olmak adına bu çalışma konusu tercih edilmiştir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

Üretime dayalı tüketimin hız kazanmasıyla, artan hammadde ihtiyaçları ile doğal kaynakların kontrolsüzce kullanılması neticesinde karşılaşılan çevresel sorunlar dünya tarihinin her yüzyılında maruz kalınan problemler olmasına rağmen, sanayi devrimi ve tarım teknolojilerinin gelişimi ile son yüzyıllarda ekolojik dengeye geri dönüşü olmayan büyük zararlar vermiştir.

Endüstri üretimi ile üretim tekniklerinin gelişimi sonucu kaynak tüketiminin artması, atıkların çoğalması, canlı yaşamının bugününü ve geleceğini tehdit eden küresel boyutta çevresel ve sosyal sorunları meydana getirmiştir. Çevresel tahribatın sınırları aşarak küresel bir problem durumuna gelmesi ve konunun önemi sebebiyle Stockholm'de (1972 yılında) Birleşmiş Milletler (BM) Çevre Konferansı düzenlenmiştir. Çevresel sorunların geniş kapsamda ele alındığı bu konferansta, çevresel sorunlarla sosyal sorunların birlikte ele alınması gerekliliği vurgulanmıştır. "Sürdürülebilirlik" ve "sürdürülebilir kalkınma" kavramları Birleşmiş Milletler (BM) çatısı altında kurulan Dünya Çevre ve Kalkınma

Komisyonu tarafından hazırlanmış olan “Ortak Geleceğimiz Raporu’nda (Our Common Future)” ilk kez tanımlanmıştır (Bruntland, 1987: 43).

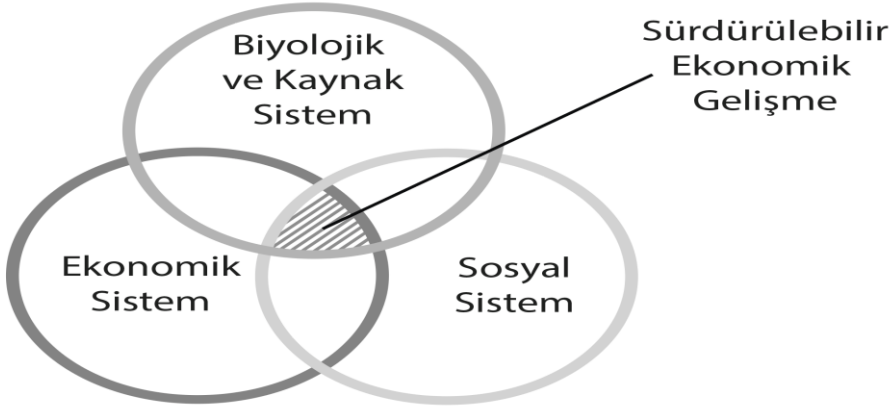
2.2. Sürdürülebilir Kalkınma ve Yapısı

Sürdürülebilirlik, 1987 yılında yayınlanan “Ortak Geleceğimiz” raporunda “gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılamak” olarak ifade edilmiştir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, sürdürülebilirlik ilk olarak doğa ve çevre üzerindeki zararların en aza indirgenmesi, kısıtlı ve kullanılabilir kaynakların etkili kullanılması konularıyla öne çıkmaktadır (Brundtland, 1987: 41). Her ne kadar bu tanım insan merkezli bir odağa sahip olsa da sosyal adalet ve insani ihtiyaçlara vurgu yaparak on yıllarca süren çevresel hareket için, sürdürülebilirliğin işlevsel vurgusu açıkça çevre üzerinde olmuştur (Ceschin ve Gaziulusoy, 2016: 118).



Şekil 1. Bruntland Sürdürülebilir Kalkınma Diyagramı (1987)

Brundtland’ın Ortak Geleceğimiz Raporu’nda sürdürülebilirlik, ekonomik-sosyal-çevresel faktörlerin çatısını oluşturan bir kavram olarak açıklanırken (Şekil 1), Barbier’in (1987) sürdürülebilirlik diyagramında (Şekil 2) sürdürülebilir kalkınma/ekonomik gelişme; biyolojik sistem ve diğer kaynaklar (çevresel), ekonomik (temel ihtiyaçların karşılanması-eşitlik-yararlı mal ve hizmetlerin artırılması) ve sosyal (kültürel çeşitlilik-sosyal adalet-katılım-kurumsal sürdürülebilirlik) sistemlerin kesişimlerinin oluşturduğu yapı olarak tanımlanmaktadır.



Şekil 2. Barbier Sürdürülebilirlik Diyagramı (Barbier, 1987: 104).

Brundtland raporunda yer verilen sürdürülebilirlik yaklaşımı için kuşakların talep ve ihtiyaçlarının çok farklı türde olacağı, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını gözeterek yaklaşımın beraber doğayı tehlike atmadan geliştirilecek stratejilerden yola çıkarak, günümüz karar vericilerine, kamu, işletme ve uygulayıcılarına önemli görevler düşmekte olduğu vurgulanmıştır (Altuntaş ve Türker 2012: 41). Daha iyi bir yarın için toplumların ve ortak gezegenin hayatta kalması daha sürdürülebilir bir dünyaya bağlıdır (URL 1).

2.3. Sürdürülebilirlikte İşletme Örnekleri

İşletmeler, sürdürülebilirlik konusunda çeşitli yaklaşımlar benimsemekte, stratejiler geliştirmekte ve uygulamaktadır. Ulaştırma sektöründeki küresel markamız Türk Hava Yolları (THY), sürdürülebilirlik konusunda uçuşlarında karbon salınımını azaltmak için yakıt verimliliğini artıran teknolojileri tercih etmiş, atık yönetimi konusunda sürdürülebilir programlar tasarlamış ve geri dönüşümü teşvik eden projeleri desteklemiştir (URL 3). Bankacılık sektöründen Türkiye İş Bankası, yeşil finansman desteği ve sürdürülebilir projelere yatırım yapmayı kolaylaştırıcı katkılar sunarak sürdürülebilirlik konusunda yeşil dönüşüm için müşterilerine yol gösterici bir yaklaşımla finansman desteği sağlamaktadır (URL 4). Beyaz eşya sektöründeki Arçelik üretim kaynaklarında verimliliği artırarak, doğa dostu ürünlerin imalatını ve sürdürülebilirliğini bir iş modeli olarak benimsemiş, tedarikçileri, iş ortakları, çalışanları ve tüketicilerini bilinçlendirerek, birlikte doğa dostu çözümler tasarlamayı hedeflemektedir (URL 5). İşletmelerin sürdürülebilirlik konusundaki stratejileriyle çevresel sorunlara karşı gelişen duyarlılığının her geçen gün artarak devam ettiği görülmektedir.

Günümüzde dünya genelinde artan çevre bilincine bağlı olarak doğayı koruma anlayışı artış göstermiştir. Bu anlayış ile çevre dostu kamu yaklaşımını gözeten sivil toplum örgütleri ortaya çıkmış, küresel çapta kalite standartları ve yasal düzenlemelerle çevreyle ilgili bilinç toplumlarda önemli bir kriter haline gelmiştir. Gelişen bu doğa dostu bakış açısı ülke, toplum, işletmelerde karar alma süreçlerini, ürün-hizmet model tasarımı, tedarik tercihleri, geri dönüşüm ve tüketim tercihleri yönetmede etkili rol oynama başlamıştır.

3. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

3.1 Tedarik Zinciri Yönetimi Kavramı

Andrew Cox (1997: 167), tedarik zinciri yönetimini, müşterilere mevcut kurumsal ürün ve hizmet tekliflerini desteklemek ve tedarik etmek için dahili ve harici olarak oluşturulması gereken dağıtım kanalları boyunca artan operasyonel etkinlik ve verimlilik sağlayan araç ve teknikleri keşfetmeye adanmış bir düşünce tarzı olarak tanımlamıştır.

Lambert (2008: 2), tedarik zinciri yönetimini, müşteriler ve diğer paydaşlar için değer katan ürünler, hizmetler ve bilgiler sağlayan son kullanıcıdan orijinal tedarikçilere kadar temel iş süreçlerinin entegrasyonu olarak tanımlamaktadır.

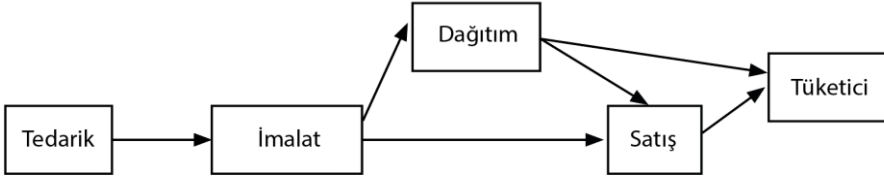
Tedarik zinciri yönetimi, bir ürünün son kullanıcıya veya müşteriye iletilmesinde yer alan kompleks bir faaliyet yapısının koordinasyonu ve yönetimidir. Bu kritik bir iş fonksiyonudur, süreç hammadde ve parça tedariki, ürünlerin depolama, üretim ve montajı, talep girişi ve takibi, çeşitli kanallar aracılığıyla dağıtım ve nihai olarak müşteriye teslimini içerir. Bir şirketin tedarik zinciri yapısı, dış tedarikçiler, şirketin iç fonksiyonları ve dış distribütörlerin yanı sıra müşterilerden (ticari veya son kullanıcı) oluşur. Firmalar aynı anda birden fazla tedarik zincirinin üyesi olabilir. Yönetim ve koordinasyon, coğrafi sınırlar ve birden fazla zaman dilimine yayılmış küresel oyuncular tarafından daha da karmaşık hale getirilir. Bir tedarik zincirinin etkili yönetimi “müşteri beklentileri, küreselleşme, hükümet düzenlemeleri, bilgi teknolojisi, rekabet ve çevreden” de etkilenir (Hervani ve Helms, 2005: 331).

3.2. Tedarik Zinciri Yönetimi Gelişimi ve Fonksiyonları

Tedarik Zinciri Yönetimi (TZY), Tedarik Zinciri Yönetimi Profesyonelleri Konseyi'ne (CSCMP) göre, kaynak bulma ve satın alma, lojistik yönetimi ve dönüşüm işlemleri ile ilgili tüm faaliyetlerin planlanması ve yönetimini kapsamaktadır. Dahası, araçlar-tedarikçiler-üçüncü taraf hizmet sağlayıcılar-müşteriler gibi paydaşlarla işbirliğini de içermektedir. Temelde TZY, işletme bünyesinde veya işletmeler arasında arz ve talep yönetimini birleştirir. Ayrıca

TZY, lojistik yönetimi uygulamalarına ek olarak üretim operasyonlarını da içermektedir. Dahası pazarlama, tasarım (ürün), satış, finans ve bilgi teknolojileriyle beraber, bunlar arasındaki süreç ve faaliyetlerin koordinasyonunu sağlar (URL 2).

Beamon'a göre (1999: 336) geleneksel tedarik zinciri, hammaddelerin nihai ürünlere dönüştürüldüğü ve daha sonra tüketicilere dağıtım, perakende veya her ikisi yoluyla teslim edildiği entegre bir üretim süreci olarak tanımlanmaktadır.



Şekil 3. Geleneksel Tedarik Zinciri (Beamon, 1999: 336)

İşletmelerin günümüz rekabet ortamı ve küreselleşen piyasalarda verimliliklerini artırmak için stratejiler belirleme ihtiyacı önem arz etmektedir. Bu stratejilerin en önemlilerinden biri alıcı- tedarikçi ilişki ağını kurabilmek ve yönetebilmektir. Hizmet ve/veya ürünlerin tedarikçilerden alıcılara akışın tamamı olarak tanımlanan ağ tedarik zinciri olarak belirtilirken, hizmet ya da ürün/malların doğru zaman, fiyat ve konumda kabul edilebilir sürelerde tedarikçiden alıcıya iletilmesine ise “tedarik zinciri yönetimi” denir (Ergen ve Yeşiltuna, 2022: 102). TZY, şirketler arası süreçlerin düzenlenmesi, koordinesi ve kontrol modeli ile maliyetleri düşürme, kaliteyi artırma ve faaliyetleri hızlandırma amaçlı tercih edilen yenilikçi yöntemler bütünüdür (Özdemir, 2004: 87).

Tedarik Zinciri Yönetimi yaklaşımı, 20. yy’ın başlarında ABD’nin öncülüğüyle lojistik ve işletme yönetimi terimlerinin etkisi ile üretim odaklı pazar ve iş modeli yaklaşımında kabul görürken, yaşadığımız asrın son yarısında pazarlama ve satış odaklı bir yöne doğru ilerlemiştir. Hizmet anlayışının gelişmesi ile müşteri memnuniyeti ve pazar odaklı yaklaşımlar önem kazanmıştır (Ciravoğlu, 2006: 7).

Verimliliğin artırılması amaçlanan tedarik zinciri yönetiminde, işlem safhaları detaylı olarak değerlendirilir. Gerekli olmayan aşamalar kaldırılmaya çalışılır. Kaldırılmayan süreçlerde öncelik olarak maliyet düşürücü yaklaşımlar benimsenerek karlılık artışı hedeflenir. Ayrıca mevcut aşamalarda ise güncellemeler yapılır. Hammadde tedarikçiden üretim aşaması ve ürünün

tüketicie kadar ulaştırılması safhalarına kadar geçen döngü sürelerinin azaltılması amaçları (Uçal Sarı, ayır Ervural ve Buzat, 2017: 477).

zdemir (2004: 89), tedarik zinciri yönetiminin ana maksatlarını müşteri tatminini artırmak, çevrim zamanını azaltmak, stok ve stokla ilgili maliyetlerin azaltılmak, ürün hatalarını azaltmak ve faaliyet maliyetini azaltmak olarak ifade etmiştir.

Tüketicie isteklerinin karşılanabilmesi için çeşitlendirilen ürünler için zgn tedarik zincirleri, bazen basit ve kısa olabilirken bazen uzun ve karmaşık da olabilmektedir. İşletmeler tarafından bazı parçaların toptancıya, bazı parçaların perakendeciye ya da başka bir işletmeye veya doğrudan müşteriye satışı gerçekleştirilebilmektedir. Bu sebeplerden aynı ürün tedarik zincirinde farklı rotalar izleyebilir. Tedarik zinciri yönetimindeki her aşama kendi gayelerinde uzmanlaşarak gereksiz aktivite sayısı ve tekrarları azaltılabilmesi amaçları. Kademeler en yoğun tecrübeye sahip olduğu iş üzerinde aça katkı sunarak tedarik zincirinin her safhasının alanında uzman olmasına imkân sağlanmaktadır.

Bilimin hızla ilerlemeye devam etmesi ile değişen yeni yaşam koşullarının gerektirdiği tüketime dayalı gereksinimlerin önceliğinde ülkelerin, toplumların artan taleplerine karşılık vermek amaçıyla sreklielik gerektiren ikmal yöntemlerinin geliştirilmesi hayati öneme sahip olmaya başlamıştır. Artan talebe karşılık vermek amaçıyla yeni tedarik yöntemlerinin geliştirilmesi gerekliliği işletmelere nc ve önemli sorumluluklar yüklemiştir.

Artan rekabet koşullarında işletmeler tedarik zinciri yönetimine ait tüm aşamalarındaki uzmanlaşmalarıyla birlikte hizmet kalitelerinde artışa, maliyetlerde azalmaya ve pazar paylarının genişletmeye yönelik olumlu etkileri sağlamış olacaktır. İşletmenin ana amaçlarından finansal performansı artarak, kar oranındaki hedeflerine ulaşma hedefinde büyük katkı sunacaktır (Erdem, 2013: 13).

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR (YEŞİL) TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

4.1. Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi Kavramı

Gelişen teknoloji, artan tüketicie talebi ve küresel çapta ticaretin ilerlemesi ile yaşanan değişimler ciddi çevresel problemleri de beraberinde getirmiştir. İşletmeler, yaşanan evre sorunlarına karşı farkındalık yaratmak adına yeşil uygulamalara yönelerek hem karlılıklarını hem de verimliliklerini arttırmayı hedefleme amaçıyla sürdürülebilir yaklaşımla çevreye zararı azaltmak için farkındalık yaratabilmektedir (Erdem, 2013: 20).

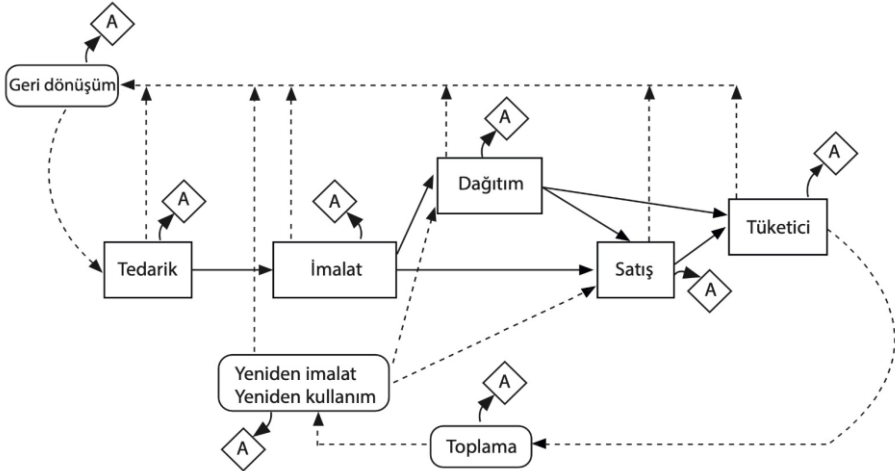
İşletmeler küreselleşen dünya rekabet ortamında rakiplerinden nde olabilmek adına yüksek kalite, düşük maliyetli ve çevreye duyarlı stratejiler

geliştirmeyi ilke edinmek zorunda kalmışlardır. Bu stratejik amaçlarla işletmeler rekabet ve verimlilik avantajlarından yararlanmak için tedarik zinciri yönetimi safhasına özel bir önem vermeye başlamışlardır. Böylelikle, sürdürülebilirlik anlayışı öne çıkarak tedarik zinciri yönetimi aşamasında yeni tasarım yaklaşımları başlamıştır. Geleneksel tedarik zinciri yönetimi tedarikçi-alıcı arasında ürünlerin en uygun yollarla iletilmesini hedeflerken, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminde yeşil yaklaşım anlayışıyla “ekonomik, sosyal ve çevresel” boyutları önemseyen uzun vadeli tedarikçi-alıcı ilişkisi amaçlanmaktadır. Bu yaklaşımda, ürünlerin tedarikçiden alıcıya doğru ulaştırılması maksadı ön plandadır (Ergen ve Yeşiltuna, 2022: 114).

4.2. Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetiminin Gelişimi ve Aşamaları

1960-1970’li yıllarında işletmeler, artan rekabet koşullarında temel uzmanlık alanlarına odaklanmak üzere katma değer yaratmayan, iş ve işlem safhalarını diğer taraflara devretmişlerdir. 20. yüzyılın son çeyreğine doğru bu yaklaşım yerini işlerin paylaşılmasına yönelik iş birliğine dönüştürerek, işletmeler ana uzmanlık konularında katkı sunma anlayışını benimsemiş ve tedarik zinciri yönetimi kavramı ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu değişimlerin beraberinde sürdürülebilir kalkınma anlayışı kapsamında işletmeler gelecek nesillerin haklarını korumak için bugünden sorumlu davranma anlayışını benimsemişlerdir. Sürdürülebilir yönetim yaklaşımı ile işletmeler tüm faaliyet aşamalarını yeniden yeşil bakış açısı ile tasarlamayı hedeflemiştir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik yaklaşımı ile tedarik zinciri yönetimi uygulamalarının adımları atılmaya başlanmıştır (Günday, 2018: 2).

1990’lı yıllara doğru hızla gelişen teknoloji, üretim dinamiklerini hızlandırmış ve tüketicinin değişen taleplerini karşılamaya yönelik çok miktarlı üretim stratejilerinin geliştirilmesine katkı sunmuştur. Artan pazar talebi ve rekabet önceki yıllardan farklı olarak toplumsal bilincin sürdürülebilir anlayışa evrilmesi ile beraber üretim faaliyetlerinde çevreci ve doğa dostu aşamaların tasarlanmasını, kamu yaptırımları ve tüketici talepleri zorunlu kılmıştır. Geleneksel tedarik zincirini genişletmenin nihai amacı, tüm ürün ve süreçlerin toplam anlık ve nihai çevresel etkilerinin dikkate alınmasını sağlamak olmuştur (Beamon, 1999: 337). Tedarik zinciri yönetimi ağının içerisine sürdürülebilirlik kavramı eklenerek genişletilmesi sağlanmıştır.



Şekil 4. Genişletilmiş Tedarik Zinciri Yönetimi (Beamon, 1999: 338)

Genişletilmiş tedarik zinciri, geleneksel tedarik zincirinin tüm unsurlarını içermektedir (Şekil 3). Ayrıca üründe ve ambalajda geri dönüşüm, yeniden kullanım ve/veya yeniden üretim operasyonlarını içeren yarı kapalı bir döngü oluşturmak için tek yönlü zinciri genişletir. Genişletilmiş tedarik zinciri yönetimi diyagramı Şekil 4'te gösterilmektedir. Geleneksel tedarik zinciri bağlantıları düz çizgilerle, genişletilmiş tedarik zincirine karşılık gelen bağlantılar ise kesikli çizgilerle gösterilmektedir. Elmaslarla çevrili "A" harfleri atık (veya elden çıkarılmış) malzemeleri temsil etmektedir (Beamon, 1999: 337).

4.3. Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetiminin Sağladığı Katkılar

Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, doğal çevreyi koruma amacıyla tüketici talepleri karşılanırken, ürünlerin ve hizmetlerin oluşturulabilmesi için gereken kaynakların temin edilmesi aşamasından başlayarak, kullanılan ürünün atık olarak dönüştürülmesi gibi zincirin sonlarına kadar olan uygulamaları kapsamaktadır. Hammadde ve enerji tüketiminin en alt limitlerde kullanıldığı sürdürülebilir yaklaşımla tasarlanan stratejilerin üretim aşamalarına yansıtılması amaçlanır. İşletmeler, tercih ettiği bu sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi ile uzun vadede üretim maliyet avantajı ve rekabet üstünlüğü elde eder (Yaprak ve Doğan, 2019: 1144). Tedarik zinciri ve çevre yönetim yaklaşımının birleşiminden doğan sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, hız, maliyet ve planlama bakımından rekabet koşullarının da etkisi ile işletmelerin finansal ve çevre verimlerini dengelemelerini sağlayan etkin ve kapsamlı bir araçtır (Ergülen ve Büyükkeklik, 2008: 46). İşletmelere faaliyetlerinde rekabet avantajı sağlayan sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, ürün-hizmet kalitesini artıran, işletim

giderlerini azaltan, zaman, kaynak ve finansal durumu en uygun şekilde yönetilmesine yardımcı olan bir yönetim biçimi olarak görülmektedir (Şişman, 2018: 89).

4.4. Sürdürülebilirlik Tedarik Zinciri Yönetimini Uygulayan İşletme Örnekleri

İşletmelerin, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi konusuna ilişkin benimsediği ilkeleri ve uygulamaların hangi aşamada olduğu ile ilgili dönemsel raporlar sunması kurumsal yaklaşımları ve çıkarılan yasalar gereği zorunlu hale getirilmiştir. Tüpraş firması, birinci kriterinin tedarikçilerinin çalışma koşullarının iyiliği olduğunu belirtirken, Borusan '0 iş kazası' fikriyle paydaş ve tedarikçilerine sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı yaratılması yaklaşımını benimsediğini vurgulamaktadır. Arçelik, 2005 yılında Avrupa Birliği Beyaz Eşya Üreticileri iş ahlakı sözleşmesini imzalayarak, tedarikçilerini sürdürülebilirlik konusunda teşvik etmeyi tercih etmiştir. İşletmelerin, insan hakları, etik kurallar ve kanunlara duyarlı yaklaşımla paydaş ve tedarikçilerini ortak çalışma koşullarına uyum sağlama girişimleri gerçekleştirdiği görülmektedir (Altuntaş ve Türker, 2012: 53).

Priti K. Rao ve Vanitha R. Bhargav 2016 yılında yaptıkları çalışmalarında Dell bilgisayar üretici markasının yeşil paketleme konusundan çevresel zararı azaltan, sürdürülebilir ve olumlu kamusal etkileri artıran ambalajlama faaliyetlerinin ikincil verileri ile analiz yapmışlardır. Çalışma sonucunda, 2015 yılı için Dell firmasının gönderilerinde %100 doğa dostu kaynaklardan üretilen ambalajları kullandığı, karton ve kâğıt tasarrufunun doğaya olan olumlu etkisinin yaklaşık 52.000 ağacı koruduğunu tespit etmiştir. Şirketin, daha az karbon salınımı, enerji verimliliği, hammadde kaynaklarını sürdürülebilir şekilde koruma faydaları elde ettiği ifade edilmiştir. Tüketici açısından ise daha düşük maliyetler, güvenli ürünler ve karbon ayak izi azalımı gibi etkilerin olumlu yansımaları olduğu vurgulanmıştır (Rao ve Bhargav, 2016: 83-84).

Tekstil sektörü küresel markalarından H&M, 2030 yılına kadar sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi stratejilerine yönelik olarak tüm ürünlerinde yalnızca geri dönüştürülebilir ve sürdürülebilir kaynak kullanmayı ve faaliyetlerinde yüzde yüz yenilenebilir enerjiye geçmeyi planladığını belirtmiştir. Firma, yılda 25 bin ton tekstil ve türevi ürününün toplanmasını, geri dönüştürülmesini ya da yeniden kullanılmasını amaçlamıştır. Firma, 2040 yılında tüm tedarik zincirinin çevre ve iklim dostu olması yolunda adımlar attığını ve tüm tedarikçilerini, tüketicilerini bu hedefler için bilinçlendirmeye öncelik vereceğini bildirmiştir (URL 6; URL 8). Mobilya sektöründeki IKEA firması, doğa dostu yaklaşımlarda öncü adımlar atmaktadır. Mobilya malzemelerinde, hammadde kaynağı olan orman

ürünlerinde sürdürülebilir yönetim politikalarını planlamaktadır. İşletme, tedarikçilerini bu amaçla bilinçli bir şekilde yönlendirmektedir. Ambalaj malzeme seçiminde de aynı sürdürülebilir anlayış ile geri dönüşebilen ve enerji verimliliği yüksek tercihlere yönelerek, çeşitli projeler yürütmektedir (URL 6; URL 7).

Elektrikli araç üreticisi Tesla firması, sürdürülebilirlik konusunda otomotiv sanayisinin ilk markalarındandır. İşletme, bünyesindeki faaliyetleri kapsamında tedarik zinciri süreçlerinde yenilenebilir enerji kaynaklarını kullandığını ve karbon salınımını minimuma indirmek için çeşitli stratejiler geliştirdiği yeşil tedarik zinciri yönetimini uyguladığını belirtmektedir. Güneş enerjisi ve enerji depolama tasarımları geliştirerek sürdürülebilirlik anlayışı ile yenilenebilir enerjiye kullanımını teşvik etmeyi hedeflemiştir (Bai, Yan ve Yan, 2023: 179-180;URL 9).

Günümüzde sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen, yeşil tedarik zinciri yönetimi safhalarını uygulayan, paydaşları ile beraber doğa dostu anlayışla faaliyetlerini gerçekleştiren firma sayısı artmaya devam etmektedir. Örnek verdiğimiz sektörde öncü firmalar sürdürülebilirlik standartlarını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır.

Sürdürülebilirliğin tedarik zinciri yönetimindeki amacı, hizmet/ürünlerin piyasalara sunulmasında yer alan partnerler için uzun dönemli sosyal, ekonomik ve çevresel değer oluşturmak ve iletmeaktır. Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, işletmelerin sadece satış yapabilmesi maksadına cevap vermek yerine uzun süreçlerde gelişmek ve başarılı işletmeler arasında olma gerekliliği ile ilgili çözümler üretmektedir (Gedik, 2021: 852).

Türkiye’de sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminin uygulanması açısından bazı örneklerle yer verilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Türkiye’de Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimini Uygulayan Bazı Kuruluşlar

Boyrer	2013 yılında izledikleri sosyal uygunluk projesi kapsamında 2012-2013 karşılaştırmasında metrekare başına düşen tüketimde %12,15, birim emisyondaki değişimde ise %22,46 oranında azalma sağladı.
CarrefourSA	Tedarikçilerin direkt dağıtım yerine depolara teslimat yapmasını sağlıyor. Onlardan gelen malları konsolide ederek tek bir araçla marketlere iletiyor.
Dimes	Tüm tırlar Euro 5 motor ile donatıldı. Diren Makine (DİMAK) Ar-Ge bünyesinde 2 yıl önce, elektrik enerjisi ile desteklenen hibrid araç geliştirmesi projesiyle yakıttan %20 tasarruf sağladı.
Gıda 360	Rota optimizasyonu yaparak ve filosunda 5 yaş altı araçlar kullanarak yakıt tüketiminde %10 tasarruf sağladı. Şirket içinde 8.500 ton atık kağıdı geri dönüştürerek 1.800 ağacı kurtardı.
Migros	Son 5 yıldır taze gıdaları mağazalarına doğrudan sevk ederek 30 kat daha az gidiş-geliş yapıyor. Lojistik masraflarını azaltmak için 2 yıl önce meyve ve sebze ürünlerinde katlanabilir kasa uygulamasına geçti.
Proctor&Gamble	Nakliye ağımlı ağırlıklı olarak raylı sistem ve deniz ulaşımı üzerine kuruyor. Yıllık bazda 650 adet daha az tır sevkiyatı gerçekleştirdi. 800.000 km daha az yol yapıldı. 1.000 ton daha az karbon salınımı gerçekleştirildi.
Unilever	Nakliyelerin çoğunu yüksek tonaj verimliliği ve ton başına düşük karbon salınımı sağlayan modern tırlara kaydırıyor. Trafikteki araç sayısı %25, yıllık %14 oranında karbon salınım miktarını azalttı.
Yıldız Holding	2010’da geleneksel kanala dağıtım yapan 4 şirket Horizon gıda altında birleşerek yıllık 4,7 milyon litrelik yakıt tasarrufu sağlamıştır.

Kaynak : (Aktaran Çelik vd. 2016: 281).

Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, kullanımı zararlı ürünü veya geri dönüşümü azaltıcı, yeşil tasarım, kaynak tasarrufu sağlayan ürünlerin kullanımı süresince doğaya olumsuz etkisini en aza indirmeyi amaçlayan faaliyetleri içeren tedarik zinciri yönetiminin sürdürülebilirlik temelinde detaylandırılmış şeklidir (Güzel ve Demirdöğen, 2015: 46). Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, işletmelere hammadde tedariklerinden ürün imalatına ve tüketiciye kadar olan aşamalarda rekabet üstünlüğü sağlayan bir uygulama olarak önemli katkı sunmaktadır.

5. LİTERATÜR TARAMASI

Yeşil/sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi (YSTZ) literatüründe, önceki çalışmalar organizasyonel araştırma ve gerçek dünya uygulamaları ile ilgili çeşitli konulara odaklanmıştır. Daha önce yayınlanmış çok sayıda çalışma, çeşitli teknikler ve stratejiler kullanarak yeşil tedarik zinciri yönetimi ile ilgili sorunları incelemiştir (Raman vd. 2023). Yerli ve yabancı yazarların sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimine olan ilgili yaklaşımının giderek arttığı gözlemlenmiştir.

Gedik (2021), çalışmasında tedarik zinciri yönetiminin sürdürülebilirlik ile ilişkisini incelemeyi hedeflemiştir. Yeşil tedarik zinciri yönetiminin uygulama içeriklerini, avantajlarını ve zorluklarını açıklamış, yeşil duyarlılığı benimsemek isteyen işletmelere rehberlik edecek bilgilere değinmiştir.

Yang, Wang, Gu ve Xie (2021), çalışmalarında tedarikçinin baskılanmasının imalatçıların sürdürülebilir satın alma karar verme safhasındaki etkilerini ve faaliyetler ve çevresel performans bakımından meydana gelen çıktılarını analize etmeyi amaçladığı görülmüştür. Tedarikçinin zorlayıcı baskısının, sürdürülebilirliğe odaklanmanın ve toplumsal yaklaşıma duyarlı bilincin, bir işletmeyi daha başarılı sürdürülebilir satın alma yöntemlerine sevk edeceğini ve dolayısıyla faaliyetlerin ve çevresel performanslarına olumlu katkı sunacağını ortaya koyduğu neticesine erişilmiştir. Sosyal ve kamusal sorumluluklarla beraber ticari değerlerin yeşil tasarlanması, sürdürülebilir satın almayı ve tedarik zinciri yönetimi ile beraber ortak yeşil yaklaşımın teşvik edebileceğini ifade etmişlerdir.

Singh, Singh ve Sethi (2020a), çalışmalarında sürdürülebilir üretim uygulamalarını analiz etmek için çoklu karar verme yöntemini tercih ettikleri görülmüştür. Çalışmada, incelemek için üst yönetimin taahhüdü ve desteği, kurumsal faaliyetler, yaşıt sosyal baskısı, devlet otoritesi, müşterilerin özellikleri, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, devlet katkısı ve gelişen teknolojilerin uygulanması başlıklarında sekiz konu ortaya çıkarılmış, karşılaştırmalı bir yöntem ile yeşil üretimin başarı olma olasılığı belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışma sonucunda, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimini, organize yöntemleri, müşteri özellikleri, değişen/gelişen teknolojilerin uygulanması ve yönetici katkı ile desteğini AHP ve TOPSIS yöntemlerine göre sıraladığı görülmüştür.

Yaprak ve Doğan (2019), yeşil tedarik zinciri yönetimi hakkında mevcut durum analizi konulu çalışmalarında literatüre dayalı detaylı bir tarama ile makale yayınlamışlardır. Çalışmalarında yeşil tedarik zinciri yönetimi uygulamalarına yönelik detaylı bilgi verilmiştir. Ayrıca işletmelerin karşılaştıkları zorluklara değinilmiştir. Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminin

uygulamalarındaki yararlı faktörler izah edilmiş, işletmelere öneri ve tavsiyelerde bulunulduğu görülmüştür.

Demirel ve Yılmaz (2019), yeşil tedarik zinciri yönetimi uygulamalarını Türkiye’de bulunan firmalar açısından incelemişlerdir. Bu çalışmada sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminin (STZY) doğa dostu yeşil düşünce anlayışının, ürün tasarımından malzeme teminine ve seçimine, üretim sürecinden nihai ürünün tüketiciye teslimine kadar tedarik zinciri yönetimi süreçlerine entegre edilmesini izah edilmiştir. Çalışmada, Türkiye’de CDP 2017 iklim değişikliği anketine yanıt veren ve Borsa İstanbul (BIST) 100’de sanayi kategorisinde yer alan firmaların yeşil tedarik zinciri faaliyetlerinin düzeyini ve mevcut çabaların yeterliliğini değerlendirdiği görülmektedir. Seçilen işletmelerin sürdürülebilirlik ve/veya yıllık raporlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi yapıldıktan sonra ilgili işletmelerin sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi uygulamalarındaki noksanlıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Eksik görülen unsurların giderilmesi için tavsiyelerde bulunulmuştur.

Kazançoğlu vd. (2018), çalışmalarında çevresel, ekonomik, lojistik, operasyonel, organizasyonel ve pazarlama performansını entegre eden yeni bir bütünsel kavramsal YTTY performans değerlendirme çerçevesi önermişlerdir. Thamsatitdej, Boon-itt, Samaranayake, Wannakarn ve Laosirihongthong (2017), yaptıkları çalışmalarında hammadde tedariki, sürdürülebilir üretim, yeşil ambalajlama, taşıma ve dağıtım tasarımı, ürün yerleştirme ve tersine lojistik olmak üzere beş aşamadan bahsetmiş ve aralarındaki ilişkilerin bulunması için analiz çalışması gerçekleştirmişlerdir.

Güzel ve Demirdöğen (2015), çalışmalarında yeşil tedarik zinciri anlayışı ve işlemleri ile sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimini uygulayan işletmelerin faaliyet planlarını belirlemek için ihtiyaç duydukları aşamaları açıklayarak, tedarikçi ve üretici firmalara yol gösterici önerilerde bulunmayı hedeflemişlerdir.

Amemba vd. (2013), firmaların yeşil tedarik zinciri araçlarını tedarik zincirlerine nasıl dahil edebileceklerini vurgulamak için derinlemesine bir literatür taraması ağırlıklı bir çalışma yapmışlardır.

Sarkis vd. (2011), yeşil ve sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi ile ilgili çeşitli konuları araştırmak için karmaşıklık, ekolojik modernleşme, bilgi, kurumsal, kaynak temelli görüş, kaynak bağımlılığı, sosyal ağ, paydaş ve işlem maliyeti ekonomik teorileri olarak isimlendirdikleri dokuz teoriyi tanıttıkları bir çalışma gerçekleştirmişlerdir.

Fortes (2009), son yirmi yılda yeşil tedarik zinciri yönetimi (GrSCM) literatürünü yeşil-operasyonlar, yeşil-tasarım, yeşil-üretim, tersine lojistik ve atık yönetimi başlıkları altında detaylı olarak incelemiştir.

Ergülen ve Büyükkeklik (2008), araştırmalarında sanayileşmenin arttığı yıllardan başlayarak tarihi sırayla çevre yönetiminin gelişim safhalarını değerlendirmiştir. İşletmelerin doğa dostu uygulamalarla gelişiminden ve ilişkili olarak yeşil tedarik zinciri yönetimini tercih etmek için sebeplerinden bahsetmiş olup, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimini detaylı şekilde incelediği görülmüştür.

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi konusunu kavramsal bir açıdan inceleyen bu çalışmada öncelikle sürdürülebilirlik kavramı tanımlanmış ve sürdürülebilir kalkınma aşamaları ile gelişimi anlatılmaya çalışılmıştır. Ardından işletmelerde sürdürülebilirlik anlayışına göre gerçekleştirilen uygulamalardan örnekler verilmiştir. Tedarik zinciri yönetimi kavramı anlatılarak, aşamaları açıklanmıştır. Devamında sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi ele alınmıştır. Günümüzde sektöründe öncü firma örnekleri ile sürdürülebilir tedarik zincirinin öneminden bahsedilmiştir. Ayrıca çalışmada sürdürülebilirlik ilkesinin yeşil tedarik zinciri yönetiminin rekabet üstünlüğünde işletme hedeflerinde olumlu katkılar sunduğu vurgulanmıştır. Hammadde verimliliği, enerji verimliliği, maliyet azaltımı, marka itibarının güçlendirilmesi, geri dönüşüm, atık yönetimi ve sürdürülebilirlik anlayışı ile müşteri taleplerinin karşılanması gibi faktörlerin sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi benimseyen şirketlere, emsallerine göre avantaj sağladığı açıktır.

Günümüzde işletmelerin ürün ve mal imalatlarında tercih ettiği geleneksel yöntemler sebebiyle doğaya zarar verme, doğal afetler, sera etkisi vb. olumsuz etkilerin geri dönüşü olmayan çevresel felaketlere sebep olduğu görülmektedir. Yaşanan bu çevre sorunları toplum nezdinde doğaya karşı duyarlılığının artmasına neden olmuştur. Tüketiciler, işletme ve/veya üreticilerden taleplerini karşılarken önceliklerini doğal hayata ve yaşadığımız evrene zarar vermeyen tedarik ve üretim yöntemleriyle sunulan mal ve hizmetlerden yana belirleme anlayışına sahip olmuşlardır. Değişen satın alma tercih ve talepleri, geleneksel anlayışla üretim yapan işletmeleri günümüzde çevreye duyarlı ve doğa dostu anlayışın kabul edildiği sürdürülebilir anlayışı benimsemeye yönlendirmiştir. Tüketicilerin artan talepleri işletmeleri sadece ürünlere karşı değil, ürünlerin imalat aşamalarındaki tüm safhalarda değişime yöneltmiştir. Artan yeşil yaklaşımla beraber tüketici taleplerinin etkisiyle sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, işletmeler için zorunlu bir durum haline gelmiştir. Rekabet ortamında işletmelerin kar amaçlarını sürdürerek, çevre dostu yeşil marka imajıyla emsallerinden bir adım önde olmaları mümkün hale gelmiştir.

İşletmeler açısından sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, sosyal, çevresel ve ekonomik etkinliklerinde avantaj sağlamalarına katkı sunan doğa dostu stratejileri içermektedir. Dolayısıyla artık tüm sektörlerde ortak paydanın sürdürülebilirlik anlayışının hakim olduğu stratejiler önem kazanmaktadır. Bu nedenle sektörel olarak stratejiler belirlenmeli ve sektörler arası farklılık gösteren prensipler öznel olarak değerlendirilmelidir. Gıda ve tarım sektöründe su kullanımı, koruma ilaç kullanım miktarı vb. gibi aşamalarda çevresel kötü etkilerin azaltılması için bilinçlenme teşvik edilmelidir. Hazır giyim sektöründe geri dönüşüme yönelmesi, zararlı madde kullanımının minimuma indirilmesi, etik üretimlerin tercih edilmesi, moda yaklaşımıyla israfa yönlendirilmemesi vb. gibi konularda stratejiler tercih edilmelidir. Ulaştırma sektöründe enerji verimliliği, sürdürülebilir enerji kullanımı tercihi ve atık yönetimi öncelikli hale getirilmelidir.

Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, işletmelere rekabet avantajı da sağlamaktadır ve uzun dönemde olumlu etkiler sunmaktadır. Belirlenen stratejiler, etkin bir organize, paydaş/tedarikçilerle iş birliği, eğitimler ve sürekli iyileştirme çabaları ile sürdürülebilir anlayış faaliyetlerin tüm aşamalarında uygulanmalıdır. Yeşil ilkelerin tanımlandığı tedarik zinciri aşamalarında en iyi uygulamaları hedeflemek gerekmektedir.

Alanyazına katkı sunmak amacı ile sektörel bazda sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimini uygulayan ve/veya uygulamayan işletmeler arasında karlılık, enerji tasarrufu, verimlilik vb. göstergeler açısından karşılaştırma yapma imkanı sunan araştırmalar yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Altuntaş, C. ve Türker, D. (2012). Sürdürülebilir tedarik zincirleri: sürdürülebilirlik raporlarının içerik analizi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3). 39-64.
- Amemba, C. S., Nyaboke, P. G., Osoro, A. ve Mburu, N. (2013). Elements of green supply chain management. European journal of business and management, 5(12), 51-61.
- Bai, E., Yan, G. ve Yan, X. (2023). Sustainable Supply Chain of New Energy Vehicles: A Case Study of Tesla. Proceedings of the 7th International Conference on Economic Management and Green Development DOI: 10.54254/2754-1169/32/20231592
- Barbier, E.B. (1987). The Concept of Sustainable Economic Development. Environmental Conservation 14(02):101-110. DOI: 10.1017/S0376892900011449
- Beamon, B.M. (1999). Designing the green supply chain, Logistics Information Management, 12, 332-342.
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future. Oxford: Oxford University Press. 1-300.
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Ceschin, F. ve Gaziulusoy, I. (2016). Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. Design Studies (47), 118-163.
- Ciravoğlu, G. (2006). Tedarik zinciri yönetimi uygulamaları ve performans üzerine etkilerinin analizi. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Cox, A. (1999). "Power, value and supply chain management", Supply Chain Management, Vol. 4 No. 4, pp. 167-175.
<https://doi.org/10.1108/13598549910284480>
- Çelik, İ. E., Akman, Ö., Ceyhan, A. ve Akman, V. (2016, August). Yeşil Pazarlamada Sürdürülebilirlik ve Dünya'dan Bir Örnek: Tchibo. Sustainability in green marketing and an example from the world: Tchibo. International Conference on Eurasian Economies (s. 278-282), Kaposvár - Hungary.
- Demirel, B. ve Yılmaz, K. (2019). The Evaluation Of Green Supply Chain Management Efforts Of Turkish Firms. Beykoz Akademi Dergisi. 159-171. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.sp/159-171>

- Erdem, G. (2013). Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamalarının Benimsenmesinin, Tedarik Zinciri ve İşletme Performansına Etkisi. Çorum. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Ergen Işıklar, Z. ve Yeşiltuna, C. (2022). “Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi”, R&S -Research Studies Anatolia Journal, 5(1). 100-120.
- Ergülen, A. ve Büyükkelik, A. (2008). “Çevre Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi, 10 (1-2), 33-50.
- Fortes, J. (2009). Green supply chain management: A literature. Otago Management Graduate Review, 7(1), 51-62.
- Gedik, Y. (2021). Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi: Kuramsal Bir Değerlendirme. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 17(3), 830-860. <https://doi.org/10.17130/ijmeb.780246>
- Günday, A.H. (2018). Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamalarının İşletme Performansı Üzerine Etkisi: Kimya Sektöründe Görgül Bir Analiz. Konya. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Güzel, D. ve Demirdöğen, O. (2015). Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi. The International New Issues in Social Sciences, 1(1), 45-70.
- Hervani, A.A. ve Helms, M.M. (2005). Performance Measurement For Green Supply Chain Management, Benchmarking: An International Journal, 12 (4), 330-353.
- Kazançoğlu, Y., Kazançoğlu, I. ve Sağnak, M. A. (2018). New holistic conceptual framework for green supply chain management performance assessment based on circular economy. J. Clean. Prod. 2018, 195, 1282–1299.
- Lambert, D. M. (2008). Supply chain management: processes, partnerships, performance. Supply Chain Management Inst.
- Rao, P.K. ve Bharga, V.R. (2016). A study on green packaging- a case study approach with reference to Dell Inc., 2 (7), 83-84.
- Sarkis, J., Zhu, Q. ve Lai, K. H. (2011). An organizational theoretic review of green supply chain management literature. International journal of production economics, 130(1), 1-15.
- Thamsatitdej, P., Boon-Itt, S., Samaranayake, P., Wannakarn, M. ve Laosirihongthong, T. (2017). Eco-design practices towards sustainable supply chain management: interpretive structural modelling (ISM) approach. International Journal of Sustainable Engineering, 10(6), 326-337.

- Özdemir, A. İ. (2004). Tedarik Zinciri Yönetiminin Gelişimi, Süreçleri ve Yararları. Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi(23).
- Raman, R., Aswathy S., Suresh M., Anand P. ve Prema N. (2023). Green Supply Chain Management Research Trends and Linkages to UN Sustainable Development Goals. Sustainability 15, no. 22: 15848. <https://doi.org/10.3390/su152215848>
- Singh, M., Singh, K. ve Sethi, A. S. (2020a). Analytical hierarchy process and TOPSIS for selecting best parameters of green manufacturing. *Measuring Business Excellence*, 24(3), 345-365.
- Şişman, B. (2018). Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi Performansını Geliştirmede En Uygun Alternatif Faaliyetlerin Bulanık Topsıs Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14, 83-98.
- Uçal Sarı, İ., Çayır Ervural, B. ve Bozat, S. (2017). Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetiminde DEMATEL Yöntemiyle Tedarikçi Değerlendirme Kriterlerinin İncelenmesi ve Sağlık Sektöründe Bir Uygulama. *Pamukkale Üniv. Muh. Bilim Dergisi*, 23(4), 477-485, 2017.
- URL 1. What is sustainable development? <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2023/08/what-is-sustainable-development/>
(Erişim tarihi: 20.04.2024)
- URL 2. The Council of Supply Chain Management Professionals https://cscmp.org/CSCMP/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx (Erişim tarihi: 20.04.2024)
- URL 3. Türk Hava Yollarında Sürdürülebilirlik <https://www.turkishairlines.com/tr-tr/turk-hava-yollarinda-surdurulebilirlik/>
(Erişim tarihi: 21.04.2024)
- URL 4. Türkiye İş Bankası Karbonsuzlaşma Hedefleri <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/karbonsuzlasma-hedefleri> (Erişim tarihi: 21.04.2024)
- URL 5. Arçelik Sürdürülebilirlik-Genel Bilgiler <https://www.arcelikglobal.com/tr/surdurulebilirlik/genel-bilgi/> (Erişim tarihi: 21.04.2024)
- URL 6. H&M ve IKEA "iklim dostu tedarik zinciri"ne geçiyor (Erişim tarihi: 23.04.2024) <https://www.dunya.com/kose-yazisi/hm-ve-ikea-iklim-dostu-tedarik-zincirine-geciyor/446259>
- URL 7. IKEA-Wood and forestry (Erişim tarihi: 23.04.2024)

<https://www.ikea.com/global/en/our-business/people-planet/wood-forestry/>

URL 8. H&M Sustainability (Erişim tarihi: 23.04.2024)

https://www2.hm.com/en_us/sustainability-at-hm.html

URL 9. Tesla-Ek Kaynaklar-Tesla Sorumlu Kaynak Kullanımı (Erişim tarihi: 23.04.2024)

https://www.tesla.com/tr_tr/legal/additional-resources#supplier-code-of-conduct

URL 10. KTO-Yeşil tedarik zinciri yaklaşımı ve örnekleri (Erişim tarihi: 23.04.2024)

<https://www.kto.org.tr/d/file/yesil-tedarik-zinciri-yaklasimi-ve-ornekleri.pdf>

Yang, J., Wang, Y., Gu, Q. ve Xie, H. (2021). The antecedents and consequences of green purchasing: an empirical investigation. *Benchmarking: An International Journal*, 29(1), 1-21.

Yaprak, İ. ve Doğan, N. Ö. (2019). Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi: İlgili Literatüre Dayalı Bir Mevcut Durum Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, 15(4), 1143-1165.

<https://doi.org/10.17130/ijmeb.2019456402>

Yücel, M. ve Ekmekçiler, Ü.S. (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım: Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 320-333.

6. Bölüm

Eski Türk Devlet Yönetiminde İkili Teşkilat

Ayten AKCAN ¹

¹ Doç. Dr., Hitit Üniversitesi, Sungurlu Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü,
Çorum/Türkiye, ORCID: 0000-0003-0974-5263, ayten.akcan7@gmail.com.

1.Giriş

Devletin nasıl meydana geldiğini açıklamaya çalışan ve devletin yapılanmasının hangi şartlar altında gerçekleştiğini anlatmak için ortaya atılan birçok fikir bulunmaktadır. Bu öne sürülen fikirlerden devletin kaynağını ailede gören bir aile kuramı, kudret ile devletin ancak var olacağını düşünen güç ve mübareze kuramı, insanların iradeleri ve kendi istekleriyle oluşturdukları bir sözleşme olarak devletin gerçekleştiğini söyleyen sosyal sözleşme kuramını görmekteyiz (Gözler, 2013, s. 43; Kurtz, 2001, s. 22-25). Şimdiye kadar birçok araştırmacı devletin tanımını yaparken hangi hususların dikkate alınması gerektiğine ilişkin tam bir fikir birliğine varamamıştır. Elbette bu durum disiplin farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Ama konumuz itibariyle bir tanımlama yapılacak olursak devlet; *“belirli sınırları olan siyasî, askeri, sosyal ve ekonomik bir bütün olmak adına meydana gelen siyasî bir organizasyon”* olarak tanımlanabilir (Cadoux, 1988). Devlet, milli açıdan örgütlenmiş bir topluluktur, bir iktidardır (Giddens, 2008, s. 48). Fakat bu siyasî yapılanmanın tanımı yapılırken, yerleşik hayattaki toplulukların siyasî bir teşekkülü gibi bir sınırlı tanıma gidildiği görülmektedir. Bu tanımlama eksik veya yanlıştır; çünkü yüzyıllar boyunca toprağa bağlı bir yerleşik düzen içerisinde olmayan, göçebe kültürle uzun yıllar tarihte var olmuş birçok topluluk devlet kurabilmiş ve iyi yönetimler sergileyebilmiştir (İnan, 1967). Bu tanımlamadaki yanlış veya eksik taraf, yerleşik hayat şeklini benimseyen toplulukların sanki daha erken devlet yapılanmasına sahip oldukları algısıdır. Bu yüzden devleti ve yönetim kavramını açıklarken halkların yaşam şekillerinden çok nasıl bir teşkilatlanma içerisinde olduklarına bakılmalıdır. Çin kaynakları bize bu konuda Eski Türklerin hızlı teşkilatlanabilen bir topluluk olduklarını söylemektedir (Ekrem, 1995; İzgi 1977).

Devletin ortaya çıkışı ve oluşturdukları yönetim anlayışı aslında insanoğlunun tarihteki önemli katettiği aşamalardan biridir (Jellinek, 1911). Çünkü bu yapı ile insanların sorunlarına çözüm bulunabiliyor ve karşılanması gereken ihtiyaçlar belli bir kural ve düzen içerisinde gerçekleşebiliyordu (Oppenheimer, 2005). Aynı zamanda güvenlik, barınma, toplumda huzuru sağlama, barış, adalet gibi temel gereksinimleri sağlayan kurumları bir araya getiren bu yapılanma medeniyetin de en önemli göstergelerindendi (Claessen, 1993). Fakat toplumsal açıdan ya da örgütsel bakımdan ortaya çıkabilecek sorunları çözüme ulaştırmak için meydana gelen örgütlenme, yönetim sisteminde yer alan değerlerin, inançların, geleneklerin ve alt temel prensiplerin kendi içinde bir denge ve tutarlılık taşımasına dikkat etmeliydi (Gözler, 2007). İşte bu denge ve tutarlılık Eski Türk devlet yönetim anlayışında güçlü bir idari sistem ile kendini göstermiştir (Eberhard, 1940-1942, s. 127-128; Ercil & Sığrı, 2007)). Bizim bu

çalışmayı yapmamızdaki amaç, Eski Türk devletlerinde karşımıza çıkan “*ikili teşkilat*” yönetiminin nasıl gerçekleştiğini anlatarak çokça karıştırılan “*çifte krallık*” yönetim anlayışından farklı bir noktada olduğunu vurgulamaktır.

2. Eski Türklerde Hâkimiyet Anlayışı

Eski Türklerde hâkimiyetin kaynağı her zaman ilahiydi ve *Tengri*’nin (Tanrı) bu hâkimiyetini bazı araçlar veya insanlar vasıtasıyla kullandığına inanılırdı (Pamir, 2003). Egemenliğin dünya üzerindeki temsilcisi ise devleti yöneten kişi, yani kağanı (Akcan, 2020, s. 305). Kağan, Tanrı’nın yeryüzüne devleti yönetme yetkisi ve kudreti verdiği, üstün vasıflara sahip kişiydi (Güngör, 1994, s. 511). Kağan, Tanrı tarafından kendisine bahşedilen siyasî güç ile devleti ve halkı korumakla görevlendirilmişti. İşte bu siyasî güç “*kut*”² kelimesiyle karşımıza çıkmaktadır (Güler, 1987, s. 17-18). Kısacası Türk kağanı, *Tengri*’nin (Tanrı) adına yeryüzünü temsil ediyordu (Arslan, 1990, s. 224; Golden, 2015; Roux, 2001). Efsanevi Türk kağanı *Tengri-kut Börü Tonga* (Tokta/Mo-tun), kendine insanları idare etme vazifesinin Tanrı tarafından verildiğini söylemiştir. Yine onun torunlarından biri olan, 5. yüzyılın ilk çeyreğinde Çin’in Ordos bölgesinin güneyinde ortaya çıkarak egemenlik kuran ve Hsiung-nuların (Hun) devamı olduklarını ileri süren Hsia Hanedanlığı’nın ilk beyi *Tengriken Boncuk* da (Hellen P’o Po); “*Ben Tanrı tarafından kağan yapılarak, çaresiz insanları kurtarmak üzere görevlendirildim*” diyerek *Tengri*’nin ona verdiği gücü ve kendine olan inancı anlatmıştır (Orkun, 1993, s. 47; Onat, 1977, s. 94). Tuna Bulgar hükümdarlarından *Terbel Han*’ın da (702-718) Tanrı’nın bahşettiği güç ile tahta oturduğu *Madara Yazıtı*’nda geçmektedir. *Omurtag Han*’ı (814-831) Tanrı’nın isteğiyle tahta oturduğu ve yine onun yardımıyla başarıya ulaştığı *Çatalar Kitabesi*’nde anlatılmaktadır. Aynı zamanda *Malamir Han*’da (831-852) Tanrı’nın tayini sonucu tahta oturan yöneticilerdendi (Kafesoğlu, 2014, s. 46; Gömeç, 2014,

² Kut kelimesinin ruh, ruhi-manevi kuvvet, cesaret, şans, saadet, uğurlu, talih gibi anlamları bulunmaktadır. A. Donuk, kut kelimesine Vambery ve Thomsen’in “saadet”, Ziya Gökalp’in ilkel cemiyetlerde mana’ya benzeyen anlamında “mukaddes”, Köprülü ve Barthold’un “saadet” ve “baht”, Kutadgu Bilig’de hükümdarlara ait “haşmetmeab” (haşmet sahibi, majeste), R. R. Arat’ın “mesut olma”, Menges’in “saadet, baht”, Von Gabain’in “saadet”, Giraud’un “talih, mutluluk”, Rasonyi’nin “saadete ulaşma”, A. Bombaci’nin “şans, kader, talih”, Caferoğlu’nun “saadet, devlet, ikbal”, B. Ögel’in “talih ve devlet” anlamlarını verdiğini söylemektedir. Daha fazla bilgi için Bkz.: Donuk, A. (1988). Eski Türk devletlerinde idari-askeri unvan ve terimler. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı. Beydili, Baskakov’a dayanarak kut kelimesinin Altayca olduğunu ve Altaycada “can, tanrı, ilah” anlamlarına geldiğini; Sibiryâ, Kafkas, Türkmen ve diğer Türk boylarının geleneksel görüşlerinde “hayat gücü, ruh, can, hayat verici, bereket, bolluk, saadet, mutluluk” anlamlarını ihtiva ettiğini, kavramın Eski Türkçede “kutsal, mukaddes”, Saha (Yakut) mitolojisinde ise “Tanrıdan gelen hayat gücü, başlangıç” olarak düşünüldüğünü ileri sürer. Daha fazla bilgi için Bkz.: Beydili, C. (2004). Türk mitolojisi ansiklopedik sözlük. (Çev.: Eren Ercan), Ankara: Yurt Kitap. Kut kavramı *Divânü Lügati’t-Türk*’te “talih ve şans” anlamlarıyla kullanılmaktadır. *Kutadgu Bilig* ve *Divânü Lügati’t-Türk*’teki kut almak (mesut olmak), kut-atmak, kut-garmak, kut-ulmak, kut-urmak kelimelerinin anlamlarına bakarak kut’un iki yönlü olduğunu, hem sacre (kutsal) hem de profane (kutsal dışı) kategorilerini ifade ettiğini, özetle kut’un hem kendisini hem de karşıtını içerdiğini; kut, kutsalı gösterdiği gibi kut-ulmayı, yani ondan uzak kalmayı da kapsamaktadır, demektir.

s. 488-496). Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere, *Tengri*'nin (Tanrı) verdiği kudretle kağan tahta geçer ve ona yine Tanrı tarafından verilen vazifelerde başarılı olurdu.

Tanrı'nın kağana olan lütfunu açıklayan başka bir örnek de II. Türk Kağanlığı döneminde yazılmış Orhun Kitabeleri'nde geçmektedir:

*“*Üze Türk Tengrisi, ıduk yiri-subı ança itmiş erinç. Türük bodun yok bolmazun tiyin, bodun bolçun tiyin kangım İl-teriş Kaganıg, ögüm İl Bilge Katunıg töpüsinte tutıp yügerü kötürmiş erinç*”.

*“Önce yukarıda mavi gök (uzay), sonra aşağıda yağız yer (dünya) ve ardından ikisinin arasında insan oğlu yaratıldı. Tanrı onları yönetsin diye insanların üzerine atalarım Bumın ve İstemi Kagan'ı tahtta oturtmuştu. Ancak onlar ilk iş olarak Türk milletinin ülkesini ve töresini düzenlediler” (KD 10-11; BK D10, Ergin, 2000).

*“*Tanrı lütfettiği için illiyi ilsizleştirdim, kaganlığı kagansızlattım, düşmanı tabi kıldım, dizliye diz çöktürdüm, başlıya baş eğdirdim*” (KT D 15-16; Ergin, 2000, s. 16)

*“*Tanrı bağışlasın, devletim var olduğu için, kismetim var olduğu için, ölecek milleti besleyip dirilttim*” (KT D 29; Ergin, 2000, s. 18)

*“*Tanrı güç verdiği için...*” (KT D 34-35; Ergin, 2000, s. 18)

*“*Üstte Tanrı altta yer bahsettiği için, gözle görülmeyen, kulakla işitilmeyen milletimi doğuda gün doğusuna, beri gün ortasına, geri gün batısına, yukarı gece ortasına götürdüm...*” (BK K 10-11; Ergin, 2000, s. 34)

Kitabelerde geçen bu ifadeler, Eski Türklerde hâkimiyetin menşinin ilahi olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Yani kağanlar bu ilahi güç ile düzeni sağlamaktadırlar (Gömeç, 1996; Şahin, 1999).

Yine bu konu Oğuz Kağan Destanı'nda şu şekilde anlatılmaktadır. Oğuz Kağan fetihlerinden sonra çocuklarına “*Ey oğullarım, ben çok aştım, çok vuruşmalar gördüm, çok kargı ve çok ok attım, atla çok yürüdüm, düşmanlarımı ağlattım, dostlarımı güldürdüm. Ben Gök Tanrıya (borcumu) ödedim*” (Bang & Rahmeti, 1936, s. 33) demektedir. Buradan da anlaşıldığı üzere, Eski Türk devlet anlayışında Tanrı tarafından kağanlara güç, kuvvet verilirken aynı zamanda büyük bir sorumlulukta yüklenmekteydi. Tüm bu örnekler, Türk devletlerinde “*karizmatik*” kaynaklı kanuni bir hâkimiyet anlayışının esas olduğunu göstermesi açısından oldukça önemlidir. Kağan “*Tanrı tarafından lütfedilen üstün vasıflarla*” yani “*karizma*” ile donatılmıştır (Potapov, 1996, s. 233; Altın, 2021, s. 89).

Kağan halkı tarafından oldukça güçlü olarak telakki edildiğinden, ona bağlılık en yüksek seviyedeydi. Fakat bu kısımda hemen belirtmeliyiz ki; Türklerdeki hâkimiyet anlayışı, ilahi menşeli olduğu için ve asırlarca tekrarlanan bir inanç

birliğinden meydana geldiği için gelenekseldi. Hanedanın kendisine üstün özellikler atfetmesinden dolayı karizmatikti ve siyasal gücün töreye bağlı olması hasebiyle karma bir yapıya sahipti (Özdemir, 2009, s. 129-135).

Eski Türklerde Tanrı tarafından verilen üstün yetenekler ile devleti yönetme yetkisine sahip olan kağan, hiçbir zaman olağanüstü bir varlık ya da Tanrı-kral vasfında değildi (Anadol, 1996). Türk kağanı kendisine verilen güç ile hâkimiyetinin sadece gözle görünür cismanî bir sembolüydü (Alföndi, 1943, s. 507). Bunun yanı sıra bütün yetki ve yaptırımlarını hukuk kurallarına yani töreye göre kullanmak zorundaydı. Çünkü kağan, egemenlik sahasını oluştururken başta *Tengri*'ye (Tanrı), halka ve töreye karşı sorumluydu (Ögel, 1988, s. 352; Grousset, 2011). Aynı zamanda hukuk kurallarının işletilebilmesi içinde elbette siyasî iktidara ihtiyaç duyulmuştur (İnalcık, 1966, s. 268). Dolayısıyla kağan vazifelerini töreye uygunluk noktasında yapmalıydı (Donuk, 1981:52-53.). Eğer töreye göre hareket etmez ise yetkileri elinden alırdı ya küçük erkek kardeşe ya da kurultay tarafından başka başarılı ve yetenekli bir kağana bu yetkiler tümüyle verilir (Ögel, 1982, s. 173; Genç, 1981, s. 71-72.; Kafesoğlu, 1998, s. 249; Akman, 1977, s. 28-30; Donuk, 1983).

3. Türklerde Ortak Hâkimiyet ve İkili Teşkilat Meselesi

Eski Türk Tarihi'nde devletin; gerek değer ve inançlara, yaşanan zorlu coğrafyaya gerekse yazılan kitabelere, söylenegelen yaratılış efsanelerine, destanlara dayanarak Türkler için ne kadar vazgeçilmez bir mefhum olduğu ve devamlılığının ne kadar önemsendiği açıktır. Önceki bölümde değindiğimiz üzere kağana bahşedilen "*kut*"un (gücün) sınırlarının olması, kurallara uymayan kağanın yetkisinin elinden alınması bile bu güç sınırlamasını anlatmaktadır. Böylesi durumlarda kağan tahtından indirilir ve yerine aile mensuplarından başka biri geçirilirdi. Çünkü Eski Türk devlet anlayışına göre *Tengri* (Tanrı) uygun gördüğü aileye bu gücü vermekte idi ve böylesi durumlarda ailenin başka bir üyesi tahta çıkarılırdı (Ögel, 1982, s. 203; Mori, 1978, s. 220). Böylelikle tüm aile mensupları "*kut*"lu kanı taşıdığı için kağan olma bakımından "*ortak hakka*" sahipti (Yıldırım, 1991, s. 519-530). Dolayısıyla "*kut*" verilen kağanın bu üstün özelliği, genetik olarak çocuklarına ve diğer hanedan üyelerine geçerdi. Bu durum elbette devleti yönetme yetkisinde hanedanın "*ortak hakkı*" meselesini meydana getirmiştir (Taneri, 1993b, s. 46). Kısacası egemenlik aslında bütün aileye ait idi. İşte Eski Türk devletlerinde gördüğümüz "*ortak hâkimiyet*" anlayışı bu prensipten yola çıkılarak oluşmuştu (Akman, 1997, s. 113-119). Ortak hâkimiyet aynı zamanda ülke topraklarının aile üyeleri arasında pay edilmesi anlamına gelmekteydi. Bu durumda "*ikili yönetim*" anlayışının zamanla yerleşmesine zemin hazırlamıştır.

Eski Türklerde topraklar iki bölüm (kanat) şeklinde paylaşılır ve yönetilirdi. Genellikle isimlendirme doğu-batı, kuzey-güney, büyük-küçük, iç-dış, Bozok-Üçok şeklinde idi (Kafesoğlu, 2003, s. 271). Fakat bu ikili teşkilat anlayışında her zaman bir tarafın üstünlüğü tanınırdı. Yani başta daima tüm gücü elinde bulunduran bir kağan bulunmaktaydı. Kanatlardaki yöneticiler, asıl kağana bağlı olarak kendi buldukları bölgede töreye uygunluk göstererek yönetim sergilerlerdi. Mesela Uldız, Aybars, Oktar, Atilla'nın baba tarafından yakın akrabasıydılar (Tektaş, 2007). I. Türk Kağanlığı'nda İstemi Yabgu, Kağan Bumin'in kardeşi idi. Yine II. Türk Kağanlığı Kapgan Kağan dönemi iki şad (iki bilge elig)' dan biri kendi kardeşi, diğeri yeğeni idi (Liu, 1958, s. 39-40; Taşağıl, 2015). Hatta bu kanat yönetimleri kendi egemenlik sahaları ile ilgili dış meselelerde komşu devlet ya da topluluklarla diplomatik ilişkiler yürütürlerdi. Fakat devlet ile ilgili konularda baştaki kağanın toplantılarına mazeretsiz katılarak görüşlerini bildirmek zorundaydılar. Kurultay adı verilen bu toplantılara katılmamak, tüm olarak egemenliği elinde bulunduran kağana ve devlete karşı itaatsizlik olarak sayılır hatta kağana ihanet etmiş gibi muamele görmelerine sebep olurdu. Buradan da anlaşılacağı üzere, devlet yönetimindeki “*ikili teşkilat*” “*çifte krallık*” olarak tezahür etmemiştir. Çünkü daima tek bir üst akıl devletin esas temsilcisi olarak görev yapmıştır (Eberhard, 1942, s. 231).

Eski Türk devletlerinde devlet idaresinin başında, başbakan (aygucu veya üge/öge) bulunurdu. Devlet meclis üyeleri ve farklı unvanları taşıyan büyüklerde devlet yönetiminde kurultay toplantılarında söz sahibi idiler. Kağanlık dönemi ile ilgili bize bilgi veren Çin kaynaklarında bir kısmı kaydedilen bu Türk unvanlarının babadan oğula, büyük kardeşten küçük kardeşe geçtiği bildirilmektedir (Liu, 1958, s. 132, 181). Bu unvanlar arasında “*veraset usulü*” nü şekillendiren devletin en başında bulunan kağanın yetkisinin oğullarına geçme durumunu da ortaya çıkarmıştır. Türk tarihi boyunca veliaht tayini meselesi büyük oğlun tahta çıkması ya da hanedanın en yaşlı üyesinin yönetime getirmesi (Ligeti, 1986, s. 46) gibi olmuş olsa da bu olay hiçbir zaman gelenekselleşmiş ya da kanunlaşmış bir hal almamıştır (Laszlo, 1940, s. 34).

Hatta bu konuya ilişkin tarihi kaynaklar Mete'nin iktidara gelirken babası Tuman ile olan çekişmesini anlatmaktadır. Çin kaynaklarından edindiğimiz bilgilere göre; o zaman Hsiung-nu hakanı olan Tuman'ın oğlu Mete tahta kendisinden sonra çıkacak oğlu idi. Fakat hakan başka eşinden olan küçük oğlunu tahta çıkarmak için Mete'yi yanlarından uzaklaştırmak için onu, Yüeci'lere rehin vermiştir. Böylelikle diğer küçük oğlu tahta geçirebileceğini düşünmüştür. Ama tam o sırada Yüeci'lere karşı bir saldırı yaşanmış ve durumdan faydalanan Mete kaçarak kendi topraklarına dönmüştür. Evine geri dönen Mete kendi askeri birliğini kurmuş ve bir av sırasında askerlerinden babası Tuman'ı

öldürmelerini emretmiştir. Tuman ölmüş ve sonra Mete, yönetimin başına geçerek hakan olmuştur (Han Shu, 2004, s. 5-6). Bu örnekte her zaman kağandan sonra büyük evladın tahta geçme durumunun kanunlaşmış bir hal almadığını farklı durumların da yaşandığını göstermektedir.

Yine konuya ilişkin Oğuz Kağan Destanı'nda başka bir örnek de; 'Oğuz Kağan'ın altı tane erkek çocuğu varmış ve ölmeden egemenlik haklarını onlara pay etmek istemiştir' demektir. Bu durum destanda şöyle anlatılmaktadır. "Oğuz Çocukları; Kün, Ay ve Yultuz, doğu tarafına sizler gidin" dedi. "Kök, Tağ ve Tengiz, sizler de batı tarafına gidin" dedi. Kün, Ay ve Yultuz çok av ve çok kuş avladıktan sonra, bir altın yay buldular; onu aldılar ve babalarına verdiler. Oğuz Kağan sevindi, güldü, yayı üçe böldü sonra "Ey büyük (oğullarım), yay sizlerin olsun; yay gibi okları göğe kadar atın" dedi. Kök, Tağ ve Tengiz çok av ve çok kuş avladıktan sonra, yolda üç gümüş ok buldular; aldılar ve babalarına verdiler. Oğuz Kağan sevindi, güldü, okları üçe üleştirdi sonra, "Ey küçük oğullarım oklar sizlerin olsun. Yay oku attı; sizler de ok gibi olun" dedi ve ardından Oğuz Kağan büyük kurultayı topladı. Kurultaya kağanın ailesi, üst devlet memurları ve halk katıldı. Oğuz Kağan'ın sağ yanına "Bozok"lar oturdu, sol yanına da "Üç Oklar" oturdu (Bang & Rahmeti, 1936, s. 31-33). Bu örnekten Oğuz Kağan'ın çocukları arasında ülke topraklarını paylaştığına dair güzel bir örnektir. Ayrıca bu örnek bize, Oğuz Kağan'ın ilk üç oğlunu doğu tarafına yönlendirmesiyle ve bu şekilde oğulların altın yayı bulmaları bir tarafın yani doğunun batıya göre üstün tutulduğunun bir göstergesidir. Topraklar erkek çocuklar tarafından paylaştırılmıştır ama bir tarafın üstünlüğü daima kabul edilmiştir. Bu sebeple doğu yönü Türk tarihi boyunca batıya göre daha üstün bir konumda olmuştur. Ayrıca 'yay'ın büyük oğullar tarafından bulunması ve doğu hâkimiyetinin onlara verilmesi yay'ın hâkimiyet sembollerinden biri olması örneği ile de uyusmaktadır. Kısacası destanda Oğuz Kağan tüm toprakları ölümünden önce paylaşmış fakat büyük oğulları olan Kün (Güneş), Ay ve Yultuz'ı (Yıldız) diğer üç oğul dan yani Kök (Gök), Tağ (Dağ) ve Tengiz (Deniz)'den üstün tutmuştur. Bu durum hâkimiyet ile ilgili hususlarda Eski Türklerin dünyaya ait unsurlardan daha çok uzay unsurlarına yer verildiğini göstermektedir.

Oğuz Kağan daha sonra vasiyetinde; "Şimdi ben öldükten sonra Kün Han benim tahtıma otursun. Ondan sonra Bozok neslinden her kim kabiliyetli ise, halk onu padişah kılsın. Dünya sona erinceye kadar Bozok'un bir iyisi padişah olsun. Başkaları sağda otursunlar. Üç'oklar sol olsunlar, evin sol tarafında otursunlar ve dünya son buluncaya kadar maiyetliğe razı olsunlar; diyerek ölmeden, birlikteliği bozacak bir iç karışıklık yaşanmasına sebep olacak durumları kaldırmak amaçlı herkesin rütbesini, yapacağı işi, mesleğini, adını sanını

belirlediği anlaşılıyor (Ebu-l Gazi Bahadır Han, s. 41- 42). Hatta onların evladının her biri kendi yerini bilsinler denmiştir (Togan, 1972, s. 48).

Ebu-l Gazi Bahadır Han'ın naklettiği “*Türk'ün dört oğlu var idi. Birinci Tütek, ikinci Çigil (Çekel), üçüncü Barsçak dördüncü Amlak (Emlak). Türk öleceği sırada Tütek'i kendi yerine padişah kılıp uzak sefere, gitti. Tütek akıllı ve devletli iyi padişah idi*” bu örnekte de anlaşılacağı üzere, kardeşler arasında yönetimde bir bölüştürme yapılsa bile hükümdar ölmeden daima yerine esas yönetime geçmek için yerine vekil olarak birini bırakmakta buda bize her zaman bir yöneticinin daim sözü söyleme durumunda olduğunu göstermektedir.

Devletin içerisinde birliği dirliği sağlamak, boyları bir denge içerisinde tutmak, ekonomik olarak belli bir istikrar içinde olmak, töreyi tatbikte ödün vermemek ve düşmanlara karşı başarı sergilemek gibi özellikler barındıran her kağan erkek çocuğu tahta hak iddia edebilirdi. Hatta bu özellikler yok ise ortak hâkimiyet anlayışı ortadan kalkar bu özelliklere sahip olan başka bir hanedan üyesine bu haklar geçerdi.

Eski Türklerde kağandan sonra tahta geçecek ya da ülke topraklarında ikili teşkilatlanmada görev alacak erkek aile üyelerinde babayla beraber anne tarafından da Türk olması konusuna da önem verilmekteydi. Aynı zamanda devletin yönetiminde bulunacak kağanların belli bir deneyime sahip olmaları da beklenirdi.

3. Sonuç

Eski Türklerdeki hâkimiyet anlayışı *Tengri* 'nin (Tanrı) topluluk içinden bir aileyi seçerek, o hanedanın tüm erkek üyelerine yönetme yetkisinden pay vermesi anlayışına dayanıyordu. Bu aileden hangi erkek mensubun kağan olacağı konusu çoğu zaman yine *Tengri* (Tanrı) tarafından belirlenmiştir. İlahi güç seçtiği kişiye kut vererek onu üstün vasıflarla donatarak tüm yönetme yetkisini ona aktarırdı. Seçilen kağan *Tengri* 'nin (Tanrı) yeryüzündeki vücut bulmuş hali idi. Kağan, *Tengri* (Tanrı) adına devleti ve yeryüzünü yönetecekti.

Türk kağanı Tanrı tarafından farklı meziyetlerle donatılmış olsa da hiçbir zaman Tanrı-kral olarak kendini görmemiş ve haliyle böyle bir yönetim sergilememiştir. Kağan kendi töresini oluştururken, geleneklerle zaman içinde gelen töreye ve kurultaylarca alınan kurallara uymak zorunda idi. Böylece ancak tahta kalabilir ve iyi bir yönetici olabilirdi.

Eski Türklerde kağan, ülke topraklarını ortak hâkimiyet anlayışı itibariyle hanedanın diğer geri kalan erkek üyeleri arasında bölüştürerek, onlara da kendi yönetimlerini sergileme hakkı tanımıştır. Elbette Türk Tarihi'nde ikili teşkilat olarak gördüğümüz bu anlayış ile kağan, ülke topraklarını daha kolay yönetebilme fırsatını da bulmaktaydı. Fakat kağanlar, zamanla büyüyen

toprakları elde tutabilmek ve daha fazla geniş alanlara hükmedebilmek için yönetim anlayışlarına getirdikleri bu yeni ikili teşkilatlanmayla farklı birçok problemin de ortaya çıkmasına zemin hazırlamışlardır. Zaman içinde merkezi otorite sarsılmış ve uzun süre devlet ayakta kalamayarak yıkılmıştır. Ama Eski Türkler en önemli meziyetlerinden olan teşkilatçılık kabiliyetleri sayesinde de tekrar hızlı bir şekilde bir araya gelerek devleti oluşturmuşlardır.

Diğer bölgelere yollanan aile mensupları buldukları yerde istedikleri gibi bir yönetim sergileyebilmişler ve kararlar alabilmişlerdir. İşte bu yönü ile Eski Türklerde görülen ikili teşkilat yapısı çifte krallık nazariyelerinin ortaya atılmasına sebep olmuştur. Fakat Eski Türklerde ikili teşkilat anlayışında daima tek tarafın üstünlüğü kabul edilirdi. Baştaki kağan devlet meseleleri ile ilgili topladığı kurultaylarda diğer yönetimdeki kağanları bu toplantılara çağırması ve katılımı zorunlu tutmuştu. Mazeretsiz bu toplantılara katılmamak devlete karşı itaatsizlik, hatta ihanet sayılırdı. İşte bu yönleri ile Eski Türklerdeki ikili teşkilatlanma çifte krallık anlayışından ayrılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akcan, A. (2020). Eski Türklerde Devlet Yönetiminde Hakimiyetin İlahi Temelleri. *Mecmua* (10), 303-321.
- Akman, M. (1997). *Osmanlı Devleti'nde Kardeş Katli*. İstanbul: Eren Yayınevi.
- Alföndi, A. (1943). Türklerde Çifte Krallık. *II. Türk Tarih Kongresi Zabıtları (20-25 Eylül 1937)*, 507-519.
- Anadol, Y. C. (1996). *Orta Asya Türk Devletleri Tarihi*. İstanbul: Kamer Yayınları.
- Arslan, M. (1990). Eski Türk Devlet Anlayışı ve Çifte Hükümdarlık Meselesi. *Tarih Metodolojisi ve Türk Tarihinin Meseleleri Kolokyumu*, Elazığ.
- Bang, W. & Rahmeti, G. R. (1936). *Oğuz Kağan Destanı*. İ.Ü.E.F. İstanbul: Türk Dili semineri.
- Beydili, C. (2004). *Türk mitolojisi ansiklopedik sözlük*. (Çev.: Eren Ercan), Ankara: Yurt Kitap.
- Cadoux, C. (1988). *Droit constitutionnel et institutions politiques*. Paris: Cujas.
- Claessen, H. J.M. & Skalnik, P. (1993). *Erken Devlet*. İstanbul: İmge Yayınları.
- Donuk, A. (1981). Türk Devletinde Hâkimiyet Anlayışı. *Tarih Enstitüsü Dergisi*, 10-11, 29-56.
- Donuk, A. (1983). Eski Türk Devlet Teşkilâtında 'Yabgu' Unvanı ve Tarihi Gelişmesi. *Türk Kültürü Araştırmaları, XVII-XXI/ (1-2)*, 71-78.
- Donuk, A. (1988). *Eski Türk devletlerinde idari-askeri unvan ve terimler*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- Eberhard, W. (1940-1942). Çin Kaynaklarına Göre Orta ve Garbi Asya Halklarının Medeniyeti. *İstanbul Üniversitesi Türkiyat Mecmuası, VII-VIII*, 125-191.
- Eberhard, W. (1942). Türk Kavimleri Hakkında Çince Vesikalar II, III. 4, *DTCF Tarih Araştırmaları Dergisi*.
- Ebu-l Gazi Bahadır Han, *Şecere-i Terakime (Türklerin Soy Kütüğü)*. (Çev.: Muharrem Ergin). Tercüman 1001 temel eser.
- Ekrem, E. (1995). Çin Kaynaklarına Göre Eski Türk Kavimleri (M.Ö. 2146-318). *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Ercil, Y. & Sıgır, Ü. (2007). *Türklerde Yönetim Gelenekleri ve Türk Yönetim Tarihi*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Ergin, M. (2000). *Orhun Abideleri*. Boğaziçi Yayınları.
- Genç, R. (1981). *Karahanlı Devlet Teşkilatı*. İstanbul: Kültür Bakanlığı.
- Giddens, A. (2008). *Ulus-Devlet ve Şiddet*. (Çev.: C. Atay). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Golden, P. B. (2015). *Dünya Tarihinde Orta Asya*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.

- Gömeç, S. Y. (1996). Eski Türklerde Siyasi Hakimiyet. *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, no: 100.
- Gömeç, S. Y. (2014). Türk Tarihinde Bulgarlar, Prof. Dr. Mustafa Keskin Armağanı, İstanbul, 485-517.
- Gözler, K. (2007). *Devletin Genel Teorisi*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Gözler, K. (2013). *Anayasa Hukukuna Giriş Genel Esaslar ve Türk Anayasa Hukuku*. Bursa: Ekin Basım Dağıtım Yayıncılık.
- Güler, A. (1987). Türklerde Devlet ve Siyasî Otorite Kavramı. *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, 24, 16-22.
- Güngör, H. (1994). Uygur Kağan Unvanlarında Kün ve Ay Tenri Kavramlarının Kullanılışı. *XI. Türk Tarih Kongresi Bildirileri*. 2, 511-519.
- Grousset, R. (2011). *Asya'nın Uyanması*. Ankara: Berikan Yayınları.
- Gündüz, T. (2008). *Anadolu'da Türkmen Aşiretleri*. İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- Han Shu (2004). *Han Hanedanlığı Tarihi*. (Haz: A. Onat-S. Orsoy-K. Ercilasun). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Huang, C. (1971). *Tibetlilerin Çinliler ve Orta Asya Kavimleriyle Münasebetleri*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- İnalcık, H. (1966). Kutadgu Bilig'de Türk ve İran Siyaset Nazariye ve Gelenekleri. *Reşit Rahmeti Arat İçin*, 259-271.
- İnan, A. (1967). *Orta Asya Türk Kültürü*. İstanbul: Hayat Tarih Mec.
- İzgi, Ö. (1977). İslamiyetten Önce Orta Asya Türk Kültürü. *Milli Kültür Dergisi*, 1, (2), 50-57.
- Jellinek, G. (1911). *L'Etat moderne et son droit*, Traduction française par Georges Fardis. Paris: V. Giard & Brière.
- Kafesoğlu, İ. (1998). *Türk Milli Kültürü*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Kafesoğlu, İ. (2002). Tarihte Türk Adı. *Türkler Ansiklopedisi (Cilt 1)*. (1), 309-316. Yeni Türkiye Yayınları.
- Kafesoğlu, İ. (2003). *Türk Milli Kültürü*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Kafesoğlu, İ. (2014). *Bulgarların Kökeni*. Ankara: Türk Kültürü Araştırma Enstitüsü.
- Kurtz, D. V. (2001). *Political Anthropology Power And Paradigs*. Colorado (USA): Westview Press.
- Ligeti, L. (1986). *Bilinmeyen İç Asya*. (Çev.: S. Karatay). Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Liu Mau-tsai (1958). *Die chinesischen Nachrichten zur Geschichte der Ost-Türken (T'u-küe)*. Wiesbaden.
- Mori, M. (1978). Kuzey Asya'daki Eski Bozkır Devletlerinin Teşkilatı. *Tarih Enstitüsü Dergisi*, 9, 212-224.

- Orkun, H. N. (1993). *Attila ve Oğulları*. İstanbul: Bilge Karınca.
- Ortaylı, İ. (2015). *Türklerin Tarihi (Orta Asya'nın Bozkırlarından Avrupa'nın Kapılarına)*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Onat, A. (1977). 5. Asırda Kuzey Çin'de Kurulan Hsia Hun Devleti (M.S. 407-431). *Ankara Üniversitesi, Basılmamış Doçentlik Tezi*.
- Oppenheimer, Franz. (2005). *Devlet*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Ögel, B. (1982). *Türklerde Devlet Anlayışı*. Ankara: Başbakanlık Basımevi.
- Ögel, B. (1988). *Türk Kültürünün Gelişme Çağları*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- Özdemir, G. (2009). Batıda ve Türklerde Egemenlik Kavramı. *Dumlupınar Üniversitesi SBE Dergisi*, 23, 123-138.
- Pamir, A. (2003). Türkler'in geleneksel dini Şamanizm'in Orta Asya eski Türk Kamu Hukuku'na etkisi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 52, (4), 155-185.
- Perinçek, D. (2005). *Orta Asya Uygarlığı*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Potapov, L. P. (1996). *Etnografik veriler ışığında eski Türklerin Tanrısı Umay*. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 1, 213-233.
- Roux, J. P. (2001). *Orta Asya*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Şahin, M. (1999). *Türk Tarihi ve Kültürü*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Taneri, A. (1993b). *Türk Kavramının Gelişimi*. Ankara: Ocak Yayınları.
- Taşagıl, A. (2015). *Kök Tengri'nin Çocukları*. İstanbul. Bilge Kültür Sanat.
- Tektaş, N. (2007). *Tanrının Askerleri 2: Göktürkler- Uyurlar- Kırgızlar - Türgişler*. İstanbul: Çatı Kitapları.
- Togan, A. Z. V. (1941). *Moğollar, Çingiz ve Türklük*. İstanbul.
- Togan, A. Z. V. (1972). *Oğuz Kağan Destanı- Reşideddin Oğuznamesi Tercüme ve Tahlili*. İstanbul: Kayı Yayınları.
- Yalçın, S. (2004). *Efendi: Beyaz Türklerin Büyük Sırrı*. İstanbul: Doğan Kitapçılık.
- Yıldırım, D. (1991). Köktürklerde Kağanlık Süreci: Kaldırma, Kötürme, Oturma. *XI. Türk Tarih Kongresi Bildirileri*, C. II, 519-530.
- Yıldız Altın, K. (2021). *Türk kültüründe atalar kültü*. Ankara: Gazi Kitabevi.

7. Bölüm

Güncel Turizm Yönelimleri

Mustafa IŞKIN¹

¹ Doç.Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, <https://orcid.org/0000-0002-5097-2268>,
mustafaiskin@cumhuriyet.edu.tr.

GİRİŞ

2023 yılı itibarıyla dünya genelinde turizm sektörü önemli bir toparlanma ve büyüme göstermiştir. COVID-19 pandemisinin etkilerinin azalmasıyla birlikte, uluslararası seyahatler hızla artmış ve dünya turizmi 2019 seviyelerine yaklaşmıştır. Aşağıda, 2023 yılına ait bazı önemli turizm istatistikleri ve veriler bulunmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, 2023 yılı sonunda dünya çapında 1,4 milyar uluslararası turist seyahat etmiştir. Bu rakam, pandemiden önceki 2019 seviyelerinin %85'ine denk gelmektedir. Avrupa: Avrupa, dünya turizminin en büyük bölgesi olarak öne çıkmaya devam etti ve bölge, 2023 yılı itibarıyla küresel turistlerin yaklaşık %50'sini ağırlamıştır. Orta Doğu: Orta Doğu, özellikle Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan ve Katar gibi ülkelerdeki turizm artışıyla %20'lik bir büyüme göstermiştir. Asya-Pasifik: Asya-Pasifik bölgesi, pandemi sonrası toparlanma sürecine girmiş ve Çin'in turizm sektörüne yeniden açılması ile büyüme göstermiştir. Özellikle Güneydoğu Asya ülkeleri, hızlı bir toparlanma süreci yaşamıştır. Amerika: Kuzey ve Güney Amerika, 2023 yılında toparlanmanın etkisiyle önemli turist akışları almış, ABD, Brezilya ve Meksika gibi ülkeler yüksek turist sayılarıyla dikkat çekmiştir. Türkiye, 2023 yılı itibarıyla 56,7 milyon turist ağırlamıştır. Türkiye'nin önde gelen turistik bölgeleri İstanbul, Antalya, Muğla ve Kapadokya gibi destinasyonlar yabancı turistlerin ilgisini çekmiştir. 2023 yılında Türkiye'nin turizm gelirinین 56 milyar dolar civarında olduğu belirlenmiştir.

Türkiye'de turizmin genel olarak yaz aylarına yayıldığı görülmektedir. Türkiye'de turizmin yılın tamamına yayılması için farklı turizm türlerine yönelmek gerekebilir. Bu çalışmada farklı turizm türlerine yer verilerek turizm türleri açısından farkındalık düzeyinin artırılması amaçlanmıştır.

1. GÜNCEL TURİZM YÖNELİMLERİ

1.1. Tutku Turizmi

Tutku seyahati, insanların ziyaret edecekleri destinasyonları ve yaşayacakları deneyimleri gidecekleri destinasyonun çekim unsurları ve özelliklerinden çok, kişisel ilgi alanlarına göre seçtikleri bir seyahat türüdür. Seyahate çıkmada rol oynayan önceliklerde yaşanan bu değişim özellikle Z kuşağı ve Y kuşağı gibi genç nesiller için daha etkili olabilmektedir. Söz konusu genç neslin seyahat motivasyonları üzerinde etkili olan farklı etkenler bulunabilmektedir. Söz konusu motivasyon unsurlarından bir tanesi de insanları tutkuları olabilmektedir. Tutku turizmi, bireylerin belirli bir ilgi veya tutkuyu tatmin etmek için gerçekleştirdikleri seyahat olarak tanımlanabilir. Bu turizm türü genellikle geleneksel tatil anlayışının dışında belirli bir faaliyet, hobi veya felsefi yönelime dayanmaktadır. Tutku turizmi, bireylerin en sevdikleri faaliyetlerle daha derin bir

bağ kurmalarını sağlar ve bu faaliyetler seyahat için ana motivasyon haline gelir. Tutku turizmi kapsamında değerlendirilebilecek turizm çeşitleri (Globtrender, 2024);

➤ Macera Turizmi: dağcılık, trekking, yamaç paraşütü, dalış gibi yüksek adrenalinli aktivitelerle ilgilenen kişiler, bu tutkulu hobilerini yerine getirmek için belirli destinasyonlara seyahat ederler.

➤ Spor Turizmi: futbol, basketbol, tenis gibi belirli sporlara olan ilgisi nedeniyle spor etkinliklerini izlemek veya katılmak amacıyla yapılan seyahatler. Örneğin, büyük futbol turnuvalarına gitmek veya bir tenis turnuvasını takip etmek tutku turizmi kapsamına girebilir.

➤ Sanat ve Kültür Turizmi: resim, müzik, tiyatro gibi sanatsal etkinliklere olan ilgiyle seyahat etmek. Bir müzik festivaline katılmak veya sanat galerilerini gezmek, kültürel miras ve sanatla ilgili tutkulara dayalı seyahatler bu kategoride yer alır.

➤ Gastronomi Turizmi: yiyecek ve içecek konusunda tutkulu olanlar, belirli bir bölgenin mutfağını keşfetmek veya ünlü şeflerin restoranlarını ziyaret etmek amacıyla seyahat ederler.

➤ Doğa Turizmi: doğa ile iç içe olmayı seven ve özellikle doğa koruma alanları, milli parklar gibi doğal güzellikleri keşfetmek isteyenler için yapılan seyahatler.

➤ Tarih ve Arkeoloji Turizmi: tarihsel yapıları, antik kalıntıları ve arkeolojik alanları gezmek isteyen kişiler için yapılan seyahatler. Bu tür seyahatler, geçmişe duyulan ilgi ve tutkudan kaynaklanır.

➤ İnanç Turizmi: dini veya spiritüel deneyimler arayan bireyler, kutsal yerleri ziyaret eder veya manevi arayışlarını sürdürmek amacıyla çeşitli bölgelerdeki inanç merkezlerini gezebilirler.

Tutku seyahatinin bileşenleri (Globtrender, 2024);

➤ İlgi alanına dayalı seyahat: tutku turizmi kapsamında seyahat eden turistlerin yemek, müzik, sanat, tarih, doğa veya macera gibi tutkularına uygun faaliyet ve deneyimlere öncelik veriyor olması.

➤ Benzersiz deneyimler: tutku turizmi kapsamında seyahat eden turistlerin, yerel kültürler ve topluluklarla bağlantı kurmalarını sağlayan otantik ve alışılmadık deneyimler arıyor olmaları.

➤ Kişisel gelişim: Tutku seyahati genellikle yeni deneyimler ve etkileşimler yoluyla öğrenmenin, büyümenin ve kendini keşfetmenin bir yolu olarak görülmektedir.

➤ Sürdürülebilirlik: tutku turizmi kapsamında seyahat eden turistlerin, çevre dostu konaklama yerlerini seçerek ve yerel işletmeleri destekleyerek sürdürülebilir ve sorumlu seyahat uygulamalarına öncelik veriyor olmaları.

Bu eğilim, niş seyahat deneyimlerinin yükselmesine ve seyahat sektöründe kişiselleştirmenin öneminin artmasına yol açmıştır. Gezginler daha seçici hale geldikçe ve anlamlı deneyimler aradıkça, tutku seyahatinin turizm endüstrisinin geleceğini şekillendirmeye devam etmesi muhtemeldir.

1.2. İntikam Turizmi

İntikam seyahati, geçmişte bir takım engeller nedeniyle gerçekleştirilemeyen veya iptal edilen seyahatleri telafi etmek amacıyla bir seyahat planlama eylemi olarak tanımlanabilir. Ancak “İntikam seyahati” ile “ertelenmiş seyahat” arasında bir fark vardır. İntikam seyahatinin belirli bir dizi özelliği vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Forbes, 2023; Guan, vd. 2024):

- Daha önce erişilemeyen bir yere gitmek
- Birinin normal bir seyahatte harcayacağından daha fazla para harcamak
- Seyahat başına birden fazla varış noktasını ziyaret etmek
- Bir veya daha fazla destinasyonu deneyimlemek için daha fazla zaman ayırmak

Söz konusu unsurları taşıyan turizm türünü İntikam turizmi olarak tanımlamak mümkündür. Daha önce belirtildiği üzere İntikam turizmi ve ertelenmiş seyahat farklı niteliklere sahiptirler. Genel olarak turistlerin gerçekten de planladıkları seyahati gerçekleştirme konusunda istekli olduklarını ve bazı durumlarda seyahat kısıtlamaları nedeniyle kaybettikleri zamanı telafi etmek için daha fazla harcama yapmaya istekli olduklarını görülmektedir (Guan, vd. 2024).

İntikam turizminin, seyahat endüstrisi için önemli olmasının farklı nedenleri bulunmaktadır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne göre, seyahat endüstrisi 2020 yılında toplam ekonomik etkisinin yaklaşık %50'sini kaybederek bir önceki yıl 8,9 trilyon dolardan 4,7 trilyon dolara geriledi. İntikam turizmi bu dönen de kaybedilen gelirlerin telafisi açısından önemlidir. İntikam turizmi sayesinde, turizm sektörü, normalden daha az harcama yapan az sayıda turistle etkileşime geçmek yerine, artık normalden daha fazla harcama yapmaya hazır olan daha fazla sayıda turistle etkileşime geçebilir. Bu duyarlılık ve bunun sonucunda elde edilecek gelir, turizm sektörü üzerinde büyük bir etki yaratabilir. Aslında bu etki bazı sektörlerde şimdiden görülmeye başlanmıştır. Covid-19 virüsü kaynaklı pandeminin etkisi ile yaşanan turizm hareketlerinde ki azalış, pandeminin etkisini kaybetmesiyle, pandemi öncesi dönemleri geçme eğilimindedir (Forbes, 2023).

1.3. Yemek Turizmi

Yemek turizmi, belirli bir destinasyonun mutfak olanaklarını keşfetmek ve deneyimlemek için özel olarak seyahat etmek anlamına gelir. Turistlerin yerel yemek kültürünü, geleneksel yemekleri, pişirme yöntemlerini ve yemekle ilgili

deneyimleri araştırmasını içerir. Bu turizm türü sadece restoranlarda yemek yemenin ötesine geçer; yemek festivalleri, yemek pişirme dersleri, pazar turları, sokak yemeklerinin keşfi ve şarap veya bira tadım turları gibi etkinlikleri içerir. Amaç, genellikle uygulamalı deneyimler yoluyla veya başka bir yerde bulunmayan yerel spesyaliteleri deneyerek bir bölgenin yemek kültürünün anlaşılmasını ve takdir edilmesini derinleştirmektir. Yemek turizminin temel unsurları şu şekilde sıralanabilir (Henderson, 2009; Ellis vd. 2018):

➤ Yerel Mutfak Keşfetmek: Turistler, bir bölgenin kimliğinin ayrılmaz parçası olan eşsiz yemekleri ve spesyaliteleri tatmak için seyahat ederler. Örneğin, insanlar otantik makarna ve pizzanın tadını çıkarmak için İtalya'ya veya suşi ve ramen için Japonya'ya seyahat edebilir.

➤ Mutfak Deneyimleri: Bunlar yemek pişirme dersleri, şarap tadım turları, bira fabrikası ziyaretleri veya yemek festivallerine katılmayı içerebilir. Turistler, yerel şeflerden geleneksel yemeklerin nasıl hazırlanacağını öğrenmek gibi yiyeceklerin yapımında bile yer alabilirler.

➤ Gıda Pazarlarını Ziyaret Etmek: Gıda turizminin büyük bir kısmı, turistlerin taze, yerel malzemeleri görebilecekleri, satıcılarla etkileşime girebilecekleri ve hatta eve götürmek için ürün satın alabilecekleri yerel pazarları keşfetmektir.

➤ Sokak Yemekleri: Sokak yemeklerinin tadına bakmak, özellikle Tayland, Meksika veya Hindistan gibi yemek kültürünün sokak satıcılarına derinden bağlı olduğu ülkelerde yemek turizminin önemli bir bileşenidir.

➤ Yemek Festivalleri ve Etkinlikler: Birçok destinasyon yerel veya ulusal mutfak geleneklerini sergileyen yemekle ilgili festivallere ev sahipliği yapar. Örneğin, Fransa'da çok sayıda şarap ve peynir festivali düzenlenirken, İspanya paella festivalleriyle tanınır.

➤ Kültürel Daldırma: Yemek turizmi genellikle turistlerin belirli bir bölgedeki yemeklerin tarihini, geleneklerini ve sosyal önemini anladıkları kültürel bir daldırma içerir. Bu, yemeği yerel yaşam ve kültür bağlamında deneyimlemekle ilgilidir.

Yemek turizmi kapsamında çeşitli destinasyonlar ön plana çıkmaktadır. Söz konusu yemek turizmi destinasyonlarına şu destinasyonlar örnek verilebilir (Hall ve Gössling, 2016);

➤ İtalya: Makarnası, pizzası ve şarabıyla ünlü İtalya, özellikle Toskana ve Sicilya gibi bölgelerde çok sayıda yemek turu, açılış dersi ve şarap tadımı deneyimi sunmaktadır.

➤ Fransa: Fransa: Gurme yemekleri, peynirleri ve şaraplarıyla tanınan Fransa, özellikle Bordeaux (şarap tadımı) ve Paris (pastacılık ve kaliteli yemek turları) gibi bölgelerde çok sayıda yemek turizmi fırsatı sunmaktadır.

➤ Meksika: Zengin mutfak mirasıyla Meksika, turistlere taco, köstebek ve yöresel yemeklerin yanı sıra aşçılık dersleri ve pazar turlarını keşfetme şansı sunuyor.

➤ Tayland: Bangkok veya Chiang Mai'deki sokak yemeği turları, pad Thai, yeşil köri ve mango yapışkan pirinç gibi yemeklerin tadına bakmak, yemek turistleri için popüler deneyimlerdir.

➤ Japonya: Suşi, ramen ve diğer geleneksel Japon yemekleri yemek turistlerini yerel spesiyalitelerin bol olduğu Tokyo, Kyoto ve Osaka gibi şehirlere çekmektedir.

Yemek turizmi kapsamında ortaya çıkan turizm hareketlerinin çeşitli faydaları görülebilmektedir. Söz konusu faydaları şu şekilde sıralamak mümkündür (Yeoman ve McMahon, 2016; Okumus, 2021)

➤ Kültürel Anlayış: Yemek kültüre derinden bağlıdır ve yemek turizmi gezginlerin yerel gelenekler, tarih ve göreneklerle bağlantı kurmasını sağlamaktadır.

➤ Ekonomik Etki: Gıda turizmi restoranlara, yerel gıda üreticilerine ve turizmle ilgili işletmelere talep yaratarak yerel ekonomileri desteklemektedir.

➤ Benzersiz Seyahat Deneyimi: Birçok kişi için yemek, seyahat deneyiminin önemli bir parçasıdır. Yöresel mutfağın tadına bakmak ve mutfak deneyimlerine katılmak, seyahate otantik ve sürükleyici bir boyut katmaktadır.

Özetle, yemek turizmi bir destinasyonun mutfak ruhunu keşfetmek, yerel gıda uygulamalarıyla etkileşim kurmak ve seyahat deneyiminin önemli bir parçası olarak yemekten keyif almakla ilgilidir.

1.4. Medikal Turizmi

Medikal turizm, tıbbi, diş veya cerrahi bakım almak için başka bir ülkeye seyahat etme uygulamasını ifade eder. Bu olgu, sağlık hizmetleri maliyetleri, bakım kalitesi, gelişmiş tedavilerin mevcudiyeti ve farklı ülkelerdeki prosedürlerin erişilebilirliğindeki farklılıklar nedeniyle yıllar içinde önemli ölçüde büyümüştür. İnsanları medikal turizme katılmaya yönlendiren bir takım sebepler bulunmaktadır (Reed, 2008; Hall, 2012). Söz konusu sebepler şu şekilde sırlanabilir;

➤ Maliyet Tasarrufu: Bazı ülkelerdeki tıbbi prosedürler diğerlerine göre önemli ölçüde daha ucuzdur. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri gibi yüksek maliyetli sağlık sistemlerinden gelen hastalar, tasarruf etmek için genellikle Hindistan, Tayland veya Meksika gibi ülkelerde tedavi ararlar.

➤ Tıbbi tedaviyi tatil ile birleştirmek: Bazı kişiler tıbbi tedavilerini tatil ile birleştirmeyi tercih ederek bu deneyimi daha keyifli hale getirmektedir.

➤ Yüksek Kaliteli Bakım: Birçok ülkede uluslararası akreditasyona sahip hastaneler ve gelişmiş ülkelerin standartlarına uygun veya bu standartları aşan bakım sunan yüksek eğitimli doktorlar bulunmaktadır.

➤ Tedavilerin Bulunabilirliği: Doğurganlık hizmetleri, kozmetik cerrahi veya deneysel prosedürler gibi bazı tedaviler hastanın kendi ülkesinde mevcut olmayabilir veya büyük ölçüde kısıtlanmış olabilir.

➤ Daha Kısa Bekleme Süreleri: Kamu sağlık sistemi olan bazı ülkelerde hastalar ameliyatlar veya özel bakım için uzun bekleme listeleriyle karşılaşmaktadır. Medikal turizm bu hizmetlere daha hızlı erişim sağlar.

➤ Gizlilik ve Gizlilik: Bazı kişiler mahremiyetlerini korumak amacıyla estetik ameliyat gibi prosedürler için yurt dışına seyahat etmeyi tercih etmektedir.

Medikal turizm kapsamında yapılan seyahatlerde turistlerin yaygın olarak yaptırdıkları çeşitli uygulamalar bulunmaktadır. Söz konusu uygulamalar şu şekildedir (Asa, vd. 2024; Majeed, vd. 2024);

- Kozmetik ve plastik ameliyatlar (örn. yüz gerdirme, liposuction)
- Diş prosedürleri (örn. implantlar, kaplamalar)
- Ortopedik ameliyatlar (örn. eklem replasmanları)
- Doğurganlık tedavileri (örn. IVF)
- Kalp ameliyatları
- Kanser tedavileri
- Organ nakilleri
- Sağlıklı yaşam ve alternatif tıp terapileri

Medikal turizm hareketleri esnasında ve sonrasında turistler bazı riskler ve zorluklar ile karşılaşabilmekteledir. Söz konusu riskler ve zorluklar şu şekildedir ((Reed, 2008; Hall, 2012);

➤ Kalite Güvencesi: Tüm sağlık tesisleri uluslararası standartlara uygun olmayabilir.

➤ Dil Engelleri: İletişim sorunları bakım kalitesini ve tıbbi tavsiyelerin anlaşılmasını etkileyebilir.

➤ Yasal Başvuru: Malpraktis durumunda yasal işlem için sınırlı seçenek bulunması.

➤ Takip Bakımı: Ameliyat sonrası bakım ve uzun süreli takipler, ülkeye döndüğünde zorluklara neden olabilir.

➤ Bulaşıcı Hastalıklar: Seyahat, hastaları enfeksiyonlar gibi sağlık risklerine maruz bırakabilir.

Medikal turizmde öne çıkan destinasyonlar (Giannake, vd. 2023; Kolae, vd. 2023):

- Tayland: Özellikle kozmetik cerrahi ve diş bakımı alanlarında uygun fiyatlı ve yüksek kaliteli tıbbi hizmetleriyle tanınır.
- Hindistan: Kalp ameliyatı, organ nakli ve kanser tedavisi de dahil olmak üzere çok çeşitli tıbbi tedaviler sunar.
- Kosta Rika: Diş turizmi ve kozmetik cerrahi için popüler bir destinasyon.
- Meksika: Diş bakımı, kozmetik cerrahi ve kilo verme ameliyatı dahil olmak üzere uygun fiyatlarla çeşitli tıbbi tedaviler sunar.
- Türkiye: Yüksek kaliteli saç ekimleri, lazer ile göz tedavileri ve plastik cerrahisi ile tanınır.

Bu ülkeler, uygun fiyat, uzmanlık ve kaliteli sağlık altyapısı kombinasyonları nedeniyle medikal turistler için genellikle en iyi seçeneklerdir. Medikal turizm karmaşık ancak giderek daha popüler hale gelen bir sektördür ve dünya genelinde milyarlarca dolarlık bir pazar büyüklüğüne sahiptir.

1.5. Film Turizmi

Turizm araştırmalarının belirleyici özelliklerinden biri, kapsamının ve konusunun disiplinlerarası olmasıdır. Bu özellik, özellikle film ve televizyonla ilişkili turizm faaliyeti temasında ya da nispeten kısa bir süre içinde giderek artan bir bilgi birikiminin ortaya çıktığı film turizmi olarak bilinen alanda öne çıkmaktadır. Bir akademik araştırma alanı olarak film turizminin entelektüel bileşenleri bir takım ilişkili akademik konuyu kendi bünyesinde barındırmaktadır. Turizm araştırmalarının nispeten ayrı bir alanı olsa da turizm, mekan ve medya arasındaki daha geniş bağlantılar yeni keşfedilmeye ve anlaşılmaya başlanmıştır. Film turizmi, niş bir turizm faaliyeti olarak görülmektedir (Hudson ve Ritchie, 2006).

Film kaynaklı turizm olarak da bilinen film turizmi, insanların filmlerde veya televizyon şovlarında yer alan yerlere seyahat ettiği bir olgudur. Film turizmi, sinema ve televizyonun küresel çekiciliğinden faydalanarak hayranları ve meraklı gezginleri en sevdikleri yapımların geçtiği mekânları deneyimlemeye çekmektedir. Film turizminin çeşitli türleri bulunmaktadır. Film turizmi kapsamında gerçekleştirilen ziyaretlere neden olan çekim unsurları şu şekildedir (Buchmann, vd. 2010; Beeton, 2010; Kim ve Park, 2024);

- Yerinde Turizm: Ziyaretçiler filmlerin veya dizilerin çekildiği belirli yerlere seyahat ederler. Örnekler arasında şunlar yer almaktadır:
 - The Lord of the Rings ve The Hobbit için Yeni Zelanda.
 - Game of Thrones için Dubrovnik, Hırvatistan.
 - Yıldız Savaşları: Güç Uyanıyor için Skellig Michael, İrlanda.
- Set-Jet Turizmi: İnsanlar yapımdan sonra özel olarak inşa edilmiş setleri veya stüdyoları ziyaret eder. Örnekler:

- Harry Potter için Londra'daki Warner Bros. Stüdyo Turu.
- Matamata, Yeni Zelanda'daki Hobbiton.
- Hollywood veya Orlando'daki Universal Stüdyoları.
- Film Festivali Turizmi: Gezginler galaları izlemek, film yapımcılarıyla etkileşime geçmek ve kültürel atmosferin tadını çıkarmak için film festivallerine katılırlar. Örnekler:

- Cannes Film Festivali (Fransa).
- Toronto Uluslararası Film Festivali (Kanada).
- Sundance Film Festivali (ABD).
- Miras Film Turizmi: Tarih veya kültürle ilgili filmlere ilham veren yerlere yapılan ziyaretler. Örnekler:
 - The Sound of Music için Salzburg, Avusturya.
 - Edebi Film Turizmi: Filme uyarlanan kitaplarla bağlantılı yerlerin ziyaret edilmesi. Örnek: Alnwick Kalesi, Birleşik Krallık:
 - Harry Potter serisinde yer alan ve J.K. Rowling'in kitaplarına dayanan Alnwick Kalesi, İngiltere.

Film turizmi, insanların filmlerde ve TV şovlarında yer alan mekanlara seyahat ettiği, giderek büyüyen bir trenddir. Bu olgu, izleyicileri ekranda büyüleyen gerçek dünya ortamlarını deneyimleme arzusundan kaynaklanmaktadır. Film turizminde süreç diğer turizm türlerine göre farklı işleyebilmektedir. Film turizmi kapsamında insanların aşağıdaki unsurlar doğrultusunda turizm hareketlerine katıldıkları söylenebilir (Beeton, 2010; Croy ve Heitmann, 2011; Han, vd. 2024; Nakayama, 2024).

➤ İkonik Mekanlar: Filmler ve TV şovları genellikle çarpıcı manzaralar, tarihi simge yapılar veya benzersiz kentsel ortamlar içerir. Bu mekanlar anında tanınabilir hale gelir ve onları bizzat görmek isteyen ziyaretçileri çeker.

➤ Hayran Gezileri: Belirli filmlerin veya dizilerin sadık hayranları, çekim yerlerini ziyaret etmek, sahneleri yeniden canlandırmak veya kendilerini en sevdikleri hikayelerin dünyasına kaptırmak için gezi turlarına çıkabilirler.

➤ Temalı Turlar: Birçok destinasyon, ziyaretçileri çeşitli çekim yerlerine götüren ve yapımlar hakkında perde arkası bilgiler ve anekdotlar sağlayan organize turlar sunmaktadır.

Film turizmi kapsamında oluşan turizm hareketinin hedefi konumunda olan destinasyonlara çeşitli faydalar sağlamaktadır. Bu doğrultuda film turizminin destinasyonlara sağlamış olduğu faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Connell, 2012; Han, vd. 2024);

➤ Ekonomik Etki: Film turizmi, ziyaretçi çekerek, oteller, restoranlar ve yerel işletmeler için gelir yaratarak ve turizm sektöründe istihdam yaratarak yerel ekonomiyi önemli ölçüde artırabilir.

➤ Destinasyon Pazarlaması: Filmler ve TV şovları, destinasyonlar için güçlü pazarlama araçları olarak hizmet edebilir, benzersiz cazibe merkezlerini ve kültürlerini küresel bir izleyici kitlesine sergileyebilir.

➤ Mirasın Korunması: Film turizmi, tarihi yerleri ve kültürel simge yapıları öne çıkararak mirasın ve yerel geleneklerin korunmasına katkıda bulunabilir.

Film turizmi kapsamında ön plana çıkan bazı destinasyonlar bulunmaktadır. Film turizmi kapsamında ön plana çıkan ve genel kabul görmüş destinasyonlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Castro, 2023; Nakayama, 2024);

➤ Yeni Zelanda: Yüzüklerin Efendisi üçlemesi, Yeni Zelanda'yı serinin hayranları için aranan bir destinasyona dönüştürmüştür ve milyonlarca ziyaretçiyi çarpıcı manzaraları deneyimleme yönünde motive etmiştir.

➤ İskoçya: Harry Potter filmleri İskoç kalelerinin ve kırsalının güzelliğini sergileyerek Glencoe ve Skye Adası gibi yerlere yönelik turizmde bir artışa yol açmıştır.

➤ İtalya: “Roma Tatili” ve ‘Ye, Dua Et, Sev’ gibi filmlerin romantik ortamları İtalya'yı hem çiftler hem de yalnız seyahat edenler için popüler bir destinasyon haline getirmiştir.

Film turizmi ilgili destinasyonlar için çeşitli avantajlar sağlarken, diğer taraftan bir takım dezavantajları da beraberinde getirebilmektedir. Film turizminin neden olabileceği bazı dezavantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Beeton, 2010; Croy ve Heitmann, 2011; Han, vd. 2024; Nakayama, 2024);

➤ Taşıma kapasitesi aşımı: popüler film çekim yerleri aşırı kalabalıklaşarak trafik sıkışıklığına ve yerel topluluklar üzerinde olumsuz etkilere yol açabilir.

➤ Çevresel Etki: Artan turizm doğal kaynaklar üzerinde baskı yaratabilir ve çevresel bozulmaya katkıda bulunabilir.

➤ Film Çekim Yerlerinin Korunması: Özellikle de yoğun yaya trafiğine maruz kalıyorsa, film çekim yerlerini orijinal hallerinde korumak zor olabilir.

Eğlence endüstrisi büyüleyici filmler ve TV şovları üretmeye devam ettikçe, film turizminin popüleritesinin artması muhtemeldir. Bu trendi benimseyen ve ziyaretçi akışını yönetmek ve çevreyi korumak için etkili stratejiler geliştiren destinasyonlar bu heyecan verici olgunun faydalarından yararlanacaktır.

1.6. Karanlık Turizm

“Dark Turizm” olarak isimlendirilen bu turizm türünün Türkçe karşılığı “Karanlık Turizm” olarak verilebilir. Thanaturizm olarak da bilinen karanlık turizm, ölüm, trajedi veya ürkütücü olaylarla ilişkili yerlere seyahat etmeyi ifade

etmektedir. Karanlık turizm kapsamında değerlendirilebilecek mekanlar genellikle tarihi, kültürel veya eğitsel öneme sahiptir. Karanlık turizm hareketine katılan turistler geçmiş olayları anlama, kurbanlara saygı gösterme veya insanlık tarihinin karanlık yönleriyle ilgili meraklarını giderme arzusuyla hareket edebilirler. Karanlık turizm kapsamında turistlerin ilgisini çekebilecek ve turizm açısından çekim unsuru olabilecek alanlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Dale ve Robinson, 2011; Biran ve Hyde, 2013; Sharma ve Martini, 2024);

- Savaş alanları ve savaş anıtları:
 - Çanakkale Gelibolu Yarım Adası; Çanakkale Savaşı'nın yaşandığı alandır.
 - Gettysburg, Amerika iç savaşı esnasında en kanlı çatışmaların gerçekleştiği alandır.
 - Verdun gibi, ziyaretçilerin askerler ve siviller tarafından yapılan fedakarlıklar hakkında bilgi edinebilecekleri tarihi savaş alanları.
 - Pearl Harbor, Hawaii, ABD: İkinci Dünya Savaşı sırasında 1941 Japon saldırısının gerçekleştiği yer.
- Toplama kampları ve soykırım anıtları:
 - Auschwitz-Birkenau, Polonya: Bir Nazi toplama ve imha kampı.
 - Kamboçya Ölüm Tarlaları gibi yerler, insanlığın kötülük kapasitesinin keskin hatırlatıcıları olarak hizmet vermektedir. Kızıl Khmer rejimi sırasında toplu infazların yapıldığı yerler.
 - Köle Kaleleri, Gana: Transatlantik köle ticareti sırasında kullanılan yerler.
 - Robben Adası, Güney Afrika: Nelson Mandela'nın tutulduğu hapisane.
- Afet bölgeleri:
 - Çernobil Dışlama Bölgesi, Ukrayna: 1986 nükleer felaketinin yaşandığı yer.
 - Pompeii, İtalya: MS 79 yılında Vezüv Yanardağı tarafından yok edilen antik kent.
 - Ground Zero, New York City, ABD: 11 Eylül terör saldırılarının gerçekleştiği yer.
- Suç mahalleri ve infaz alanları:
 - Karındaşen Jack'in ve Londra
 - Londra Kulesi gibi ünlü suçlar veya infazlarla ilişkili yerler.
- Mezarlıklar ve mezarlıklar:
 - Paris'teki Père Lachaise Mezarlığı
 - Londra'daki Highgate Mezarlığı gibi bazı mezarlıklar, tarihi önemleri ve ünlü kişilerin mezarlarını barındırmaları nedeniyle popüler turistik yerlerdir.

İnsanlar açısından kötü deneyimleri barındıran yerleri ziyaret etmek ve görmek olumlu karşılanmayabilir. Ancak turistleri karanlık turizmi yönlendiren çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Turistleri karanlık turizm için motive eden unsurlar şu şekilde sıralanabilir (Hooper ve Lennon; 2016);

➤ Eğitim ve öğrenme: Birçok karanlık turistin motivasyonu tarih, kültür ve insanların çektiği acılar hakkında bilgi edinme arzusu olabilmektedir.

➤ Kişisel düşünme ve tefekkür: Ölüm ve trajedi mekanlarını ziyaret etmek ziyaretçileri kendi yaşamları ve değerleri üzerine düşünmeye sevk edebilir.

➤ Hastalıklı merak: Bazı insanlar sadece ürkütücü ve olağandışı olana ilgi duyabilmektedir. Bu doğrultuda turizm hareketlerine katılabilirler.

➤ Kültürel ve tarihi önem: Birçok karanlık turizm destinasyonu önemli kültürel ve tarihi değere sahip olabilmektedir. Bu durum turizm hareketlerinin oluşmasını sağlamaktadır.

Karanlık turizm kapsamında ziyaret edilen alanlar sıradan yerler olmayabilir. Söz konusu alanlar çeşitli acılara ve trajedilere sahne olmuş yerler olabilmektedir. Bu nedenlerden dolayı karanlık turizmde bir takım etik ilkeler ortaya çıkabilmektedir. Söz konusu etik unsurlar şu şekilde sıralanabilir (Hooper ve Lennon; 2016);

➤ Ölülere ve yaşlılara saygı: Karanlık turizm alanlarına, özellikle de yakın zamanda yaşanan trajedilerle ilişkili olanlara saygı ve hassasiyetle yaklaşmak önemlidir.

➤ Acının ticarileştirilmesi: Bazı eleştirmenler karanlık turizmin ticarileştirilmesinin sömürücü ve kurbanlara ve ailelerine karşı saygısızca olabileceğini savunmaktadır.

➤ Yerel topluluklar üzerindeki etkisi: Kitle turizmi yerel kaynaklar üzerinde baskı yaratabilir ve bölge sakinlerinin yaşamlarını sekteye uğratabilir.

Yukarıda belirtilen etik unsurlar nedeniyle karanlık turizmin belirli ilkeler doğrultusunda sorumluluk anlayışı içerisinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Sorumlu karanlık turizm kapsamında aşağıdaki ilkelere dikkat edilmesi gerekebilir (Stone, 2013; Hooper ve Lennon; 2016);

➤ Kendinizi eğitmek: Ziyaret ettiğiniz alanın tarihi ve önemi hakkında bilgi edinilmelidir.

➤ Saygılı olmak: Kurbanların fotoğraflarını çekmekten veya saygısız davranışlarda bulunmaktan kaçınılmalıdır.

➤ Yerel işletmeleri desteklemek: Topluma yardımcı olmak için yerel mağaza ve restoranlarda para harcanabilir.

➤ Çevresel etkiyi göz önünde bulundurmamak: Karbon ayak izinizi en aza indirilmeli ve çöp atmaktan kaçınılmalıdır.

Yukarıda belirtilen ilkelere uymak, karanlık turizmin doğasına saygıyı içerir. Belirtilen ilkelere uygun olarak ziyaret gerçekleştirilirse, karanlık turistler ziyaretlerinin hem bilgilendirici hem de saygılı olmasını sağlayabilirler.

1.7. Paranormal Turizm

Paranormal turizm olarak da bilinen hayalet turizmi, perili olduğuna inanılan veya hayaletli fenomenler, efsaneler ve doğüstü hikayelerle ilişkili yerleri ziyaret etmeyi içerir. Bu niş turizm türü, doğüstü olayları merak eden, hayalet avcılığının heyecanını yaşamak isteyen ya da folklor ve tarihten etkilenen insanları kendine çekmektedir (Holloway, 2010; Dancausa, vd. 2023).

Hayalet turizminin kendine özgü bir takım özellikleri bulunmaktadır. Bir turizm hareketinin hayalet turizmi kapsamında değerlendirilebilmesi için aşağıdaki özellikleri taşıması gerekir. Hayalet turizmine özgü söz konusu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Hanks, 2010; McDaniel, 2018);

➤ Paranormal mekanlara odaklanma: hayalet turizmi kapsamında düzenlenen turlar ve geziler genellikle paranormal aktivitelerin olduğu düşünülen yerlere veya gizemli ölümler, trajediler veya açıklanamayan olaylarla bağlantılı yerlere odaklanmaktadır.

➤ Hikaye anlatımı ve folklor: Rehberler genellikle o yerle ilgili yerel efsaneleri, mitleri ve ürkütücü masalları anlatmaktadırlar.

➤ İnteraktif deneyimler: birçok tur, elektromanyetik alan (EMF) detektörleri, ruh kutuları ve termal kameralar gibi araçların kullanıldığı hayalet avı aktivitelerini içermektedir.

➤ Kültürel keşif: hayalet turizmi genellikle yerel tarih ve geleneklerle kesişmektedir ve bir topluluğun ölüm ve ölümden sonraki yaşam hakkındaki inançlarına dair içgörüler sağlamaktadır.

Dünya üzerinde hayalet turizmi kapsamında ön plana çıkan ve insanlar tarafından merak edilen çeşitli alanlar bulunmaktadır. Hayalet turizmi kapsamında ön plana çıkan hayalet turizmi destinasyonları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Sobaih ve Naguib, 2022; Rasool, vd. 2024; Millan, vd. 2024):

➤ Ünlü Perili Evler ve Konaklar:

• Winchester Mystery House (San Jose, Kaliforniya, ABD): Winchester tüfekleriyle öldürülenlerin ruhları tarafından perili olduğu söylenen geniş bir konaktır.

• Amityville Evi (Amityville, New York, ABD): İddia edilen şeytani faaliyetleriyle bilinir.

• Myrtles Plantasyonu (Louisiana, ABD): Hayaletlerle karşılaşmalarıyla ünlü tarihi bir evdir.

➤ Perili Oteller:

- The Stanley Hotel (Colorado, ABD): Stephen King'in The Shining kitabına ilham kaynağı olmuştur.

- Fairmont Banff Springs Oteli (Kanada): Hayaletli görüntü hikayeleriyle tanınır.

- The Langham Hotel (Londra, Birleşik Krallık): Çeşitli hayaletlerin görülmesiyle ünlüdür.

- Hayaletli Savaş Alanları:

- Gettysburg Ulusal Askeri Parkı (Pennsylvania, ABD): Hayalet askerler ve ürkütücü seslerle ilgili raporlarla bilinen bir İç Savaş alanıdır.

- Culloden Moor (İskoçya): Çok sayıda hayalet hikayesinin anlatıldığı kanlı bir savaş alanıdır.

- Kaleler ve Hisarlar:

- Edinburgh Kalesi (İskoçya): Hayalet kavalcıları ve mahkumları ile bilinmektedir.

- Chateau de Brissac (Fransa): “Yeşil Leydi” tarafından perili olduğu söylenmektedir.

- Londra Kulesi (İngiltere): Anne Boleyn ve diğer tarihi figürlerin hayaletleri ile ünlüdür.

- Terk Edilmiş Yerler:

- Pripyat (Ukrayna): Çernobil yakınlarındaki bu terk edilmiş kasabada hayaletlerin yaşadığına inanılmaktadır.

- Doğu Eyalet Hapishanesi (Philadelphia, ABD): Ürkütücü atmosferi ve hayaletlerin dolaştığı iddialarıyla bilinen eski bir hapishanedir.

- Kentsel Hayalet Turları:

- Savannah, Georgia, ABD: Amerika'nın en perili şehirlerinden biri olarak bilinir.

- Edinburgh, İskoçya: Yeraltı mahzenleri ve mezarlıklarındaki hayalet turlarıyla ünlüdür.

- New Orleans, Louisiana, ABD: Perili konakları ve Voodoo tarihi ile tanınır.

Hayalet turizmi kapsamında çeşitli faaliyetler yürütülebilmektedir. Hayalet turizmi kapsamında gerçekleştirilebilecek çeşitli faaliyetler bulunmaktadır. Hayalet turizmi kapsamında gerçekleştirilebilecek faaliyetler şu şekilde sıralanabilir (Hanks, 2010; McDaniel, 2018);

- Hayalet turları: Genellikle geceleri, perili yerlerde rehberli yürüyüşler düzenlenmektedir.

- Geceleme: Birçok perili otel veya ev, ziyaretçilerin bir gece kalmasına ve paranormal olayları ilk elden deneyimlemesine izin vermektedir.

➤ Hayalet avları: Katılımcıların paranormal araştırma araçlarını kullandığı turlardır.

➤ Hikaye anlatımı Etkinlikleri: Yerel hayalet hikayeleri ve efsaneleri içeren etkinlikler veya performanslardır.

➤ Temalı festivaller: Cadılar Bayramı kutlamaları veya paranormal temalı etkinliklerin yer aldığı “hayalet hafta sonları” gibi etkinliklerdir.

Turistleri hayalet turizmine yönelten farklı etkenler bulunmaktadır. Hayalet turizmi taşıdığı olduğu farklı özellikleri nedeniyle turistlerin ilgisini çekebilmektedir. Turistleri hayalet turizmine yönelten unsurlar şu şekilde sıralanabilir (Hanks, 2010; McDaniel, 2018);

➤ Heyecan arayışı: Bilinmeyenin heyecanı ve doğüstü bir şeyi deneyimleme olasılığı.

➤ Tarihsel merak: Birçok perili mekânın trajik veya gizemli olaylarla bağlantılı zengin bir geçmişi vardır. Bu durum turistlerde merak uyandırmaktadır.

➤ Popüler kültür etkisi: Hayaletlerle ilgili filmler, TV şovları (örn. Hayalet Maceraları, Tepedeki Evin Laneti) ve kitaplar doğüstü olaylara olan ilgiyi artırmaktadır.

➤ Kültürel ve manevi keşif: Ölüm, ruhlar ve öbür dünya hakkındaki inançların keşfedilmesini kapsar.

➤ Sosyal deneyim: Grup turlarına katılmak ve ürkütücü deneyimleri başkalarıyla paylaşmayı içerir.

Hayalet turizmi kapsamında değerlendirilebilecek niteliklere sahip destinasyonların elde edebileceği bir takım faydalar bulunmaktadır. Hayalet turizmi kapsamında turizm hareketlerine ev sahipliği yapacak olan destinasyonların elde edeceği faydalar şu şekilde sıralanabilir (Sobaih ve Naguib, 2022; Rasool, vd. 2024);

➤ Ekonomik faydalar: Özellikle kırsal veya az bilinen destinasyonlarda yerel işletmelerin gelirini artırır.

➤ Kültürel mirasın korunması: Ürkütücü üne sahip tarihi alanların bakımını teşvik eder.

➤ Yerel halkın katılımı: Yerel halk genellikle hikayeler paylaşarak deneyime özgünlük katar.

Hayalet turizmi niteliği açısından diğer turizm türlerine göre bir takım zorlukları bünyesinde barındırmaktadır. Diğer taraftan hayalet turizmi kapsamında yer alan bir takım faaliyetler eleştirilere neden olabilmektedir. Söz konusu zorluklar ve yöneltilen eleştiriler aşağıda sıralanmıştır (Hanks, 2010; McDaniel, 2018);

➤ Özgünlük Endişeleri: Eleştirmenler, bazı turların turistleri çekmek için hikayeleri abarttığını veya uydurduğunu savunmaktadırlar.

➤ Kültürel Hassasiyet: Hayalet turizmi kapsamında gelen turistler, hassas davranmazlarsa, kutsal veya trajik öneme sahip yerlere saygısızlık edebilirler.

➤ Güvenlik Sorunları: Terk edilmiş veya bakımsız alanları keşfetmek fiziksel riskler oluşturabilir.

➤ İstismar: Gerçek trajedilerin kâr amacıyla hayalet hikâyelerine dönüştürülmesi, ilgili kişilerin acılarını önemsizleştirebilir.

Hayalet turizmi eğlence, eğitim ve doğaüstü keşiflerin bir sentezi olarak kabul edilebilir. Hayalet turizmi, hem tarihi hem de gizemi deneyimlemek için önemli bir fırsat sunmaktadır. Hayalet turizmi tursitlerin, geçmişle ve bilinmeyenle bağlantı kurmalarının ilgi çekici bir yolu olarak kabul edilebilir.

1.8. İntihar Turizmi

İntihar turizmi, bireylerin yardımcı intihar veya ötenazi için başka bir ülkeye seyahat etmesi olgusunu ifade etmektedir. Ancak bu seyahatin bir turizm türü olarak kabul edilip edilmeyeceği tartışmalı bir konudur. Genel olarak bu seyahatin turizm kapsamında değerlendirilemeyeceği görüşü hâkimdir. Turistler söz konusu seçenekler genellikle kendi ülkelerinde mevcut olmadığında veya yasadışı olduğu için bu turizm türüne katılmayı tercih etmektedirler. İntihar turizmi, genellikle ölümcül hastalıkları, kronik rahatsızlıkları olan veya şiddetli acı çeken ve kontrollü koşullar altında yaşamlarını sonlandırma yasal hakkını arayan kişilerin katıldığı bir turizm türüdür (Sperling, 2019).

İntihar turizminin ortaya çıkışında farklı etkenler rol oynamıştır. İntihar turizminin karakteristik özellikleri bulunmaktadır. Söz konusu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Higginbotham, 2011; Sperling, 2019):

➤ Yasal Çerçeve: İntihar turizmi, yardımcı intihar veya ötenazinin belirli koşullar altında yasal olduğu ülkelerde gerçekleşebilir. Seyahat edenler, yaşamlarını yasal ve güvenli bir şekilde sonlandırmak için bu destinasyonları ziyaret ederler.

➤ Tıbbi ve Etik Kriterler: Yardımlı intihar sunan çoğu ülke veya kuruluş, bireyin kararının gönüllü, bilgilendirilmiş ve yasal ve tıbbi kılavuzlara uygun olduğundan emin olmak için titiz değerlendirmeler gerektirir.

➤ Destinasyonlar: İsviçre, izin verici yasaları ve yardımcı ölümü kolaylaştıran kuruluşların varlığı nedeniyle intihar turizmiyle en çok ilişkilendirilen ülkedir.

İntihar turizmi dünya üzerinde sadece belirli ülkelerde kendine yer bulan bir turizm türüdür. Çünkü birçok ülkede intihar dini ve kültürel açıdan kabul görmeyen bir davranıştır. Her ne kadar turizm türleri içerisinde yer alsa da Türkiye’de uygulanması önerilen bir turizm türü değildir. Çünkü Türkiye’de hem hakim inançlardan ve kültürel bakış açısından kaynaklı olarak intihar kabul

görmeyen bir davranıştır. Ancak intihar turizmi açısından bazı destinasyonlar ön plana çıkmaktadır. Söz konusu aşlıca Destinasyonlar aşağıda sıralanmıştır (Gauthier, vd. 2015; Yu, vd. 2020; Yang, vd. 2023):

➤ İsviçre: İsviçre yasaları, özgecil bir şekilde yapılması şartıyla yardımcı intihara izin verir; yani intihara yardım eden kişinin maddi çıkar sağlamaması gerekmektedir. Dignitas ve Exit International gibi kuruluşlar, yerleşik olmayanlara yardımcı ölüme erişim sağlamak için hizmetler sunmaktadır. İsviçre'de ikamet şartı olmaması, İsviçre'yi bu turizm türü açısından uluslararası ziyaretçiler için önemli bir destinasyon haline getirmektedir.

➤ Hollanda: Katı kurallar altında, dayanılmaz acı çekme ve iyileşme umudu olmaması gibi koşulları içeren, yerleşik kişiler için ötenazi ve yardımcı intihar sunar. Ancak, süreç genellikle yerleşik olmayanlara açık değildir, bu da intihar turizmindeki rolünü sınırlamaktadır.

➤ Belçika: Psikolojik acı çekme dahil olmak üzere belirli koşullar altında yerleşik kişiler için ötenaziye izin verir. Hollanda ile benzer olarak, yerleşik olmayanlar nadiren kabul edilir.

➤ Kanada: Yardımlı ölüm, Tıbbi Yardımlı Ölüm (MAID) kapsamında yasal olmakla birlikte, öncelikle yerleşik kişilere erişilebilir durumdadır. Yerleşik olmayanlar için seçenek sunulmamaktadır.

➤ Diğer Destinasyonlar: Almanya, Lüksemburg ve Avusturya'nın yardımcı ölüm konusunda çeşitli yasaları vardır, ancak yerleşik olmayanların erişimi genellikle kısıtlıdır.

İnsanları intihar turizmine yönlendiren farklı etkenler bulunmaktadır. Söz konusu intihar turizmine yönlendiren nedenler şu şekilde sıralanabilir (Sperling, 2019; Carrigan, 2024):

➤ Turistin kendi ülkesindeki yasal kısıtlamalar: Birçok ülkede yardımcı intihar veya ötenazi katı kurullarla yasaklanmıştır. Bu durum insanları yurt dışında alternatifler aramaya itmektedir.

➤ Dayanılmaz acı: fiziksel veya zihinsel acı, özerklik kaybı veya yaşam kalitesi düşüklüğü, insanları yardımcı ölüm aramaya motive edebilmektedir.

➤ Etik inançlar: bazıları, yaşamlarını ne zaman ve nasıl sonlandıracıklarını seçme konusunda temel bir hakka sahip olduklarına inanmaktadırlar.

İntihar turizmi belirli süreçleri içermektedir. İntihar turizminde yasal işlemler diğer turizm türlerine göre daha önemli bir yere sahiptir. İntihar turizminde süreç aşağıdaki gibi ilerler (Gauthier, vd. 2015; Yu, vd. 2020; Yang, vd. 2023);

➤ Başvuru: Bireyler, Dignitas gibi kuruluşlara başvurmalı, tıbbi kayıtlar, acı çektiğine dair kanıt ve yazılı niyet beyanı sunmalıdır.

➤ Tıbbi Değerlendirme: Bağımsız hekimler, başvuru sahibinin yasal ve tıbbi kriterlere uygun olduğundan emin olmak için değerlendirme yapmaktadırlar.

➤ Danışmanlık Prosedür: Süreç genellikle tıbbi gözetim altında, yasal standartlara uygun olarak uygulanan ölümcül dozda ilaç uygulamasını içermektedir.

İntihar turizmini savunanlar, bireyin yaşam sonu kararlarında özerklik ve seçim hakkını sahip olduklarını savunmaktadırlar. İntihar turizmini eleştirenler, potansiyel zorlama, istismar veya intiharın acıya bir çözüm olarak normalleştirilmesi konusunda endişelerini dile getirmektedirler. İntihar turizmine ilişkin bir değerlendirme yapıldığında bir turizm türü olarak kabul edilip edilmeyeceği tartışılmalıdır. Her ne kadar insanlar kendi hayatlarını ilgilendiren konularda kendi kararlarını alabilme özgürlüğüne sahip olsalar da, intiharın yasal zemine oturtularak belirli otoritelerce normal bir süreç olarak işletilmesi intiharın normal karşılanması riskini beraberinde getirilebilir. İntihar turizmi olarak adlandırılan bu olguya katılım için karar verebilecek kadar kendinde olan bir insanın hayatına yasal otoritenin kabul ettiği mekanizmalarca son verilmesi oldukça tartışmalı bir konudur. Mevcut şartlarda insanların tedavisine ve acılarının dindirilmesine odaklanmak gibi bir seçenek varken, insanların hayatına son verilmesi kabul edilebilecek bir yaklaşım gibi görünmemektedir. Diğer taraftan intihar turizmine karşı çıkanlar da yerleşik olmayanların destekli ölümüne erişimine izin vermenin ciddi bir süreci, ticari bir girişime dönüştürüp dönüştürmediğini sorgulamaktadırlar. Destekli intihara yönelik toplumsal tutumlar kültürel, dini ve etik inançlara bağlı olarak geniş ölçüde değişiklik gösterir. Bazıları ise intihar turizminin yaşamın kutsallığıyla çeliştiğini savunmaktadırlar, intihar turizmini destekleyenler ise intihar turizmini bir merhamet eylemi olarak görmekteyizdir. Ancak intihar turizmi olgusunun merhamet içerip içermediği tartışmalı bir alandır (Higginbotham, 2011; Zhi, vd. 2019).

İntihar turizmine bakış açısı nedeniyle intihar turizmine katılacak kişiler zorluklarla karşılaşabilirler. Bu zorluklar intiharın insanın faydasına olmadığına ilişkin genel görüşten kaynaklanmaktadır. Aslında intihar turizmine katılımın gözden geçirilerek daha da zor bir hale getirilmesi önerilebilir. Çünkü intihar turizmi olarak isimlendirilen olgunun turizm ile olan ilgisi de tartışılmalıdır. Bu turizm türüne katılacak kişilerin karşılaşacakları engeller şu şekildedir (Gauthier, vd. 2015; Yu, vd. 2020; Yang, vd. 2023);

➤ Duygusal etki: Süreç, birey ve sevdikleri için duygusal açıdan zorlayıcı olabilmektedir. Çünkü insanlar sevdikleri ve değer verdikleri kişilerin bilinçli olarak öldürülmeleri karşısında duygusal olarak sarsılabilirler.

➤ Yasal sonuçlar: Bazı durumlarda, aile üyeleri katılımları nedeniyle kendi ülkelerinde yasal veya sosyal sonuçlarla karşılaşabilirler.

➤ Erişim engelleri: Yüksek maliyetler, karmaşık başvuru süreçleri ve seyahat lojistiği, birçok kişinin intihar turizmini takip etmesini zorlaştırabilir.

➤ Sağlık hizmeti etiği: Bazı tıp profesyonelleri ve kuruluşlar ahlaki veya etik gerekçelerle intiharın veya ötenazinin gerçekleşmesine karşı çıkarlar.

İntihar turizmi, etik, insan hakları ve sağlık hizmeti tartışmalarıyla kesişen derin bir şekilde karmaşık ve tartışmalı bir konudur. Derin acı çekenlere bir seçenek sunarken, aynı zamanda toplumun ve tıp mesleğinin yaşam sonu bakımındaki rolü hakkında önemli sorular ortaya çıkarır. İntihar ve ötenazi için gerçekleştirilen seyahatlerin turizm kapsamında değerlendirilmesi de uygun bir yaklaşım olarak kabul görmeyebilir.

KAYNAKÇA

- Asa, G. A., Fauk, N. K., McLean, C., & Ward, P. R. (2024). Medical tourism among Indonesians: a scoping review. *BMC Health Services Research*, 24(1), 49.
- Beeton, S. (2010). The advance of film tourism. *Tourism and hospitality planning & development*, 7(1), 1-6.
- Biran, A., & Hyde, K. F. (2013). New perspectives on dark tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 191-198.
- Buchmann, A., Moore, K., & Fisher, D. (2010). Experiencing film tourism: Authenticity & fellowship. *Annals of tourism research*, 37(1), 229-248.
- Carrigan, K. (2024). One-way ticket to Zürich: presentations of ‘Suicide tourism’ in European news media. *Mortality*, 29(4), 817-832.
- Castro, D., Kim, S., & Assaker, G. (2023). An empirical examination of the antecedents of Residents' support for future film tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101067.
- Christou, P. A. (2021). Suicide tourism: Leiper's tourism system theoretical perspective. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 69(2), 300-304.
- Connell, J. (2012). Film tourism—Evolution, progress and prospects. *Tourism management*, 33(5), 1007-1029.
- Croy, G., & Heitmann, S. (2011). Tourism and film. In *Research themes for tourism* (pp. 188-204). Wallingford UK: CABI.
- Dale, C., & Robinson, N. (2011). Dark tourism. In *Research themes for tourism* (pp. 205-217). Wallingford UK: CABI.
- Dancausa, G., Hernández, R. D., & Pérez, L. M. (2023). Motivations and constraints for the ghost tourism: A case study in Spain. *Leisure Sciences*, 45(2), 156-177.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism management*, 68, 250-263.
- Forbes, (2023). Revenge Travel, <https://www.forbes.com/sites/geoffwhitmore/2023/10/11/what-is-revenge-travel-and-is-it-still-happening/>
- Gauthier, S., Mausbach, J., Reisch, T., & Bartsch, C. (2015). Suicide tourism: a pilot study on the Swiss phenomenon. *Journal of medical ethics*, 41(8), 611-617.
- Giannake, G., Economou, A., Metaxas, T., & Geitona, M. (2023). Medical tourism in the Region of Thessaly, Greece: Opinions and perspectives from healthcare providers. *Sustainability*, 15(10), 7864.

- Globtrender, (2024), Passion Travel, <https://globtrender.com/2024/10/10/passion-travel-revealed-as-a-key-tourism-driver/>
- Guan, J., Zhuang, Y., Lu, M., Hong, F., & Lau, Y. yip. (2024). Resilience and Recovery: Revenge Tourism and the Evolution of Cross-Border Travel. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2387734>
- Hall, C. M. (Ed.). (2012). *Medical tourism*. Abingdon: Routledge.
- Hall, C. M., & Gössling, S. (2016). Food tourism and regional development. Networks, products and trajectories.
- Han, H., Otoo, F. E., Kim, S., Radic, A., Quan, W., & Lee, S. M. (2024). Film-induced senior tourism and destination loyalty. *Tourism Recreation Research*, 1-16.
- Hanks, M. M. (2010). Re-imagining the national past: Negotiating the roles of science, religion, and history in contemporary British ghost tourism. In *Contested cultural heritage: Religion, nationalism, erasure, and exclusion in a global world* (pp. 125-139). New York, NY: Springer New York.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British food journal*, 111(4), 317-326.
- Higginbotham, G. (2011). Assisted-suicide tourism: is it tourism?. *tourismos*, 6(2), 177-185.
- Holloway, J. (2010). Legend-tripping in spooky spaces: Ghost tourism and infrastructures of enchantment. *Environment and Planning D: Society and Space*, 28(4), 618-637.
- Hooper, G., & Lennon, J. (2016). *Dark tourism*. Taylor & Francis.
- Hudson, S., & Ritchie, J. B. (2006). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of vacation marketing*, 12(3), 256-268.
- Kim, S., & Park, E. (2024). Identifying film tourism impacts on grassroots communities: implications for film tourism development and community planning. *Tourism Recreation Research*, 49(5), 1160-1164.
- Kolae, M. H., Al-e, S. M. J. M., & Jabbarzadeh, A. (2023). A local search-based non-dominated sorting genetic algorithm for solving a multi-objective medical tourism trip design problem considering the attractiveness of trips. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 124, 106630.
- Majeed, S., Kim, W. G., & Ryu, K. (2024). Medical tourism and cognitive dissonance: exploring tourist choice behavior, post-choice pre-outcome regret, and visit intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 25(3), 514-544.

- McDaniel, K. N. (Ed.). (2018). *Virtual dark tourism: Ghost roads*. Springer.
- Millan, M. G. D., Millan Vazquez de la Torre, M. G., & Hernandez Rojas, R. (2021). Dark tourism in Southern Spain (Córdoba): An analysis of the demand. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2740.
- Nakayama, C. (2024). Collaboration and Destination Marketing: Creating Film-Induced Tourism. *Tourism Review International*, 28(1), 49-64.
- Okumus, B. (2021). Food tourism research: a perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 38-42.
- Rasool, S., Tariq, H., Amin, M., Mubushar, M., & Cobanoglu, C. (2024). Dark tourism, thana tourism, and ghost tourism: a bibliometric visualization review for the last 23 years (2000–2023). *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
- Reed, C. M. (2008). Medical tourism. *Medical Clinics of North America*, 92(6), 1433-1446.
- Sharma, N., & Martini, A. (2024). Dark tourism geographies: ontological, epistemological and axiological perspectives. *Tourism Geographies*, 1-10.
- Sobaih, A. E. E., & Naguib, S. M. (2022). Sustainable reuse of dark archaeological heritage sites to promote ghost tourism in Egypt: The case of the Baron Palace. *Heritage*, 5(4), 3530-3547.
- Sperling, D. (2019). *Suicide tourism: understanding the legal, philosophical, and socio-political dimensions*. Oxford University Press.
- Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: A critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 307-318.
- UNWTO, (2023). Annual Report 2023, <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels>
- Yang, S., Mohd Isa, S., Ramayah, T., & Zheng, Y. (2023). Where does physician-assisted suicide tourism fit in the tourism discipline?. *Anatolia*, 34(1), 71-75.
- Yeoman, I., & McMahon-Beatte, U. (2016). The future of food tourism. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 95-98.
- Yu, C. E., Wen, J., & Meng, F. (2020). Defining physician-assisted suicide tourism and travel. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(4), 694-703.
- Zhi, G. Y. J., Flaherty, G. T., & Hallahan, B. (2019). Final journeys: exploring the realities of suicide tourism. *Journal of travel medicine*, 26(3), taz016.

8. Bölüm

Tarım Arazilerinin Önemi, Değerleme Yöntemleri ve Gelir Kapitalizasyonu Yaklaşımına Bir Örnek

Hasan BAKIR ¹

¹ Dr. Öğretim Üyesi, ORCID NO: 0000-0002-2393-1962

1. GİRİŞ

Toprak, gıda üretiminin temel kaynağıdır. İnsanlık tarihi boyunca ekonomik faaliyetlerin merkezindeki en önemli kaynaklardan birisi tarım arazileri olmuştur. Tarımsal üretim, yerleşik hayata geçişin ve medeniyetlerin gelişiminin temelini oluşturmuştur. Sanayi devrimi ile birlikte tarımdan mekanizasyon onun artması ve yeni tarım tekniklerinin geliştirilmesi, tarımsal verimliliği de önemli ölçüde arttırmıştır. Günümüzde tarım sektöründe modern teknolojilerden yararlanılsa da yeryüzündeki ekilebilir tarım arazileri sabit kalmaktayken dünya nüfusu 8,2 milyar kişi olup nüfustaki artış oranı da %0,87 olarak gerçekleşmektedir. Şu an tarım arazileri dünya nüfusunu besleyebilir iken gelecekte insanların gıda sorunu da yaşayabileceği bir gerçektir.

Tarımsal üretim, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde temel ekonomik dinamiklerden bir tanesini oluşturmaktadır. Tarım arazilerinin sürdürülebilir yönetimi hem ekosistem dengesi hem de yerel ve ulusal toplumsal refah açısından son derece önemlidir. Tarım sektörü, hem istihdamın büyük bir kısmını sağlamakta hem de kırsal kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Türkiye'nin yüzölçümü 78.000.000 hektardır buna karşın ülkemizde ekilebilir tarım arazisi büyüklüğü 24.000.000 hektar olup bunun 8,5 milyon hektarı sulanabilir ve şansına sahipken günümüzde bu alanın sadece 4,67milyon hektarı sunabilmektedir. Ülkemiz son yıllarda tarımsal olarak kendi kendine yeten ülkeler arasından çıkmış bulunmaktadır. Dünya üzerinde 11 ülke (Brezilya, Uruguay, Panama, Arjantin, Nikaragua, Paraguay, Bulgaristan, Macaristan, Tayland, Kosta Rika ve Ekvator) kendi kendine yeter düzeydedir.

Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi sosyal, çevresel ve ekonomik açıdan önem taşır sürdürülebilir tarım uygulamalarının geliştirilmesine de katkı sağlar. Bu bölümde tarım arazilerinin ekonomideki yeri, tarım arazilerinin fiziksel ve ekonomik özellikleri, tarım arazilerinin değerlendirilmesinde kullanılan veriler, tarım arazilerinin değerlendirilmesindeki temel ilkeler ve yöntemler örnek uygulamalar ile incelenmiştir.

2. TARIM ARAZİLERİNİN ÖNEMİ

Tarım, insanlığın en eski ve en temel faaliyetlerinden biridir. Toprak ise kapitalist sistemde sadece üretim faktörlerinden biri olarak görülen metadır. Ancak günümüzde toprağın meta olmanın ötesinde doğanın bir parçası olduğu bunun için korunması gerektiği anlaşılmıştır. İnsanlar doğanın bir parçası olan toprağı işleyerek ürün yetiştirme noktasında ona en az zarar vermeyi hedeflemektedir. Bu durum tarım arazisinin sürdürülebilir kullanımı kavramını karşımıza çıkarmaktadır. Tarım arazilerinin sürdürülebilir kullanımı hem gıda güvenliği hem de çevresel denge açısından kritik bir öneme sahiptir.

Tarım arazileri, dünya nüfusunun beslenmesi için gerekli olan temel gıdaların üretildiği alanlardır. Artan dünya nüfusuna paralel olarak gıda üretiminin de büyüklüğü alan olarak sabit kalan tarım arazilerinde sürdürülebilir bir şekilde artmasını gerektirmektedir. Tarım arazileri, gıda üretimi için temel kaynak olmasının yanı sıra birçok ekonomik aktivitenin de temelini oluşturmaktadır. Dünya genelinde milyonlarca insan geçimlerini tarım faaliyetlerinden sağlamaktadır. Tarımsal üretim sadece gıda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda sanayi için hammadde temin eder. Örneğin, pamuk, tahıl ve yağ bitkileri gibi tarımsal ürünler, tekstil ve gıda sanayileri için ana girdi kalemleridir. (FAO, 2022)

Tarım sektörü özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinin önemli bir parçasıdır. Tarım sektörü, dünya genelinde iş gücünün büyük bir kısmını istihdam etmekte ve kırsal alanlarda yaşam standartlarının yükseltmektedir. Örneğin, Afrika ve Asya'nın birçok bölgesinde tarım sektörü toplam istihdamın %50'sinden fazlasını sağlamaktadır. (Dünya Bankası, 2023) Gelişmekte olan ülkelerde tarım sektörü bir yandan iş imkânı (istihdam) sağlamakta, bir yandan da ihracat geliri yaratarak ekonomide lokomotiflik rolü oynamaktadır. Bu durum, tarım arazilerinin korunması ve geliştirilmesinin ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkilerini göstermektedir.

Son yıllarda çevresel sürdürülebilirlik konuları tarım ekonomisi üzerinde önemli etki bir yaratmıştır. Tarım arazilerinin sürdürülebilir kullanımı hem çevresel hem de ekonomik açıdan önemlidir. Tarımda biyolojik çeşitliliğin korunması, toprak erozyonunun önlenmesi gibi uygulamalar gelecekteki tarımsal verimliliği ve ekonomik sağlığı etkileyen önemli faktörlerdir. Tarımsal sürdürülebilirlik hem kaynakların etkin kullanımı hem de tarımsal üretimin artırılması açısından son derece önemlidir. Tarım arazilerinin, ekolojik dengeyi koruma ve biyolojik çeşitliliği destekleme konusunda da önemli işlevleri bulunmaktadır. Tarım arazileri, ekosistem hizmetleri bakımından da büyük öneme sahiptir. Bu hizmetler arasında toprak koruma, su döngüsü, biyolojik çeşitlilik ve karbondioksit emilimi gibi pek çok fonksiyon bulunmaktadır. Tarım arazileri, yeraltı su kaynaklarının beslenmesine yardımcı olurken, aynı zamanda çeşitli canlıların yaşam alanıdır. (Arslan ve Sönmez, 2022) Bu ekosistem hizmetleri, tarımsal üretkenliği artırarak uzun vadeli ekonomik yararlar sağlar.

Tarım arazileri sürdürülebilir enerji üretimi açısından da önemli bir potansiyele sahiptir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının tarım arazilerinde kullanımı, çevresel sürdürülebilirliği artırabilir. Örneğin, biokütle enerjisi üretimi için tarım atıkları ve bitkisel opbrengstler kullanılabilir (Çelik ve Yılmaz, 2021). Böylece hem çevre koruma hem de enerji üretimi sağlanmış olur. Sürdürülebilir tarım uygulamaları, toprak verimliliğini artırırken, kimyasal gübre ve pestisit kullanımını azaltarak çevre kirliliğini engeller.

3. TARIM ARAZİLERİNİN DEĞERİNİN BİLİNMESİNİN ÖNEMİ

Tarımsal üretim bir ülkenin ekonomik büyümesi, gıda güvenliği ve toplumsal refah açısından hayati öneme sahiptir. Tarım arazilerinin ekonomik değerinin kurulması, iyi bir arazi yönetimiyle mümkündür. Tarım arazilerinin bilinçli kullanımı, gelecekte tarımsal üretimin devamlılığını sağlar (Tekin, 2021). Ayrıca tarım arazilerinin korunması, şehirleşme ve sanayileşme gibi unsurlar karşısında stratejik bir önlem olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda, devlet politikaları ve destekleri, arazilerinin korunmasında ve etkili kullanımında önemli bir yere sahiptir.

Tarım arazileri tarım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için gerekli olan doğal kaynaklardır. Bu arazilerin fiziksel ve ekonomik özellikleri tarımsal üretkenliği ve sürdürülebilirliği doğrudan etkilemektedir.

Tarımsal arazinin değerinin belirlenmesi çeşitli açılardan önemli bir süreçtir. Bu sürecin en önemli parçalarından biri olan ekonomik planlama için tarım arazilerinin değerlendirilmesi gereklidir. Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi, tarım politikalarının ve stratejilerinin geliştirilmesi için gereklidir. Bu değerlendirme, tarım sektöründe yapılan yatırımların ve devlet desteklerinin etkinliğini arttıracaktır. Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi finansman ve kredilendirme açısından da önemlidir. Tarım arazilerinin doğru bir şekilde değerlendirilmesi çiftçilerin bankalardan kredi alabilmeleri için gereklidir. Arazi değeri teminat olarak gösterildiğinde çiftçilerin finansman imkanları artar.

Mülkiyet haklarının korunması için de tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi gereklidir. Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi mülkiyet haklarının korunmasını sağlar. Arazi değerinin doğru bir şekilde belirlenmesi mülkiyet anlaşmazlıklarının önlenmesine yardımcı olabilir.

Yatırım değerlendirmesinin yapılabilmesi içinde tarım arazilerinin gerçek değerlerinin belirlenmesi gerekir. Tarım arazilerine yapılacak yatırımların geri dönüşüm oranlarının hesaplanması, arazilerin değerinin doğru bir şekilde belirlenmesine bağlıdır. Bu, yatırımcıların doğru kararlar almasına yardımcı olacaktır.

Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesindeki önemli bir neden de sürdürülebilirlik ve çevresel etkilerdir. Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi, sürdürülebilir tarım uygulamalarının teşvik edilmesine katkı sağlar. Arazi değerinin belirlenmesi, çevresel faktörleri de hesaba katarak daha bilinçli tarım uygulamalarını destekler.

Arazi kullanım planlaması için de tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi gereklidir. Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi, arazi kullanım planlaması için önemlidir. Değerleme tarım arazilerinin en verimli şekilde kullanılmasına yardımcı olurken, kırsal kalkınma projelerinin geliştirilmesine de olanak sağlar.

Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesi pazar analizleri için de önem taşır. Tarım ürünlerinin pazar fiyatlarının daha iyi analiz edilmesine olanak sağlayarak tarımsal rekabetin artırılmasına katkı sağlar.

4. TARIM ARAZİLERİNİN FİZİKSEL ve EKONOMİK ÖZELLİKLERİ

Tarım arazilerinin fiziksel ve ekonomik özellikleri, tarımsal üretkenlik için kritik şekilde önemlidir. Bu özelliklerin dikkate alınması, sürdürülebilir tarım uygulamalarının benimsenmesini ve gıda güvenliğinin sağlanmasını kolaylaştıracaktır. Ayrıca tarım arazilerinin değerinin belirlenmesinde tarım arazilerinin fiziksel ve ekonomik özellikleri dikkat edilmesi gereklidir.

4.1. TARIM ARAZİLERİNİN FİZİKSEL ÖZELLİKLERİ

Tarım arazileri, tarım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için gerekli olan doğal kaynaklardır. Bununla birlikte fiziksel ve ekonomik özellikleri, tarımsal üretkenliği ve sürdürülebilirliği doğrudan etkilemektedir. Tarım arazileri, insanlığın beslenme ihtiyacını karşılamak ve ekonomik faaliyetleri sürdürmek için kritik öneme sahiptir. Ancak bu arazilerin etkili bir şekilde kullanılması hem fiziksel hem de ekonomik özelliklerinin bilinmesi ve dikkate alınmasıyla mümkündür. Fiziksel özellikler, tarım arazilerinin verimliliğini belirleyen toprak yapısı, iklim koşulları, su kaynakları gibi temel unsurlardır.

Toprak yapısı: Toprak yapısı, tarım arazilerinin verimliliğini en fazla etkileyen faktörlerden biridir. Toprağın tekstürü (kumlu, kireçli, tınlı) ve organik madde içeriği, bitki gelişimini ve su tutma kapasitesini belirler. Bu durum doğrudan tarım arazisinin verimine dolayısıyla değerini etki etmektedir. Örneğin, killi topraklar suyu daha uzun süre tutarken, kumlu topraklar hava geçirgenliği açısından daha avantajlıdır.

İklim koşulları: İklim, tarım arazilerinin gelişimini etkileyen bir diğer önemli faktördür. Sıcaklık, yağış miktarı ve güneş ışığı miktarı, bitkilerin büyüme dönemlerini ve ürün çeşitliliğini belirler. Özellikle küresel iklim değişikliği, tarım arazilerinin verimliliğini tehdit eden bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Su kaynakları: Su, tarımsal ve üretkenliğin en önemli bileşenlerinden biridir. Sulama yöntemleri ve su kaynaklarının varlığı, tarım arazisinin verimliliğini arttırmakta önemli bir rol oynamaktadır. Sulanabilir tarım arazileri, kuru tarım arazilerine göre yılda en az bir dönem daha fazla ürün verebilmektedir. Su kaynaklarının yönetimi, sürdürülebilir tarım uygulamaları açısından kritik bir öneme sahiptir.

4.2. TARIM ARAZİLERİNİN EKONOMİK ÖZELLİKLERİ

Tarım arazilerinin ekonomik özellikleri tarımsal üretimi doğrudan etkileyen sosyal ve ekonomik faktörlerle ilişkilidir. Mülkiyet yapısı, pazar koşulları ve üretim maliyetleri başlıca ekonomik özellikler olarak sayılabilir.

Mülkiyet yapısı: Tarım arazilerinin mülkiyet yapısı, arazi kullanımının ve tarımsal üretkenliği etkileyen önemli bir faktördür. Küçük mülk sahipleri, tarımsal üretimde genellikle daha düşük ölçek ekonomileri ile karşı karşıya kalırken, büyük işletmeler daha fazla kaynak ve teknolojiye erişim imkanına sahiptir.

Pazar koşulları: Pazar koşulları, tarım ürünlerinin alınıp satımını etkileyen faktörlerdir. Talep ve arz dengesine bağlı olarak değişen fiyatlar, çiftçilerin üretim kararlarını doğrudan etkiler. Ayrıca ulusal ve uluslararası ticaret politikaları da pazar koşullarının belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Üretim maliyetleri: Tarımsal üretimdeki maliyetler, çiftçilerin karlılığını etkileyen bir diğer önemli faktördür. İşçilik, akaryakıt, gübre tohum, elektrik ve su maliyetleri gibi girdi maliyetleri, üretim kararlarını ciddi şekilde etkilemektedir. Ekonomik verimlilik, bu maliyetlerin minimize edilmesi ile sağlanabilir.

5. TARIM ARAZİLERİNİN DEĞERİNİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Tarım arazilerinin ekonomik değeri, tarımsal üretim, gıda güvenliği ve kırsal kalkınma gibi birçok önemli faktörü etkilemektedir. Küresel ısınma, nüfus artışı ve iklim değişiklikleri gibi etkenler tarım arazilerinin kıymetini artırmakta ve bu arazilerin etkin kullanımını zorunlu hale getirmektedir. Tarım arazilerinin değerinin belirlenmesiyle ilgili yani temellere geçmeden önce terim arazilerinin değerini etkileyen faktörler üzerinde durmak gereklidir.

5.1. TOPOGRAFİK ÖZELLİKLER

Tarım arazilerinin değeri, arazi yapısına, arazi eğimine, yükseklik ve eğim yönüne, drenaj, toprak derinliği ve su kaynakları gibi topografik özelliklere bağlıdır. Bu veriler, tarım arazisinin sulama, ekim ve ürün seçimi açısından uygun olup olmadığını belirlemede kullanılır (Dale-Rissel-Croucher, 2018). Verimli topraklar, daha iyi tarımsal verimlilik sağlar ve bu nedenle daha yüksek bir değere sahip olacaktır

5.2. İKLİM KOŞULLARI

İklim koşulları sulama gereksinimleri ve ürünlerin büyüme döngüsü üzerinde etkili olduğundan, iklim verileri arazi değerlemesinde önemli bir rol oynamaktadır. Sıcaklık, yağış miktarı ve güneş ışığı gibi iklim koşulları, belirli

bitkilerin yetişmesini etkiler. İklim, tarımsal üretkenliği doğrudan etkileyen önemli bir faktördür bu nedenle eklemin tarım arazisi değerini olan etkisi oldukça yüksektir (Smith-Phillips-Johnson, 2020).

5.2. EĞİTİM VE TEKNİK BİLGİ

Çiftçilerin eğitim durumu ve tarımsal teknik bilgileri, arazinin verimliliğini arttırabilir. Eğitimli çiftçiler, modern tarım tekniklerini uygulayarak daha iyi yüksek verimler elde edebilirler. Bununla birlikte toprak yapısı, verimlilik, asidite, besin maddeleri ve nem durumu gibi bilgiler, toprağın kalitesini değerlendirmede kritik öneme sahiptir. Toprak analizleri, arazinin tarımsal üretkenliğini etkileyen başlıca unsurlar arasında yer almaktadır (John-Bock, 2019). Üretkenliğinde tarım arazisinin değerine olan etkisi son derece büyüktür.

5.3. PAZAR KOŞULLARI VE EKONOMİK VERİLER

Yerel ve bölgesel pazar koşulları, tarım arazilerinin değerini belirlemede önemli bir rol oynar. Tarım ürünlerine olan talep ve arz arazinin potansiyel gelirin doğrudan etki eden bir unsurdur. Bunun yanı sıra arazi fiyatları, kira değerleri, üretim maliyetleri ve piyasa talebi gibi ekonomik veriler tarım arazilerinin değerlendirilmesinde kritik faktörlerdir. Bu veriler, yatırımcıların ve çiftçilerin karar alma süreçlerinde yönlendirici bir rol oynamaktadır (Hodge, 2021).

5.4. ÇEVRESEL VERİLER

Çevresel faktörler, doğal kaynakların korunması ekosistemin dengesi ve çevre kirlenmesi gibi unsurlar ile ilgili verilerdir. Bu veriler tarım arazilerinin değerlendirilmesi ve sürdürülebilir yönetimi açısından kritik öneme sahiptir (Ostrom, 2018). Uzun yıllar üretim faktörleri arasında sayılan doğanın günümüzde önemi anlaşılması olup korunması ve sürdürülebilirliği daha fazla önem kazanmıştır.

5.5. SOSYAL VE YASAL VERİLER

Tarım arazilerinin mülkiyeti, kullanım hakkı ve yerel toplulukların arazi üzerindeki etkileri gibi sosyal ve yasal veriler, değerlendirilme süreçlerinde göz önünde bulundurulması gereken unsurlardan biridir. Arazi edinme ve kullanımında yasaların etkisi sektördeki istikrarı sağlamada önemlidir. Tarım arazilerinin işlenmesindeki ekonomikliği yitirecek kadar küçük parsellere bölünmemesi tüm ülkelerce anlaşılmıştır.

5.6. ALT YAPI VE ULAŞIM VERİLERİ

Tarım arazisinin ulaşım imkânı ve altyapı durumu da arazinin değerini etkileyen önemli faktörler arasında yer alır. İyi bir ulaşım ağına sahip olan araziler, arazinin işlenmesini ve ürünlerin pazara ulaşımını kolaylaştırır. Bu durum arazi için değer artışına neden olur.

6. TARIM ARAZİLERİNDE DEĞERLEME YÖNTEMLERİ

Tarım arazilerinin değerlendirilmesi çeşitli yöntemlerin ve faktörlerin dikkatli bir şekilde analiz edilmesini gerektiren karmaşık bir süreçtir. Hem tarım sektörü hem de gayrimenkul piyasası için önemli olan bu süreç, arazinin ekonomik değerini belirlemede kritik bir rol oynar. Tarım arazilerinin değerlendirilmesi için kullanılan başlıca yöntemler; emsal yöntemi, gelir kapitalizasyonu ve maliyet yöntemi olarak sayılabilir.

6.1. EMSAL KARŞILAŞTIRMASI YÖNTEMİ

Piyasa yaklaşımı, benzer gayrimenkullerin satış fiyatlarına dayalı bir yöntemdir. Emsal karşılaştırma yöntemi öncelikle bir gayrimenkulün yeni satılmış olan diğer benzer gayrimenkuller ile yapılan karşılaştırmaların ana ve cari fiyat talebi ve tekliflerine dayanır. Bu yöntemde, tarım arazisinin yerine, özelliklerine, konumuna ve piyasa koşullarına göre, benzer tarım arazilerinin fiyatları dikkate alınır. Piyasa koşulları ve alım satım aktiviteleri, değerlendirme sürecinde önemli bir rol oynar. Emsal karşılaştırma yöntemi, belirli bir gayrimenkul için en uygun emsal veya benzer gayrimenkullerin belirlenmesi ve bu emsallerin satış fiyatlarının karşılaştırılması yoluyla değer tespit etmeye dayalıdır. Bu yöntem, geçmişteki emsal satışlara dayanarak, mevcut gayrimenkulün değerini bulmayı amaçlar. Ayrıca, emsal tarım arazilerinin özellikleri, satış tarihleri, konum, büyüklük gibi faktörler dikkate alınarak uygun düzeltmeler yapılabilir. Emsal karşılaştırma yönteminde hata olasılığının azaltılabilmesi emsallerin fazlalığını gerektirir. (Bakır, 2009) Emsal verilerdeki yetersizliğin olduğu dönemlerde volatil (fiyatların hızlı bir şekilde değiştiği) dönemlerde bu yöntemin kullanılması uygun değildir.

Emsal karşılaştırma yöntemi, benzer gayrimenkullerin satış fiyatlarını temel alınarak değerlendirme yaptığı için, piyasa dinamiklerini ve rekabeti doğrudan yansıtır, potansiyel alıcılar için daha kolay ve anlaşılır bir yöntemdir. Buna karşın emsal karşılaştırma yönteminde, pazar koşullarındaki ani değişimler değerlemenin doğruluğunu etkileyebilir. Benzer gayrimenkullerin bulunmaması değerlendirme sürecini zorlaştırabilir ve hata payını yükseltir. (Bakır, 2009)

6.2. GELİR KAPİTALİZASYONU YÖNTEMİ

Tarım arazileri, ülke ekonomileri ve gıda güvenliği açısından önemli bir varlık sınıfıdır. Tarımsal üretim için gerekli olan temel kaynaklardır ve bu arazilerin ekonomik değeri yalnızca fiziksel niteliklerinden değil, aynı zamanda bu arazilerin sağladığı ekonomik faydalardan da kaynaklanır. Gelir kapitalizasyonu, tarım arazilerinin değerlendirilmesinde önemli bir yöntem olup tarım sektöründeki dinamikleri anlamak için kritik bir araçtır.

Tarım arazilerinde gelir kapitalizasyonu, belirli bir tarım arazisinin gelecekteki nakit akışlarının bugünkü değerini hesaplamak için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem; gelecek nakit akışlarının tahmini ve kapitalizasyon oranını belirlemek şeklinde iki aşamadan oluşur. Yöntemde kullanılan kapitalizasyon oranı; genellikle yatırımcıların beklediği getiri oranı, pazar koşulları ve risk faktörlerine dayanmaktadır.

Tarım arazilerinin gelir potansiyeli yukarıda da değinildiği gibi arazinin ekonomik faktörlerine dayanır. Bu faktörler çerçevesinde değerlendirilmesi yapılacak tarım arazisinin gelir potansiyelini tahmin edilmeye çalışılır. Gelir kapitalizasyonunun belirlenmesinde birçok faktör dikkate alınmalıdır. Bu oran benzer mülklerin satış fiyatları, piyasa talepleri, ekonomik durum, tarım politikaları ve bölgesel faktörler gibi unsurlar dikkate alınarak belirlenir.

Gelir kapitalizasyonu yönteminin uygulanması, tarımsal ürünlerin fiyatlarındaki dalgalanmalar, iklim koşulları ve piyasa değişiklikleri gibi nedenlerden dolayı tarım arazisinin gelecek gelirlerinin tahmin edilmesindeki zorluk, farklı bölgelerde ve farklı ürünlerde uygulanacak kapitalizasyon oranlarının değerlendirilme uzmanları tarafından farklı belirlenmesi nedeniyle yaşanabilecek zorluk ve tarım arazileri ile ilgili güvenilir verilerin olmaması, bu yöntemle doğru bir değerlendirme yapılmasını zorlaştırır.

6.2. MALİYET YÖNTEMİ

Maliyet yöntemi, özellikle tarım arazilerinin değerlendirilmesinde, arazi üzerinde yapılacak yatırımların ve bu yatırımlar sonucunda elde edilecek faydaların dikkate alınması açısından önemli bir yer tutar. Maliyet yöntemi, bir varlığın değerini belirlerken o varlığın yeniden inşa maliyetini temel alarak hareket eder. Bu yöntem özellikle arazinin geliştirilmesi, altyapı yatırımları ve tarımsal faaliyetlerin gerektirdiği maliyetler dikkate alındığında değerlendirilme açısından sağlam bir zemin sunar. Tarım arazileri için maliyet yöntemi kullanılırken çeşitli faktörler göz önünde bulundurulmalıdır. Bu faktörler arasında arazi tipi, toprak kalitesi, sulama imkanları ve çevresel etmenler dikkate alınmalıdır. (Dakin, 2021)

Maliyet yönteminde ilk olarak tarım arazisinin mevcut durumu ve potansiyeli değerlendirilir. Daha sonra, tarım arazisini geliştirmek için gerekli olan tüm

maliyetler hesaplanır. Bu maliyetler arasında toprak işleme, sulama sistemleri kurma, gübreleme, taş ayıklama ve bitki besleme gibi tarımsal faaliyetler için gerekli olan harcamalar yer alır. Son olarak, bu maliyetlerin toplamı bulunduktan sonra tarım arazisinin değeri hesaplanır. (Yılmaz ve Korkmaz, 2022)

7. GELİR KAPİTALİZASYONU YAKLAŞIMINA ÖRNEK

Tarım işletmelerinin değerlemesi hem kararları hem de arazi kullanım politikaları açısından son derece önemlidir. Gelir kapitalizasyonu yaklaşımı, tarım arazilerinin gelecekteki gelir potansiyelini belirlemek için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Bu yaklaşım, arazinin yıllık net gelirlerini kapitalizasyon oranına bölerek toplam arazi değerini hesaplar.

Türkiye’de 2023 yılı itibariyle tarım arazisi için geçerli kapitalizasyon oranları bölge, ürün ve yerel ekonomik koşullara göre değişiklik göstermektedir. Türkiye’de genel anlamda tarım arazileri için kapitalizasyon oranı %4 ile %8 arasında değişmektedir, ancak yerel koşullara ve spesifik durumlara göre bu oran değişkenlik gösterebilir. Bu nedenle, güncel ve yerel verileri değerlendirmek önemlidir. Tarım arazisi için doğru bir kapitalizasyon analizi yapılabilmek için mevcut durumun iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir.

Tarım sektöründe kapitalizasyon oranı, gelirlerin (örneğin, tarımsal mahsullerin satışından elde edilen gelirler) mevcut değerinin, arazinin değerine oranıdır. Üretim maliyetleri, sulama imkanları, hava koşulları ve pazar talepleri gibi faktörler bu oranı doğrudan etkileyebilir. Eğer gübre, ilaç veya işgücü maliyetleri artarsa bu durum tarımsal üretimin karlılığını azaltabilir, bu da üretim maliyetleri nedeniyle kapitalizasyon oranının yükselmesi anlamına gelir. Olumsuz hava koşulları (kuraklık, sel vb) ürün verimini olumsuz etkileyerek gelirleri düşürebilir. Bu durumda tarım arazisinin değeri de azalabilir dolayısıyla kapitalizasyon oranı artar. Talebin yüksek olduğu bir ürün eğer talebe bağlı olarak fiyatını artırırsa, üreticinin geliri de artırırsa sonuçta arazi değeri de artacağından bu durumda kapitalizasyon oranı düşer.

Örneğin, tarım arazisi sahibi çiftçi, arazisinden normal koşullarda dönüm başına 900kg/dönüm buğday elde etmeyi planlamakta olup elde ettiği buğdayı 12TL/kg fiyatla da satacaktır. Araştırmaları sonucunda bölgedeki kapitalizasyon oranının %6 olduğunu belirleyen bu çiftçinin 20 dönümlük arazisinin değeri;

$900 \times 12 = 10.800$ TL dönüm başına gelir,

$10.800 \times 20 = 216.000$ TL, araziden elde edilen toplam gelir olacaktır.

Tarla Değeri = Net Gelir / Kapitalizasyon oranı, olduğuna göre

Tarım arazisi Tarlanın değeri = $216.000/0,6 = 3.600.000$ TL olarak bulur.

Örnekte çiftçinin arazisinden elde ettiği gelirin net gelir olduğu kabul edilmiştir. Çiftçi bu geliri elde etmek için yaptığı harcamaları gelir rakamından düşmelidir.

Örnekteki başka bir varsayım da yılda bir ürün hasat ettiğidir. Eğer aynı tarladan yıl içinde birden fazla hasat ve gelir elde edilmesi söz konusu ise değer tespitinde kullanılması gereken toplam yıllık net gelir olmalıdır.

8. SONUÇ

Tarım arazileri ekonomik büyüme, gıda güvenliği, istihdam, çevresel sürdürülebilirlik ve ekosistem hizmetleri açısından hayati bir öneme sahiptir. Arazilerinin verimli ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi, yalnızca mevcut nesiller için değil, gelecek nesiller için de kritik bir gerekliliktir. Bu noktada hem bireysel hem de ulusal düzeyde tarım arazilerinin korunması ve geliştirilmesi, uzun vadeli ekonomik faydaların sağlanması açısından zorunludur.

Tarım arazileri tarımla uğraşan çiftçiler için ayrı bir anlam taşır. Tarımsal üretimin vazgeçilmez parçası olan arazilerin ülkemizdeki birçok çiftçi için manevi değeri de bulunmaktadır. Dededen toruna kalan araziler, ilk alınan araziler vb. tarım arazilerine çiftçilerin daha farklı bağlanmalarına neden olmaktadır. Ancak çiftçilik de diğer sektörlerde olduğu gibi rasyonel kararlar almayı gerektirir.

Tarımsal üretim ve değerlendirme arasındaki ilişki ekonomik büyüme ve gıda güvenliği açısından önemli bir dinamiği temsil etmektedir. Ülkelerin tarımsal üretim stratejilerinin gözden geçirilmesi ve değerlendirme yöntemlerinin uygulanması, ekonomik kalkınma hedeflerine ulaşma açısından kritik bir adım olacaktır. Bu noktada, tarımsal üretim süreçlerinin iyileştirilmesi ve değerlendirme yöntemlerinin doğru bir şekilde uygulanması, sürdürülebilir bir ekonomik yapı oluşturulmasında temel bir rol oynamaktadır.

Tarım arazilerinin değerlemesinde maliyet yöntemi, Çeşitli yönleriyle önemli bir değerlendirme aracı sunmaktadır. Özellikle tarımsal üretkenliği artırmak için yapılan yatırımların değerlendirilmesi, tarım sektörü için stratejik bir önem taşımaktadır. Gelişen teknoloji ve değişen tarım politikaları, maliyet yönetiminin etkinliğini artırırken, tarım arazilerinin daha doğru bir şekilde değerlendirilmesine imkan sağlamaktadır. Bu nedenle, tarım arazilerinin değerinin belirlenmesinde değerlendirme yönteminin etkin bir şekilde kullanılması hem yatırımcılar hem de politika yapıcılar açısından kritik bir öneme sahiptir.

KAYNAKÇA

1. Arslan, M. ve Sönmez, K. (2022), Ekosistem Hizmetleri ve Tarım, Ekosistem Bilimleri Dergisi.
2. Bakır, H. (2009), Gayrimenkul Değerlemesi ve Finans Matematiği, Detay Yayıncılık.
3. Çelik, F. ve Yılmaz, H. (2021), Tarım Arazilerinin Yenilenebilir Enerji Potansiyeli, Enerji ve Çevre Dergisi.
4. Dakin, S. (2021), The Cost Approach to Real Estate Valuation, Journal of Agricultural Economics.
5. Dale, A. - Rissel, C., and Croucher, J. (2018), Understanding the Land Value of Agricultural Areas, Journal of Agricultural Economics.
6. Dünya Bankası, (2023), "World Development Report 2023: Jobs and Development".
7. FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), (2022), "The State of Food Security and Nutrition in the World".
8. Hodge, I. (2021), The Economic Valuation of Agricultural Land, Farm Policy Journal.
9. Jones, A. - Bock, A. (2019), Soil Quality Evaluation for Sustainable Farming Practices, Soil Science Society of America Journal.
10. Ostrom, E. (2018), Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action, Cambridge University Press.
11. Smith, M. - Phillips, C. and Johnson, E. (2020), Climate Impacts on Agricultural Production: Assessing Vulnerabilities and Adaptation Strategies. Agricultural Systems.
12. Tekin, D. (2021), Tarım Arazilerinin Değeri ve Yönetimi, Tarım Politikaları ve Ekonomi.
13. Yılmaz, F. - Korkmaz, M. (2022), Evaluating Agricultural Land Values: Cost Method and its Implications, Agricultural Land Management Review.

9. Bölüm

Dijital Okuryazarlık Kapsamında Yeni Medya Haberciliği ve Etik¹

Hicabi ARSLAN²

Aslıhan TOPAL²

¹ Söz konusu bu çalışma Sakarya Üniversitesi tarafından düzenlenen ICOMS 2024 4.Uluslararası Sempozyumu'nda özet bildiri olarak sunulmuştur.

²Dr. Öğretim Üyesi Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi harslan@adu.edu.tr, +905424220315 ORCID 0000-0001-9424-7722

² Öğr. Gör. Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksek Okulu, Öğretim Görevlisi ORCID 0000-0003-3111-824X topal.aslihan@adu.edu.tr

Giriş

Günümüz insanı zamanının büyük bir kısmını medya araçları üzerinden iletişim ve etkileşim halinde geçirmektedir. Bireylerin medya ile etkileşiminin yoğunluğu ve karşılıklı etkisinin nasıl olacağını tespit etmek ve onu idare etmek oldukça zor olabilir. Sınır belirlenerek medya aracılığıyla toplumların istenilen yönde değişimine ve gelişimine yardımcı olunabilir. Ancak bu katkı değişimin kime, neye göre yapılacağı veya yapılması gerektiği üzerinde hassasiyetle durulması gereken bir husustur.

Özellikle geleneksel medyadan alışkın olduğumuz ve belli noktalarda denetlenebilen, etik kodlarına sahip haber kavramı yeni medyadaki dijitalleşme ile birlikte daha hızlı, daha yaygın bir şekilde amaca hizmet ederken etik ve doğruluk gibi konularda ise geride kalmıştır.

Çalışmada, medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, sosyal medya, sosyal medya haberciliği konuları alt başlıkları ile birlikte değerlendirilecektir. Ayrıca okuryazarlığın türevlerinden ve de en önemlilerinden olan bilinçli medya okuryazarlığı ve yine bu türev ailesinden olan ve günümüzün enlerinden olan dijital okuryazarlık ele alınacaktır.

Medya etiği ise hem geleneksel ve hem de yeni medyadaki farklı yönleriyle kapsamlı bir şekilde ele alınmış, etik kavramsal açıdan incelenerek medya etiği bağlamında tartışılmıştır. Medyada etik; sektörün kendisi başta olmak üzere tüm paydaşları kapsayacak şekilde toplumun geneli üzerindeki etkisi ile tartışılacaktır.

İnternet kullanıcılarını üre-tüketici olarak adlandırmak mümkündür. Kullanıcı kitlenin yalnızca tüketici değil aynı zamanda üretici olarak da varlık gösterdiği bir gerçektir. Dijital platformlarda bulunan ağlar aracılığı ile bilgi alışverişinin mümkün olan en çabuk bir biçimde sağlanabildiği ve karşı tarafla iletişime geçebildiği dijital alan alışlagelen birçok yerleşik kuralı da tahtından etmiştir. Bu teknoloji ile çok kolay ve hızlı üretilebilen dijital içeriklerin, Instagram, Facebook, X, ve daha bir çok farklı isim altında uygulama olarak kullanılmak üzere sunulan sosyal medya platformları üzerinden paylaşılması, özellikle dikkat çekici boyutlara ulaşmıştır. Bu içeriklerin klasik ya da geleneksel medya olarak anılan alanda da kullanılmasına imkân tanımış oldu.

Dijital medyada içerik üretebilen bireylerin yok saydığı kural ve etik değerler, geleneksel medyadaki etik kavramının yeniden ele alınmasına ve bir değişim sürecinin varlığına işaret etmiştir. Yeni medya mecralarında içerik sunulması ve sosyal sorumlulukla hareket etmek geleneksel medyadaki kadar kolay olmadı çünkü yalnızca mesleki etik kodları gözetmek yeterli değil. Medya etiğini anlatan bir çalışma yaparken ilkönce bazı ilkelerin var olduğunu bilmeliyiz. Günümüzde varlığı kabul edilen Etik Gazetecilik Ağı, etik haberciliğin temelini oluşturan 5

gazetecilik ilkesini; dürüstlük, bağımsızlık, tarafsızlık, insan odaklılık ve hesap verebilirlik şeklinde belirtmek gerekmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu kısmında öncelikle bazı kavramları ele alarak anlam karmaşasından kurtarmak ve toplumsal farkındalığı artırmak aynı zamanda geleneksel medyadan yeni medyaya geçişte yaşanan etik sorunlara ışık tutulacaktır.

Medya

Medya kavramı köken olarak Latin dilinden gelmektedir; ortam, araç gibi anlamlara gelen medium sözcüğü çoğul anlamı ile kullanıldığında da medya kavramı karşımıza çıkmıştır. Bu kavram; çok ve farklı bilginin bireylere veya topluma aktarılması şeklinde gerçekleşen bilgilendirme, eğitime vb. temel sorumluluklara sahip olan görsel ve işitsel araçlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Soydan, Alpaslan, 2014: 57).

Medyanın varlığının anlaşılması, insanların birbirleriyle iletişim kurma ihtiyacı ile benzerlik gösterir. Kabul edilen haliyle medya ile insanlık tarihinin benzer süreçlerde var olduğu ifade edilmektedir. Önceleri insanların iletişimde ilkel bir biçimde ateş ve duman kullanması, mağara duvarlarına resimler çizmesi, tarımsal ve diğer amaçlarla çeşitli araç gereç kullanması, farklı sesler çıkarması gibi özel durumlar iletişime olan ihtiyacı ve medyanın gelişiminin nasıl olduğuna örnek teşkil etmektedir.

İlk başlarda bir takım düzensiz ve beden dili ile eş zamanlı kullanılan bazı sesler zamanla konuşmaya ve oradan da devam edegelen süreçte yazının bulunuşuyla bir üst seviyeye çıkılmış ve günümüzdeki karşılığıyla sosyal iletişimin bir başka türü olan medyanın yazılı boyutu ortaya çıkmıştır. Yazıyla birlikte metinlere dönüşen bilgiler, haberler, görseller eklenerek bireyler arasında paylaşılmaya başlanmıştır. Yazının bulunması, toplumsal düzen ve kültürel gelişme açısından oldukça büyük öneme sahiptir.

İlk başlarda elle yazılarak çoğaltılan haberlerle sürdürülen medya faaliyetleri XV. yüzyılın ortalarına doğru matbaanın keşfiyle birlikte hız kazanmıştır. Bu sayede oldukça rahat çoğaltılan metinler sayesinde daha çok insana ulaşma imkânı olmuştur. (Özçağlayan, 2008: 133). 20. yüzyılın sonlarında medya kavramı artık kitle iletişim araçlarını çağrıştıran ürünler olarak kullanılır olmuştur. Bugün toplumsal yaşamı niteleyen en önemli merkezlerden biri haline gelen medya, sosyal yaşamın önde gelen aktörlerinden biri olarak modern dünyada pek çok insanın yaşamı bu sayede yönlendirdiği görülmüştür. Toplumların medya ihtiyacı arttıkça onları hayatının merkezine alması sonucunu

beraberinde getirmiştir. İnsanlar medyalar aracılığı ile sosyalleşmekte, haberdar olmakta, eğitilmekte ve eğlenmektedir (RTÜK, 2007: 25).

Medya topluma karşı sorumludur ancak bu sorumluluğunu tam anlamıyla yerine getirdiği söylenemez. Çünkü;

- Medya kendini diğerlerinden üstün görür
- Medya bazen duyarsızlaşabilir
- Medya kalıplara sıkışıp kalabilir
- Medya farklı görüş ayrılıklarına sahiptir ve nedenle de farklı değerlendirmelere, sorunlara yol açabilir

Aynı zamanda medyanın bazı işlevleri vardır ve bunlar ihtiyaca bağlı olarak yer değişebilir azalabilir veya artabilir:

- Doğru bilginin yayılması, işlenmesi ve geri dönüşlerinin takibi
- İnsanların toplumsal birey olarak daha aktif ve katılımcı olmaları yönünde güdüleme
- Ortak amaçlar için örgütlenme
- Ortaklaşa yapılan konular hakkında düzeyli ve zamanlı bilgi alış-verişi sağlama
- Kültürel faaliyetler, eğitim, eğlence ve ortak düşünce çerçevesinde birliktelik gibi yönleri de medyanın vazgeçilmezleri arasında yer alır.

Geleneksel Medya

Kamuoyunca ilgi odağı haline gelen olayları eski yöntemleri kullanarak topluma iletmeye aracılık eden medyaya geleneksel medya adı verilmektedir. Burada söz konusu olan medya araçları; “Gazeteler, dergiler, radyolar ve televizyonlar, bunların hepsi de tekil ürün ya da programların kitle halindeki kullanıcılara dağıtıldığı birden-çoğa biçiminde çalışan iletişim ortamlarıdır.” (Çakır, 2007, s. 125).

Geleneksel medya kavramı olarak günümüzde çeşitli biçimlerde yorumlanabilmektedir. Bilimsel çalışma yapanlara göre günümüz dijital çağın iletişim imkânlarını teknolojilerini ‘yeni medya’ şeklinde tanımlamak doğru değil. Taraflara göre elde edilecek yeni buluşlar sonucunda, teknoloji türlerine bu bağlamda nasıl bir yeni tanımlama yapılacaktır. Bu bir belirsizliktir. Yeninin de en yenisi şeklinde bir tanımlama da mantıklı görülmemektedir. Önceleri televizyon ve radyonun icadı sırasında da bu buluşlar için yeni bir teknolojiyi içerdiğinden dolayı ‘yeni medya’ kavramının kullanıldığını ve her yeni gelişmede ‘yeni’ kavramının kullanılmasının artık çok mantıklı ve doğru olmadığı ifade edilmektedir (Bendaş, 2022, s.377).

Teknolojik gelişmelerin zaman içerisinde sahip olduğu araçlar çeşitli şekillerde değişime ve dönüşüme uğramaktadır. Medya bu tarihsel süreç içerisinde bazen ortak özelliklere sahip araç ve dili kullanarak da gelenekselci yapısını korumuştur. Belirli bir kitlenin hazırladığı ve hedefi belli olan içerikler daha dar alanda etkili olmuştur. Ancak bilgi toplumuna olarak anılan bu yeni süreçle birlikte medyanın bu oldukça dar kapsamlı ve tek yönlü sağladığı iletişim, günümüz toplumlarına yeterli olmadığı için çok yönlü iletişimin kurulacağı “yeni” medya araçları tasarlanmaya başlanmıştır. Fonksiyonel olarak etkisini sürdüren medya kavramının eski ve yeni olarak ayrıştırılmasının altında yatan sebebin işte bu çoklu iletişim araç ver yöntemleri olduğu görülecektir.

Yeni (Dijital) Medya

İletişimin dünü, bugünü ve geleceğine ilişkin tüm muhtemel süreçlerin teknolojiyle mutlaka bir ilişkisinin var olduğunu kabul edilirse “Yeni Medya Nedir veya Ne Değil” sorusuna “teknik ve kuramsal olarak” yanıt vermek oldukça önemlidir. Bugün “Yeni Medya” kavramının tam anlamıyla açıklanmaması ve bireylerce anlaşılan şekliyle yorumlaması, yanlış fakat genel geçer fikirlerin ve içeriklerin doğmasına neden olmuştur. Günümüzde, yeni medya kavramında da “Yeni Medya ve Eski Medya” savaşı altında yanlış fakat genel geçer içeriklerin oluşmaya başladığını görülmektedir (Gökçe, 2016).

Yeni medyayı birkaç adımda özetlemek gerekirse;

- Yeni medya dijital ağ iletişim teknolojileri ve onun türevlerini kullanır, internet kültürü ile dolaylı bir ilişki söz konusudur
- Bilgi teknolojilerini ve onunla bağlantılı dağıtım kanallarını kullanır
- Yeni medya, kendisi gibi dijital bir ortam tarafından ve bu bilgiler ışığında çalıştırılmakta ve denetlenmektedir
- Yeni medya, karma bir kültürün sonucudur
- Klasik yani eski usul tekniklerle yeni sayısal verilerin harmanlanması ile uygulanabilen bir teknolojik alan
- Üretilen tüm yeni içerik ve uygulamalar öncelikle görsellik süzgecinden geçirilmekte ve kullanışlı olması tercih edilmekte

Bugün üretkenlik ve yeni tasarımlar yerine duygusal alana yönelik yaşama isteklerinin canlı tutulması önerilmektedir. Yeni medya üzerinden diğer insanlara yönelik olarak keyif alma ve yaşadığı keyfi mümkün oldukça herkese ulaştırma tercihinde bulunmak trend olmuştur. Bununla birlikte her yaş grubu, farklı cinsler ve farklı sosyal statülerden kendisine bir temsilci bulan yeni bir tür serbest zaman kullanıcıları olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle demografi farklılıklarına

karşın serbest zamanın planlaması ve kullanımında yeni medyanın öne çıktığı gerçekleştirilen çalışmalarla da desteklenmektedir. (Yılmaz, Gönenç, 2022, s.109)

Okuryazarlık

Günümüzde alışlagelmiş ve en bilinen haliyle geleneksel okuryazarlıkla birlikte, teknolojik yeniliklerle desteklenen; görsel okuryazarlık, medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, e-okuryazarlık ve bilgisayar okuryazarlığı gibi yeni okuryazarlık türleri dillendirilmeye başlamıştır.

Okuryazarlık aslında düz bir zemin üstünde yer alan alfabe sistemine dayalı kodları çözme ve o sisteme yönelik yeni kod oluşturma becerisi olarak bilinir. Bu yeteneğe sahip olmak için o kodları bilmek, tanımak yeterlidir ve anlam mantıksal düzlemde devam eder.

Okuma-yazma kişiye gerçekte bir unvanı olup/olmama durumunu gösterir bir kategoriye belirtir. Okuryazarsınızdır ya da değilsinizdir. Okuryazarlık ise derece göstergesine benzer ve okuryazar olup/olmamak yerine ne kadar okuryazar olduğunuzu söz konusudur. Dolayısıyla okuma-yazma sahip olunabilen bir beceriyi (ability) ifade ederken okuryazarlık geliştirilebilir bir yeteneği (skill) ifade etmektedir. (Kurudayıoğlu, Tüzel, 2010, s.285)

Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığı için kavramın ortaya çıkışından bugüne çok farklı tanımlamalar yapılmıştır. İletişim veya ilgili alanlarda çalışanlar medya okuryazarlığını, kişilerin mesleğe yönelik ve becerileri edindikleri bir mesleki eğitim olarak görürken bazıları da dijital medyayı kullanma becerilerindeki yeterlilik olarak ifade etmektedirler.

Medya okuryazarlığını “genel okuryazarlık kavramının bir uzantısı, görsel, müzik, reklam gibi yollarla gönderilen iletileri okumak için gerekli bir beceri olarak” tanımlayan Center for Media Literacy'nin bu tanımına zamanla farklı ifadelerle anlatan onlarca tanım daha eklenmiştir (Şahin, 2011, s.6).

Eleştirel Medya Okuryazarlığı

Medyanın çeşitlenmesi ile birlikte çoğu zaman farkında bile olmadan bu mesaj kirliliğinin hedefi haline gelebiliyoruz. Yeni medya çağında biz tüketiciler çoklu iletişim araçlarını birlikte kullanabilmekteyiz. Pasif bir kullanıcı konumundan aktif kullanıcı haline gelerek sadece biz sunulanı değil aynı zamanda bizim beklentilerimizi de karşılayacak bireyler olmalıyız.

Medya okuryazarlığı kavramı, bireylerin medyayı tüketirken daha eleştirel bir bakış açısına sahip olmalarını da gerekli kılar. Aslında medya okuryazarlığının

tanımında da “yazılı olan ve yazılı olmayan farklılıklar gösteren mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği” ifadesi yer almaktadır. Gelişen teknoloji ile elektronik medya, kullandığı olağanüstü teknik ve kanallarla çocuklar ve yetişkinleri kendine çekmekte, maruz kalınan enformasyon bombardımanı altında özellikle çocuklar, kendilerine sunulan malzemeyi süzmeden olduğu gibi almaktadırlar (Avşar, 2014: 10).

Dijital Okuryazarlık

Dijital Okuryazarlık tanımı, teknolojinin değişim ve dönüşümü sonrası; telgraf, telefon; radyo, televizyon; ilk bilgisayarlar dâhil ve cep telefonunun icadıyla kademeli olarak insan hayatına girmeye başlamıştır. Gelişmelere paralel aniden ortaya çıkan bir kavram olmamakla birlikte Gilster’ın tanımı yaygın olarak kullanılmıştır.

Yeni medya ya da dijital okuryazarlık, aslında bireylerin yeni medya ortamlarını etkin kullanabilmek ve sınırsız olarak kabul edilen içerikleri nasıl okuyacaklarını bilmenin yanı sıra yeni medya ortamlarına ait içerikleri üretebilmeyi yani üre-tüketici olan kapsayan bir okuryazarlık anlamına gelmektedir. Bir başka ifadeyle, dijital medya okuryazarlığı yeni iletişim, paylaşım teknolojilerinin ve ortamlarının niteliklerini kavramak, kültürel özelliklerini bilmek ve yeni medya diline hâkim olmak olarak da tanımlanabilir (<https://www.siberay.com/dijital-okuryazarlik> -10.10.2024). Dijital medya okuryazarlığı, iletileri eleştirel bakışla değerlendirme yeteneğidir. Dijital medya içeriklerinin analizi, değerlendirilmesi, paylaşımı ve üretiminde gösterilen bilgi, beceri, tutum ve yeterlilik ile ilgilidir (Dingin,2021,syf.379).

Teknolojinin günlük yaşamımızdaki vazgeçilmezliği dijital okuryazarlığın ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu yeni ortam bizlere birçok kapıyı açacaktır ancak önemli olan bunu nasıl kullanabileceğimizi bilmektir. Aksi halde yarardan daha çok zarar vereceğini unutmamak gerekir. Ancak tehlikeli olmaması için teknolojiyi doğru kullanmak ve anlamak önemlidir.

Medyayı yönlendiren uzman kişiler ve eğitimciler dijital okuryazarlık becerilerinin faydalarına giderek daha fazla önemli hale geldiğini vurgular. Bireyle dijital platformları ve onun aracı ürünlerini esas kaynak olarak kabul ederler. Bu da onların yeni medya diğer bir ifadeyle dijital medya okuryazarı olmaları aynı zamanda da dijital içeriği nasıl bulacakları ve nasıl tüketecekleri açısından önemlidir.

Haber

Haber günümüzde güvenilirliğinden emin olunan, doğrulanmış bilgilerle sağlanmış olan bir metin olmanın çok ilerisine gitmiştir. Haberler yazılı bir belge

olmaktan ziyade daha çok görüntü, ses, metin, infografik vb. görsel eklerin de kullanıldığı, zaman esaslı dijital bir imza hâline geldi. Yeni medyanın bize sunduğu geniş yelpazeli haber kaynakları ve dolayısıyla yeni haber format ve içerikler gazetecilerin işlerini bir anlamda kolaylaştırırken özellikle zaman faktörü ve çoklu kaynak ve bilgi kirliliği dolayısıyla da zorlaştırmıştır denebilir.

Olay anında muhabir, orada bulunan bir vatandaşın çekmiş olduğu görüntüye ve sahip olduğu bir bilgiye kolayca erişebiliyor, bunu kendi çalıştığı kuruma zamanında iletebiliyor. Ancak bu yeni durum yani yurttaş gazeteciliği anlayışı, teyitli olmayan bir bilginin yanlış olması halinde muhtemel olumsuzlukları da beraberinde getiriyor.

Geleneksel Habercilik, Yeni Medya Haberciliği, Sosyal Medya Haberciliği

Geleneksel habercilik içerisinde gazetenin halen yadsınmaz bir önemi vardır. Çünkü gazete, dijital medyanın hızla kaybolan iletileri karşısında okurun istediği an elinin altında olmasının yanı sıra, radyo ve televizyon tarafından yüzeysel ele alınan konuları ayrıntılarıyla ve de yorumlarıyla sunar. Geleneksel gazete haberciliği diğerleri kadar olmasa da entelektüel iletişim aracıdır.

Klasik anlamdaki gelenekselci gazetecilik ve internet gazeteciliği okuma eylemi ile başlar ve özellikle geleneksel gazete okuyucusu kendisine verilen bilgiyi olduğu gibi kabul eder. İnternet ortamında etkileşimli bir yayıncılıktan söz konudur. Kullanıcı, ilgilendiği haberle ilgili neler hissettiğini dile getirebilir, hatta bir çıkarımda dahi bulunabilir. Sadece tek yönlü bir iletişim söz konusu değildir. İnternet gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik arasındaki en büyük farklardan birisi de "hız"dır. İnternet ortamında, bir bilgiyi aynı anda daha çok kişiye daha kısa zamanda ulaştırabilirsiniz (<https://bianet.org/haber/geleneksel-gazetecilik-ve-internet-13552-14.10.2024>).

Yeni medya haberciliği, internetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkmış ve haber endüstrisini derinlemesine değiştirmiştir (Dingin, 2023, syf,14). Günümüz yeni medyanın var olduğu bir dönem olduğundan, üretim ve paylaşım hızlanan habercilik ve geleneksel haberciliği de değişim ve dönüşüme mecbur bırakmaktadır. Gazeteler, basılı bir şekilde ve kâğıt olarak okuyucuyla buluşmayı; televizyonlar, radyolar planlı kuşaklar için hazırlanan standart formatlardaki içeriklerle takipçinin karşısına çıkmayı yeterli görmemekte. Bunun yerine kurulu olan internet siteleri, sosyal medya hesapları, mobil tabanlı uygulamalarla varlıklarını sürdürmektedirler.

Medya şirketleri günümüzde çoklu yapılarla varlığını sürdürmekte ve bu şekilde sektörde rekabet gücünü korumaktadır. Toplumlar, rutin hale gelen

işlevlerini internet yoluyla geliştirmekte ve anlık olarak bilgiye ulaşma onu teyit etme ve hedef kitleye yararlı hale getirme işini bu yolla daha süratli yapmaktadır.

Günümüzde rekabet yalnızca geleneksel anlamıyla haber ve haberci arasında sıkışıp kalmaktan çıkmıştır. Bu acımasız yarışa diğer olarak ekleyebileceğimiz, içerik üretiminde var olan dijital platform yazarları, vatandaş gazeteciliğini yerine getirenler, sosyal medyayı kullananlar ve yer sağlayıcılar gibi internet dünyasına ait yeni oyun kurucuları da katmış ve artık üreten de tüketen de pasif konumdan aktif konuma geçerek yerini almıştır.

Sosyal medyanın içeriklerinin kullanıcılar tarafından üretilebilmesi, iletişimde zaman ve mekân gibi ayrımların ortadan kalkması, enformasyonun yayılım hızının artması gibi pek çok özellik gazeteciliğin bu alana girişini hızlandırmıştır. Çok sayıda kullanıcının sosyal medyaya katılması ile birlikte, hedef kitlesini büyütmek ve sürekliliğinin devamını sağlamak isteyen geleneksel gazeteler sosyal medyaya giriş yapmaya başlamıştır (Sütçü,2015, s. 21).

Günümüzde gazeteciler araştırma ve haber yaparken çevrimiçi kaynakları kullanırlar. Bu kişiler deneyimleri ışığında bilginin kaynağına klasik alışıl gelmiş şekilde ulaşamadığı zamanlarda internet yoluyla araştırma yapmayı tercih ederler. Gazeteciler bazı zamanlarda haber konusu bulmak için dijital platformlara başvurular ve haberin kaynak teşkil edecek verilerini web ortamından alırlar.

Etik

Etik, en genel tanımıyla; insanın çevresini anlama, tanımlama ve bu çabalarda akılcı olarak oluşturulan ilkelerin, bir düzen içinde ona ahlak ve felsefe çerçevesinde standart ilkeler olarak benimsetilmesidir. Bu anlamda etik anlayışının tam olarak ne zaman başladığını bilmesek de varlığını hep sürdürdüğünü biliyoruz.

Bugün ahlaki olgunluk, mesleki etik gibi eksikliklerden yakınlar bile bunu kendi eksenlerindeki etik anlayışına dayanarak söylüyorlar. Öyle ki, toplumsal gelişmeler bireyler arası iletişimi içinden çıkılmaz ve aracılı hale getirdiği bu aşamada etiğin ve ahlaki değerlerin ortadan kalkmak bir yana tam tersine daha da önemli hale geldiği söylenebilir (Binark, Bayraktutan, 2013, s. Önsöz).

Medya ve Etik

Etik olmayan ve kuralsızlığın hakim olduğu bir yaşam hayal etmek artık imkânsız hale gelmiştir. Toplumsal yaşama adapte olmuş bireyler olarak hepimiz doğruyu- yanlış, iyiyi-kötüyü anlatan yargısal gerekçeli durumlara tanık olmaktayız. Bu çalışma kapsamında örnek olaylar amaçlı örneklem yöntemi

kullanılarak haberler ve fotoğraflar değerlendirilmiştir. Örneklem yöntemi; derinlemesine araştırma yapabilmek amacıyla çalışmanın amacı dâhilinde bilgi bakımından zengin durumların seçilmesi olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2012, s. 9). Araştırmacılar bazen, mevcut imkanların kontrol altına alındığı sorunların evrenden yüzeysel olarak farklılığını ifade ederler. Etik kodları barındıran medya ya da başka bir ifadeyle geleneksel medya etiği (ahlakı) olarak nitelediğimiz olgu geniş bir çerçeveyi içine alır. Yeni medyanın alt ürünü olan dijital iletişim ve teknoloji çağı olarak adlandırılan günümüzde, kitle iletişim araçlarının gelişimi ve farklılığı aynı zamanda çalışanların basın için üretim yaparken belirli kurallar ekseninde hareket etmesi mecburi olmuştur. Medyada olaylar aktarırken olumlu veya olumsuz etkiler de beraberinde hedef kitleye yansımıştır (Arslan, 2019, s.221).

Olağan olarak kabul edilmeyen durumlarda bu beklenmedik durumların daha da yüksek bir seviyede olduğu bu sebeple de medyanın kontrolü, takibi ve anlaşılmasının güçleştiği bilinmektedir. Toplumdaki bireyler medyayı nasıl ve ne kadar doğru algılayabildiği ve anlamlandırabilirse çözüm de o kadar kolaylaşır. Böylesine önemli zamanlarda her bakımdan yayıncılık hem zor hem ciddi ve bir o kadar önemli bir iştir. Bu zamanlarda öğrenme isteğinin en üst seviyelere çıkması beklenir.

Dijital Okuma Yeterliliği Kapsamında Yeni Medyada Haber Etiği Sorunları ve Çözüm Önerileri

“Etik” dendiğinde yalnızca kısıtlayan, yön veren ya da vazgeçiren engeller bütünü aklımıza gelmemeli. Neyin ne kadar olacağı konusunda geçmiş tecrübelerden yararlanılarak yapılması gerekenler bir düzen halinde yerine getirilmelidir. Bu haliyle düşündüğümüzde sosyal medyada halen yeterli düzenlemeler yerine getirilmiş değil. Destekleyenler ve desteklemeyenler gibi iki uçlu konularda uçurum giderek artıyor. Hatta bazı konularda bilinçli bir şekilde netlikten en net olmayana doğru bir yönlendirme söz konusu. Sahte haberler ve gerçeklikten uzak bilgiler en hızlı şekilde yayılırken bunların aksi olan gerçeklikler ise tam aksine engellenmekte ya da gizlenmekte.

Günümüzde baş döndürücü bir hızla değişen ve gelişen bir teknoloji ile bir aradayız. Artık bugün medyadaki bu büyük değişim birbiriyle yarışan kuralları ve farklı yorumları beraberinde getiriyor, bazı içeriklerde de etik kurallara ihtiyaç olup olmadığı yönünde ciddi anlaşmazlıklar doğuruyor (Ward, 2014, s.45). Bu haliyle medya etiği de medyanın tıpkı kendisi gibi bir arayış içinde. Yeni medya gazeteciliği geleneksel medyadan farklı etik kurallar gerektirmiyor Gazeteciliğin 5 temel ilkesini Doğru ve Güvenilir olmak, Bağımsız olmak, Adil olmak ve Tarafsız davranmak, İnsani Sorumluluk olarak sıralayan EJNI, web sitesinde

gazetecilere bu maddelere ek bir sorumluluk yüklemeyi gerekli görmediklerini duyurmuş. Bu durumda geleneksel medya etiği dijital medyaya nasıl yansıtılmalı? Bu konuda elbette çok farklı yol ve öneriler olacaktır. Bunların en genel ve en uygulanabilir olanlarını öne çıkararak dijital okuryazarlık becerisine sahip ve eleştirel medya okuryazarı olan her bireyin ve medya çalışanının etik üretim ve paylaşımında etik uyum aranabilecektir.

- Mutlak teyitli bir bilgiyi mümkün olan en uygun zaman aralığında paylaşmak
- Yapılan paylaşımlarda mutlak surette gerekli izinleri sağlamak ve izinsiz olan paylaşımların dağılımına destek vermemek
- Bir bilgiyi tüm yönleriyle araştırarak en doğru olanını yaymak
- Dijital iletişimin tüm olanaklarını kullanarak yeterli ve gerekli bilgi donanımına kavuşmak

Örneklerle Medyada Etik Problemler

Narin Güran cinayetinde medyanın tutumu:

Narin Güran cinayeti medyanın gündeminde önemli oranda yer almıştır. Hem toplumun dikkatini çekmek hem de farkındalık yaratarak toplumsal alanda insanların bilinçlenmesini sağlamak ve bu olayı gündemde tutarak aslında bir nevi çözümlenmesi konusunda bir alan oluşturmak adına, katillerin bulunması hususunda yol alınması noktasında olumlu iken yapılan yayınlarda hem geleneksel alan hem de yeni medyada birtakım olumsuzlukların, etik problemlerin de yaşandığı gözlemlenmiştir.

Televizyon yayınlarda olayla ilgili gerçekliğinden emin olunmayan paylaşımlar yapılması bu duruma bir örnek olarak verilebilir. Son dakika olarak girilen haberlerde yeni bir gelişme olmamasına rağmen varmış gibi göstererek hedef kitlenin beklentisini yükseltme durumu söz konusu olmuştur. İnsanlar televizyonda umduğunu bulamayınca sosyal medya araçlarında yükselen beklentisini karşılamak, haber doygunluğuna erişmek için bu platformlara dönüyor buradaki içeriklerin doğruluğu kanıtlanmadan paylaşımlar artınca onlara doğruymuş kabul edilerek yeniden dolaşıma neden oluyor. Yanlış haberler doğru gibi kabul ediliyor. Resmî makamlardan da yeterli ve zamanında açıklamalar gelmeyince bu yanlış haberlerle doğru olarak kabul ediliyor. Bu da dijital ortamlarda yaratılan bir kirlilik olarak kabul edildiğinde bu mecraların etik denetiminin ne kadar önemli olduğunu bize gösteriyor. Sıklıkla cansız bedeni bulunan küçük kızım, vücut bütünlüğünün bozulmasına ilişkin yapılan yayınlarda suyun içerisinde kalınan süre ile ilişkili olası delillerin yok olması arasındaki ilişkinin topluma bu kadar açık bir şekilde aktarılması bir nevi delil yok etme noktasında yol gösterici olarak da değerlendirilebilir. Annenin doğum kontrol

hapı kullanımına yönelik yapılan yayın, anne ve amcamın arasında doğruluğu kanıtlanmayan bir ilişki varlığı üzerinden yapılan yayınlar etik problemleri barındırmaktadır. Doğruluğu, güvenilirliği ve teyit etmek haberde etik için önemli kurallar. Aynı şekilde Rojin Kabaiş olayı sosyal medyada farklı şekillerde yer aldı ancak Narin Güran cinayeti kadar çok yer almadı. Narin Güran cinayetinde etik problemleri daha fazla gördük.



Görsel 1:

<https://www.milliyet.com.tr/gundem/son-dakika-narin-guran-cinayeti-sorusturmasinda-iddianame-hazirlandi-amca-anne-agabey-ve-nevzat-bahtiyar-icin-muebbet-talebi-7215177> erişim tarihi: 28-10-2024



Görsel 2:

<https://www.hurriyet.com.tr/haberleri/narin-guran> erişim tarihi: 28-10-2024

Kadın ve çocuğa yönelik taciz, tecavüz, cinayet haberlerinin nasıl aktarılması gerekliliği, aslında yine bu olayla tartışmaya gerek bir etik problemin varlığını göstermektedir.



Görsel 3: Münevver Karabulut cinayeti :

<https://www.cnnturk.com/turkiye/galeri/son-dakika-10-yilli-sir-perdesi-aralanyor-cem-garipoglunun-mezari-acilacak-2161042?page=1> erişim tarihi:28-10-2024

Münevver Karabulut cinayeti de medyanın hatırlatıcı özelliği suç ve suç delillerinin nasıl yok edileceği, bulunmaz hale gelebileceği noktasında yol göstericilik yapmaktadır denilebilir. Cem Garipoğlu'nun mezarının açılmasının ardından mezarda bulunan poşet üzerinden yapılan yayınlar suç delillerinin yok edilmesi hususunda hatırlatıcı nitelikte yayın olarak kabul edilebilir durumdadır.



Görsel 4: İzmir'deki derin dondurucu vahşetinde korkunç ayrıntılar: 4 kişinin katili için istenen ceza belli oldu

<https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/izmirdeki-derin-dondurucu-vahsetinde-korkunc-ayrintilar-4-kisinin-katili-icin-istenen-ceza-belli-oldu,YS2Sm3xvfK-fzg3VfTTPg/JNtPZJ9BbUWbATxndLSX5w>

Yine bu olayda da cinayet sonrası cesetlerin derin dondurucuya konularak saklanmaya çalışılmış olmasının haberde sunumundaki etik problem başlıkta da kendini göstermektedir.



Görsel 5: Depremin mucize çocukları

<https://www.cnnturk.com/dunya/depremin-mucize-cocuklari-1888014?page=16>



Görsel 6: Depremin mucize çocukları- AYAZDA MUCİZE

<https://www.cnnturk.com/dunya/depremin-mucize-cocuklari-1888014?page=17>

Yukarıda verilen Görsel 5 ve Görsel 6, özellikle doğal afet ve felaket dönemlerinde, bu kadar hassas bir süreç içerisindeyken de özellikle dikkat edilmesi ve her zamankinden daha hassas olunması gereken bir olayda çocukların yüzlerinin açıkça paylaşılması bir etik problem oluşturmaktadır.

Olağanüstü durumlarda çocuklar haberlerde yer alırken biraz daha fazla okunma kaygısı taşımanın çocukların hem bugünlerine hem de gelecek yaşamlarına zarar verebileceği unutulmamalıdır.



Görsel 7: Depremın mucize çocukları: İdil, Elif, Ayda

<https://www.sozcu.com.tr/depremin-mucize-cocuklari-idil-elif-ayda-wp6110250>



Görsel 8: 'UMUTLAR AZALIRKEN ELİF'İN GÜLÜŞÜNE RASTLADIK'

<https://www.sozcu.com.tr/depremin-mucize-cocuklari-idil-elif-ayda-wp6110250>

Görsel 7 ve Görsel 8 doğal afet durumlarında çocukların haberlerin içerisinde yer alış şekli ve görsellerde kullanımı her çocuk hakları hem de gazetecilik meslek etiği bakımından üzerinde durulması ve tartışılması gereken unsurlardır.

Yukarıda ifade edildiği deprem gibi doğal afet yaşanmış olağanüstü durumlarda çocukların içerisinde buldukları durumların dramatize edilerek verilmesi, bu tarz görsellerle haberde oluşturulan temanın desteklenmesi çocuk

hakları ve gazetecilik meslek etiği bakımından etik ihlal olarak değerlendirilebilir.

Haberlerde fotoğraflar olayın kanıtı olarak, olayın aktarımını güçlendirmek, inandırıcılığı artırmak, olayın anlatımını daha etkili hale getirmek için elbette kullanılmaktadır. Ancak bu kullanımların içerisinde etik problemler barındırmaması gerekmektedir.



Görsel 9: Yusuf Dikeç'in 29 Ekim resepsiyonunda Furkan Bölükbaşı ile çektiği fotoğraf ortalığı karıştırdı

<https://www.haberler.com/spor/yusuf-dikec-in-29-ekim-resepsiyonunda-furkan-17988209-haberi/>

Sosyal medyada X platformunda manipülatif etkileşimleriyle bilinen Furkan Bölükbaşı adlı şahsın fotoğraf çektiği milli atlet Yusuf Dikeç ile bu paylaşımı sosyal medyada oldukça ses getirmiş ve birçok takipçi eleştiri boyutlarını aşan hatta hakaret içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır. Bu da bize sosyal medya başta olmak üzere medyada yer alan haberlerin eleştirel boyutu aşarak etik olmayan birtakım sonuçları beraberinde getirebildiğini göstermektedir. Bu nedenle yalnızca geleneksel medyada değil aynı zamanda yeni medyada (dijital platformlarda) etik kodların ele alınması ve gerekirse yasal yaptırımlarla desteklenerek bu alanda da hakkaniyetli, insan haklarına saygılı, evrensel hukuka uygun yeni bir paylaşım alanı olarak dizayn edilmesi gerekliliğini göstermektedir.

SONUÇ

Doğruluğu kanıtlanmayan gelişmelerin varlığı üzerinden yapılan yayınlar etik problemleri barındırmaktadır. Doğruluğu, güvenilirliği ve teyit etmek haberde etik için önemli kurallardır. Haberlerin daha fazla izlenmesi, tıklanması, okunması adına kimi zaman yapılan dikkat çekmeye yönelik içerikler ve görseller etik problemler barındırabilmektedir. Özellikle günümüz koşullarında dijital alanda yaşanan gelişmelerle içeriklerin anında çok sayıda kişi tarafından erişilebilir olduğu unutulmamalıdır. Toplumsal alanda herkesin aynı ruhsal gelişimde bulunmadığı kimi zaman yapılan yayınların yol gösterici olduğu gerçeği de önemli bir husustur. Cinayet sırasında kullanılan yöntemler özendirilmeme açısından haberde verilirken ifadelerin dikkatli seçilmesi gerekliliği oldukça önemli bir noktadır.

Mağdurun, şikayetçinin bilgilerinin yasal yollardan ele geçirilerek ikinci mağduriyeti doğurabiliyor. Yani suçlu veya suçlunun yasal temsilcisi şikayetçi olan kişiye karşı mahrem bazı bilgileri ele geçirerek hem tehdit edebiliyor hem de dosyada yer alan bilgileri ele geçirerek savunmalarını değiştirebiliyor. Neyle suçlandığını bildiği için tedbir alabiliyor.

Suçlu, medya aracılığıyla aktarılan bilgiler suçlulara aktarılınca kendince tedbir alabiliyor. Hem suçlu tedbir alıyor hem de aynı zamanda suçu işleyen kişinin benzer yolu izlemesine sebep olabiliyor.

TGC bildirgesinde “Üzüntü, sıkıntı, tehlike, yıkım, felaket ya da şok halindeki insanlar söz konusu olduğunda gazetecinin olaya yaklaşımı ve araştırması insani olmalı ve gizliliklere uyularak duygu sömürsünden kaçınılmalıdır.” (<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi/bildirge.html>) ifadeleri kullanılmaktadır.

Kadın ve çocuğa yönelik taciz, tecavüz, cinayet haberlerinin nasıl aktarılması gerekliliği, aslında bu çalışmada ele alınan olaylarla tartışmaya gerek bir etik problemin varlığını göstermektedir. Medyada yine sadece kadın, çocuk, taciz tecavüz, cinayet haberlerinde değil deprem, felaket, savaş gibi olağanüstü durumlarda da etik kodlar ihlal edilmeden yayıncılık yapılması gerekmektedir. Özellikle bireylerin ellerindeki akıllı telefonlar aracılığıyla diledikleri yer ve zamanda, bir tıkla erişebildikleri içeriklerin hızı da dikkate alınarak günümüz koşullarında medyada etik ve bu kapsamda medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık kavramlarının önemi giderek daha da artmaktadır.

KAYNAKÇA

- Arslan H., (2019), “Basın Bülteni ve Duyurularında Etik Konusunun Örnek Olaylarla Eleştirel Olarak İrdelenmesi”, Erciyes İletişim Dergisi / Journal of Erciyes Communication e-ISSN: 2667-5811 | ISSN: 1308-3198, s.221
- Avşar, Z., (2014) Medya Okuryazarlığı, İ&D –İletişim ve Diplomasi- Dergisi, S.2, T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Bendaş, K. (2022), Dijitalleşen Dünyada Medyanın Dönüşümü: Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş ve Türkiye’de İnternet Haberciliği, ANASAY, yıl 6 s. 22, s.373-396
- Binark M, Bayraktutan G., (2013), “Ayın Karanlık Yüzü” Yeni medya ve Etik”, Kalkedon yayınları, Ankara, s. Önsöz
- Büyüköztürk, Ş. (2012, Mayıs 14). Aamaçlı Örnekleme. Örnekleme Yöntemleri:<http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wpcontent/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf> adresinden alındı
- Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (22), 123-149.
- Dingin, A. E.,(2021), Twitter’da Covid-19 Paylaşımları: Dijital Medya Okuryazarlığı Bağlamında İçerik Analizine Dayalı Bir Değerlendirme, Covid-19 Pandemisinde İletişim içerisinde, Akademisyen Kitapevi,ÖKSÖZ Burcu, GÖRPE Tevhide Serra, syf:369-389
- Dingin, A. E. (2023), Yeni Medya Haberciliği, Literatürk Yayınevi, Konya
- Gökçe, M. (2016). Yeni Medya ve İletişim. (<https://www.academia.edu/35689546/08.10.20424>)
- Kurudayıoğlu M., Tüzel S., (2010), “21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı Ve Türkçe Eğitimi”, TÜBAR, XXVIII, s. 284-298
- Özçağlayan, M. (2008). “Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel bir Değerlendirme)”,Marmara İletişim Dergisi, 13(13).
- Soydan, E. ve Alpaslan, N. (2014). ”Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi”, İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, (7), 53-64.
- Şahin A.,(2011), Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Anı Yayınları, Ankara, s.6
- RTÜK (2007) İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı, Ankara: Radyo ve Televizyon Üstkurulu Yayını.
- Sütçü, C. S. (2015). Değişen haber algısı: Kullanıcılar sosyal medyada haberleri nasıl değerlendiriyorlar? Global Media Journal: Turkish Edition, 6(11), 18-34.
- Ward, Stephen J. A. (2014) Radical Media Ethics: Responding to a Revolution, Nordic Review (35): 45-52.

Yılmaz S., Gönenç A.Y., (2022), “Yeni Medya ve Serbest Zaman İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, KOSBED 44, s.97-112

<https://www.siberay.com/dijital-okuryazarlik -10.10.2024>

<https://bianet.org/haber/geleneksel-gazetecilik-ve-internet-13552-14.10.2024>

<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi/bildirge.html>

<https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/izmirdeki-derin-dondurucu-vahsetinde-korkunc-ayrintilar-4-kisinin-katili-icin-istenen-ceza-belli->

[oldu,YS2Sm3xvfkK-fzg3VfTTPg/JNtPZJ9BbUWbATxndLSX5w](https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/izmirdeki-derin-dondurucu-vahsetinde-korkunc-ayrintilar-4-kisinin-katili-icin-istenen-ceza-belli-) erişim tarihi:28-10-2024

<https://www.cnnturk.com/turkiye/galeri/son-dakika-10-yilli-sir-perdesi-aralaniyor-cem-garipoglundun-mezari-acilacak-2161042?page=1> erişim

tarihi:28-10-2024

<https://www.cnnturk.com/dunya/depremin-mucize-cocuklari-1888014?page=16>

erişim tarihi:28-10-2024

<https://www.cnnturk.com/dunya/depremin-mucize-cocuklari-1888014?page=17>

erişim tarihi:28-10-2024

<https://www.milliyet.com.tr/gundem/son-dakika-narin-guran-cinayeti-sorusturmasinda-iddianame-hazirlandi-amca-anne-agabey-ve-nevzat->

[bahtiyar-icin-muebbet-talebi-7215177](https://www.milliyet.com.tr/gundem/son-dakika-narin-guran-cinayeti-sorusturmasinda-iddianame-hazirlandi-amca-anne-agabey-ve-nevzat-) erişim tarihi: 28-10-2024

<https://www.hurriyet.com.tr/haberleri/narin-guran> erişim tarihi: 28-10-2024

<https://www.haberler.com/spor/yusuf-dikec-in-29-ekim-resepsiyonunda-furkan-17988209-haberi/> erişim tarihi:28-10-2024

<https://www.sozcu.com.tr/depremin-mucize-cocuklari-idil-elif-ayda-wp6110250> erişim tarihi:28-10-2024

10. Bölüm

Haber Yapım Süreçlerinde Yaratıcılık

Kenan ATEŞGÖZ¹

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-2771-4965, e-posta: katesgoz@cu.edu.tr

“Gazeteciliğin avcı-toplayıcı modeli artık yeterli değil. Vatandaşlar internette kendi avcılık ve toplayıcılıklarını yapabiliyor. Onların ihtiyaç duyduğu şey ise bu bilgiyi işleyecek, hazmedip örgütleyerek işe yarar kılacak birileri. Bu yüzden gazetelere veya onlar gibi bir şeye hâlâ gereksinim duyuyoruz.” Philip Meyer

ÖZET

Bu çalışma, dijital çağın gazetecilik üzerindeki etkilerini ve yaratıcılığın bu süreçteki merkezi rolünü ele almaktadır. "Gazeteciliğin Dönüşümü" başlığında, dijitalleşmenin habercilik üzerindeki temel etkileri tartışılmaktadır. Dijital platformlar, haber üretim süreçlerini hızlandırmakla kalmamış, aynı zamanda bu süreçleri daha yenilikçi hale getirmiştir. Teknolojik araçlar, gazetecilerin hem geniş kitlelere ulaşmasını hem de daha derinlemesine analizler yapmasını sağlamaktadır. "Haber Üretim Süreçlerinin Dönüşümü" bölümü, gazeteciliğin etik değerler ve yaratıcı yöntemlerle nasıl yeniden yapıldığını ele alır. Bu süreçte, yapay zekâ destekli analizler ve sosyal medya platformlarının haber dağıtımındaki rolü önemli yer tutmaktadır. Ancak teknolojinin sunduğu fırsatların yanı sıra, yanlış bilgi yayılma riski ve etik ikilemler gibi zorluklar da bulunmaktadır. "Haber Yapım Süreçlerinde Yaratıcılığın Rolü ve Önemi" başlığı altında ise, yaratıcı destek araçlarının gazetecilikteki kullanımı değerlendirilmektedir. Bu araçlar, veri görselleştirme, interaktif hikâye anlatımı ve içerik çeşitliliği gibi unsurları kapsayarak, haberciliğin toplum üzerindeki etkisini artırmaktadır. Sonuç olarak, sürdürülebilir bir gazetecilik modelinin geliştirilmesinde yaratıcı yaklaşımlar ve etik değerlerin bütünleşmesi kaçınılmazdır. Dijitalleşme, gazetecilerin yalnızca bilgi sunucusu değil, aynı zamanda bilgiye anlam katan yenilikçi aktörler olarak konumlanmasını gerektiren bir dönüşüm sürecini beraberinde getirmiştir. Bu kitap, gazetecilikteki bu dönüşümü anlamak ve gelecekteki yönelimleri değerlendirmek için önemli bir kaynak sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gazetecilik, Yaratıcılık, Haber Üretimi

GİRİŞ

Gazetecilik, tarih boyunca toplumsal dönüşümlerin hem tanığı hem de taşıyıcısı olmuştur. Dijital çağ, bu köklü mesleği, bilgi sunmanın ötesinde kullanıcılarla derin bir etkileşim kurmayı hedefleyen dinamik bir yapıya dönüştürmüştür. Dijitalleşme süreci, yalnızca gazetecilik pratiklerini değil, habercilik faaliyetlerinin temel dinamiklerini de yeniden şekillendirmiştir. Yaratıcılık, bu dönüşüm sürecinde gazetecilerin karmaşık veri yığınlarını anlamlı hikâyelere dönüştürmesini, bilgi kirliliğiyle başa çıkmasını ve izleyiciyi etkileyen içerikler oluşturmasını mümkün kılan temel unsurlardan biri haline gelmiştir. Philip Meyer'in gazetecilerin bilgiye anlam katan yaratıcı aktörler olması gerektiğine dair görüşü, dijital çağ gazeteciliğinin temelini oluşturmaktadır.

Teknolojik yenilikler, gazetecilik süreçlerini hem fırsatlar hem de zorluklarla yeniden şekillendirmiştir. Yapay zekâ, büyük veri analitiği ve sosyal medya gibi araçlar, gazetecilik uygulamalarını daha yenilikçi ve çok boyutlu bir hale getirirken, etik değerler ve yaratıcı yaklaşımlar bu dönüşümde önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde gazeteciler, yalnızca haber üreticileri değil, aynı zamanda yaratıcı problem çözücüler, bilgi tasarımcıları ve etik rehberler olarak da görev yapmaktadır.

GAZETECİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ

Teknolojik gelişmeler, gazeteciliği yalnızca bir meslek olarak değil, aynı zamanda toplumla iletişim kurmanın en güçlü araçlarından biri olarak yeniden şekillendirmiştir. Dijitalleşme, gazeteciliğin dinamiklerini köklü bir şekilde değiştirmiş; etkileşim, hız ve özelleştirme odaklı bir yapıya evrilmiştir. Ancak bu süreç, beraberinde hem önemli fırsatlar hem de ciddi riskler getirmiştir. Bu dönüşümde, yaratıcılık, gazeteciliğin değerini artıran en kritik unsurlardan biri haline gelmiştir.

Pavlik (1997), çalışmasında gazeteciliğin dijital teknolojilerle birleşerek nasıl etkileşimli, isteğe bağlı ve özelleştirilebilir bir yapıya dönüştüğünü ele almıştır. Dijital platformların çoklu ortam özelliklerinin, haberciliği yalnızca bilgi aktarmanın ötesine taşıyarak kullanıcılarla etkileşim kurmayı mümkün kıldığını ve bu sayede hikâye anlatımında daha yaratıcı yaklaşımları teşvik ettiğini vurgulamaktadır. Görsel, işitsel ve hareketli içeriklerin bir arada kullanılması, geleneksel haber formatlarının sınırlarını aşarak izleyiciyi içine çeken etkileyici hikâyelerin sunulmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, 21. yüzyılın başlarında gazete ve televizyon haber odalarının entegrasyonu ile ortaya çıkan yeni modeller, gazeteciliği teknik inovasyonun ve yaratıcı üretimin kesişim noktasında bir alan haline getirmiştir (Colon, 2000).

Bilgi çağının etkisiyle dijitalleşme, yalnızca gazeteciliği değil, iletişim, kamu hizmetleri, bankacılık ve eğitim gibi birçok toplumsal alanı dönüştürmüştür (Okmeydan, 2017). Özellikle sosyal medya, yapay zekâ, nesnelere interneti ve büyük veri gibi teknolojiler gazetecilikte yeni fırsatlar yaratırken, bu fırsatlar yaratıcılıkla birleştiğinde etkisi katlanmıştır. Sosyal medya, bireylerin haber üretimine katılımını artırmış, ancak bu durum aynı zamanda dezenformasyon riskini de beraberinde getirmiştir (Ateşgöz, 2022). Bu noktada yaratıcı gazetecilik, dikkat çekici ve güvenilir içerikler üretme becerisiyle, bilgi kirliliğiyle mücadelede önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Yapay zekâ, haberlerin analiz edilmesi, işlenmesi ve otomatik olarak üretilmesi süreçlerinde önemli avantajlar sunmuştur. Ancak yapay zekânın sunduğu veri odaklı olanaklar, yaratıcılıkla birleştiğinde gazetecilikte farklı bir boyut kazanmıştır. Örneğin, veri gazeteciliği ve artırılmış gerçeklik gibi alanlar, yalnızca bilgiyi sunmanın ötesinde, kullanıcıları hikâyenin içine çekebilecek yaratıcı deneyimler sunmaktadır (Henkoğlu, 2019). Ancak, bu teknolojiler aynı zamanda veri güvenliği ve mahremiyet ihlalleri gibi sorunlara yol açmıştır. Dijital platformların bilgi güvenliğine yönelik riskleri, bireylerin kişisel bilgilerinin kötüye kullanılmasına ve mahremiyetlerinin ihlal edilmesine neden olmaktadır (Altan-Akın, 2014). Bu noktada gazetecilerin, hem teknolojiyi etik bir şekilde kullanmaları hem de yaratıcı hikayelerle bu sorunlara dikkat çekmeleri gerekmektedir.

Günümüzde veri üretimi, sosyal medya, sanal gerçeklik uygulamaları ve sensör teknolojileriyle büyük bir hız kazanmıştır (Memiş ve Güç, 2020). Bu veri yoğunluğu, gazetecilikte veri odaklı içerik üretimini yaygınlaştırmış, ancak aynı zamanda bilgilerin güvenli bir şekilde saklanması ve korunması ihtiyacını artırmıştır (Aktan, 2018). Dijitalleşmenin yarattığı bu bilgi yoğunluğu, gazetecilerin yaratıcı çözümler sunmasını da zorunlu hale getirmiştir. Örneğin, metaverse gibi dijital evrenler, gazeteciliğin etkileşim boyutunu artırmış, ancak bu alanlarda kişisel verilerin korunması konusundaki eksiklikler gazetecilik açısından yeni zorluklar yaratmıştır (Ateşgöz, 2022). Gazeteciler, bu yeni platformlarda yaratıcılığı kullanarak etkileyici, aynı zamanda etik değerlere uygun içerikler üretmek durumundadır.

Sonuç olarak, dijitalleşme gazetecilikte devrimsel bir dönüşüm yaratmış; haber üretim ve tüketim süreçlerini hızlandırırken, gazeteciliği daha interaktif ve kullanıcı odaklı bir hale getirmiştir. Ancak bu dönüşüm, yaratıcı hikâye anlatımıyla desteklenmediğinde yalnızca teknolojik bir ilerleme olarak kalma riski taşımaktadır. Gazetecilik mesleği, bu riskleri yöneterek teknolojinin sunduğu fırsatlardan yararlanmak ve demokrasiyi destekleyen bir araç olmaya devam etmek için yeni yollar aramalıdır. Dijital çağda gazetecilik, yalnızca haber

üretiminde değil, yaratıcı, etik ve güvenli çözümler geliştirme konusunda da öncü bir rol üstlenmek zorundadır.

HABER ÜRETİM SÜREÇLERİNİN DÖNÜŞÜMÜ

Gazeteciliğin bir meslek olarak içinde bulunduğu olağanüstü dinamik zamanları anlamak, inovasyonu yalnızca teknolojik meseleler ya da piyasa mantığıyla sınırlayan yaklaşımların ötesine geçmeyi gerektirmektedir. Dijitalleşme çağında gazetecilik, yalnızca haber üretim ve sunum süreçlerini dönüştürmekle kalmamakta, aynı zamanda toplumsal işlevini yeniden tanımlamaktadır. İnovasyon, bir sorunu ya da ihtiyacı belirleyip bu doğrultuda değer katan yeni bir çözüm geliştirme süreci olarak tanımlanır. Yaratıcı becerilerin kullanıldığı bu süreç, ürün, hizmet ya da süreçlerdeki değişimlere yanıt verme kapasitesini içerir ve yalnızca yeni teknolojiler ya da piyasaya sunulan yeniliklerle sınırlı değildir (García-Avilés vd., 2018). Günümüzde gazetecilikte inovasyonun merkezinde, yaratıcı düşüncenin sorunlara etkili çözüm getirme kapasitesi yatmaktadır.

Fiziksel alandaki davranışsal yenilik ise, yeni bir sorunu veya mevcut bir sorunu farklı bir yöntemle başarılı bir şekilde çözmek için ortaya çıkan, asosyal öğrenmeden (bağımsız icat yoluyla) ya da asosyal ve sosyal öğrenmenin birleşiminden (modifikasyon yoluyla) kaynaklanan, yeni, yararlı ve aktarılabilir bir öğrenilmiş davranış olarak tanımlanır (Carr vd., 2015). Gazetecilikte bu tür yenilikler, bilginin toplanmasından izleyiciyle etkileşim kurmaya kadar olan süreçlerin her aşamasında kendini göstermektedir. Bu yenilikler, yalnızca teknolojik bir adaptasyonu değil, aynı zamanda gazetecilik değerlerinin ve etik ilkelerinin yeni bağlamlara adapte edilmesini de gerektirir (Herrera-Damas, 2021).

Her iki inovasyon tanımı da yeniliğin temelinde yaratıcılık, değer üretimi ve sorunlara etkili çözüm getirme kavramlarının bulunduğunu vurgular. Bu nedenle, yalnızca yeni teknolojiler ya da piyasadaki ürün yeniliklerinin ötesine geçilerek yaratıcılığa, değer üretimine ve çözüm odaklılığa öncelik verilmelidir. Yaratıcılığın bu rolü, gazeteciliğin hem geleneksel etik standartlarını korumasını hem de modern toplumun değişen ihtiyaçlarına yanıt vermesini mümkün kılmaktadır. Örneğin, haber medyasının "yaratıcı yıkım" (Schumpeter, 1950) ile dönüşüm geçirdiği bu dönemde, yalnızca teknoloji değil, etik değerler ve toplumsal sorumluluk da gazetecilik inovasyonunun temel taşları haline gelmiştir.

Gazeteciliğin geçirdiği bu dönüşüm, yaratıcı süreçlerin yeniden yapılanmasını ve bu süreçlerin etik değerlerle harmanlanmasını gerektirir. Yaratıcılığın bu yeniden yapılanması, gazetecilikte inovasyonun sürdürülebilirliği için kritik bir

unsur olarak öne çıkmaktadır. Yeniliklerin "yaratıcı yeniden yapılanma" perspektifiyle ele alınması, gazetecilik pratiklerini yalnızca verimlilik açısından değil, aynı zamanda toplumsal etki açısından da güçlendirme potansiyeli taşır. Bu yaklaşım, hikâye anlatımı, etik değerler ve teknolojik yenilikler arasındaki dengeyi kurarak gazeteciliği daha etkili ve sürdürülebilir bir meslek haline getirebilir.

Son olarak, teknolojinin haber üretim sürecindeki rolü, gazeteciliği bir yandan hız ve verimlilikle güçlendirirken, diğer yandan manipülasyon, dezenformasyon ve etik sorunlarla karşı karşıya bırakmaktadır. Yapay zekâ tabanlı araçlar, büyük veri analitiği ve sürükleyici medya teknolojileri, gazetecilere daha etkili bilgi sunumu ve kullanıcılarla daha güçlü bir bağ kurma fırsatı sunarken, aynı zamanda gazetecilik pratiklerinin etik yönünü de sorgulama gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, gazeteciliğin geleceğini şekillendirecek inovasyonlar, yalnızca teknolojik ilerlemelerle sınırlı kalmamalı; etik, değerler ve yaratıcılığı bir arada barındıran kapsayıcı bir yaklaşımı benimsemelidir.

Yaratıcılığın Yıkımından Yeniden Yapılanmasına

Haber medyası, Schumpeter'in "yaratıcı yıkım" (Schumpeter, 1950) kavramıyla ifade edilen köklü bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Ancak bu kavramın medya krizini açıklamada kullanılması yanıltıcı bulunmuştur. Padioleau (2006 akt. Hermida ve Young, 2021), "yaratıcı yıkım" teriminin esas olarak ekonomik bir odağa sahip olması nedeniyle gazetecilikteki kültürel ve etik bileşenleri göz ardı ettiğini savunur. Dijital teknolojilerin ve piyasa koşullarının gazeteciliğin yeniden şekillendirilmesinde oynadığı rol önemli olsa da bu süreci sadece tekno-ekonomik bir çerçevede ele almak gazeteciliğin yaratıcı yeniden yapılanma potansiyelini anlamakta yetersiz kalmaktadır. Yeniliklerin "yaratıcı yeniden yapılanma" perspektifiyle ele alınması hem teorik hem de pratik düzeyde anlamlı bir çerçeve sunar (Alexander, 2016). Bu yaklaşım, gazetecilikte yeniliklerin yalnızca sorun çözmekle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda haber üretim süreçlerini yeniden şekillendirme fırsatı sunduğunu vurgular.

Özellikle 360 derece sürükleyici gazetecilik, yapay zekâ destekli içerik oluşturma, haber oyunları ve veri gazeteciliği gibi yenilikçi uygulamalar, gazetecilik pratiklerine çeşitlilik ve derinlik kazandırmaktadır (Luengo, 2021). Bu uygulamalar, verimliliği artırmanın yanı sıra daha etkili bilgi sunumu ve izleyiciyle güçlü etkileşim kurma fırsatları sunar. Dijital teknolojilerin sunduğu hız ve otomasyon, gazetecilere daha yaratıcı ve stratejik işlere odaklanma olanağı sağlamaktadır. Ancak teknoloji ve piyasa koşulları, inovasyonun sürdürülebilirliği için tek başına yeterli değildir. García-Avilés'in (2021) belirttiği gibi, hikâye anlatımı, yaratıcılık, ticari değer yaratma ve izleyicilerle

etkileşim, gazetecilik inovasyonunun temel unsurlarıdır. Hermida ve Young (2021) ise gazetecilik inovasyonunun çoğu zaman net bir stratejik uyumdan yoksun olduğunu ve daha sistematik bir yaklaşım gerektirdiğini vurgular.

Sonuç olarak, gazetecilikte yaratıcı yeniden yapılanma, yalnızca teknolojik yeniliklere uyum sağlamaktan öte, haber üretim süreçlerini yeniden tanımlayan ve sürdürülebilir bir dönüşümü ifade eder. Bu süreç, gazeteciliği daha işlevsel ve toplumsal açıdan etkili hale getirmek için bir fırsat sunar. Yaratıcı dönüşüm, yalnızca bugünü değil, gazeteciliğin geleceğini şekillendirmek açısından da kritik bir süreçtir.

Gazetecilikte Etik, Değerler ve Yenilik

Yaratıcı yeniden yapılanmanın başarılı olabilmesi için gazetecilik, çoğulcu, küresel ve çeşitlilik içeren toplumların taleplerine yanıt veren etik değerler temelinde şekillenmelidir. Bu değerler arasında toplumsal katılım, dayanışma, sosyal adalet, diyalog ve kapsayıcılık gibi unsurlar yer alır (Cancela-Kieffer, 2021). Ayrıca, hakikat arayışı, tarafsızlık, bağımsızlık ve bilgiyi doğrulama gibi geleneksel gazetecilik değerleri de bu dönüşümün temel taşlarını oluşturur.

Daha spesifik bir perspektiften bakıldığında, inovasyon etiği, COVID-19 salgını gibi krizlerin etkilerini hafifletmede önemli bir rol oynayabilir. García-Avilés'e (2021, s.10) göre, bu kriz "reklamın azalması, iş modellerindeki belirsizlik, yanlış bilginin artışı ve gazeteciliğin toplumdaki önemini kaybetmesi" gibi sorunlarla kendini göstermiştir. Ancak, bu tür krizlerin üstesinden gelmek ve gazeteciliği yeniden canlandırmak, yaratıcı yıkımdan yaratıcı yeniden inşaya geçişle mümkündür. Bu geçiş, gazeteciliği canlandıracak etik ve sivil değerlere bağlılık gerektirir.

Etik değerlerin gazetecilikteki yenilik sürecine rehberlik etmesi, mesleğin yalnızca sürdürülebilirliğini sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal faydayı artıran bir vizyonun merkezinde yer almasını sağlar. Yoğun dönüşüm süreçlerinde, gazeteciliğin temellere geri dönerek etikle yönlenen bir yenilik yaklaşımını benimsemesi kaçınılmaz görünmektedir.

Gazeteciliğin geleceğini şekillendirecek yeniliklerin etik temeller üzerine inşa edilmesi gerektiği açıktır. Farklı yaklaşımlar, inovasyonun yalnızca teknolojik bir ilerleme olmadığını, aynı zamanda etiğin süreci yönlendirdiği bir yaklaşımı gerektirdiğini ortaya koymaktadır. Luengo'nun (2021) belirttiği gibi yeni formatlar, anlatılar, iş modelleri ve teknolojiler, gazeteciliğin işleyişini köklü şekilde değiştirme potansiyeline sahiptir. Ancak bu değişimin yönü, gazetecilikteki etik standartlar ve sivil değerlerle belirlenmelidir.

Etik yenilik yaklaşımı, iki temel adımı içerir. Bir yandan, yenilikleri uygulamaya yönelik mesleki kodların gözden geçirilmesi ve güncellenmesi

gereklidir. Diğer yandan, etiğin yeniliği yalnızca destekleyen değil, aynı zamanda süreç boyunca yönlendiren bir unsur olduğu anlayışı benimsenmelidir. Alexander'ın (2016) belirttiği gibi bu yaklaşım inovasyonu zaman içinde sürdürülebilir kılacak ve gelecekteki yeniliklerin özünü kaybetmeden büyümesine olanak tanıyacaktır.

Sonuç olarak, gazetecilikte etik ve yenilik arasındaki ilişki, mesleğin geleceğini şekillendirecek en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Etik değerler, gazeteciliği yalnızca teknolojik yeniliklere uyum sağlama sürecinden öteye taşıyarak, topluma daha etkin hizmet edecek bir anlayışa dönüştürmektedir. Bu yaklaşım, gazeteciliğin işlevselliğini artırmakla kalmayıp, mesleğin toplumsal sorumluluğunu da güçlendirmektedir. COVID-19 gibi krizlerin etkilerinin yoğun hissedildiği dönemlerde, etik ilkelerin rehberliğinde şekillenen inovasyonlar, gazeteciliğin güvenilirliğini ve topluma katkısını artırabilir. Bu bağlamda, yeniliklerin etik temellere dayalı olarak geliştirilmesi, mesleğin sürdürülebilirliğini ve toplumsal etkisini güçlendirecektir. Günümüzde gazetecilik, bir yandan teknolojik değişimin hızlı temposuna ayak uydururken diğer yandan etik değerlerini korumaya devam etmelidir. Bu denge, mesleğin özünü kaybetmeden hem yenilikçi hem de toplumsal fayda sağlayan bir yapıya evrilmesini sağlayacaktır. Etik ve yeniliğin bir arada şekillendirdiği gazetecilik, yalnızca bugünün zorluklarına yanıt vermekle kalmayıp, geleceğin gazetecilik anlayışına da ışık tutacaktır.

Teknolojinin Haber Üretim Sürecindeki Değişimdeki Rolü

Günümüzde teknoloji, haber üretim süreçlerinde hem dönüştürücü bir güç hem de karmaşık bir ikilem olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknoloji, yaratıcı yıkım mantığını desteklerken aynı zamanda gazeteciliği yaratıcı bir şekilde yeniden inşa etme potansiyeli taşır. Araçsal doğası gereği hem umut verici fırsatlar sunar hem de işlevsiz tehditler barındırır. Bu bağlamda, teknolojinin haber üretimine etkileri iki yönlü değerlendirilebilir: sağladığı faydalar ve beraberinde getirdiği riskler (Herrera-Damas, 2021):

1. Yapay zekâ teknolojileri, bilgi arama, alma, sınıflandırma ve işleme süreçlerini basitleştirerek gazetecilik kapsamını genişletir ve kolaylaştırır. Bu sayede, eser üretimi artarken veri ve istatistiklerle zenginleştirilen içerikler oluşturulur. Ayrıca, zaman ya da personel eksikliği nedeniyle daha önce ele alınamayan konuların haberleştirilmesi mümkün hale gelir. Bu, gazeteciliği daha hızlı, verimli ve maliyet açısından uygun bir hale getirir.

2. Muhabirlerin araştırma için daha fazla zaman ayırmalarını sağlayarak, daha önce rapor edilmemiş hikayelere odaklanmalarına olanak tanır. Böylece, işlerini daha iyi yapabilir ve derinlemesine haberler üretebilirler.

3. Yapay zekâ tabanlı erken uyarı sistemleri sayesinde, haber olaylarını gerçekleşmeden önce öğrenme imkânı sunar. Bu, hızlı ve proaktif bir haber üretimi için önemli bir avantaj sağlar.

4. Gazeteciliğin yakınlık ve derin araştırma boyutunu teşvik ederek, izleyiciyle daha güçlü bir bağ kurulmasını sağlar.

5. 360 derece sürükleyici gazetecilik, vatandaşları hikayelerin içine çekerek, olayları ve insanları insancıl ve empatik bir şekilde deneyimlemelerine olanak tanır. Bu tür uygulamalar, genellikle insani krizleri ya da insan hakları ihlallerini daha etkili bir şekilde anlatmayı hedefler ve izleyicilere birinci şahıs perspektifinden bir keşif imkânı sunar.

6. Haber oyunları gibi interaktif araçlar, eleştirel düşünmeyi teşvik ederek değişim ve olumlu toplumsal davranışlara katkıda bulunur. Bu yöntemler, genellikle insani yardım grupları tarafından yeni kitlelere ulaşmak için kullanılır. Aynı zamanda göçmenler, toplumsal cinsiyet şiddeti mağdurları ya da sağlık sorunları yaşayan bireylerin deneyimlerine görünürlük kazandırmak amacıyla da tercih edilir.

7. Büyük veri analizi yoluyla karmaşık gerçeklikleri daha derinlemesine anlamak mümkün hale gelir. Bu süreçte, bilgilerin görselleştirilmesi için yenilikçi yöntemler kullanılarak hem bilgilendirici hem de estetik açıdan çekici içerikler oluşturulur. Örneğin, hızlı yüklenen, görsel olarak zengin, tam ekran ve dikey formatta içerikler bu amaca hizmet eder.

Teknolojinin potansiyel riskleri ise şu şekilde özetlenebilir (Herrera-Damas, 2021):

1. Teknolojik araçlar, gerçekliğin kısmi ve önyargılı yapılandırılmalarını destekleyebilir. Sesli arayüzler, baloncuk filtreleri ve yankı odaları gibi algoritmalar, bilginin aşırı kişiselleştirilmesine yol açarak çeşitli manipülasyon biçimlerini artırabilir. Bu durum, bireylerin yalnızca kendi görüşlerini pekiştiren bilgiye maruz kalmasıyla sonuçlanabilir.

2. Sürükleyici teknolojilerin güçlü ikna edici doğası, tahrifat ve propaganda için kötüye kullanılabilir. Bu araçlar, belirli grupları duyarsızlaştırmak, şiddet eğilimlerini artırmak ya da dayanışma ve merhamet gibi değerlerin yerine inkâr ve duyarsızlık gibi tepkiler uyandırmak amacıyla kullanılabilir. Ayrıca, bu teknolojiler, “yoksulluk turizmi” gibi yüzeysel bir empati anlayışını teşvik ederek etik olmayan sonuçlara yol açabilir.

3. Bazı teknolojik formatlar, karmaşık olguların nedenlerini açıklamak yerine, yüzeysel bilgi sunmayı tercih edebilir. Özellikle AMP Hikayeleri gibi eğlence odaklı formatlar, gerçekliği parçalı ve yüzeysel bir şekilde aktararak, kullanıcıların önemli konulara yönelik derinlemesine bilgi edinmesini engelleyebilir.

4. Haber oyunları gibi teknolojik uygulamalar, milyonlarca insanın yaşadığı acıları “çocukça oyunlar” düzeyine indirerek ciddi sorunları basitleştirme riski taşır. Bu, toplumsal problemlerin anlamını kaybetmesine ve izleyicinin bu sorunlara duyarsızlaşmasına yol açabilir.

Teknoloji, gazetecilikteki dönüşümün hem bir aracı hem de bir meydan okuyucusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağladığı avantajlar, gazeteciliği daha etkili ve kapsamlı bir şekilde yeniden tanımlarken, beraberinde getirdiği riskler de dikkatli ve sorumlu bir yaklaşımı zorunlu kılar. Gazetecilikte teknolojinin başarılı bir şekilde kullanılabilmesi için fırsatlar kadar risklerin de göz önünde bulundurulması gereklidir. Bu, gazetecilik mesleğinin etik, sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde gelişmesini sağlayacaktır.

HABER YAPIM SÜREÇLERİNDE YARATICILIĞIN ROLÜ VE ÖNEMİ

Medya sektörlerinde, medya ürünleri genellikle ayrı projeler olarak zaman içinde oluşturulurken, örneğin sinema sektöründe, gazetecilik, sürekli güncellenen içeriğin üretimine dayanır. Bu içerik, dağıtım ve erişimi kolaylaştıran bir sistem ya da format aracılığıyla sunulur. Sürekli içerik üreten şirketler, doğası gereği, zaman baskısı altında çalışır ve süreç yönetimiyle ilgili zorlukların üstesinden gelmek için son derece yapılandırılmış ve koordineli süreçler kullanır. Bu yapı, gazetecilik sektöründe de kendini gösterir ve sektöre özgü inovasyon yaklaşımlarını şekillendirir.

Dijital çağ, gazetecilikte inovasyonu zorunlu hale getirmiştir. Eşi benzeri görülmemiş miktarda bilgiyi anlamlandırmak, doğrulamak ve kullanmak durumunda olan gazeteciler, bu süreçte yeni yetenekler ve yaklaşımlar geliştirmek zorundadır. Araştırmalar, gazetecilerin değerli bilgilere daha etkin odaklanabilmesi için dijital araçlar ve platformlarla uyumlu yeni becerilere ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, gazeteciliğin sadece bilgiye dayalı bir meslek olmaktan çıkıp yaratıcılığı da ön plana alan bir alan haline gelmesine neden olmaktadır.

Yaratıcılık hem yeni (orijinal ve beklenmedik) hem de uygun (faydalı ve görev kısıtlamalarına uyarlanabilir) iş üretme yeteneği olarak tanımlanabilir (Sternberg ve Lubart, 1996). Dijital yaratıcılık destek araçları, gazetecilere, yenilikçi sonuçlar üretmek için bu becerilerini geliştirme fırsatları sunmaktadır. Araştırmalar, medya profesyonellerinin özellikle yeni yaratıcı beceriler geliştirme fırsatlarından motive olduklarını göstermektedir (Malmelin ve Virta, 2016). Bu, gazetecilikte yaratıcılığın yalnızca bir tercih değil, aynı zamanda zorunluluk haline geldiğini vurgulamaktadır.

Bu noktada, yaratıcılığın gazetecilikte nasıl bir bilgi keşif sürecine dönüştüğüne dikkat çekmek gereklidir. Yaratıcılık, bir bilgi keşfi ve fikir üretimi süreci olarak ele alınabilir. Sinektik (Gordon, 1960) ve Yaratıcı Problem Çözme (CPS) Yöntemi (Isaksen vd., 2011) gibi modeller, yaratıcı çalışmayı kasıtlı bir bilgi arama süreci ve bu süreçten doğan bilgilerin yeni fikirler üretmek için kullanılması şeklinde tanımlar. Bu bağlamda, gazetecilerin haberle ilgili bilgileri bilinçli bir şekilde araştırarak bu bilgilerden yeni hikâyeler geliştirmeleri, yaratıcı gazetecilik çalışmasının bir örneği olarak görülebilir.

Kerne ve Smith (2004), yaratıcılığı bilgi keşfi yerine fikir üretimine vurgu yapan bir süreç olarak tanımlamış ve dijital teknolojilerin arama yeteneklerinden yararlanılmasını önermiştir. Bu bilgi keşfi süreci tipik olarak yinelemeli bir yapıya sahiptir. Keşfedilen bilgilere yanıt olarak gazetecinin düşüncelerinde meydana gelen değişiklikler, genellikle bilişsel dönüşümlerle ilişkilendirilir. Boden (2004), yaratıcılığı keşifsel ve dönüşümsel olmak üzere iki kategoride ele almış; keşifsel yaratıcılığı, mevcut bir hikâyeye yeni bir bakış açısı kazandırmak olarak, dönüşümsel yaratıcılığı ise mevcut paradigmalara meydan okuyarak yeni bir hikâye oluşturmak olarak tanımlamıştır. Ayrıca, kombinasyonel yaratıcılık olarak bilinen bir yaratıcılık biçimi, bilinen unsurlar arasında alışılmadık bağlantılar kurmayı ifade eder ve gazetecilikte mevcut hikâyelerin unsurlarını yenilikçi biçimlerde birleştirme olarak kendini gösterebilir.

Araştırmacı gazetecilik ve görsel gazetecilik gibi uzmanlık alanları da eski coğrafi, disiplinler ve dilsel sınırları aşan yenilikçi keşif ve ilişkilendirme biçimlerini gerektirir (Gynnild, 2014). Ancak bu süreçte gazetecilerin dijital becerileri ve veri teknolojisine uyumu büyük önem taşımaktadır. Her ne kadar bu beceriler, geleneksel gazetecilikten farklılık gösterse de temel gazetecilik değerleriyle uyum içindedir (Anderson, 2018). Bununla birlikte, büyük haber merkezleri dahi dijitalleşmenin sunduğu fırsatlara rağmen gazetecilerin iş süreçlerini kolaylaştırmada sınırlamalarla karşı karşıya kalmaktadır. Personel azaltımı, içerik sendikasyonu ve temel hizmetlerin merkezileştirilmesi gibi uygulamalar, gazetecilerin yararlanabileceği kaynakları kısıtlamakta ve yaratıcılıklarını zorlamaktadır (Alexander, 2016). Sonuç olarak, gazeteciliğin geleceği, yaratıcı süreçlerin teşvik edilmesi ve dijital çağın sunduğu araçların etkin bir şekilde kullanılmasına bağlıdır. Yaratıcılık, gazetecilikte yalnızca içerik kalitesini artırmakla kalmayıp, sektördeki inovasyon potansiyelini de ortaya çıkarmaktadır. Bu dönüşüm, gazeteciliği daha dinamik, yenilikçi ve etkili bir meslek haline getirmektedir.

Gazeteciler İçin Dijital Destek Araçları

Gazetecilikte yaratıcı düşünceyi desteklemeye yönelik özel olarak tasarlanmış dijital araçların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu durum, gazetecilerin yaratıcı süreçlerinde ihtiyaç duydukları desteği almalarını zorlaştırmakta ve sektör genelinde önemli bir boşluk yaratmaktadır. Bu eksikliği geçici olarak telafi etmek için gazeteciler, genel amaçlı arama araçlarını haber geliştirme süreçlerine uyarlamaktadır. Örneğin, import.io ve www.social-searcher.com gibi platformlar bu amaçla kullanılmaktadır. Ancak bu araçlar, gazetecilik süreçlerine özgü ihtiyaçlara göre tasarlanmadığı için yalnızca sözdizimsel anahtar kelime aramaları yapabilmekte ve hikâye oluşturma sürecinde fikir üretimine sınırlı bir katkı sunmaktadır.

Bazı ticari kuruluşlar, gazeteciler için özelleştirilmiş araçlar geliştirme çabası içerisine girmiştir. RSS beslemeleri ve gelişmiş metin analizi gibi teknolojiler kullanılarak oluşturulan haber toplama motorları bu çabaların bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu araçların, gazetecilerin yaratıcı düşüncelerine doğrudan katkı sağlama noktasında hala yetersiz kaldığı görülmektedir. Özetle, gazetecilikte daha yaratıcı süreçler için daha işlevsel ve etkin araçların geliştirilmesi, giderek daha belirgin bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu bölümde, sosyal medya platformlarının, yapay zekâ tabanlı araçların ve özel bir program olan INJECT'in haber üretim sürecindeki rolü ele alınmıştır.

Haber Üretim Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı

Gazetecilikte sosyal medya analizine yönelik araçlar, modern gazetecilik uygulamalarında önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle Dataminr ve Reuters Tracer gibi araçlar, sosyal medya içeriklerini analiz ederek gazetecilere bilgi sağlamak için tasarlanmıştır. Ancak bu tür araçların, gazetecilik çıktılarında önemli bir artış sağlama konusundaki yetersizlikleri dikkat çekmektedir. Araştırmalar, bu araçların eleştirel düşünme süreçlerini zayıflatabileceğini de ortaya koymaktadır (Thurman, 2017).

Yaratıcı gazetecilik araştırmalarını desteklemek amacıyla geliştirilen araçlar da sınırlı bir etki göstermektedir. Örneğin, Tell Me More, çevrimiçi hikayelerden metin içeriklerini çıkarmak için kullanılmakta; Story Discovery Engine ise araştırmacı gazetecilik süreçlerinde algoritmalarla destek sunmaktadır. Ancak her iki araç da insan yaratıcılığını doğrudan teşvik etme konusunda eksiklikler taşımaktadır (Franks vd., 2022).

Bu bağlamda, sosyal medyanın çok yönlü kullanımını sistematik hale getirme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya, haber üretiminden dağıtımına kadar tüm aşamalarda kullanılabilen çok işlevli bir araçtır. Bu durum, gazeteciliğin daha karmaşık bir yapıya bürünmesine neden olmuştur. Alman haber merkezleri

üzerine yapılan bir araştırma (Neuberger vd., 2019, s. 1260), sosyal medyanın bu karmaşık yapısına yönelik stratejik yaklaşımlar geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Araştırma, sosyal medyanın gazetecilikte 24 farklı kullanım alanı ve beş genel boyutunu sistematik olarak ortaya koymuştur. Bu çalışmada, Facebook ve Twitter, çok işlevli kullanım alanlarıyla öne çıkarken; bloglar ve YouTube, daha özelleşmiş görevler için kullanılmaktadır. Ayrıca, daha deneyimli ve stratejik odaklı haber merkezlerinin Twitter'ı çeşitli gazetecilik görevlerinde daha sık kullandığı belirlenmiştir. Ancak Dataminr ve Reuters Tracer gibi araçların sınırlı işlevselliği, sosyal medya araçlarının yaratıcı süreçlerde daha etkili bir şekilde kullanılabilmesi için yeni yaklaşımların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Tell Me More ve Story Discovery Engine gibi araçlar bu yönde bir adım olsa da insan yaratıcılığını destekleme kapasitelerinin artırılması kritik önem taşımaktadır.

Haber Üretim Sürecinde Yapay Zekâ Uygulamaları

Yapay zekâ tabanlı teknolojiler, medya sektöründe giderek daha geniş bir kullanım alanı bulmuş ve gazetecilik pratiklerinde köklü değişimlere yol açmıştır. Loyal.AI gibi yapay zekâ girişimleri, gazetecilere daha hızlı araştırma yapma, verileri analiz etme ve yeni bakış açıları sunma olanakları sağlamaktadır (Franks vd., 2022). Bununla birlikte, yapay zekâ teknolojilerinin, gazetecilerin yaratıcı düşünme süreçlerini destekleme kapasitesine dair yeterli kanıt henüz ortaya konulamamıştır. Bu durum, yapay zekâ sistemlerinin, özellikle yaratıcılık gerektiren alanlarda nasıl bir etki yarattığını daha derinlemesine incelemeyi gerektirmektedir. Araştırmalar, yapay zekâ ile yaratıcı ürünler arasında algısal bir bariyer olduğunu göstermiştir. Örneğin, insanların bir ürünün yapay zekâ tarafından üretildiğini öğrendiklerinde, bu ürünü genellikle daha az yaratıcı olarak değerlendirdiği tespit edilmiştir (Magni vd., 2024). Bu önyargının, özellikle estetik unsurlar içeren ürünlerde daha belirgin olduğu, pratik iş çözümleri ya da reklam afişleri gibi alanlarda ise daha az hissedildiği görülmüştür.

Yapay zekânın, haber üretim süreçlerinde sunduğu imkanlara rağmen, bazı algısal ve etik sorunlar yaratabileceği de ifade edilmektedir. Örneğin, algoritmaların ve doğal dil işleme (NLP) teknolojilerinin medya içeriklerinin üretiminde daha yaygın hale gelmesiyle birlikte, gazetecilerin haberlerin doğruluğunu ve tarafsızlığını sağlama konusundaki sorumlulukları da artmıştır (Ateşgöz, 20023; Diakopoulos, 2015). Bununla birlikte, yapay zekâ tarafından üretilen içeriğin çaba gerektirmeyen bir süreç olarak algılanması, bu teknolojilerin yaratıcılık katkısının küçümsenmesine yol açmaktadır. Bu algıyı kırmak ve yapay zekâ ile insan yaratıcılığı arasında daha etkili bir iş birliği

sağlamak için, sistemlerin tasarımında etik ve şeffaflık ilkelerine öncelik verilmesi büyük önem taşımaktadır.

Yapay zekâ, haber konularını belirlemek, veri analizi yapmak ve hikâyeler oluşturmak gibi gazetecilik süreçlerini yeniden şekillendirmiştir. Özellikle, doğal dil üretimi (NLG) ve veri görselleştirme gibi teknolojiler, gazetecilerin hem zamanlarını daha verimli kullanmalarını sağlamış hem de yaratıcı içerik oluşturma kapasitelerini genişletmiştir. Ancak, algoritmaların karmaşıklığı ve bazen önyargılı sonuçlar üretme eğilimi, bu sistemlerin kullanımında dikkatli bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır (Calvo-Rubio ve Ufarte-Ruiz, 2021). Öte yandan, yapay zekâ sistemlerinin rutin işlerin yükünü azaltması, gazetecilere yaratıcı ve eleştirel düşünmeye daha fazla zaman ayırma fırsatı sunmuştur.

Sonuç olarak, yapay zekâ tabanlı araçların medya ve gazetecilik alanındaki etkileri oldukça geniştir. Ancak, bu teknolojilerin yaratıcı düşünme süreçlerine etkisi, önyargılar ve etik sorumluluklar ışığında dikkatle ele alınmalıdır. İnsan yaratıcılığıyla uyum içinde çalışan yapay zekâ araçlarının geliştirilmesi, gazetecilik mesleğinin hem inovasyon kapasitesini artıracak hem de toplumsal işlevini güçlendirecektir.

INJECT Aracı ve Geliştirilme Süreci

INJECT, gazetecilerin yaratıcı düşünce süreçlerini desteklemek amacıyla geliştirilmiş bir araçtır. Geliştirme sürecinde, farklı deneyim seviyelerine sahip gazetecilerle yapılan görüşmeler sonucunda araç, daha güvenilir ve kullanılabilir hale getirilmiştir. INJECT, gazetecilerin haber üretiminde yeni açılırları hızlı ve etkili bir şekilde keşfetmelerine olanak sağlamaktadır. Araç, doğal dil işleme, yaratıcı bilgi erişim algoritmaları ve tavsiye özelliklerini entegre eden bir mimariye sahiptir. Gazetecilerin kullandığı metin editörlerine entegre edilen bir kenar çubuğu bileşeni ile çalışır ve gazetecilere konu terimlerini tanımlama, yaratıcı keşif stratejileri doğrultusunda içerik, açılırlar ve bilgiler keşfetme imkânı sunar. INJECT, doğrulanmış haber makaleleri ve bilimsel içeriklerden yola çıkarak, gazetecilere yeni açılırlar oluşturma konusunda destek sağlamaktadır (Franks vd., 2022).

Araç, yaratıcı düşünme süreçlerini günlük iş akışlarının bir parçası olarak desteklemeye odaklanmıştır. Gazeteciler, doğrulanmış içeriklere kolayca erişebilir ve yeni hikâye açılırları keşfetme sürecini hızlandırabilir. INJECT, dijital gazetecilikte yaratıcı destek araçlarının potansiyelini gösteren önemli bir örnektir. İnsan yaratıcılığıyla entegre çalışan bu tür araçların yaygınlaşması, gazeteciliğin inovasyon kapasitesini artırmak açısından büyük bir fırsat sunmaktadır. Bu tür araçların geliştirilmesi ve gazetecilik süreçlerine entegre edilmesi, sektörde hem kaliteyi hem de verimliliği artıracaktır (Franks vd., 2022).

Günümüzde dijital teknolojiler, gazetecilik alanında yaratıcı süreçleri desteklemek ve haber üretim süreçlerini dönüştürmek açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Gazetecilikte dijital destek araçlarının geliştirilmesi, sektörde hem yaratıcılığı hem de verimliliği artırmanın anahtarıdır. Sosyal medya, yapay zekâ ve özel olarak tasarlanmış yaratıcı araçlar, gazetecilikte daha inovatif bir yaklaşım benimsemek için stratejik birer fırsattır. Ancak, bu teknolojilerin etkili bir şekilde uygulanabilmesi için insan yaratıcılığıyla uyumlu tasarım, gazetecilerin ihtiyaçlarına özel çözümler ve algı yönetimini iyileştiren yöntemler gereklidir. Bu doğrultuda atılacak adımlar, gazeteciliğin hem kalitesini hem de rekabet gücünü artıracak önemli bir potansiyel sunmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gazetecilik, tarih boyunca toplumsal bilgilendirme ve bilinçlendirme işleviyle demokrasilerin temel taşlarından biri olmuştur. Ancak dijitalleşme, sosyal medya, büyük veri ve yapay zekâ gibi gelişmeler, bu köklü mesleği hem dönüştürmüş hem de yeniden tanımlanmasını zorunlu hale getirmiştir. Günümüzde gazetecilik, yalnızca haber aktarma işlevini yerine getiren bir alan olmaktan çıkarak, veri odaklı ve yaratıcı bir bilgi üretim merkezi haline gelmiştir. Bu dönüşüm, yaratıcı yeniliklerin etik değerlerle harmanlandığı, teknoloji ile insan yaratıcılığının dengelendiği ve toplumsal faydanın ön planda tutulduğu bir gazetecilik anlayışını zorunlu kılmaktadır.

Gazeteciliğin Dönüşümü başlığı altında dijitalleşmenin yarattığı etkiler ve gazetecilik pratiklerinde ortaya çıkan köklü değişiklikler ele alınmıştır. Teknolojinin sağladığı hız, erişim kolaylığı ve etkileşim imkânları, gazeteciliği daha kullanıcı odaklı ve dinamik bir yapıya kavuşturmuştur. Ancak bu süreçte dezenformasyon, etik sorunlar ve bilgi güvenliği gibi riskler de gazetecilik mesleğinin karşı karşıya kaldığı ciddi sorunlar olarak dikkat çekmektedir.

Haber Üretim Süreçlerinin Dönüşümü kapsamında, yaratıcı yıkımın nasıl yeniden yapılanmaya dönüştüğü, gazeteciliğin etik ve toplumsal değerlerle harmanlanması gerektiği ve teknolojinin bu süreçlerdeki rolü detaylandırılmıştır. Özellikle yapay zekâ, büyük veri analitiği ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler, gazetecilikte yenilikçi haber formatlarının yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bununla birlikte, bu teknolojiler yalnızca araçsal bir fayda değil, aynı zamanda etik sorunları ve manipülasyon risklerini de beraberinde getirmiştir. Bu nedenle gazetecilerin, teknolojinin olanaklarını yaratıcı hikâye anlatımıyla birleştirirken, toplumsal sorumluluklarını da göz önünde bulundurması büyük önem taşımaktadır.

Haber Yapım Süreçlerinde Yaratıcılığın Rolü ve Önemi başlığı ise gazetecilikte yaratıcı düşüncenin nasıl teşvik edilebileceğini ve bu süreçlerde

dijital destek araçlarının rolünü incelemiştir. INJECT gibi yaratıcı araçlar, gazetecilerin yeni haber açıları geliştirmesine olanak sağlayarak, sektöre hem hız hem de yenilik kazandırmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya analiz araçlarının ve yapay zekâ tabanlı çözümlerin gazetecilikte etkin bir şekilde kullanılması, yaratıcılığın sınırlarını genişletme potansiyeline sahiptir. Ancak bu araçların insan yaratıcılığını tamamlayıcı bir yapıda tasarlanması ve gazetecilerin ihtiyaçlarına doğrudan yanıt verebilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, gazetecilik mesleği, dijital çağın sunduğu fırsatları değerlendirirken, toplumsal işlevini yerine getirebilmek için yaratıcı, etik ve sürdürülebilir bir yaklaşımı benimsemelidir. Teknoloji, gazetecilikte verimlilik ve inovasyonu artıran bir araç olarak kullanılmalı; ancak insan yaratıcılığını gölgede bırakmadan, onu tamamlayan bir unsur olarak konumlanmalıdır. Etik değerlerin rehberliğinde şekillenen bir gazetecilik anlayışı, mesleğin hem toplum nezdindeki güvenilirliğini artıracak hem de gelecekte karşılaşılabilecek zorluklara karşı dirençli bir yapıya kavuşmasını sağlayacaktır.

Bu değerlendirme, gazeteciliğin sürekli bir dönüşüm içinde olduğunu ve bu süreçte yaratıcılık, teknoloji ve etik değerler arasında bir denge kurulmasının kaçınılmaz olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital çağın gazeteciliği yalnızca bir bilgi üretim süreci değil, aynı zamanda toplumsal değerlerin yeniden inşa edildiği bir alan olarak şekillendirdiği unutulmamalıdır. Bu nedenle gazeteciler, mesleklerini geleceğe taşımak için yaratıcı düşünmeyi, teknolojiyi ve etik sorumluluğu bir araya getiren bir anlayış geliştirmelidir.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Büyük veri: Uygulama alanları, analitiği ve güvenlik boyutu. *Bilgi Yönetimi*, 1(1), 1-22.
- Alexander, J. C. (2016). Journalism, democratic culture, and creative reconstruction. Alexander, J. C., Breese, E., ve Luengo, M. (Editörler), *The crisis of journalism reconsidered* (s. 1-28) içinde. Cambridge: Cambridge University Press.
- Altan-Akın, N. T. (2014, Kasım). *Bulut bilişim'de kişisel verilerin güvenliği ve mahremiyet nasıl sağlanabilir?* XIX. Türkiye'de İnternet Konferansı'nda sunulan bildiri, İzmir Yaşar Üniversitesi.
- Anderson, C. W. (2018) *Apostles of Certainty: Data Journalism and the Politics of Doubt*. New York: Oxford University Press.
- Ateşgöz, K. (2022). Farklı boyutları ve getirileriyle dijitalleşme: Veri güvenliği, yapay zekâ ve metaverse. N. Kara ve N. Çokluk (Editörler), *Mahremiyetin sonu "dijital iletişim ve veri güvenliği"* (s. 115-136) içinde. Konya: Literatürk Academia.
- Ateşgöz, K. (2024). Otomatikleşen medya ortamı bağlamında yapay zekâ. K. Ateşgöz (Editör), *Medya ve habercilik alanında yapay zekanın yükselişi* (s. 95-116) içinde. Ankara: Eğitim Yayınevi.
- Boden, M. A. (2004). *The creative mind: Myths and mechanisms*. New York: Routledge.
- Calvo-Rubio, L. M. ve Ufarte-Ruiz, M. J. (2021). Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in Web of Science and Scopus (2008-2019). *Communication & Society*, 34(2), 159-176.
- Cancela-Kieffer, M. (2021). Journalism, algorithms, and the people's right to know. M. Luengo ve S. Herrera-Damas (Editörler), *News media innovation reconsidered: Ethics and values in a creative reconstruction of journalism* (s. 157-173) içinde. USA: Wiley-Blackwell.
- Carr, K., Kendal, R. L. ve Flynn, E. G. (2016). Eureka!: What is innovation, how does it develop, and who does it? *Child Development*, 87(5), 1505-1519.
- Colon, A. (2000). The multimedia newsroom. *Columbia Journalism Review*, 39(1), 24-27.
- Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism*, 3(3), 398-415.
- Franks, S., Wells, R., Maiden, N. ve Zachos, K. (2022). Using computational tools to support journalists' creativity. *Journalism*, 23(9), 1881-1899.
- García-Avilés, J. A. (2021). An inquiry into ethics of innovation in digital journalism. M. Luengo ve S. Herrera-Damas (Editörler), *News media innovation reconsidered: Ethics and values in a creative reconstruction of*

- journalism* (s. 3-19) içinde. USA: Wiley-Blackwell.
- García-Avilés, J. A., Carvajal-Prieto, M., De-Lara-González, A. ve Arias-Robles, F. (2018). Developing an index of media innovation in a national market: The case of Spain. *Journalism Studies*, 19(1), 25–42.
- Gordon, W. J. J. (1960). *Synecitics*. New York: Harper and Row.
- Gynnild, A. (2014). Journalism innovation leads to innovation journalism: The impact of computational exploration on changing mindsets. *Journalism*, 15(6), 713–730.
- Henkoğlu, T. (2019). Yapay zekâ sistemlerinin güvenlik ve hukuk bağlamındaki etkilerine ilişkin inceleme ve öngörüler. B. Yalçınkaya, M. A. Ünal, B. Yılmaz ve F. Özdemirci (Editörler), *Bilgi yönetimi ve bilgi güvenliği: eBelge-eArşiv-eDevlet-Bulut Bilişim-Büyük Veri-Yapay Zekâ* (s. 115-139) içinde. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Hermida, A. ve Young, M. L. (2021). Journalism innovation in a time of serial. M. Luengo ve S. Herrera-Damas (Editörler), *News media innovation reconsidered: Ethics and values in a creative reconstruction of journalism* (s. 40-52) içinde. USA: Wiley-Blackwell.
- Herrera-Damas, S. (2021). Conclusions. M. Luengo ve S. Herrera-Damas (Editörler), *News media innovation reconsidered: Ethics and values in a creative reconstruction of journalism* (s. 222-227) içinde. USA: Wiley-Blackwell.
- Isaksen, S. G., Dorval, K. B. ve Treffinger, D. J. (2011). *Creative approaches to problem solving: A framework for innovation and change*. London, SAGE Publications, Inc.
- Kerne, A. ve Smith, S. M. (2004, Ağustos) The information discovery framework. The 5th Conference on Designing Interactive Systems: Processes, Practices, Methods, and Techniques’da sunulan bildiri, Boston, MA, USA.
- Luengo, M. (2021). Introduction: Journalism’s creative reconstruction: How innovations in news embracing enduring professional and civil values. M. Luengo ve S. Herrera-Damas (Editörler), *News media innovation reconsidered: Ethics and values in a creative reconstruction of journalism* (s. vii-xvi) içinde. USA: Wiley-Blackwell.
- Magni, F., Park, J. ve Chao, M. M. (2024). Humans as creativity gatekeepers: Are we biased against AI creativity? *Journal of Business and Psychology*, 39(3), 643-656.
- Malmelin, N. ve Virta, S. (2016). Organising creative interaction: spontaneous and routinised spheres of team creativity. *Communication Research and Practice*, 3(4), 299-318.

- Neuberger, C., Nuernbergk, C. ve Langenohl, S. (2019). Journalism as multichannel communication: A newsroom survey on the multiple uses of social media. *Journalism Studies*, 20(9), 1260-1280.
- Okmeydan, S. B. (2017). Yeni iletişim teknolojilerini sorgulamak: Etik, güvenlik ve mahremiyetin kesiştiği nokta. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 347-372.
- Pavlik, J. V. (1997). The future of online journalism. *Columbia Journalism Review*, 36, 30–31.
- Schumpeter J. (1950). *Capitalism, socialism and democracy*. Harper: New York.
- Sternberg, R. J. ve Lubart, T. I. (1996). Investing in creativity. *American Psychologist*, 51(7), 677-688.
- Thurman, N. (2017). Social media, surveillance, and news work: On the apps promising journalists a “crystal ball.” *Digital Journalism* 6(1): 76–97.

11. Bölüm

Mülteci Kadınların Psikolojik Sağlımlıkları ve Sosyal Destek Algıları

Kamile GÜNEŞ¹
Devrim ÖZKAN²

¹ Kamile GÜNEŞ, Gaziantep Üniversitesi Göç çalışmaları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi
ORCID: 0009-0004-0124-395X

²Prof. Dr. Devrim ÖZKAN, Gaziantep Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Film Tasarımı Ve Yönetimi
ORCID: 0000-0003-4235-4862

GİRİŞ

Kadınlar, göç sürecinde toplumsal cinsiyet rollerinin yarattığı olumsuzluklarla karşılaşmaktadır (Kaya,2019). Bu durum insan hakları ve sağlık sorunu olarak ortaya çıkmaktadır (Sinko et al., 2021). Kadınların savaş, iç karışıklık, kıtlık ya da kuraklık gibi ekstrem olaylar süresince dezavantajlı durumda oldukları bilinmektedir. Özellikle savaştan kaçıp mülteci kamplarına sığınan kadınlar cinsel şiddete maruz kalmaktadır. Cinsel şiddetin yanı sıra kötü beslenme koşulları, fakirlik gibi olumsuzluklarla yüzleşmektedirler (Freedman et al., 2020). Mülteci kadınların göç öncesinde aile içi şiddeti deneyimlemeleri (Borges, 2024), göç sırasında uygun olmayan gözüaltına alınmalar, cinsel ve fiziksel saldırı ile karşılaşmaları (Canning, 2020) ve göç sonrasında mülteci etiketiyle etiketlenip insancıl olmayan uygulamalara maruz kalmaları cinsiyete dayanan şiddetin göç sürecinde daha da yoğun görüldüğünü ve kolaylaştığını göstermektedir. Kadınların sözel, fiziksel, cinsel şiddete maruz kalmasının fiziksel, psikolojik etkileri tartışmasız olumsuz olmaktadır. Aynı şekilde kadınlara dair ikincil özne algısı aşağılanma ve görmezden gelinmeyi beraberinde getirmektedir (Freedman, 2019). Kadınlar şiddetin çeşitli formlarına maruz kalmakla birlikte buna sebep olanlar genellikle erkekler olmaktadır (Borges, 2024). Erkeklerin kadınlar üzerinde birçok alanda hâkimiyet kurması ve bunu çeşitli şekillerde gerçekleştirmesi kadınları savunmasız bırakabilmektedir.

Mülteci kadınların maruz kaldığı şiddet durumları ve bunun ruhsal sağlıkları üzerinde olumsuz etkileri olduğu çeşitli çalışmalarda gösterilmiştir (Başterzi, 2017; Freedman et al., 2020). Araştırmalar bireylerin stres, travma ve zorluklarla başa çıkma kapasitesini ifade eden önemli bir kavram olan psikolojik sağlamlığın ruhsal iyi oluş üzerinde koruyucu bir etkisi olduğunu ve stresli yaşam olayları karşısında uyum sağlama yeteneklerini artırdığını göstermektedir (Masten, 2001). Özellikle, travma sonrası iyileşme sürecinde psikolojik sağlamlığın, bireylerin travmatik deneyimlerden daha az etkilenmelerini ve normal işlevselliklerini sürdürebilmelerini sağladığı belirtilmiştir (Bonanno, 2004). Mülteci kadınlar gibi dezavantajlı gruplar üzerinde yapılan çalışmalarda psikolojik sağlamlık, göç ve yer değiştirme süreçlerinin yarattığı zorluklara karşı önemli bir baş etme mekanizması olarak tanımlanmıştır (Siriwardhana et al., 2014). Yüksek psikolojik sağlamlığa sahip bireyler, zorlu yaşam koşullarına rağmen umutlarını koruyabilmekte ve sosyal destek sistemlerini daha etkili kullanabilmektedir (Connor & Davidson, 2003; House et al., 1988; Arnetz et al., 2013; Hobfoll, 1989; Kirmayer et al., 2011). Bununla birlikte, psikolojik sağlamlığın yalnızca bireysel özelliklerden değil, aynı zamanda çevresel faktörlerden de etkilendiği vurgulanmaktadır. Aile, diğer çevre desteği ve

kültürel bağlam gibi dışsal faktörler, bireylerin psikolojik sağlık seviyelerini önemli ölçüde etkileyebilmektedir (Ungar, 2011).

Psikolojik sağlık için koruyucu faktörlerden birisi sosyal çevreye sahip olmaktır. Sosyal çevre bireyselin dışında yer almaktadır. Sosyal desteğin stresle başa çıkma süreçlerini kolaylaştırdığını ve depresyon, kaygı gibi ruhsal bozuklukların şiddetini azalttığı bilinmektedir (Cohen & Wills, 1985). Özellikle, mülteci ve göçmen topluluklar üzerinde yapılan çalışmalar, sosyal desteğin, bu grupların zorlu yaşam koşullarıyla başa çıkmalarında önemli bir koruyucu faktör olduğunu ortaya koymaktadır (Ryan et al., 2008).

Mülteci kadınlarla yapılan bir araştırmada, sosyal desteğin yüksek olduğu bireylerde post travmatik stres bozukluğu (PTSB) semptomlarının daha düşük olduğu saptanmıştır (Kleber & Brom, 1992). Aynı şekilde, sosyal desteğin, bireylerin kendilerini toplumsal aidiyet içinde hissetmelerine ve karşılaştıkları ayrımcılık deneyimlerinden daha az etkilenmelerine katkı sağladığı belirtilmiştir (House et al., 1988).

Sonuç olarak, göç süreci ve bu süreçte yaşanan travmalar, bireylerin ruh sağlığını derinden etkileyebilmektedir. Özellikle kadınlar, toplumsal cinsiyet rolleri, cinsiyete dayalı şiddet ve ekonomik dezavantajlar nedeniyle bu süreçten daha fazla olumsuz etkilenmektedir (UNHCR, 2023; Ryan et al., 2008; House et al., 1988). Psikolojik sağlık ve sosyal destek gibi koruyucu faktörler, kadınların bu zorluklarla başa çıkabilme kapasitelerini artırırken, ruhsal sağlık üzerindeki olumsuz etkileri de azaltabilmektedir.

Bu bağlamda, mülteci kadınların yaşadığı çoklu travmaları daha iyi anlamak ve onlara yönelik etkili destek mekanizmaları geliştirmek büyük önem taşımaktadır. Mülteci kadınların karşılaştığı sorunlara odaklanan sosyal politikaların oluşturulması, kadınların yaşadıkları toplumlara daha kolay entegre olmalarını sağlayabilir. Ayrıca, bu bireylerin ihtiyaçlarına uygun psikolojik destek hizmetleri ve topluluk temelli destek sistemleri, onların hem bireysel hem de toplumsal refahlarını artırmada önemli bir rol oynayacaktır. Göç ve mültecilik sürecinde kadınların maruz kaldığı travmaların ele alınması, yalnızca bireysel iyilik hallerine değil, aynı zamanda kapsayıcı bir toplumsal yapının inşasına da katkıda bulunacaktır.

Kadın olmak

Kadının farklı çevrelerde ele alınışı üzerine birbirini destekleyen ya da birbirinin karşısında yer alan görüşler öne sürülmüştür. Çeşitli ideolojiler çerçevesinde incelenen kadın konusu geçmişten günümüze birçok yönüyle tartışmaya açık bir araştırma alanı olarak varlığını sürdürmektedir. Kadının doğası ve toplumdaki konumuna dair birçok yayın üretilmiştir. Son zamanlara kadar olayları yorumlayıp bu üretimleri kaydedenler genelde erkekler olmuştur

(Lerner, 1986). Erkeklerin, kadınlar üzerine erkek bakışıyla yazması da kadın tartışmalarında önemli bir konu olarak yer almıştır. Bu tartışmalar, farklı alanlarda kadın ve erkek cinsiyetleri arasındaki hiyerarşik düzeni gündeme getirmiş, özellikle **anaerkillik** ve **ataerkillik** kavramlarının öne çıkmasına neden olmuştur.

Yapılan literatür taramasında anaerkillik ve ataerkillik kavramlarının, kadın ve erkek kavramlarıyla sık sık birlikte ele alındığı görülmektedir. Anaerkillik, kadının bir toplum ya da grup üzerindeki siyasi liderliği üstlenmesi, ahlaki otoriteyi temsil etmesi ve mülkiyet üzerindeki kontrolü elinde bulundurması anlamına gelir (Cengiz, 2014, p.1). Kavramların kökeni çok eskilere dayanmaktadır. Berktaş (2010) felsefe tarihine bakıldığında erkeğin üstün tutuluşunun Pythagoras'ta görülebileceğini vurgulamıştır (cited in Özkan, 2023). Pythagoras'un ikili tahayyül anlayışında iyi- kötü, aydınlık- karanlık, eril- dişil gibi zıtlıklar mevcuttur ve bu zıtlıklardan birincisi üstün olandır. Dolayısıyla eril dişilden üstün olarak kabul edilmiştir (Yıldırım &Gül, 2021).

Erol (2021) kronolojik olarak incelendiğinde ataerkil kavramın anaerkil kavramdan önce ortaya çıktığı söylenebilir demiştir. Johnn Jakob Bachofen'in Ana Hukuku adlı eserinde ise tarih öncesi dönemlerde anaerkillikten ataerkilliğe geçildiği vurgulanmıştır (as cited in Altunek, 2022). Kavramların tarihiyle birlikte pratikte görülüşü de tarih öncesi dönemlere dayanmaktadır. Her ne kadar günümüzde birçok toplumda söz sahibi cinsiyetin erkek cinsiyeti olması bunun tersini düşündürse de bu durum her dönemde böyle olmamıştır. Anaerkil dönemde, kadının otoritesi belirgin bir şekilde ön planda olmuş ve soy zinciri kadın üzerinden ilerlemiştir. Antik Yunan yazarları, Doğu Avrupa'daki bazı kabilelerde kadınların yönettiği bucaklardan bahseder; bu durum, anaerkilliğin izleri olarak değerlendirilmektedir (Marx et al., 1950, p. 20).

Anaerkil dönemin sona ermesiyle birlikte günümüzde de varlığını geniş ölçekte koruyan ataerkil dönem başlamıştır. Millett'e göre genel anlamda ataerkillik erkek egemenliğini, erkeğin kadın üzerindeki söz sahibi oluşunu ve erkeklerin kadınlar üzerindeki güç ilişkilerini anlatmak için kullanılmıştır (cited in Beecey, 1979). Ataerkillik ayrıca kadına yönelik baskının temel mekanizmasını oluşturmuştur (Millett,2000). Ataerkilliğin ortaya çıkışı, gelişimi ve sürdürülmesi üzerine birçok farklı açıklama yapılmıştır. Bu açıklamalar genellikle şu sorulara yanıt aramak üzere şekillenmiştir: Kadının itaatkâr olmasının evrenselliği, kadının eğitim ve bilimdeki başarısızlık olasılığı, kadının erkekten daha aşağı bir varlık olup olmadığı, kadının ezilmişliği ve iş bölümü ile toplumsal rolleri gibi konular.

Kadının doğaya daha yakın olduğuna dair ortaya atılan görüş Ortner (1974) tarafından doğa gerçeği ile değil de kültürel yapı ile açıklanmıştır. Dini ya da

bilimsel çerçevede çalışmasına bakmaksızın gelenekselciler kadının boyun eğmesini doğal olarak nitelendirmiş ve o dönemde hâkim kesime hitap ederek dini temele dayandırmıştır (Lerner, 1986). Gelenekselciler kadının üzerindeki erkek hâkimiyetini onun doğasıyla ya da biyolojik determinizmle belirli bir zemine oturtmaya çalışmışlardır. Psikanalitik çerçevede Freud, erkeği "normal bir insan" olarak tanımlarken, kadını "penis eksikliği" nedeniyle psikolojik olarak mücadele eden bir birey olarak görmüştür (cited in Lerner, 1986). Benzer şekilde, Darwinci düşüncenin doğal seçilimiyle insan davranışını açıklamaya çalışan E. O. Wilson'ın sosyobiyojoloji kuramında, erkeklerin fiziksel olarak güçlü olmaları nedeniyle ev dışında çalışmaya yöneldiği, kadınların ise doğurganlık özellikleri nedeniyle ev içinde kaldıkları öne sürülmüştür (Lerner, 1986). Bu görüş, toplumsal cinsiyet rollerini biyolojik determinizm üzerinden temellendiren yaklaşımların bir örneğidir. Diğer yandan, bu tür açıklamalar feminist kuramcılar tarafından eleştirilmiş ve toplumsal yapıların, kadın ve erkek rollerini şekillendirmedeki belirleyici etkisi vurgulanmıştır. Feminist teorisyenler, toplumsal cinsiyet rollerinin patriarkal sistemler tarafından üretildiğini ve dönüştürülebileceğini savunmuştur (Walby, 1989).

Feminizm hareketi, kadının toplumsal konumunu eleştiren ve statüsünü iyileştirmeyi hedefleyen bir düşünce sistemi olarak bilinmektedir. Feminist mücadeleler, kadınların patriarkal yapı tarafından dayatılan rollerine karşı koyarak toplumsal eşitlik talep etmiştir. Bu mücadeleler bireysel ya da örgütlü eylemler yoluyla şekillenmiş ve Orta Çağ'dan günümüze kadar devam etmiştir. Örneğin, 17. yüzyıl İngiltere'sinde yaklaşık 5000 kadın, Avam Kamarası önünde toplanarak iç savaşın sona erdirilmesi ve barışın sağlanması için gösteri yapmıştır. Aynı dönemde, 1647 yılında hizmetçiler, çalışma saatlerinin uzunluğunu protesto eden bir dilekçe sunmuşlardır (Michel, 1979). 18. yüzyılda Fransız İhtilali'nin etkisiyle adalet, özgürlük ve eşitlik gibi kavramların önem kazanması, kadınları da harekete geçirmiştir. Fransız Devrimi sürecinde fikrinsel çalışmalara katılan kadınlar, bu dönemde eşitlik ve hak talepleriyle ön plana çıkmıştır. Marquis de Condorcet, 1790 yılında yazdığı Kadınların Tam Yurttaşlığa Kabulü adlı denemesinde kadınlar için eşit haklar talep etmiş; bu talepler sonucunda kadınlara mirasta eşitlik ve boşanma hakları tanınmıştır (Pirpir, 2018, p. 22). Aynı dönemde Mary Wollstonecraft, 1792 yılında yayımladığı Kadın Haklarının Doğrulanması (Vindication of the Rights of Women) adlı eseriyle kadınların haklarını savunan önemli bir feminist metin ortaya koymuştur (Michel, 1979).

Göçün feminizasyonu

Göçün belirli bir cinsiyeti olmasa da bu sürecin aktörlerinin vardır. Göç, toplumsal cinsiyet rolleriyle şekillenen bir olgu olarak karşımıza çıkar (Castles &

Miller, 1998). Göç sürecinde kadınların ve erkeklerin yer aldığı nicel oranlar tarih boyunca değişiklik göstermiştir. 2022 yılı verilerine göre, kadın mültecilerin sayısı erkek mültecilerin sayısından fazladır. Bununla birlikte, 18 yaşından büyük kadın ve erkek mültecilerin sayıları arasında daha küçük bir fark bulunmaktadır (International Organization for Migration [IOM], 2024).

Mülteci kadınların sayılarının fazlalığı kadınların bu zorlu süreçte yerini değiştirme cesaretini göstermiş olduğunu gözler önüne sermiştir. Göç sürecinin feminizasyonu kavramı küreselleşme, ülkelerin sosyal refah politikaları, ekonomik dönüşüm ve teknolojiyle birlikte daha çok kullanılmaya başlamıştır. Kadının göçe katılımının artması aile, toplum ve uluslararası düzeyde ciddi etkilere ve değişikliklere sebep olmuştur. Bu değişikliklerin altında yatan nedenler çeşitlidir. Erkeğe bağlı olarak göç eden kadın anne ve eş rolünden çıkarak eğitim, vasıflı işçi olma veya sığınma gibi amaçlarla başka ülkeye göç etmiştir. Küreselleşmenin etkisiyle farklı düzeylerde cereyan eden değişiklikler potansiyel kadın işçi havuzunda artışı beraberinde getirmiştir (Hofmann & Buckley, 2013). 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren kadınlar, özellikle bakım ve ev hizmetleri gibi sektörlerde emek piyasasına dahil olmuştur. Bu gelişme, kadınların deneyimlerine, göç edilen ülkelerdeki emek piyasasına ve toplumsal cinsiyet rollerinin mesleklere yansımaya ilişkin farkındalıkların artmasını sağlamıştır. Kadınların, özellikle ev ve bakım işlerinde çalıştırılması, toplumsal cinsiyet kalıpları nedeniyle bir tercih haline gelmiştir. Bu işlerde çalışan kadınlar, göç ettikleri ülkelerde düşük ücretlerle istihdam edilmekte ve niteliklerine uygun olmayan işlerde çalışmak zorunda kalmaktadır (Hofmann & Buckley, 2013; Kofman, 2012). Göçmen kadınların bu süreçteki konumu, toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında ele alınması gereken önemli bir meseledir.

Mülteci kadına karşı cinsiyet temelinde şiddet ve ayrımcılık

Kadın ve erkeğin göç sürecindeki deneyimleri farklılık göstermektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde şekillenen kadın profili, mülteci etiketiyle birleştiğinde, kadınların daha fazla olumsuzluk yaşamalarına neden olmaktadır. Kadınların göç sürecindeki görünmezliği, cinsiyet, cinsellik ve etnisite temelli şiddet biçimlerini doğurmuştur (Pulvirenti & Mason, 2011). Bu şiddet, menşe ülkede, sınır geçiş sürecinde, mülteci kamplarında ya da yerleştirilme aşamasında farklı biçimlerde ortaya çıkabilmektedir.

Özellikle Avrupa'ya göç etmek isteyen kadınlar, daha "hassas" olarak algılandıkları için sınır geçişlerinde ilk olarak gönderilmektedir. Bu durum, kadınların göç sürecinde daha büyük risklerle karşılaşmasına neden olmaktadır (Freedman, 2016). Mülteci kamplarında, kadınlar fiziksel şiddet, cinsel istismar ve sömürüye karşı son derece savunmasız bir durumdadır (Pittaway & Pittaway, 2004). Örneğin, Kakuma (Kenya) mülteci kampında yapılan bir çalışmada,

kadınların kamptaki yerel erkekler ya da yardım dağıtımından sorumlu kişiler tarafından cinsel şiddete maruz kaldıkları belirtilmiştir (Pittaway & Pittaway, 2004). Yardım karşılığında kadınların cinsel sömürü ile yüzleştiği bu durum, literatürde "Transactional sex" olarak adlandırılmaktadır (Freedman, 2016)

Göç sürecinde cinsel şiddet, kadınların karşılaştığı en yıkıcı sorunlardan biri olmaya devam etmektedir. Kadınların sınır geçişlerinde ya da kamplarda yaşadıkları cinsel şiddet, bazen aile üyelerini ya da topluluklarını utandırmak amacıyla bir savaş stratejisi olarak da kullanılmaktadır (Pickering, 2011; Pittaway & Bartolomei, 2001). Bu tür istismarların sonucunda, kadınlar HIV/AIDS gibi bulaşıcı hastalıklarla karşı karşıya kalabilmektedir (Freedman, 2016).

Kadınların göç sırasında maruz kaldığı bir diğer şiddet türü, emek piyasasında düşük statülü ve düşük ücretli işlerde çalıştırılmalarıdır. Göçmen kadınların iş dağılımında, etnik kimlik ve cinsiyet belirleyici bir rol oynamaktadır (Adib & Guerrier, 2003; Ihlamur-Öner, 2021). Vasıflı göçmen kadınlar dahi kendi uzmanlık alanlarının dışında ya da niteliklerinin altında işlerde istihdam edilmektedir (Kofman, 2012). Bu durum, mesleki anlamda kadınların sistematik bir şekilde vasıfsızlaştırılmasına yol açmaktadır.

Kadınların göç sürecinde yaşadığı şiddet ve ayrımcılık, toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle mücadele için daha kapsamlı politikaların gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Göç

Bir kavramla ilgili derin bir bilgiye ve görüşe sahip olabilmek için kavramın çıkış noktasına ve tanımına bakmak gerekir. Göç kavramı insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlar yürümeye başladığında rastgele yürüme hareketleri gerçekleştiğinde belirli bir amaca sahiptiler ya da değildiler. Göç kavramının ne ifade ettiğini bilmek bu süreci daha iyi anlamlandırmamıza olanak verir. Bu anlamlandırma süreci zamanla daha farklı ve alt kavramları da ortaya çıkarmıştır. Göç ile ilgili olarak transit göç, emek göçü, düzensiz göç pratikte karşılaşılan durumları tanımlayan kavramlardır. Göç birçok canlıya mal edilmiş bir süreçtir. Canlılar içerisinde özel bir yeri olan insanın bu süreçteki varlığı ayrı bir inceleme konusunu oluşturmaktadır. İnsan fiziki mekân ve çevreden ayrı düşünülemez. Bulunduğu mekâna aidiyet bağıyla bağlanan insanın farklı nedenlerle başka bir yere kalıcı ya da geçici süreliğine gitmesi göç olarak adlandırılır. Bir diğer anlatımla göç genel olarak insanların ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel etkenlere bağlı olarak insanların ülke içerisinde veya dışında yer değiştirmesini ifade etmektedir (Tuna, 2022). Göç sosyolojik bir olgu olarak ele alınmakla birlikte hukuki, ekonomik, kültürel ve toplumsal birçok boyuta sahiptir. Dolayısıyla farklı disiplinlerin alanına giren göç konusu çeşitli bilimlerden tarafından ele alınıp incelenmiştir. Göçün disiplinler arası bir alan olması birçok farklı

tanımını ortaya çıkarmıştır. Birçok yazar kendini yakın gördüğü alana bağlı kalarak tanım yapmıştır. Bu tanımların ortak vurgusu insanın hareketliliğidir. Bu insan hareketliliği bir devletin kendi toprakları içinde olabileceği gibi sınırları aşan düzeyde de olabilmektedir. Ülke içi göçler iç politikayla ilgili olarak yerel politikalarla düzenlenebilmiştir. Uluslararası göç küresel düzeyde incelenen ve devletleri ilgilendiren, ülkeler arası ilişkilere yön veren bir olgu olmuştur. İnsanlar varlığı boyunca büyük ya da küçük çaplı yer değiştirmelere maruz kalmışlardır. Devletlerin sınırlarının çizilmesi ve gücünün ispatıyla modern dünyadaki yer değiştirmeler başlamıştır. Buna paralel olarak uluslararası göçün hacim ve önem açısından artış yaşadığı tarihler 1945 ve 1980 ortaları olmuştur (Castels & Miller, 1998). Bir ülkeden diğer ülkeye ya da bir kıtadan diğer kıtaya göçler bu coğrafyalardaki sosyal, siyasal, ekonomik eşitsizlerden kaynaklı olabilmektedir. Bir ülkenin kaynaklarının zenginliği, üretim hacmi, yaşam standartlarının yüksekliği ve refah seviyesi o ülkeyi şüphesiz çekici hale getirmiştir. Kuzey ve Güney arasındaki zenginliğin artmasıyla daha fazla insan daha iyi yaşam standartları için arayışa yönelmiştir (Castels & Miller, 1998). Çekici coğrafyalara yönelik insan akınlarının hedef ülkeye olumlu ya da olumsuz yansımaları olmuştur. Belirli bir zaman diliminde göç eden insan sayısının büyüklüğü hedef ülkeyi olumsuz etkilemiştir. Göçler daha çok büyük kentlere doğru olduğu için sorunun yoğunlaştığı birimler şehirler olmuştur. Kentlerdeki hızlı nüfus artışı ekonomik alanda olduğu gibi sosyal ve siyasal alanlarda da yeni gerilim ve kutuplaşmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Ekici & Tuncel, 2015). Şehirlerdeki alt yapı sorunlarından güvenlik sorunlarına kadar birçok olumsuz durum ortaya çıkmıştır. Uluslararası göç hem göç eden kişi için hem de göç edilen ülkedeki yerliler için beraberinde belirli sorunlar getirmiştir. Bu sorunlardan bazıları göç eden açısından varılan ülkeden işsizlik, aile geçimini sağlayamama, uyum sorunu, Uyum sorununa bağlı olarak gelişen ruhsal durumlar, kendi ülkesine ve kültürüne özlem, yerliler tarafından sarf edilen nefret söylemleri, ırkçı eylemler vs. olmuştur. Ülkede bulunan yerliler açısından baktığımızda ise ortaya çıkan kültür çatışmasından rahatsızlık duyma, ülkede ekonomisine dahil olma gibi durumlar ortaya çıkabilmiştir.

2.2.2.Göç olgusuyla ilgili bazı kavramlar

Transit Göç

Göç literatüründe sıklıkla geçen transit göç (transit migration) kavramı yeni bir kavramdır. 1990'lı yıllarda göç çalışmaları alanında tanımlanan bu kavram göç gönderen noktadan ulaşılmaması hedeflenen noktaya varışta geçilen belki de beklenen bir noktayı işaret etmektedir (Öner, 2021).

Uluslararası göç

İnsan hareketliliğinin ülke sınırlarının ötesine geçmesi uluslararası göçü anlatmaktadır. İnsanlar farklı sebeplerle ülke dışına göç etmektedir. Uluslararası göçün bir tanımı şu şekildedir: Kişilerin mevcut ikamet yerlerinden başka uluslararası sınırdan vatandaşı olmadıkları bir ülkeye taşınmasıdır (IOM, 2019). Küreselleşmeyle birlikte insanların yaşam standartlarının düşük olduğu yerleri terk edip gelişmiş ülkelere gitme isteği artmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yardımıyla kısa sürede dünyadaki gelişmelerden haberdar olan insanlar kendisine daha iyi imkanlar sunacak olan fırsatları değerlendirmek istemektedir. Özellikle ekonomik ve siyasi nedenlerden dolayı dış göç yani uluslararası göç gerçekleşmektedir.

Düzensiz Göç

Yasadışı göç olarak da bilinen düzensiz göç kişinin bir ülkeye girişinin, kalışının veya çalışmasının yasalığa aykırı olmasını anlatır. Bu tür göç eylemini gerçekleştiren ise ‘undocumented, unauthorised or illegal’ migrants olarak adlandırılır(Martin, 2010, p.42). Düzensiz göçe ile ilgili verileri toplamak onun doğası gereği mümkün değildir (Koser, 2010). Resmi kaynaklardan alınan bilgiyle düzensiz göçe konu olan kayıtsız göçmenlerin sayısına dair olası tahminlerde bulunulabilmektedir. Bu belirsizliğin bir nedeni de geçici veya tahmin edilemeyen durumlardır. Samers (2001) şu şekilde ifade etmiştir: Yasadışı göçmen statüsü ülke iç politikasına koyulan yasallaştırma plan/programlarıyla yasal hale gelebilir ya da vizelerini aşan kişiler bu problemi çözdükten sonra tekrar yasal konuma gelebilir.

Zorunlu Göç

Zorunlu göç kişilerin iradesinden bağımsız olarak dış faktörlerin itici etkisine vurgu yapar. Birçok sebebi ve formu olan zorunlu göç; zulüm, çatışma, iklimsel sebepler, insan haklarını ihlal gibi durumlardan dolayı kişilerin istem dışı göç etmesidir. Zorunlu göç tanımları zaman, mekan veya neden boyutlarına yapılan vurgulara göre değişmektedir. Zorunlu göç ülke içinde yerinden edilmiş kişileri de kapsamaktadır (Martin, 2010).

Mülteci

Göç sürecinin öznesi olan insanlar farklı isimlerle adlandırılmışlardır. Göçmen, sığınmacı ya da mülteci kavramları göç sürecinin aktörlerine verilen isimlerdir fakat tanımları farklıdır. Bu kavramların tanımlarında ayırıcı farklılıklar olmakla birlikte bazılarının uluslararası ölçekte kabul edilmiş bir tanımı bulunmayabilmektedir. Bu kişiler için uluslararası hukukta belirtilen statüler olmakla birlikte ülkelerin kendi politikaları doğrultusunda belirledikleri statüler de olabilmektedir. 1951 Mültecilerin Hukuki durumuna ilişkin Cenevre Sözleşmesinde mülteci ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti

veya siyasi düşünceleri yüzünden zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkeye dönemeyen veya dönmek istemeyen kişi olarak tanımlanmaktadır (UNHCR, 2023).

Göçmen

Göçmen terimi bazı göç kavramlarıyla karıştırılabilmekle birlikte şemsiye bir terim olarak anılır. Bu terime dair evrensel olarak kabul edilen bir tanım yoktur. Göç alanına ilgili paydaşlar tarafından yapılmış farklı tanımları mevcuttur. BM'ye(2023) göre göçmen gönüllü ya da zorunlu olup olmadığına bakılmaksızın her zamanki yaşadığı yerden ülke içinde veya dışında farklı bir yere hareket eden kişi olarak tanımlanır.

Sığınmacı

Göç Terimleri Sözlüğünde (IOM, 2019) işkence, zulüm veya ciddi boyuttaki zarardan korunmak amacıyla, güvenli olmayan ülkesi dışında bir ülkede güvenlik arayışında olan ve ilgili ulusal ya da uluslararası belgeler çerçevesinde mülteci statüsünü kazanabilmek için yaptığı başvurunun sonucunu bekleyen kişi.

Geçici koruma

Göç Terimleri Sözlüğünde (2019) Çatışma veya yaygın şiddet ortamlarından kitlesel olarak kaçıp gelen kişilere öncesinde bireysel statü belirleme işlemine tabi tutulmaksızın devlet tarafından geçici koruma sağlama konusunda geliştirilen düzenleme olarak geçmektedir. Geçici koruma altında bulunan kişiler ise ülkesinden ayrılmak zorunda kalan ve oraya geçerli sebeplerden dolayı geri dönemeyen, acil ve geçici koruma bulmak amacıyla kitleler halinde sınırlarımıza gelen veya sınırlarımızı geçen yabancılar olarak tanımlanmıştır (Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu [YUKK], 2014). Geçici Koruma statüsü Türkiye tarafından 2011 yılındaki iç savaştan dolayı Suriyeli göçmenlerin durumuna yönelik bir çözüm olarak üretilmiştir. Bu statüye sahip kişiler için buldukları ilde geçerli olmak kaydıyla geçici koruma kimlik kartı çıkartılmıştır.

Uluslararası Koruma

Bir devletin vatandaşlarını koruyamaması durumunda ortaya çıkan bir durumdur. Ülkedeki savaş, huzursuzluk, karışıklık ve düzensizlik zamanlarında devlet gücünü kaybeder ve vatandaşlarını koruyamaz durumda ya da vatandaşlarını koruma niyetinde değilse bu durumda uluslararası hukuka dayanarak temel hakların korunmasıdır (UNHCR Master Glossary of Terms, 2024).

Diaspora

Diaspora kavramı farklı ülkelere dağılmış halkları tanımlamak için kullanılmaktadır. Bir ya da daha fazla ülkede dini, etnik, ulusal toplulukların

örgütlenmesi ve bir yerden dağılma anlamında kullanılmıştır (Dufoux, 2008). Diaspora kelimesi tanım ve kavramsallaşma sürecinde birçok farklılık geçirmiştir. Bundan dolayı kavramın pratikte karşılığını bulması zorlaşmıştır. Yıldız (2013) Diaspora kavramının Batı’da yaşayan Doğuluları temsil etmek için kullanıldığını bunun tersinin pek yaygın olmadığını söylemiştir.

Emek Göçü

Genel göç amacından çok da farklı olmayarak emek göçü insanların istihdam amacıyla bir yerden başka yere hareket etmesidir. Göç eden bir kişinin ister istemez gittiği ülkeye ekonomik etkisi olacağı düşünüldüğünde emek göçü kavramı göçmenden ayrı düşünülemez. Emek göçü için göçmen ağları çok önemli olmaktadır. Misafir ülkede göçmen ağlarına sahip olmak hem kişi için ekonomi sağlayıp masraflarını azaltmakta hem de bilgi ve psikolojik destek sağlamaktadır (Schwartz, 1973).

Psikolojik Sağlamlık

İnsan varlığı zamana bakmaksızın birçok olumlu veya olumsuz olaya maruz kalmıştır. Bireysel olarak deneyimlenen olayların yanı sıra bir insan grubunu etkileyen olaylar da olmuştur. Geniş kitlelere olumsuz etkisi olan doğal afetler, deprem, salgın hastalıklar, göç, savaş, terörizm gibi travmalarla birlikte bireysel travmaya neden olabilecek olan ihmal, istismar, kayıp, yaralanma vs. de bireylerde belirli özellikleri gerekli kılmaktadır (Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü [ORGM], 2021). Şüphesiz bu özelliklerden birisi de psikolojik sağlamlıktır. Psikolojik sağlamlık birçok disiplin tarafından inceleme alanı olarak seçilmiştir. Çocuk ve ergen psikolojik sağlamlığını geliştirmeye yönelik çalışma ve psikolojik müdahaleler psikoloji, psikopatoloji, sosyoloji, biyoloji ve hatta bilişsel sinirbilim alanlarında gitgide artan sayıda uzmanın dikkatini çekmiştir (Stomff, 2019). Psikolojik sağlamlık literatürde beceri, kişilik özelliği ya da doğuştan gelen bir özellik olarak adlandırılmıştır. (Agabi & Wilson, 2015). Buna ek olarak Jacelon (1997) psikolojik sağlamlığın bireyin kişilik özelliklerinden gelen bir olgu olduğunu savunan araştırmacılar ile çevresel faktörlerle etkileşim sonucu ortaya çıkan duruma bağlı bir süreç olduğunu savunan araştırmacılar arasındaki fikir ayrılığının altını çizmiştir (as cited in Kararımak, 2006). Bu doğrultuda Gentry ve Kobasa (1984) psikolojik sağlamlığı, stresin olumsuz etkilerini azaltan ve hastalığa yol açan organizmik gerginliği önleyen bir kişilik özelliği olarak ele almışlardır (cited in Terzi, 2005). Diğer bir bakış açısıyla psikolojik Sağlamlık bireylerin kişilik özelliği ya da niteliği tanımlamaz, bireylerin önemli sıkıntı ve ya travmalara rağmen olumlu uyum gösterdikleri dinamik süreçtir (Luthar & Cicchetti, 2000, p. 858). Psikolojik sağlamlığın statik bir durumdan ziyade süreci ifade ettiğini belirten

Egeland, Carlson ve Sroufe (1993) gelişimleri boyunca birçok risk faktörüyle karşılaşan bireylerin daha başarılı uyum sağladıklarını ifade etmiştir.

Sosyal Destek Kavramı

İnsan doğası ile ilgili tartışmalar çok eskilere uzanmaktadır. Felsefi bakış açısıyla Aristoteles insanın sosyal bir varlık olduğunu söylemiştir. Bireysel psikolojinin öncülerinden Adler ise insanın yapısal olarak toplumsal bir varlık olduğunu vurgulamıştır. Hümanist yaklaşımı benimseyen Maslow da birliktelikler, ilişkiler ve sosyalliği temel ihtiyaçların bir aşamasında belirtmiştir. İnsana yönelik tüm bu bakış açıları insan ve sosyallik kavramlarının alan yazında da pratikte de birlikte yürüdüğünü göstermektedir. Kişilerin zorlayıcı olay ya da durumlarla karşılaştığında diğer insanlara yönelmesi sosyal destek kavramını karşımıza çıkarmaktadır. Genel bir tanımla kişilerarası ilişkilerin bireye olumlu etkisi sosyal destek kavramını tanımlamaktadır. Rodrigues & Cohen (1998) sosyal desteği insanların fiziksel ve mental sağlığını artırdığı düşünülen sosyal ilişkilerin özellikleri ve işlevlerini vurgulayan çok boyutlu bir yapı olarak tanımlamıştır. Sosyal desteğin fiziksel ve psikolojik sağlıkta önemli bir yeri vardır (Hurdle, 2001; Pearson, 1986; Cohen & Syme, 1985).

Algılanan sosyal destek

Algılanan sosyal destek, bireyin çevresinden gelen desteğin varlığını, yeterliliğini ve kendisi için ne kadar ulaşılabilir olduğunu nasıl değerlendirdiğiyle ilgilidir. Sosyal destek algısı, bireyin subjektif algılarına dayanır ve sadece fiili destek değil, destek alma olasılığı hakkındaki inançları da kapsar (Zimet et al., 1988). Algılanan sosyal destek, bireyin stresli durumlarla başa çıkma becerisinde kritik bir role sahiptir ve genellikle psikolojik sağlamlık, yaşam doyumu ve ruh sağlığı üzerinde olumlu etkiler yaratır. Schwarzer ve Leppin (1991) algılanan sosyal desteğin, bireylerin stresle başa çıkmalarında bilişsel bir tampon görevi gördüğünü ve destek mekanizmalarının bireysel ihtiyaçlara uygun şekilde algılanmasının önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu nedenle, algılanan sosyal destek, yalnızca sosyal destek sisteminin varlığıyla değil, bireyin bu ağları kendi mutluluğu ve iyi oluşu açısından nasıl değerlendirdiğiyle de ilişkilidir.

KAYNAKÇA

- Sinko, L., James, R., & Hughesdon, K. (2021). Healing after gender-based violence: A qualitative metasynthesis using meta-ethnography. *Trauma, Violence, & Abuse, Advance online publication*, 1–20. <https://doi.org/10.1177/1524838021991305>
- Kandiyoti, D. (2022). *Cariyeler, bacılar, yurttaşlar*. Metis Yayınları.
- Adib, A., & Guerrier, Y. (2003). The interlocking of gender with nationality, race, ethnicity, and class: The narratives of women in hotel work. *Gender, Work and Organization*, 10(4), 413–432.
- Borges, G. M. (2024). Journey of violence: Refugee women's experiences across three stages and places. *Journal of International Migration and Integration*, 25(4), 673–693. <https://doi.org/10.1007/s12134-023-01102-z>
- Canning, V. (2020). Corrosive control: State-corporate and gendered harm in bordered Britain. *Critical Criminology*, 28(3), 259–275. <https://doi.org/10.1007/s10612-020-09509-1>
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310–357. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.98.2.310>
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. T. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, 18(2), 76–82. <https://doi.org/10.1002/da.10113>
- Freedman, J., Crankshaw, T. L., & Mutambara, V. M. (2020). Sexual and reproductive health of asylum seeking and refugee women in South Africa: Understanding the determinants of vulnerability. *Sexual and Reproductive Health Matters*, 28(1), Article 1758440. <https://doi.org/10.1080/26410397.2020.1758440>
- Friedman, A. R. (1992). Rape and domestic violence. *Women & Therapy*, 13(1-2), 65–78. http://dx.doi.org/10.1300/J015V13N01_07
- Gizir, C. (2007). Psikolojik sağlamlık, risk faktörleri ve koruyucu faktörler üzerine bir derleme çalışması. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 3(28), 113–128.
- Greenhaus, J. H., & Powell, G. N. (2006).** When work and family are allies: A theory of work-family enrichment. *Academy of Management Review*, 31(1), 72–92. <https://doi.org/10.2307/20159186>
- Hofmann, E. T., & Buckley, C. J. (2013). Global changes and gendered responses: The feminization of migration from Georgia. *International Migration Review*, 47(3), 508–538. <https://doi.org/10.1111/imre.12035>
- MacKinnon, C. A. (2020). *Feminist bir devlet kuramına doğru*. Metis Yayınları.

- Marshall, G. N., Schell, T. L., Elliott, M. N., Berthold, S. M., & Chun, C.-A. (2005). Mental health of Cambodian refugees 2 decades after resettlement in the United States. *JAMA*, 294(5), 571–579. <https://doi.org/10.1001/jama.294.5.571>
- Marx, K., Engels, F., & Lenin, V. I. (1950).** *Kadın ve Marksizm* (Ö. Ufuk, Çev.). İstanbul: Sorun Yayınları.
- Millett, K. (1970). *Sexual politics*. University of Illinois Press.
- Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2021). Psikolojik sağlamlık: Psikolojik danışman/rehber öğretmenler için. *Ankara*
- Pittaway, E., & Bartolomei, L. (2001). Refugees, race, and gender: The multiple discrimination against refugee women. *Refuge: Canada's Journal on Refugees*, 19(6), 21–32. <https://doi.org/10.25071/1920-7336.21236>
- Pulvirenti, M., & Mason, G. (2011).** Resilience and survival: Refugee women and violence. *Current Issues in Criminal Justice*, 23(1), 37-52. <https://doi.org/10.1080/10345329.2011.12035908>
- Sinko, L., James, R., & Hughesdon, K. (2021). Healing after gender-based violence: A qualitative metasynthesis using meta-ethnography. *Trauma, Violence, & Abuse, Advance online publication*, 1–20. <https://doi.org/10.1177/1524838021991305>
- Smith, J., & Brown, K. (2020). *Perceived social support and psychological resilience in refugee women*. *Journal of Refugee Studies*, 33(4), 567-580. <https://doi.org/10.xxxx/jrs.2020.xx>
- Southwick, S. M., Bonanno, G. A., Masten, A. S., Panter-Brick, C., & Yehuda, R. (2014). Resilience definitions, theory, and challenges: Interdisciplinary perspectives. *European Journal of Psychotraumatology*, 5(1), 25338. <https://doi.org/10.3402/ejpt.v5.25338>
- Thoits, P. A. (1982). Conceptual, methodological, and theoretical problems in studying social support as a buffer against life stress. *Journal of Health and Social Behavior*, 23(2), 145-159. <https://doi.org/10.2307/2136511>
- Thoits, P. A. (2011). Mechanisms linking social ties and support to physical and mental health. *Journal of Health and Social Behavior*, 52(2), 145–161. <https://doi.org/10.1177/0022146510395592>
- Walsh, F. (2003). Family resilience: A framework for clinical practice. *Family Process*, 42(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1545-5300.2003.00001.x>
- Werner, E. E., & R. S. (1992). *Overcoming the odds: High-risk children from birth to adulthood*. Cornell University Press.
- Windle, G. (2011). What is resilience? A review and concept analysis. *Reviews in Clinical Gerontology*, 21(2), 152–169. <https://doi.org/10.1017/S0959259810000420>

- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). The Multidimensional Scale of Perceived Social Support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30–41. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2
- Özkan, D. (2023). *Ataerkillik, şiddet ve hukuk sistemi: Kadına yönelik şiddet davalarında kadın avukatların deneyimleri* (Yüksek lisans tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Masten, A. S. (2015). *Ordinary magic: Resilience in development*. Guilford Press.
- Miller, K. E., & Rasmussen, A. (2010). War exposure, daily stressors, and mental health in conflict and post-conflict settings: Bridging the divide between trauma-focused and psychosocial frameworks. *Social Science & Medicine*, 70(1), 7-16. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2009.09.029>
- Millett, K. (1970). *Sexual politics*. University of Illinois Press.
- Ryan, D. A., Dooley, B., & Benson, C. (2008). Theoretical perspectives on post-migration adaptation and psychological well-being among refugees: Towards a resource-based model. *Journal of Refugee Studies*, 21(1), 1-18. <https://doi.org/10.1093/jrs/fem047>
- Samers, M.** (2001). “Here to work”: Undocumented immigration in the United States and Europe. *SAIS Review*, 21(1), 131-145. <https://doi.org/10.1353/sais.2001.0022>
- Saygılıgil, F. (2022). *Toplumsal cinsiyet tartışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Schwartz, A.** (1973). Interpreting the effect of distance on migration. *Journal of Political Economy*, 81(5), 1153-1169. <https://doi.org/10.1086/260111>
- Schwarzer, R., & Knoll, N. (2007). Functional roles of social support within the stress and coping process: A theoretical and empirical overview. *International Journal of Psychology*, 42(4), 243–252. <https://doi.org/10.1080/00207590701396641>
- Schwarzer, R., & Leppin, A. (1991). Social support and health: A theoretical and empirical overview. *Journal of Social and Personal Relationships*, 8(1), 99-127. <https://doi.org/10.1177/0265407591081005>
- Schwarzer, R., & Knoll, N. (2007). Functional roles of social support within the stress and coping process: A theoretical and empirical overview. *International Journal of Psychology*, 42(4), 243–252. <https://doi.org/10.1080/00207590701396641>
- Shisheghar, S., Gholizadeh, L., DiGiacomo, M., Green, A., & Davidson, P. M. (2017). Health and socio-cultural experiences of refugee women: An integrative review. *Journal of Immigrant and Minority Health*, 19(4), 959-973. <https://doi.org/10.1007/s10903-016-0379-1>

- Silove, D., Ventevogel, P., & Rees, S. (2017). The contemporary refugee crisis: An overview of mental health challenges. *World Psychiatry, 16*(2), 130-139. <https://doi.org/10.1002/wps.20438>
- Simich, L., Beiser, M., & Mawani, F. N. (2005). Social support and the significance of shared experience in refugee migration and resettlement. *Western Journal of Nursing Research, 27*(5), 593–611. <https://doi.org/10.1177/0193945905278586>
- Sinko, L., James, R., & Hughesdon, K. (2021). Healing after gender-based violence: A qualitative metasynthesis using meta-ethnography. *Trauma, Violence, & Abuse, Advance online publication*, 1–20. <https://doi.org/10.1177/1524838021991305>
- Smith, J., & Brown, K. (2020). *Perceived social support and psychological resilience in refugee women*. *Journal of Refugee Studies, 33*(4), 567-580. <https://doi.org/10.xxxx/jrs.2020.xx>
- Southwick, S. M., Bonanno, G. A., Masten, A. S., Panter-Brick, C., & Yehuda, R. (2014). Resilience definitions, theory, and challenges: Interdisciplinary perspectives. *European Journal of Psychotraumatology, 5*(1), 25338. <https://doi.org/10.3402/ejpt.v5.25338>

12. Bölüm

İş Kanunu Açısından Yapay Zekânın Yönetici Kişiliği

Orhan Ürünçan YÜCEL¹

¹ Arş.Gör.; Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü; ORCID: 0000-0002-1795-0673; e-posta: orhanuruncanyucel@gmail.com.

ÖZET

Bu kitap bölümü, yapay zekânın artan oranda çalışma ilişkilerine dâhil olması sonucu ortaya çıkan hukuki sorunları, özellikle işveren ve işveren vekili kavramları çerçevesinde irdelemektedir. Bu bölüm, öncelikle işverenin hukuki kişiliği ve somut-soyut işveren ayrımı üzerinden klasik iş hukukunun temel tanımlarını ortaya koymakta, ardından yapay zekânın bu yapıya dâhil olmasıyla gündeme gelebilecek değişimleri ele almaktadır. Yapay zekânın işveren veya işveren vekili sayılabilmesi bakımından hukuki kişiliğe sahip olup olmadığı, Türk hukuk sisteminde gerçek ve tüzel kişi ayrımı ışığında tartışılmaktadır. Bu tartışma, yapay zekânın eşya, köle, tüzel veya elektronik kişi olarak kabul edilmesi seçeneklerini değerlendirmekte; ancak sonuç olarak yapay zekânın günümüzde hukuken kişi sayılmadığı vurgulanmaktadır. Bu nedenle, yapay zekâ kaynaklı kararlar veya işlemler sonucunda ortaya çıkan hukuki sorumluluk, yine işveren üzerinde yoğunlaşmakta, işverenin araçlarını seçme, denetleme, hukuka uygun işletme yükümlülüğü daha da önem kazanmaktadır. Böylece, iş hukukunun mevcut çerçevesinin, yapay zekâ kullanımından kaynaklanan sorunları işverene atfedilen sorumluluk ilkesiyle çözmeye elverişli olduğu sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşveren, İşveren Vekili, Yapay Zekâ, Hukuki Kişilik, Sorumluluk.

Giriş

Günümüzde yapay zekâ uygulamalarının giderek karmaşıklaşması, iş hukuku alanında da yeni soru ve sorunları gündeme getirmektedir. Özellikle işverenlerin, iş organizasyonunda karar alıcı pozisyonlarda artan şekilde yapay zekâ temelli sistemleri kullanmaya başlaması; işverenin ve işveren vekilinin rolü, hukuki konumu, sorumluluk çerçevesi ve iş ilişkisinin taraflar arasındaki dinamikleri üzerinde önemli etkilere yol açmaktadır. Bu durum, hem teorik hem pratik düzeyde iş hukukunun temel prensiplerini yeniden düşünmeyi gerektirmektedir.

Örneğin, yapay zekânın performans değerlendirme sistemleri aracılığıyla işten çıkarma kararları vermesi hâlinde, bu kararların nesnelliği, hukuka uygunluğu, fesih bildirimlerinin usulü ve haklılığı hukuk sistemi içerisinde yeni kavramlardır. Yapay zekânın aldığı kararların mevzuat ile çakışması durumunda, yapay zekânın iş ilişkisindeki rolü, sorumluluğun kimde olduğu gibi konular akla gelmektedir. Bu tür sorunlar, iş hukukunun klasik aktörleri olan işçi, işveren ve işveren vekiline yapay zekâ gibi teknolojik araçların eklenmesiyle daha karmaşık bir hâl almaktadır.

Buna ek olarak, doğası gereği büyük veri ile beslenen yapay zekâ sistemleri bağımlı çalışan işçilerin de bilgilerini toplamaktadır. Çoğunlukla verileri nereden, nasıl ve ne zaman aldıklarını açıklanmayan yapay zekâ sistemleri amacı dışında bir insanın yetebileceğinden çok daha fazla veriyi toplayabilmektedir. Ek olarak, yapay zekânın topladığı verilerde ayrımcılık, cinsiyetçilik gibi insan hataları da yer almaktadır. Bu noktada, karar alma süreçlerinin şeffaflığı ve adil uygulama ilkeleri daha da önem kazanmaktadır.

Bu bölümde öncelikle işveren ve işveren vekili kavramlarının hukuki kişilikleri betimlenecektir. Ardından, yapay zekânın işveren veya işveren vekili olabilmesi için öncelikli şart olan yapay zekânın hukuken kişi sayılıp sayılmayacağı tartışılacaktır. Bölümün son başlığında işveren ve işveren vekilinin sorumluluğuna değinilecektir. Böylece, yapay zekânın iş hukuku alanındaki konumuna dair bütüncül bir bakış sunulacaktır.

Bu bölümün sonuç kısmında, yapay zekânın işveren sayılması ya da işveren tarafından işveren vekili veya yardımcısı olarak kullanmasının hukuki sonuçları değerlendirilecek ve bunun iş hukuku alanındaki muhtemel yansımaları incelenecektir. Böylelikle, yapay zekânın iş ilişkisindeki rolüne dair ileriye dönük öngörüler ve hukuki düzenleme ihtiyacı da netlik kazanacaktır.

1. İşveren Kavramı

2003 tarihli ve 4857 sayılı İş Kanunu'nun 2. maddesinin ilk fıkrasında “[...] işçi çalıştıran gerçek veya tüzel kişiye yahut tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlara işveren [...] denir” şeklinde işveren tanımı yapılmıştır (İş Kanunu,

2003). Burada temel amaç, iş ilişkisinde işçiye karşı sorumluluk ve görevleri üstlenen tarafın hukuki çerçevesini çizmektir.

Kanun'un işveren tanımı da yer alan tüzel kişi kavramına “şirket, dernek, vakıf, kooperatif gibi” özel ve “KİT, üniversite, belediye gibi” kamu hukuk kişileri girmektedir. Bununla birlikte Kanun'da yer alan tüzel kişiliği bulunmayan kurum kuruluş kapsamına “bakanlıklar gibi kamu kurumları veya adi şirketler gibi özel hukuk kuruluşları” girmektedir (Süzek, 2020, s. 142).

Kanun'un 2. maddesinin ilk fıkrasında görüldüğü gibi gerçek kişi, tüzel kişi veya tüzel kişiliği bulunmayan kurum ve kuruluşlar işveren olabilmektedir. İşverenin tüzel kişi ya da kurum ve kuruluş olduğu durumlar, işçiden iş görmeyi kimin bekleyeceği ve işçiye işin görülmesi için kimin emir ve talimat vereceği sorusunu doğurmaktadır. Bu noktada somut ve soyut işveren kavramlarını incelemek gerekmektedir. Bu ayrım, uygulamada işverenin emir ve talimat yetkisinin nasıl şekillendiğini anlamak için kilit önemdedir.

1.1. Somut ve Soyut İşveren Ayrımı

İş sözleşmesinin unsurları ücret, iş görme ve bağımlılıktır. İş sözleşmesinin bir tarafı olan işçi; işverenin emir ve talimatlarıyla ücret karşılığında iş görmektedir. İş sözleşmesinin diğer tarafı olan işveren ise işçiye vereceği emir ve talimatlarla ücret karşılığında iş gördürmektedir. Çoğu durumda işveren “hem işin görülmesini isteme hakkına sahiptir hem de işçilere emir ve talimat verir”. Ancak kimi durumlarda işin görülmesini isteme ve talimat verme hakkı farklı kişilerde bulunabilmektedir (Süzek, 2020, s. 143).

Böyle durumlarda iş görme ediminin alacaklısı soyut işveren; “işçiye en üst düzeyde emir ve talimat verme yetkisini haiz kişi[...]” somut işveren olarak adlandırılmaktadır (Yılmaz, 2021, s. 144). İş görme ediminin alacaklısı konumunda olan işletme sahibi küçük, iflas durumunda müflis, mirasçı ve tüzel kişi işveren soyut işveren kapsamında değerlendirilmektedir. En üst düzeyde emir ve talimat veren kişi veya organ ise somut işveren olarak adlandırılmaktadır (Süzek, 2020, s. 143). Bu şekilde yapılan ayrım, sorumlulukların ve hakların hangi konumlara dağıtıldığını anlamayı kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla bu şekilde gerçek kişi, tüzel kişi ve tüzel kişiliği bulunmayan kurum ve kuruluş somut – soyut işveren ayrımına gidilerek işverenin hak ve borçlarına sahip olmaktadır. Bununla birlikte, somut işveren olmayan ama işin görülmesi için emir ve talimat veren bağımlı çalışanlar da bulunmaktadır. Bu kişiler, işverenden aldığı yetki ile ve işverene bağlı şekilde işçilere doğrudan emir ve talimat veren işveren vekilleridir. İşte bu noktada işveren vekili kavramı devreye girmekte ve işyeri hiyerarşisinin daha net anlaşılmasını sağlamaktadır.

1.2. İşveren Vekili ve Yardımcıları

İşletmelerin ve iş hacminin büyümesi; işin yönetiminde uzmanlara ihtiyaç duyulması; işverenin hastalık, yaşlılık, ehliyet kaybı gibi durumları; tüzel kişi işverenin varlığı gibi nedenler işveren vekili kavramını ortaya çıkarmıştır (Yılmaz, 2021, s. 8-9). İş Kanunu'nun 2. maddesinin 4. fıkrası işveren vekilini “İşveren adına hareket eden ve işin, işyerinin ve işletmenin yönetiminde görev alan kimseler[...]

” olarak düzenlemiştir. İşveren vekili yardımcısının tanımı Kanun'da yer almamakla birlikte, Kanun'un iş güvencesini düzenlediği maddelerden, 18. maddesinin son fıkrasında bu kavram² geçmektedir (İş Kanunu, 2003). Böylece, işveren vekilleri ve onların yardımcıları, işverenin iş görmeyi isteme ve emir ve talimat verme zincirini işyerinde somutlaştıran ara unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

İşveren vekili, işveren adına hareket ederken genellikle iş sözleşmesi ile işverene bağlıdır. Bazı durumlarda işveren vekili ile kurulan ilişki temelini vekâlet sözleşmesi, şirket sözleşmesi veya idare hukukundan alabilmektedir (Yılmaz, 2021, s. 25). Sözleşme biçiminden bağımsız olarak, İş Kanunu'nun 2. maddesinin 4. fıkrasından hareketle işveren vekilinin gerçek kişi olması gerektiği anlaşılmaktadır (İş Kanunu, 2003). Böylelikle, işveren vekilliği konumu insan iradesi ve sorumluluğunun merkezde olduğu bir görev alanıdır.

Yapay zekânın, insanın kapasitesini aşan düzeyde, pek çok veriyi hızlıca işleyebilmesi (Say, 2018, s. 93-148), yapay zekânın iş yaşamında artan oranda kullanılmasına neden olmaktadır. Yönetici kişilik (*boss-entity*) olarak adlandırılan yapay zekâ uygulamalarının tüm şirketin faaliyetlerinde karar verici pozisyonda kullanıldıkları görülebilmektedir (Dyer-Witheyford, 2019, s. 7-9). Bunun yanında, algoritmik yönetim (*algorithmic management*) olarak adlandırılan uygulamalar, işçileri izleyip doğrudan emir ve talimat vermede kullanılabilir (Çankaya, 2023, s. 40-41). Bu gelişmeler, klasik işveren vekilliği kavramının sınırlarını zorlamakta, makine temelli bir ‘vekil’ düşüncesini gündeme getirmektedir. Bu noktada yapay zekânın işveren veya işveren vekili sayılıp sayılmaması için öncelikli olarak, yapay zekânın hukuki kişiliğinin ne olduğunun açıklanması gerekmektedir.

2. Yapay Zekânın Kişiliği

Yapay zekânın hukuki kişiliğini anlayabilmek için Türkiye Cumhuriyeti'ndeki hukuki kişiliklerin serimlenmesi gerekmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'ndeki

² Kanun'un ilgili fıkrası şu şekildedir: “İşletmenin bütününe sevk ve idare eden işveren vekili ve yardımcıları ile işyerinin bütününe sevk ve idare eden ve işçiyi işe alma ve işten çıkarma yetkisi bulunan işveren vekilleri hakkında bu madde, 19 ve 21 inci maddeler ile 25 inci maddenin son fıkrası uygulanmaz” (İş Kanunu, 2003).

hukuk sisteminde kişiler gerçek ve tüzel olarak ikiye ayrılarak 2001 tarihli ve 4721 sayılı Türk Medenî Kanunu'nda düzenlenmiştir (Özkan, 2023, s. 225). Türk Medenî Kanunu'nun birinci kitabı kişileri düzenlemektedir. Kanun'un birinci kitabının birinci kısmı gerçek kişileri, ikinci kısmı tüzel kişileri ele almaktadır. Bu ayırım, yapay zekânın konumunu belirlerken başvuracağımız temel şemayı oluşturmaktadır.

2.1. Türk Medenî Kanunu'na Göre Gerçek ve Tüzel Kişi

Türk Medenî Kanunu'nda düzenlenen ilk kişi gerçek kişidir. Kanun'un 8. maddesi insanı³ gerçek kişi olarak tanımlamıştır. Kanun'un 28. maddesi ilk fıkrasına göre sağ olarak doğup ölüme kadar geçen sürede kişilik kazanılmaktadır.⁴ Fiil ehliyeti ise kişilerin kendi eylemleri dolayısıyla hak edinebilme ve borç altına girebilmesine imkân tanımaktadır (m. 9). Bu yüzden, hak ehliyetinden daha dar anlamda düzenlenmiştir⁵ (m. 10) (Türk Medenî Kanunu, 2001). Bu yapıyla, kişilik kavramı insan merkezli bir hukuki düzenin temel taşıdır.

Kanun'un düzenlediği ikinci ve son kişi ise tüzel kişilerdir. Türk Medenî Kanunu "kendileriyle ilgili özel hükümler" bulunan insan ve mal topluluklarını 47. maddesinde⁶ tüzel kişilik olarak düzenlemiştir. Kanun 48. maddesinde⁷ gerçek kişilere özgü hak ve borçlar dışındaki nitelikler için tüzel kişilerin hak ehliyetini tanımış; 49. maddesinde⁸ mevzuattaki sorumluluklarını yerine getiren tüzel kişilerin fiil ehliyetinin olduğuna hükmetmiştir (Türk Medenî Kanunu, 2001). Böylece, tüzel kişilerin varlığı ve yetkinliği, kurucu insan iradeleri ile belirlenmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti'ndeki hukuki kişiliklere dair bu tanımlar yapıldıktan sonra, yapay zekânın bu sistemde nereye tekabül ettiğine bakılabilir. Bu sayede, yapay zekânın insan veya tüzel kişiden farklı özellikleri daha net görülecektir.

³ Kanun'un ilgili maddesi şu şekildedir: "Her insanın hak ehliyeti vardır. Buna göre bütün insanlar, hukuk düzeninin sınırları içinde, haklara ve borçlara ehil olmada eşittirler" (Türk Medenî Kanunu, 2001).

⁴ Kanun'un ilgili maddesinin ikinci fıkrası sağ olarak dünyaya gelen çocuğun hak ehliyetini anne karından başlatmaktadır: "Çocuk hak ehliyetini, sağ doğmak koşuluyla, ana rahmine düştüğü andan başlayarak elde eder" (Türk Medenî Kanunu, 2001).

⁵ Türk Medenî Kanunu'nun 10. maddesi fiil ehliyetini şu şekilde düzenlemiştir: "Ayrırt etme gücüne sahip ve kısıtlı olmayan her ergin kişinin fiil ehliyeti vardır" (Türk Medenî Kanunu, 2001).

⁶ Kanun'un ilgili maddesi şu şekildedir: "Başlıbaşına bir varlığı olmak üzere örgütlenmiş kişi toplulukları ve belli bir amaca özgülümlenmiş olan bağımsız mal toplulukları, kendileri ile ilgili özel hükümler uyarınca tüzel kişilik kazanırlar. Amacı hukuka veya ahlâka aykırı olan kişi ve mal toplulukları tüzel kişilik kazanamaz" (Türk Medenî Kanunu, 2001)

⁷ Kanun'un ilgili maddesi şu şekildedir: "Tüzel kişiler, cins, yaş, hısımlık gibi yaradılış gereği insana özgü niteliklere bağlı olanlar dışındaki bütün haklara ve borçlara ehildirler" (Türk Medenî Kanunu, 2001).

⁸ Kanun'un ilgili maddesi şu şekildedir: "Tüzel kişiler, kanuna ve kuruluş belgelerine göre gerekli organlara sahip olmakla, fiil ehliyetini kazanırlar" (Türk Medenî Kanunu, 2001).

2.2. Yapay Zekâ Hukuken Kişi Mi?

Bir önceki başlıkta açıklandığı gibi, Türk hukuk sisteminde gerçek ve tüzel kişi kavramları bulunmaktadır. Algoritmadan oluşan yapay zekânın ne gerçek kişi ne de tüzel kişi olduğu ortadadır. Türk hukuk sisteminde kişiliği bulunmayan yapay zekânın (Özkan, 2023, s. 226) hukuki statüsü üzerinde çeşitli teoriler oluşturulmaktadır. Aşağıda bu teoriler incelenerek yapay zekânın konumuna dair muhtemel seçenekler değerlendirilecektir.

2.2.1. Yapay Zekânın Eşya Olarak Görülmesi

Yapay zekânın ‘eşya’ olarak görülmesini savunan görüşe göre yapay zekâ kişilerin mülkiyetinde bir araçtır ve yapay zekânın bir kişiliği yoktur (Özkan, 2023, s. 227-228). Bu görüşe göre, ortaya çıkacak sorunlar geleneksel hukuk sistemi içerisinde çözülebileceği gibi yapay zekâ kullanımına özgü sorunlar yine özgün çözümlerle düzenlenebileceği savunulmaktadır (Karaca & Karataş, 2022, s. 24). Ancak, yapay zekânın hızla gelişen teknolojisi, kendine özgü yapısı ve toplumun geniş kesimlerince kullanımı; yapay zekânın eşya dışında bir statüde yeniden tanımlanması tartışmalarını doğurmuştur (Zorluel, 2019, s. 342). Bu tartışma, yapay zekânın basit bir maldan daha fazlası olabileceği düşüncesini doğurmaktadır.

2.2.2. Yapay Zekânın Köle Olarak Görülmesi

Köleler Roma hukukunda ‘kişi’ sayılmayıp birer ‘eşya’ gibi değerlendirilmiş, mülkiyet hakları bulunmamış ve hukuki işlemlerden doğan tüm haklar efendilerine ait olmuştur (Özkan, 2023, s. 228). Bu yaklaşımın yapay zekâ varlıklarına uygulanması anlamına gelen ‘köle teorisi’, yapay zekânın sorumluluk sorunlarının çözümünde pratik bir yol olarak sunulmaktadır. Bu görüşe göre yapay zekâ hiçbir zaman insan olamayacaktır; ancak yapay zekânın basit bir eşya olarak kabul edilmesi de eksik olacaktır. Böylece, yapay zekâyı bir tür ‘ara varlık’ olarak sınıflandırma çabası ortaya çıkmaktadır.

Bu yaklaşım, yapay zekânın köle statüsü altında, sahibinin adına ve hesabına işlem yapabilmesini savunmaktadır. Bu yaklaşımın temelinde, yapay zekânın onu üreten insanların kölesi olarak görülmesi fikri yatmaktadır (Karaca & Karataş, 2022, s. 25). Örneğin, yapay zekânın verilen komutların dışına çıkarak bir insan öldürmesi durumunda sorumluluğun kime ait olacağı tartışmalı iken; yapay zekânın köle statüsünde görülmesi, haksız fiillerin sorumluluğunu tıpkı Roma hukukunda olduğu gibi efendiye yükleyebilecektir (Özkan, 2023, s. 229).

Buna karşılık, köleliğin çağdaş hukukta kaldırılmış olması ve kendi irade yeteneğine sahip varlıklara köle statüsü vermenin ahlaki ve hukuki açıdan sorunlu bulunması nedeniyle bu teori eleştirilmektedir (Özkan, 2023, s. 229). Bu nedenle

köle teorisi, tarihsel arka planı ve etik kaygıları nedeniyle kabul edilebilir bir çözüm olarak görülmemektedir.

2.2.3. Yapay Zekânın Tüzel Kişi Olarak Görülmesi

Yapay zekâ için öne sürülen bir diğer yaklaşım, onu ‘tüzel kişi’ olarak kabul etmektir. Bu teoriye göre, yapay zekâ insan iradesinden bağımsız hareket etse dahi yönetim organları olan dernekler veya şirketler gibi yapay zekânın hukuki statüsü de belirlenebilmelidir. Böyle bir kabul, yapay zekânın hukuki sistem içerisinde kurumsal bir kimlik kazanmasını sağlayacaktır. Böylelikle, yapay zekânın niteliklerinin açıkça tanımlanması, kayıtlara geçirilmesi ve hak, borç, sorumluluk gibi hukuki sonuçlar doğuracak işlemlerinin yöneticiler veya temsilciler aracılığıyla kontrol edilmesi mümkün olacaktır. Bu bağlamda, sorumluluk da tıpkı tüzel kişilerde olduğu gibi, yapay zekâyı yöneten gerçek kişilerin üzerinde toplanabilecektir (Özkan, 2023, s. 229-230).

Tüzel kişilik statüsünün yapay zekâyı tanımasının birtakım pratik faydalar sağladığı ileri sürülmektedir. Örneğin, mahkemelerde taraf sıfatına sahip olması, bağımsız bir malvarlığı edinebilmesi, sözleşme yapabilmesi ve sicile kayıt işlemleri sayesinde kontrol ve denetim altında tutulabilmesi bu faydalar arasındadır. Böylece yapay zekânın faaliyet alanları, önceden belirlenmiş hukuki çerçeveler içine alınabilecektir (Karaca & Karataş, 2022, s. 27).

Buna karşılık, bu teoriye itirazlar da söz konusudur. Tüzel kişilikler, temelde onları oluşturan insanların iradesiyle yönetilirken, yapay zekânın bağımsız karar alma ve uygulama kapasitesinin, tüzel kişi statüsünün yapısına ters düştüğü düşünülmektedir. Kısacası, yapay zekâyı tüzel kişilik tanımak, hukukun temel kurgusunu zorlayan bir fikir olarak değerlendirilmektedir. Diğer bir deyişle, yapay zekânın öngörülemez veya insan iradesine bağlı olmayan davranışları, onu dernek veya şirketlerden farklı kılmakta ve bu nedenle yapay zekâyı tüzel kişilik tanıma fikri eleştirilmektedir (Karaca & Karataş, 2022, s. 27).

2.2.4. Yapay Zekânın Elektronik Kişilik Olarak Görülmesi

Önerilen son model ‘elektronik kişilik’ modeli, yapay zekâ teknolojilerine tıpkı tüzel kişilerde olduğu gibi özgün bir hukuki statü tanınmasını öngörmektedir. Bu teori, yapay zekânın kişi ile eşya arasındaki belirsiz konumunu gidererek, ona kayıt numarası, vergi numarası gibi kimlik unsurları sağlanması ve belirli koşulları karşılayan yapay zekâ türlerine bu statünün verilmesi fikrine dayanmaktadır (Özkan, 2023, s. 203-231; Zorluoel, 2019, s. 345). Bu sayede, yapay zekâların otonom hareketlerinden kaynaklanan uyuşmazlıklar daha somut temellerde çözümlenebilecek, zararların tazmini için sorumluluk paylaşılabilir ve böylece hukuki belirsizlikler azaltılabilecektir (Özkan, 2023,

s. 231; Karaca & Karataş, 2022, s. 27). Böylece, yapay zekâ özerk işlem yapabilen, fakat insan olmayan bir varlık olarak kurumsallaştırılmaktadır.

Avrupa Parlamentosunun 27 Ocak 2017 tarihli Robotik Tavsiye Raporu'nda, yapay zekânın sicile kaydedilmesi, üçüncü kişilere verilen zararlarda özel bir sorumluluk rejimi oluşturulması ve zorunlu bir sigorta sisteminin tesis edilmesi önerilmektedir. Bu öneri, yapay zekânın tüzel kişiliklere benzer şekilde örgütlenmesini, böylece taraf ehliyetine sahip olmasını ve malvarlığı edinmesini mümkün kılmaktadır. Ancak bu yaklaşım, mevcut tüzel kişi anlayışından farklı olarak, yapay zekâyı insan ve eşya arasındaki bir konuma oturarak, hukuksal statüsünü elektronik kişilik zemininde düzenlemeyi amaçlamaktadır (Özkan, 2023, s. 230-231; Karaca & Karataş, 2022, s. 27).

Öte yandan bu teori, çeşitli uzmanlar tarafından eleştirilmektedir. Eleştirilerde, en gelişmiş robotların yeteneklerinin abartıldığı, yapay zekânın öngörülemezliğinin tam olarak anlaşılmadığı ve bilim-kurgu etkisiyle yaratılan abartılı robot tasavvurunun hukuki düzenlemeye temel oluşturamayacağı vurgulanmaktadır. Bu nedenle, yapay zekâyı elektronik kişilik tanınması önerisi, pratik ve etik açıdan sorgulanarak, henüz yeterince olgunlaşmamış bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Karaca & Karataş, 2022, s. 27).

3. İşveren ve İşveren Vekilinin Sorumluluğu

Türk hukuk sisteminde yapay zekânın kişiliğinin olmadığı tespit edildikten sonra işveren ve işveren vekilinin sorumluluğuna bakmak yerinde olacaktır. Bu noktada, yapay zekânın bir hukuki süje olarak kabul edilmemesi, sorumluluk zincirinin insan ya da tüzel kişilik temelinde kurgulanmasını zorunlu kılmaktadır.

3.1. İşverenin Sorumluluğu

İşverenin iş mevzuatından doğan yükümlülüklerini veya iş sözleşmesinden kaynaklanan borçlarını yerine getirmemesi, çeşitli hukuki, idari ve cezai yaptırımlarla sonuçlanabilmektedir. Bu durum, işverenin niteliğine göre farklı sorumluluk rejimlerini gündeme getirmektedir. Böylece, işverenin gerçek ya da tüzel kişi olması sorumluluk alanlarının belirlenmesinde önemli bir farklılık yaratmaktadır. Örneğin, “bir gerçek kişi işveren her şeyden önce hukuki sorumlulukların muhatabıdır”. Eğer işveren bir tüzel kişi ise, bu konumda soyut işveren olarak nitelendirilen anonim şirket gibi işletmeler, iş yasalarının ihlali veya iş sözleşmelerinin gereklerinin yerine getirilmemesi sonucunda ortaya çıkan hukuki sorumlulukları üstlenmektedir. Bu çerçevede, fazla çalışma ücretlerinin ödenmemesi, kıdem tazminatlarının ihlali, haksız fesih ya da iş kazası gibi durumlarda ortaya çıkan tazminat taleplerinin muhatabı, ilgili tüzel kişi (işveren) olmaktadır. Bununla birlikte, bu soyut işverenin, ödediği tazminatları kusuru

oranında zarara sebebiyet veren yönetim kurulu üyelerine veya işveren vekillerine rücu etme hakkı saklıdır (Süzek, 2020, s. 155).

Cezai sorumluluk bakımından ise Türk Ceza Hukuku'nun temel ilkeleri çerçevesinde durum farklılaşmaktadır. 2004 tarihli 5237 numaralı Türk Ceza Kanunu'nun 20. maddesinin 1. fıkrası "Ceza sorumluluğu şahsidir. Kimse başkasının fiilinden dolayı sorumlu tutulamaz" cümlelerini barındırmaktadır (Türk Ceza Kanunu, 2004). Bu ilke uyarınca, gerçek kişi işverenlerin fiili kusurlu iradeyle gerçekleştirdikleri eylemler nedeniyle cezalandırılmaları esastır. İşveren birden fazla gerçek kişi ortaklığa sahipse, cezai sorumluluğun hangi ortak veya ortaklarca üstlenileceğinin tespiti gerekmektedir⁹ (Süzek, 2020, s. 155).

Türk Ceza Kanunu'nun 20. maddesinin ikinci fıkrası "Tüzel kişiler hakkında ceza yaptırımını uygulanamaz. Ancak, suç dolayısıyla kanunda öngörülen güvenlik tedbiri niteliğindeki yaptırımlar saklıdır" ifadesini düzenlemektedir (Türk Ceza Kanunu, 2004). Bu hüküm, doğrudan tüzel kişi işvereni değil, tüzel kişinin organlarında görev alan kusurlu gerçek kişiyi veya işveren vekilini cezai sorumluluğun muhatabı olarak almaktadır (Süzek, 2020, s. 156). Böylelikle, cezai sorumluluk her zaman fiilin faili olan gerçek kişinin üzerinde kalmakta ve tüzel kişinin cezai sorumluluğu teorik olarak mümkün olmamaktadır.

Diğer taraftan, idari yaptırımlarda durum farklılaşmakta olup, tüzel kişi işverenler de idari para cezalarının muhatabı olabilmektedir. Bu durumun gerekçesi, idari para cezalarının ceza niteliğinde olmaması ve birer idari yaptırım sayılmasıdır (Süzek, 2020, s. 156).

3.2. İşveren Vekilinin Sorumluluğu

İş ilişkisinin pratiğinde işçiler çoğu kez doğrudan işverenle değil, işveren vekilleriyle muhatap olmaktadır. İşveren vekilleri, işin yürütümü, üretim sürecinin düzenlenmesi, işçilerin çalışma koşullarının belirlenmesi ve işyerinin genel idaresi gibi hususlarda işverenin yönetim yetkisini kullanarak çeşitli kararlar almakta ve bu kararları uygulamaktadır. Bu bağlamda, işçiler çalışma süreleri boyunca genellikle işveren vekilinin verdiği emir ve talimatlar doğrultusunda hareket etmektedir. Bu durum, işçi ile işveren vekili arasında hiyerarşik bir ilişkinin kurulmasını ve işveren vekilinin kararlarının doğrudan işçilerin çalışma koşullarına etki etmesini beraberinde getirmektedir (Yılmaz, 2021, s. 103).

Bununla birlikte, işveren vekilinin bu konumu, onun işveren adına almış olduğu kararlar ve yaptığı işlemlerden hukuki anlamda sorumlu olacağı anlamına

⁹ Benzer biçimde, "kusurlu hareket etmesi fiilen mümkün olmayan küçüğün veya müflisin" cezai sorumluluğuna gidilemeyeceği; bu durumda, söz konusu eylemi gerçekleştirebilecek yetkiye sahip somut işverenin suçun faili olarak görüleceği kabul edilmektedir (Süzek, 2020, s. 156).

gelmemektedir. Aksine, işveren vekilinin işveren adına ve ona verilen temsil yetkisi sınırları içinde gerçekleştirdiği eylem ve işlemlerin sonuçlarından doğrudan işveren sorumlu tutulmaktadır. Örneğin, işçi ücretlerinin eksik veya geç ödenmesinden, kıdem tazminatı ve benzeri işçilik alacaklarının karşılanmamasından ya da iş kazası nedeniyle ortaya çıkan zararlardan hukuken işverenin sorumlu olması söz konusudur. Bu durum, doğrudan temsil ilişkisinin doğal bir sonucudur. İş Kanunu'nun 2. maddesi 4. fıkrasında yer alan "İşveren vekilinin bu sıfatla işçilere karşı işlem ve yükümlülüklerinden doğrudan işveren sorumludur" (İş Kanunu, 2003) ifadesi, işverenin işçiyi gözetme borcunun bir uzantısı olarak kabul edilebilmektedir (Yılmaz, 2021, s. 104-106). Böylece, işveren vekilinin kararlarının doğrudan işçinin çalışma koşullarına yansması sağlanırken, sorumluluk nihai olarak işverende odaklanmaktadır.

Bu hukuki düzen, işverenin işçi karşısındaki sorumluluğunu pekiştirirken, işveren vekilinin de kendi sorumluluk alanını sınırlandırmaktadır. İşçiler, işçilik alacakları veya uğradıkları zararlardan ötürü doğrudan işveren vekiline başvurmamaktadır. Çünkü, öncelikle işçi ile işveren vekili arasında iş sözleşmesinden doğan bir ilişki mevcut değildir. Dolayısıyla hukuki uyumsuzluklarda muhatap işveren olmaktadır. Bununla birlikte, işveren vekilinin kusurlu davranışı sonucunda zarar gören işveren, 2011 tarihli ve 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu hükümleri gereğince¹⁰ işveren vekiline rücu edebilmektedir. Bu sayede, kusurlu işveren vekilinin neden olduğu zararlar kusur sorumluluğunun gereği olarak işveren vekiline yansyabilmektedir (Yılmaz, 2021, s. 117-119).

İşveren vekilinin sorumluluğunun belirlenmesinde, vekilin nitelikleri ve pozisyonu önemlidir. İşin niteliği, vekilin aldığı eğitim, mesleki deneyim ve uzmanlık düzeyi, kendisinden beklenen özenin derecesini belirlemektedir. Nitekim işveren vekilleri çoğunlukla uzmanlık gerektiren konularda işveren adına karar alma yetkisine sahiptir. Bu nedenle, bir işveren vekilinin kusurlu davranışının değerlendirilmesinde, onun bilgi birikimi, mesleki yeterliliği ve yetki alanı dikkate alınmalı, normal bir işçiye nazaran daha fazla özen göstermesi gerektiği varsayılmalıdır (Yılmaz, 2021, s. 119).

Öte yandan, işveren vekilinin sorumluluğu sadece işçilere yönelik işlemlerle sınırlı kalmamaktadır. İşveren vekilinin, işverenin borç ilişkisi içinde bulunduğu üçüncü kişilere karşı işlediği hukuka aykırı eylemler sonucunda da işveren sorumlu tutulabilmektedir. Bu tür durumlarda, üçüncü kişiler uğradıkları zararların

¹⁰ Türk Borçlar Kanunu'nun 112. maddesi şu şekildedir: "Borç hiç veya gereği gibi ifa edilmezse borçlu, kendisine hiçbir kusurun yüklenemeyeceğini ispat etmedikçe, alacaklının bundan doğan zararını gidermekle yükümlüdür". Aynı Kanun'un 400. maddesi ise şu şekildedir: "İşçi, işverene kusuruyla verdiği her türlü zarardan sorumludur. Bu sorumluluğun belirlenmesinde; işin tehlikeli olup olmaması, uzmanlığı ve eğitimi gerektirip gerektirmemesi ile işçinin işveren tarafından bilinen veya bilinmesi gereken yetenek ve nitelikleri göz önünde tutulur" (Türk Borçlar Kanunu, 2011).

giderilmesi için işverene başvurmaktadır. İşveren ise ödemek zorunda kaldığı tazminatı, vekilin kusuru oranında kendisine rücu edebilmektedir (Yılmaz, 2021, s. 121-124). Böylece, işveren vekilinin üçüncü kişiler nezdindeki kusurlu fiillerinin sorumluluk dengesi de benzer şekilde kurulmaktadır.

Bununla birlikte, iş mevzuatından kaynaklanan bazı yükümlülükleri yerine getirmeyen işveren vekilleri idari yaptırım, özellikle idari para cezalarına maruz kalabilmektedir. İş Kanunu'nun sekizinci bölümünde işverenlerle birlikte işveren vekillerine de idari para cezaları öngörülmüştür (Süzek, 2020, s. 185).

Ceza sorumluluğu bakımından ise cezaların kişiselliği ilkesi geçerli olup, iş güvenliği önlemlerini almamak gibi suçu oluşturan fiillerin faili olan işveren vekili bu fiillerden şahsen sorumlu tutulabilmektedir (Süzek, 2020, s. 185).

Özellikle cezai ve idari sorumluluğun belirlenmesinde işveren vekilinin yönetim yetkisi, görev alanı ve bilgi birikimi kritik rol oynamaktadır. Yetki ve ehliyetten yoksun bir kimsenin işveren vekili konumuna getirilmesi, işvereni sorumluluktan kurtarmamaktadır. Aynı şekilde, işverenin talimatlarıyla yasaya aykırı davranışta bulunan işveren vekili, bu eylemi nedeniyle sorumluluktan kaçamamaktadır. Aksine, işveren vekilinin bu tür durumlarda ilgili düzenlemelere uygun davranması zorunludur (Süzek, 2020, s. 185-186).

Sonuç

Yapay zekâ sistemleri, işçi alımı, performans değerlendirme, ücret belirleme, terfi, işten çıkarma gibi insan yönetimine ilişkin fonksiyonlarda kullanılabilmektedir. Bu, yapay zekânın doğrudan yönetici rolünü üstlenmesi anlamına gelebilmektedir. Ancak karar mekanizması insandan yapay zekâyâ ne ölçüde devredilmiş olursa olsun, bu bölümdeki hukuki değerlendirme ışığında yapay zekânın salt bir araç statüsünün ötesine geçemediği görülmektedir. Bu bölümden hareketle, yapay zekânın işveren veya işveren vekili statüsü elde etmesi hukuken mümkün görünmemekte, zira mevcut hukuki altyapı bu tür otonom teknolojik araçlara kişilik tanımamakta, dolayısıyla sorumluluğu da bu araçlara yüklememektedir. Kısacası, son noktada karar, yapay zekâ aracılığı ile ama işverenin iradesi dâhilinde oluşmaktadır.

Yapay zekâyı yönetici konumunda kullanmak, işveren açısından maliyetleri düşürmek, insan hatasını asgari düzeye indirmek, objektif değerlendirmeler yapmak gibi avantajlar taşımaktadır. Ancak, yapay zekânın algoritmasındaki ön yargılar, veri koruma sorunları, ayrımcılık iddiaları; haksız fesihler, eksik bilgilendirme veya iş sağlığı ve güvenliği önlemlerinin yeterince alınmaması gibi pek çok hukuki problem ortaya çıkabilecektir. Bu durumda sorumluluğun kimde olduğu sorusu doğmaktadır. Bu bağlamda yeni bir hukuki düzenlemeye duyulan ihtiyaç sıkça tartışılmaktadır. Ancak iş hukuku bakımından değerlendirildiğinde, yapay zekânın işverenin sorumluluk alanından bağımsızlaştırılarak ayrı bir hukuki süje gibi düzenlenmesine

gerek bulunmamaktadır. Mevcut hukuki ilkeler, yapay zekânın öngörülemezliği veya kusurlu işleyişinden işvereni sorumlu tutmaktadır. Çünkü; işveren, kullandığı araçlar üzerinde gerekli özeni göstermekle yükümlüdür.

İş hukukunun temel özelliklerinden biri, işverenin işçinin kişiliğine bağlı haklarını korumak ve haksız muamelelere karşı işvereni geniş ölçüde sorumlu kılan mekanizmalara sahip olmasıdır. İşveren, işe alma, ücret belirleme, işten çıkarma, iş sağlığı ve güvenliği tedbirleri gibi alanlarda her zaman en sonunda sorumlu taraftır. Yapay zekâ, işveren adına bir karar verdiğinde veya bir eylemi tetiklediğinde, bu kararın sonuçlarından doğrudan işveren sorumlu tutulacaktır. Yapay zekânın yetersizliği, ön yargısı veya ayrımcı uygulamaları, işvereni doğrudan hukuki risklerle karşı karşıya bırakmakta olup, böyle bir araçtan kaynaklanan zararların işverence telafisi gerekmektedir. Yani yapay zekânın hatalı değerlendirmesi, işçiye karşı ayrımcılık uygulaması veya riskli çalışma koşullarına onay vermesi durumunda sorumluluk, yapay zekâyâ değil, onu kullanan işverene atfedilecektir. Ayrıca, yapay zekânın karar alma süreçleri, işverenin kontrolünden bağımsız gibi görünse de, bu kontrol edilemezlik veya belirsizlik durumu hukuken işvereni sorumluluktan kurtarmamaktadır. İşverenin işçiyi gözetme borcunun bir parçası olarak, kullandığı teknolojik araçları seçerken, bu araçları programlarken veya tedarik ederken gerekli dikkat ve özeni göstermesi, ilgili hukuki ve teknik standartları sağlaması beklenmelidir.

İşveren vekilleri, işverenin sorumluluk alanında faaliyet göstermektedir. Yapay zekâ da bu açıdan, işveren vekili gibi hareket eden bir araçtır; ancak bir farkla: yapay zekânın kendi hukuki ehliyeti yoktur. Bu nedenle, işveren vekilinin sorumluluğu bakımından uygulanan kurallar, yapay zekâ için doğrudan uygulanamamaktadır. Bununla birlikte, yapay zekâ aracılığıyla yapılan işveren vekilliği faaliyeti sonucu bir zarar ortaya çıkarsa, bu zararın sorumluluğu da yine işverene ait olacaktır. Yani yapay zekâ, hukuki bir süjenin değil, işverene aidiyet teşkil eden bir teknolojik aracın rolünü üstlenmektedir. Bu noktada, mevcut düzenlemelerin işvereni nihai sorumlu kılma mantığı, yapay zekâ kullanımının yaygınlaşmasıyla değişmemekte; aksine, işverenin kullanımındaki teknolojinin sonuçlarını daha fazla denetlemesi gerekliliğini vurgulamaktadır.

Son olarak söylenebilir ki, yapay zekânın zarara yol açtığı durumlarda işçi veya üçüncü kişiler, işverenden tazminat talep edebilecektir. İşverenin sigorta sistemleri veya risk yönetimi mekanizmaları da bu tür zararları kapsayacak şekilde genişleyecektir. Böylece, yapay zekâ teknolojisinin iş ilişkilerinde artan rolü, işvereni sorumluluktan muaf tutmadığı gibi, mevcut hukuki yapının revizyonunu zorunlu kılacak nitelikte de değildir. Mevcut ilkeler, teknolojinin kimden kaynaklandığını, kimin çıkarına hizmet ettiğini, kimin nihai kontrol ve denetim yetkisine sahip olduğunu esas alarak, sorumluluğu işverende yoğunlaştırmaktadır.

Kaynakça

- Çankaya, Y. (2023). Tackling with Risks Regarding Employee's Right to Privacy in Teleworking, Stemming from Surveillance Methods of Algorithmic Management. E. Menegatti içinde, *Law, Technology and Labour* (s. 37-51). Bologna: Alma Mater Studiorum - University of Bologna.
- Dyer-Witheford, N. (2019). *Siber Proleterya: Dijital Girdapta Küresel Emek*. (E. Akçay, Çev.) İstanbul: Z Yayınları.
- İş Kanunu. (2003, Mayıs 22). *Resmî Gazete*(25134).
- Karaca, U., & Karataş, E. (2022, Haziran 29). Yapay Zeka Tarafından Meydana Getirilen Fikri Ürünlerin 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanununa Göre Korunması. *Maltepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*(1), 15-50.
- Özkan, A. (2023). Yapay Zekâ Tarafından Üretilen Fikir ve Sanat Ürünlerinin Korunması. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 2023(164), 207-238.
- Say, C. (2018). *50 Soruda Yapay Zekâ (7 b.)*. İstanbul: 7 Renk Basım Yayım ve Filmcilik.
- Süzek, S. (2020). *İş Hukuku* (20 b.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Türk Borçlar Kanunu. (2011, Ocak 11). *Resmî Gazete*(27836).
- Türk Ceza Kanunu. (2004, Ekim 26). *Resmî Gazete*(25611).
- Türk Medenî Kanunu. (2001, Aralık 08). *Resmî Gazete*(24607).
- Yılmaz, Ç. (2021). *Türk İş Hukuku'nda İşveren Vekili Kavramı ve İşveren Vekilinin Sorumluluğu*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zorluel, M. (2019). Yapay Zekâ ve Telif Hakkı. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 2019(142), 305-356.

13. Bölüm

Gerçeğin Yerini Alan Sanal: Dönüşen İfluencer Pazarlama ve Sanal İfluencerlar

Ömer AYDINLIOĞLU¹

¹ Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, oaydinlioglu@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6718-4850

ÖZET

Çevrimiçi platformların yükselişi ile gündeme gelen ve ilgi görerek bugünün iletişim kampanya bütçelerinin kayda değer bir oranını oluşturan influencer pazarlama yakın zamanlarda bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Söz konusu dönüşüm yapay zekâ teknolojisinin bir çıktısı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan beceri ve davranışlarını taklit edebilen yapay zekâ insansı ancak insana özgü zayıflıkları göstermeyen avatar diğer bir ifadeyle sanal karakter üretebilmektedir. Sosyal medya, dijital oyun gibi alanlarda görünürlük kazanan avatarlar pazarlama disiplini de açığa çıkmaktadır. Bu karakterler insan influencerlar kadar dikkat çekebilme, etkileşim sağlayarak marka-müşteri iletişimine katkı sağlayabilmektedir. Ayrıca insan influencerlardan daha uygun maliyetleri, hastalık, yorgunluk gibi insani zaafllara sahip olmamaları sanal influencerların sunduğu diğer avantajlar arasında gösterilebilir.

Bu çalışma son yıllarda iş dünyasında yakından takip ve tercih edilen sanal influencer pazarlama pratiğine odaklanmaktadır. Söz konusu pazarlama pratiğini hem dünyadan hem de Türkiye'den örnekler eşliğinde ele almayı amaçlayan çalışma ayrıca influencer kavramına alternatif bir kullanım önerisinde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Influencer Pazarlama, Yapay Zekâ, Sanal Influencer, Etki Elemanı.

GİRİŞ

Hızla gelişen dijital dünya influencer kültürünü dönüştürerek yeni bir ekosistemin doğuşuna fırsat tanımaktadır. Söz konusu ekosistem ise son zamanlarda yeni bir influencer türüne ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir. Sanal influencer olarak tanımlanan bu dijital karakter, bilgisayar tarafından oluşturulmakta ve tamamen çevrimiçi bir dünyada varlık göstermektedir.

Sosyal medya platformlarında kendi kitlesini oluşturup onlara ürün ve hizmetleri tanıtarak para kazanan (Marr, 2023) geleneksel influencerlar üretici yapay zekâ teknolojisi ile dijital karakterler olarak üretilebilmektedir. Geçtiğimiz on yılda, birçok sanal influencer çevrimiçi varlıklarını büyüterek şirketlerle iş birliği kurmuş ve çeşitli kampanyalarda yer almışlardır. Balmain, Balenciaga, Prada ve diğer birçok marka sanal influencer'lara iletişim kampanyalarında yer vermiştir (Bringe, 2022).

Ayrıca şirketler kadar gerçek influencerlar da sanal avatarlarını yapay zekâ ile üretmektedir. Amazon'un sahibi olduğu Twitch platformundaki en popüler yayıncılardan biri olan Amouranth, hayranlarının mesajlarına kendi -yapay zekanın ürettiği- sesiyle yanıt veren bir yapay zekâ versiyonu üretmiştir (Marr, 2023). Küresel teknoloji şirketi Lenovo, 2023 yılında Japonya'da “insanları yaratıcılıklarını kucaklamaya ve ifade etmeye teşvik etmeyi” amaçlayan bir kampanya için sanal influencer Imma ile iş birliği yapmıştır. “Hepimiz için Yoga” isimli kampanyada Imma'ya geleneksel Japon influencer'lar Ai Momoka, Glay ve Na eşlik etmektedir (Bringe, 2022).

Yukarıda verilen tüm örnekler yapay zekâ ürünü avatarların her geçen gün geleneksel influencer kültürünü dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Bilgisayar teknolojisinin ve makineleşmenin bir ürünü olarak açığa çıkan yapay zekâ hemen hemen her sektörü bir dönüşüm sürecinden geçmeye zorlamaktadır. Söz konusu sektörler arasında halkla ilişkiler ve pazarlama ön sırada gelmektedir. İlgili bu bölüm çalışması influencer pazarlamaya yeni nesil bir alternatif olarak temelini yapay zekanın oluşturduğu ‘sanal influencer pazarlama’ kavramına ışık tutmayı amaçlamaktadır. Çalışmada İngilizce’den devşirilen ve/veya olduğu gibi aktarılan fenomen ve influencer kavramlarının yerine Türkçe bir kavram geliştirme çabası da söz konusudur. Çalışma boyunca fenomen veya influencer kavramlarının yerine ‘etki elemanı’ kavramı tercih edilmiştir.

DÖNÜŞEN PAZARLAMA VE SATIN ALMA DAVRANIŞI

Pazarlama son 10 yılda teknoloji ve verilerin devreye girmesiyle bir rönesans dönemi yaşamaktadır. Özellikle içinde bulunduğumuz dramatik ve benzersiz zamanlarda pazarlama yönünü bulmak ve gelişmek için büyüme, yenilikçilik ve çeviklik gibi adımlar atmaktadır (Denlinger & Seidenschwarz, 2023, s. 7).

Koronavirüs salgını sonrasında artan e-ticaret ve sanal market uygulamaları kullanımı geleneksel satın alma pratiğini dönüşüme zorlamıştır. Söz konusu satın alma davranışı bu süreçte evrilmiş, ürünü deneyimlemenin yerini ürün hakkındaki tüketici yorumları, değerlendirme puanları dahası etki elemanı tavsiyesi almıştır. Sprout Social, pazarlamacıların yüzde 81'inin influencer pazarlamayı sosyal medya stratejilerinin önemli bir parçası olarak gördüğünü, influencer marketing platformu Vamp ise tüketicilerin yüzde 88'inin son altı ay içinde influencer tavsiyesine dayanarak bir ürün/hizmet satın aldığını açıklamaktadır (Yıldız, 2024).

PwC tarafından 2023 yılında yürütülen Tüketici Davranışları Araştırması'na ait "Tüketicilerin fiziksel mağaza ziyaret etme sebepleri"nde 2022 yılına kıyasla farklılık olduğu görülmektedir.

Grafik 1. PwC Türkiye Tüketici Davranışları Araştırması 'Fiziksel Mağaza Ziyaretlerinin Sebepleri'



Endeks hesaplaması listedeki öncelikli ilk 5 nedenin öncelik sırasına göre seçilmesi sonrası her basamağa bir katsayı verilerek ağırlıklandırma ile seçeneklerin toplam içindeki önceliğine göre sıralanmasına ilişkin hesaplamadır.

Kaynak: PwC Türkiye, Tüketici Davranışları Araştırması 2023 ■ 2023 ■ 2022

Kaynak: PwC Türkiye, 2023

Grafik 1'de fiziksel mağaza ziyaretlerinin sebeplerinde gözlemlenen değişimin arkasında dijitalleşme ve online satın alma davranışı yatmaktadır. Tüketiciler çevrimiçi alışveriş ekosisteminde zaman tasarruflu bol seçenekli alışveriş yapma imkânı bulmaktadır. Özellikle teknolojiyle arası iyi olan dijital yerliler için Trendyol, Hepsiburada, Amazon, Temu gibi e-ticaret siteleri alışveriş

eylemine beğen ve sepete at pratiğine dönüştürmüştür. MediaCat'in Ipsos iş birliğiyle 17'ncisini gerçekleştirdiği 2024 Türkiye'nin Lovemark'ları araştırması sonuçları satın alma davranışındaki dönüşümü ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Türkiye'nin Lovemark'ları Araştırması, 2024

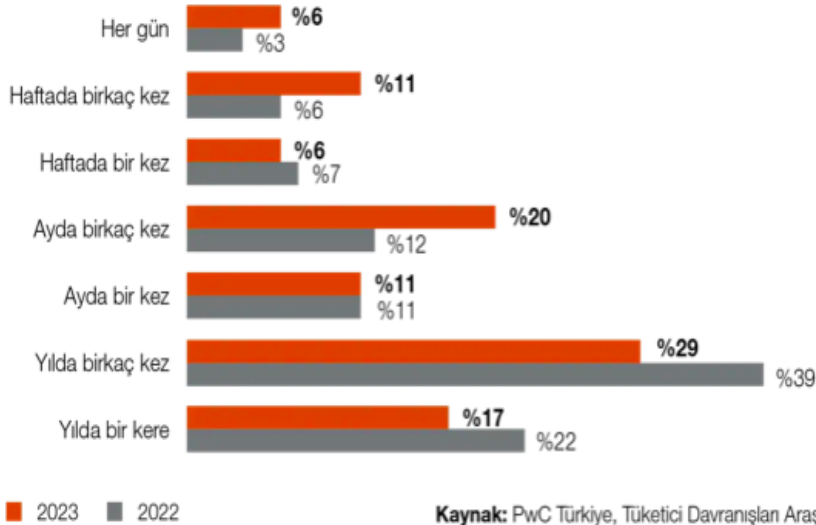
Kategori	Marka
E-ticaret	Trendyol
Online Market	Migros (Migros Sanal Market & Migros Hemen)
Online Yemek Siparişi Uygulaması	Yemeksepeti

Kaynak: MediaCat, 2024

Tüketicilerin yurtiçi e-ticaret, market ve uygulamalardan alışveriş yapma sıklığındaki değişim yurtdışı tedarikçilerden alışveriş yapma sıklıklarında da açığa çıkmaktadır. PwC Türkiye Tüketici Davranışları Araştırması 2023 sonucuna göre yurtdışı tedarikçilerden online alışveriş yapma sıklığı 2022 yılına kıyasla artış göstermektedir.

Grafik 2. PwC Türkiye Tüketici Davranışları Araştırması, 'Yurtdışı Tedarikçilerden Online Alışveriş Yapma Sıklığı'

Yurt dışı tedarikçilerden online alışveriş sıklığı



Kaynak: PwC Türkiye, 2023

Pazarlamanın dijitalleşmesi pazarın aktörlerini de dijitalleşmeye zorlamıştır. Değişime uyum sağlayan tüketici e-ticaret ve sanal market uygulamalarından

alışveriş yapmayı sürdürerek fiziksel mağazalardan alışveriş yapma sıklığını azaltmıştır. Bu sonucun sebeplerinden biri olarak yapay zekâ destekli e-ticaret uygulamalarının üretilip tüketici kullanımına sunulması gösterilebilir.

İş dünyasına hızlı bir giriş yapan yapay zekâ teknolojisi sunduğu teknolojik alt yapı ve pratik işlevler sayesinde insan iş gücüne duyulan ihtiyacı azaltmaktadır. Üretici yapay zekanın sunduğu olanaklar doğrultusunda insan yaşamına kolaylık sunan uygulamalar üretilebilmektedir. Yapay zekâ destekli uygulamaların akıllı arama özelliği sayesinde tüketici aradığı bir ürünün adını arama sekmesine yazdığı veya ürünün fotoğrafını çektiği takdirde uygulama ürünü kısa bir sürede bulabilmektedir. Yapay zekâ destekli uygulamaların tüketiciye sunduğu bir diğer kullanışlı özellik uygulamanın tüketicinin beğendiği ürün ile uyumlu diğer ürünleri de önermesidir. Söz konusu uygulamalar tüketicilere mevcut moda anlayışı doğrultusunda renk ve kombin önerilerinde bulunmaktadır. Bu özellik kararsız veya modayı takip etmeyen tüketiciler için oldukça kullanışlıdır. Ayrıca bu tür uygulamalarda tüketici satın almak istediği ürünü beğenip sepete atmadan önce üzerinde, evinde veya istediği bir mekânda görme fırsatına sahip olabilmektedir.

KAVRAMSAL BOYUTLARIYLA ETKİ ELEMANI VE GELENEKSEL ETKİ ELEMANI PAZARLAMA

Pazarlama iletişiminde son yıllarda başvuru alan araçlardan biri olan etki elemanları, pazarlamanın tanıtım kanadındaki aktörleri oluşturmaktadır. Alan yazında influencer, fenomen, etkileyici pazarlama gibi karşılıklar bulan uygulama özünde ünlü (yıldız) stratejisine dayanmaktadır. Ünlü stratejisi, bir şirketin bir kişiye büyük bir yatırım yapması olarak tanımlanır. Bu kişiler film yıldızları, profesyonel sporcular, müzisyenler vb. olabilir (Sammis vd., 2015). Öte yandan, tanınmış ünlüler, televizyon yıldızları ve çeşitli etki elemanı türleri (Grau, 2022) gibi sosyal medya etki elemanları, sosyal medyada içerik oluşturup paylaşarak “çevrimiçi ünlüler” haline gelen sıradan insanlardır (Lou & Yuan, 2019, s. 58). Geleneksel ünlü stratejisinden farklı olarak etki elemanı pazarlaması, etki oranını anlamayı kolaylaştıran beğenileri, paylaşımları, çevrimiçi konuşmaları vb. içermektedir (McKinsey & Company, 2023).

Genellikle sağlıklı yaşam, seyahat, yemek, yaşam tarzı, güzellik veya moda gibi belirli alanlarda uzmanlığa sahip olan etki elemanı, bloglar, tweetler ve diğer sosyal medya kullanımı yoluyla müşterinin satın alma kararını (Brown ve Hayes, 2008) ve tutumlarını önemli ölçüde şekillendiren bir üçüncü taraftır (Freberg vd., 2011). Ürünleri tanıtan ve potansiyel müşterileri çeken etki elemanları (Funke, 2019; Kadekova ve Holiencinova, 2018) ürünler ve kişisel bağlantılar arasında bir köprü kuran mimarlardır. Bu nedenle etki elemanı, ürünleri, markaları ve

bunların reklam mesajlarını, başta internet olmak üzere çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla yayan bir çoğaltıcı olarak kabul edilmektedir (Jahnke, 2018).

Youtube, Instagram, TikTok gibi çevrimiçi uygulamalarda kendisine belirli bir sayıda takipçi kitlesi toplayan etki elemanların sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir. Kitleler tarafından beğeniyle takip edilen bahse konu etki elemanları takipçi sayılarına göre kategorize edilmektedir (Riboldazzi ve Capriello, 2021) ve kitleler tarafından hayranlıkla takip edilmektedir. Beş etki elemanı kategorisi bulunmaktadır (McKinsey & Company, 2023; Riboldazzi ve Capriello, 2021).

Nano: Takipçi sayısı 10.000'den az olan etki elemanlarıdır.

Mikro: Takipçi sayısı 10.000 ile 50.000 arasında olan etki elemanlarıdır.

Orta Ölçekli: Takipçi sayısı 50.000 ile 100.000 arasında olan etki elemanlarıdır.

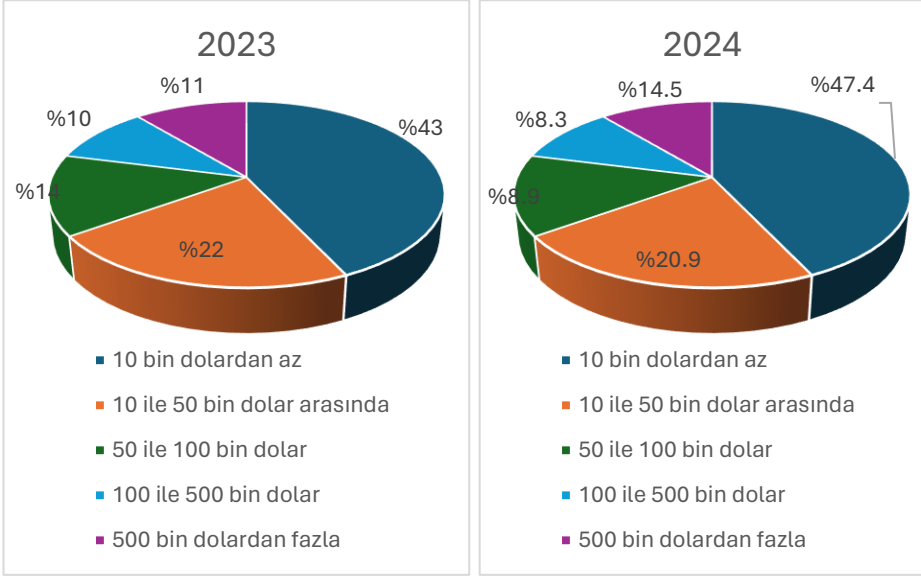
Makro: 500.000'den fazla takipçisi olan etki elemanlarıdır.

Mega: 1 milyondan fazla takipçisi olan etki elemanlarıdır.

Etki elemanı pazarlama terimi, bir kuruluş veya marka adına sosyal medyada sponsorlu içerik (Sammis vd., 2015) şeklinde marka mesajlarını kitleleriyle paylaşmaları için çevrimiçi olarak etkili olan kişileri devreye sokma sanatı ve bilimi olarak tanımlanır ve böylece etki elemanı topluluğunun dikkatini ve güvenini çekerek kuruluş veya marka için yeni fırsatlar yaratır (Grau, 2022). İçerik, Instagram'da bir resim, Facebook'ta bir gönderi, Pinterest'te bir pinboard veya kendi bloglarında yayılabilir. Dolayısıyla etki elemanı pazarlama, reklamcılık ile gazetecilik anlamında özgün habercilik arasında ince bir çizgidir (Jahnke, 2018). Olasılıklar, çeşitli ürün yerleştirme türlerinden satış ortaklığı geçmişi olan tavsiye pazarlamasına ve etki elemanları uzman veya referans olarak rezerve etmeye kadar uzanmaktadır (Funke, 2019). Günümüzde giderek daha fazla marka etki elemanı pazarlamasını tercih etmektedir çünkü pazarlama alanında yeni bir şeye ihtiyaç duyduklarını bilmektedirler. Russell (2020), etki elemanı pazarlamasının avantajları hakkında, markaların potansiyel müşterilerle güven inşa etmesi, yeni nişleri hedeflemesi, anlık ve uzun vadeli değeri artırması, çok kanallı görünürlüğü artırması ve içerik oluşturma yükünü hafifletmesi gerektiğini öne sürmektedir.

İş dünyasının etki elemanlarına yönelik olumlu yaklaşımı ve ünlü bazı etki elemanlarının televizyon reklamlarında yer verilmesi etki elemanı pazarlamaya ayrılan bütçenin artışına olanak tanımıştır. Bugün işletmelerin pazarlama planlarında etki elemanı pazarlama yer almakta, iş birliği içerisinde oldukları etki elemanı sayısı ise artış göstermektedir.

Grafik 1. 2023 ve 2024 Yıllarında Etki Elemanı Pazarlamaya Ayrılan Bütçe



Kaynak: Influencer MarketingHub, 2024, s. 17

Yukarıdaki grafikler etki elemanı pazarlamanın işletme bazında gördüğü ilgi artışının somut kanıtıdır. Özellikle bahse konu pazarlamaya 10 bin dolardan az ve 500 bin dolardan fazla bütçe ayıran işletmelerin oranındaki artış dikkat çekicidir. 2023 yılında etki elemanı pazarlamayı pazarlama iletişimi karmasına dahil etmeyen işletmelerin 2024'te söz konusu pazarlama anlayışını tercih ettikleri ve etki elemanı pazarlamayı tercih eden işletmelerin ise söz konusu stratejiye daha fazla bütçe ayırdıkları görülmektedir.

Her geçen gün nicel olarak büyüyen etki elemanı pazarlamanın gördüğü bu yoğun ilginin ardında yaygınlaşan internet erişimi ve internet kullanıcı sayılarında görülen artışla birlikte günlük internette geçirilen sürenin artması yatabilmektedir. Z ve Alpha kuşaklarının dijital bir dünyaya doğup bu dünyada aktif olmaları satın alma davranışlarında etki elemanların rolünün son derece görünür olmasını sağlamaktadır. Dahası etki elemanlarının samimi tavırları, eğlenceli içerikleri ve ürün hakkındaki uzman görüşleri tüketiciyi etkileyebilmektedir. Günümüz tüketicisi satın almak istediği ürüne yönelik deneyim ve değerlendirmeleri okumak, görmek veya duymak istemektedir. Böylece akıllarda oluşan soru işaretleri giderilmekte, satın alma kararı daha kolay verilmektedir.

GERÇEĞİN YERİNİ ALAN SANAL ETKİ ELEMANLARI

Etki elemanı endüstrisinin işletmeler tarafından yoğun ilgi görmesi etki elemanlarının tanıtım ve reklam faaliyetleri için yüksek ücretler talep etmelerine sebebiyet vermiştir. Artan maliyetler işletmeleri alternatif bulmaya sevk ederken söz konusu alternatifler arasında en kolay kolay ve gelecek vaat eden sanal etki elemanı üretmek olmuştur. Sanal etki elemanları, insan özelliklerini, kişiliklerini ve davranışlarını taklit eden bilgisayar ürünü etki elemanı (Computer Generated Influencer) veya yapay zekâ etki elemanıdır (Artificial Intelligence Influencer) (Conti vd., 2022; Kim vd., 2022; Moustakas vd., 2020; Kuzminov, 2023). Bilgisayar tarafından üretilmiş ve yapay zekâ tabanlı olmalarına rağmen (Jhavar vd., 2023) sanal etki elemanları gerçek bir insan vücudu formunun üzerine yerleştirilmiş bilgisayar tarafından üretilen görüntülerin bir bileşimi olabilir. Bir senaryo ve insan etkileşimi olmadan, tasarımcıları tarafından her seferinde yeniden yaratılmaları gerekmektedir (Guthrie, 2021).

Sanal insan yepyeni bir kavram değildir ve soyu Fritz Lang'ın 1927 yapımı bilim-kurgu drama filmi *Metropolis* 'in robotu Maria'ya kadar uzanmaktadır (Guthrie, 2021). Conti vd. (2022) de Guthrie'nin sanal karakter olgusunun 90'lı yılların başında ortaya çıktığı yönündeki ifadesini desteklemektedir. Gelişen teknoloji ve metaverse'in devreye girmesiyle sanal etki elemanları ise 2015 yılında gündeme gelmeye başlamıştır (Senses, 2023).

SEE'ler birçok şekil, tarz ve boyutta olabilir ve her kişiliğe bürünerek şirketlere dijital kitleleriyle bağlantı kurmak (Lewczyk, 2021), algılarını şekillendirmek ve davranış değişikliğini motive etmek için yeni ve yenilikçi bir yol sunar (Wan vd., 2023). İnsan etki elemanlarının yanı sıra, insanlaştırılmış ve canlandırılmış SEE'ler de bulunmaktadır (Wolff, 2022). Antropomorfik görünüme sahip dijital varlıklar olan insanlaştırılmış sanal etkileyiciler (Miao vd., 2022) fiziksel görünüşleri, kişilikleri ve davranışları bakımından insanlara benzemektedir (Moustakas vd., 2020) ve bu nedenle internet kullanıcılarının çoğu tarafından insan etki elemanları olarak algılanmaktadır. Miao vd. (2022) antropomorfik görünümün dijital avatarların kritik bir bileşeni olduğuna inanmaktadır çünkü insanlar SEE'leri insan olarak algılama eğilimindedir. Shen (2024, s. 7) SEE'leri dört kategori halinde incelemektedir. Bu kategoriler hayvansı, 2D hareketli, bebeksi ve insansıdır (bkz. Görsel 1 ve 2).



Görsel 1-2-3-4. Sanal Etki Elemanı Kategori Örnekleri (hayvansı, 2D Hareketli, Bebeksi, İnsansı)

Kaynak: (Virtual Humans, t.y.)

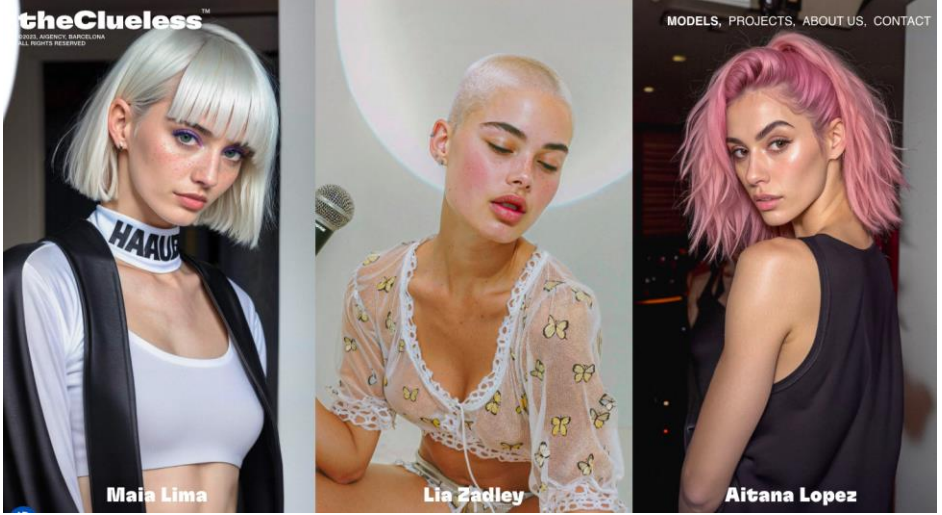
Yakın zamanlarda yapay zekâ ile üretilen çok sayıda karakter veya uygulama hayatımıza girmiştir. Üretilen söz konusu karakterler sosyal medya jargonuyla iletişim kurmakta, popüler kültür paylaşımları yapmakta ve sosyal medya akımlarına uygun davranışlarda bulunmaktadır. Büyük beğeni toplayan ve geniş bir takipçi kitlesini peşinden sürükleyen SEE'ler reklam ve tanıtım faaliyetlerinde marka yüzü olarak görünürlük kazanmaya başlamıştır. Bahse konu etki elemanları arasında en dikkat çeken 7.3 milyon takipçisi olan Lu do Magalu'dur. Dünya üzerinde farklı ülkelerden SEE'ler ve onlara ait bilgiler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Farklı Ülkelerden Sanal Etki Elemanı Örnekleri

Sanal Elemanı	Etki	Menşei Ülke	Takipçi Sayısı	Instagram Profili (URL Linki)
Lu do Magalu		Brezilya	7.3 M	@magazineluizza
Miquela Sousa		ABD	2.5 M	@lilmiquela
Noonnoouri		Almanya	491K	@noonnoouri
Thalasya Pov		Endonezya	455K	@thalasya_
Imma		Japonya	393K	@imma.gram
Aitana Lopez		İspanya	335K	@fit_aitana
Shudu		Birleşik Krallık	238K	@shudu.gram
Bermuda		ABD	220K	@bermudaisbae

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Her geçen gün işletmeler pazarlama iletişimi faaliyetlerinde kullanmak üzere daha fazla SEE üretmekte veya mevcut olanlarla iş birliği yürütmektedir. Örneğin Barcelona merkezli TheClueless mankenlik ajansı popüler sanal etki elemanı Aitana Lopez dışında Maia Lima ve Lia Zadley isimli iki sanal etki elemanı daha üreterek işletmelerin hizmetine sunmuştur (bknz. Görsel 5).



Görsel 5. TheClueless Mankenlik Ajansına Ait Sanal Etki Elemanları

Kaynak: (TheClueless Models, t.y.)

Bazı markalar ise ürün veya hizmetlerinin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde kullanmak amacıyla kendi yapay zekâ ürünü sanal etki elemanını üretmektedir. Böylece insan etki elemanlarının talep ettiği yüksek ücretleri ödemek durumunda kalmamakla birlikte sahip oldukları kısıtlılık ve dezavantajları bertaraf etmektedir. Örnek olarak dünyaca ünlü Prada markası Candy ismiyle pazara sunduğu parfüm için benzer şekilde Candy isminde bir sanal karakter geliştirmiş ve ürünün tanıtım faaliyetlerinde kullanmıştır (bkz. Görsel 6).



Görsel 6. Prada ve Sanal Etki Elemanı ‘Candy’

Kaynak: (Virtual Humans, t.y.)

TÜRKİYE’NİN YENİ NESİL ETKİ ELEMANLARI

Yapay zekâ ürünü sanal etki elemanları akımı Türkiye’de de görüntü vermeye başlamıştır. Türk işletmeleri de gerek ajanslar tarafından üretilen gerek kendi üretimleri olan sanal etki elemanlarına pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde yer vermektedir. Söz konusu pratik için ilk örneği yerli yapım sanal etki elemanı Ay Pera oluşturmaktadır. İlk paylaşımını 2020 yılında gerçekleştiren Ay Pera, Instagram hesabında kendisini oyuncu, müzisyen, fotomodel ve dijital insan olarak tanımlamaktadır. Ay Pera’nın 13K takipçisi bulunmaktadır. Yaptığı 98 paylaşımın genel olarak moda, müzik ve gündelik yaşam ile ilgili olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte ‘*Işıl Işıl*’ isimli bir şarkıyı seslendirdiği ve şarkıya ait kısa bir kesiti Instagram hesabı üzerinden paylaştığı görülmektedir.



Görsel 7-8. Ay Pera'nın İlk ve Son Gönderisi

Kaynak: Ay Pera, 2020; Ay Pera, 2021

Dijital dünyaya 16 Aralık 2020 yılında giriş yapan Ay Pera sadece bir yıl gibi kısa bir süre zarfında aktif olduğu, 17 Aralık 2021'den sonra herhangi bir paylaşımında bulunmadığı görülmektedir. Ay Pera'nın paylaşımları dikkate alındığında gerçek ünlü veya insan etki elemanı ile fotoğraflar paylaştığı görülmektedir. Bu bağlamda gerçeğin yerini alma ihtimali olan sanaldan faydalandığı, sanalın da gerçek olanın imaj ve tanınırlığından fayda sağlaması gibi bir ilişkiyel ağdan bahsedilebilmektedir.

Yerli sanal etki elemanlarına ikinci örneği Alara X oluşturmaktadır. Digital Human Studio şirketince yapay zekâ tarafından üretilen Alara X'in (@iamxalara) 708K takipçisi ve 216 adet gönderisi bulunmaktadır. Alara X, müzik ve televizyon dünyasından ünlü isimleri konuk ettiği '*Alara X ile 10 Dakika*' isimli bir program gerçekleştirmektedir.



Görsel 9. Türkiye'nin İlk dijital İncuencerı Alara X
Kaynak: IAMX ALARA, 2020

Alara X, sanal etki elemanı pratiğinin Türkiye'deki ilk örneklerinden birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda yapay zekâ tarafından tasarlanarak canlandırılan karaktere yönelik internet kullanıcılarının yorumları pratiğın profesyonel anlamda gerçek hayata geçirilmesi konusunda zamana ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Alara X konuyla olan sohbeti esnasında kendisini üreten şirketin daha çok sanal karakter üreterek dünyanın farklı yerlerinde iş yapmayı planladığını belirtmektedir.

Üçüncü örneği Alin oluşturmaktadır. 2023 yılının temmuz ayında dijital dünya ile tanıştırılan Alin, @virtualalin olarak Instagram'da yer almaktadır ve 20K takipçiyeye sahiptir. İlgi alanları arasında seyahat, otomobil, teknoloji ve moda yer almaktadır. Kendisini sıra dışı bir influencer olarak tanımlayan Alin, FordTürkiye'nin marka elçisi olduğunu hesabında paylaşmaktadır.

Ford Türkiye, Alin'e ilk elektrikli SUV aracı olan Mustang Mach-E reklam filminde yer vermiştir. "Unreal Engine" ile hazırlanan filmde, dijital bireyi ortaya çıkaran Meta Human Creator modülü kullanılarak Alin filme entegre edilmiştir. Spor otomobil performansını sıfır emisyonlu sürüş heyecanı ile birleştiren Mach-E'nin ve Alin'in özgürlükçü ve sıra dışı ruhu filmde bir araya getirilmiştir (Önder, 2024). Böylece insan etki elemanları ile olan iş birliklerinden tanıdığımız yerli

otomotiv sektörü ilk kez yapay zekâ ürünü bir sanal etki elemanına pazarlama iletişiminde yer vermiştir.



Görsel 10-11. Ford Mustang Mach-E'nin Marka ve Reklam Yüzü Alin

Kaynak: Alin, 2024; Alin, 2024

Ford'un marka yüzü olan Alin, iş birliği gereği markaya ait diğer modeller ile ilgili de Instagram hesabı üzerinden fotoğraflar paylaşmaktadır (bkz. Görsel 12-13). Ayrıca Castrol Ford Team Türkiye'den konuklar ile canlı sohbet gerçekleştirmekte, Ford'un içinde yer aldığı çeşitli etkinliklerden görseller paylaşmaktadır.



Görsel 12- 13. Virtual Alin ve Ford İş Birliği

Kaynak: Alin, 2024; Alin, 2024

Virtual Alin insansı sanal etki elemanı örneğinin yerli temsilcisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel influencer pazarlamaya alternatif olarak kullanıma sunulan söz konusu pratiğin yakın gelecekte pazarlama iletişimde sıklıkla tüketici karşısına çıkacağı öngörülmektedir.

Bir diğer yerli sanal etki elemanı İdea'dır. Instagram hesabı evidea.ai olan sanal etki elemanının takipçi sayısı 34'tür. Instagram'a yakın zamanda katılım (Mart/2024) sağlayan İdea, Evidea markasının kurumsal ve pazarlama iletişim faaliyetlerinde kullanılmak amacıyla yapay zekâ tarafından üretilmiştir. Sektörün ilk yapay zekâ influencerı olarak kamuoyuna tanıtılan İdea, marka tarafından teknoloji ve ev hayatı arasındaki sentezi sunma vizyonu taşıyan yenilikçi bir adım olarak açıklanmaktadır. Dahası, İdea marka tarafından "Evidea'nın yapay zekâ tabanlı personası" olarak tanımlanmaktadır (Önder, 2024).



Görsel 14-15-16. İdea'nın Farklı Ev İçi Mekanlardaki Görselleri

Kaynak: Önder, 2024

Paylaşımlarının konu başlıklarını ev içi dekorasyon ve tarz ipuçları oluşturan İdea, tüketicilere fikir sunmayı, alışveriş deneyimini daha eğlenceli ve ilgi çekici hale getirmeyi amaçlamaktadır (DigitalAge, 2024). Bu bağlamda, İdea tüketicilerle kurduğu kişisel, samimi ilişki sayesinde daha etkili bir alışveriş yapma deneyimi sunan ve geleceğin trendlerine yön vermeyi amaçlamaktadır (Pazarlamasyon, 2024). İşletmeler insan etki elemanlarının takipçileriyle kurmuş olduğu samimi ve içten iletişim ve etkileşimi sanal etki elemanları aracılığıyla kurmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda yakın dönemde gerek dünya genelinde gerek Türkiye'de benzer pratikler ile karşılaşmak son derece olası görünmektedir.

Yapay zekanın sanal influencer pazarına dahil ettiği son etki elemanı Şef Orço'dur. Instagram hesabı sef.Orco olan insansı karakter, yapay zeka üretimi bir aşçı olarak tasarlanmıştır. Şu an için takipçi sayısı 52 olan Orço'nun paylaşımında bulunduğu konu alanlarının yeme ve içme olarak belirlendiği görülmektedir. Şef Orço takipçileriyle mutfak kültürü, yemek tarifleri ve çeşitli püf noktaları ile ilgili paylaşımlarda bulunmaktadır.



Görsel 17-18. Şef Orço Instagram Görselleri

Kaynak: Şef Orço, 2024; Şef Orço, 2024

Yukarıda sıralanan sanal etki elemanlarının dış görünüş olarak gerçek bir insandan farklılık sergilemeler de paylaşımları konusunda ayırt edilemedikleri belirtilmelidir. Örneğin gerçek bir insan gibi spor salonunda spor yaparken, kafede kahve içerken veya makyaj yaparken görüntü vermektedirler. Dahası SEE'ler gerçek ünlüler veya etki elemanlarıyla görüntülenmeye önem vermektedir (bkz. Görsel 19-20).



Görsel 19-20. Gerçek Ünlü veya Etki Elemanı ile Görüntü Veren SEE'ler
Kaynak: Alin, 2023; Ay Pera, 2021

Sanal etki elemanlarının ikna gücü gerçek insanlarla yaptıkları iş birliği ile pekiştirilebilir. Söz konusu iş birliği birlikte içerik üretimi veya program çekimi gibi olabilmektedir. Yerli sanal etki elemanlarının hepsinin insan formunda tasarlandığı diğer sanal etki eleman kategorilerinde üretilmedikleri görülmektedir. Türkiye haricinde dünya genelinde insansı olmayan sanal etki elemanlarının popülerlik elde ettikleri görülmektedir. Bu konuda New York merkezli Brezilyalı Sanatçı Kael Cabral'ın 7.9M takipçili Nobody Sausage örnek olarak gösterilebilir. Söz konusu karakter 2D hareketli kategorisinde yer almaktadır ve dünyaca tanınmış bir sanal etki elemanıdır.



Görsel 21. Nobody Sausage Karakteri

Kaynak: Nobodysausage, 2022

Sanal etki elemanları gerçek meslektaşlarına kıyasla birtakım avantaj ve dezavantaja sahiptir. Guthrie (2021) SEE'lerin avantajlarını anlık imaj, marka güvenliği, marka uyumu, kampanya lojistiği ve gerçek zamanlı geribildirim şeklinde sıralamaktadır. Sanal etki elemanları dijital varlıklar ve yaşlanmayan insan robotlar olduğundan, davranışlarının ve içeriklerinin kontrol edilmesi kolaydır ve kişisel davranışları, tanıtımını yaptıkları markanın algısını etkileyebilir (Conti vd., 2022; Riboldazzi ve Capriello, 2021; Moustakas vd., 2020). Zaman, bütçe ve ulaşılabilirlikle kısıtlı olan insan etki elemanlarının aksine, sanal etki elemanları büyük ölçüde bu sınırlılıklara sahip değildir (Lewczyk, 2021). Yapay zekâ teknolojisi yaygın ve şirketler ve ajanslar tarafından erişilebilir olduğu için SEE'ler uygun maliyetli ve bütçe dostudur. Ayrıca kişiselleştirilebilir görünümleri ve paylaşımda bulunmaları sanal etki elemanlarının tercih edilme gerekçeleri arasında gösterilebilir.

Öte yandan Kim ve Wang (2023), sanal kimliğin ifşa edilmesinin, ulaşılabilirlik standartlarının yansıtılmasının ve uydurma parasosyal ilişkilerin geliştirilmesinin, sanal fenomenlerin pazarlama amacıyla kullanılmasının neden olduğu etik kaygılardan bazıları olduğunu vurgulamaktadır (Kim & Wang, 2023). Bu bağlamda, sanal etki elemanlarının kullanımına ilişkin sınırlar ve düzenlemeler olmalıdır.

Ayrıca sanal etki elemanlarının profillerinde robot olduklarına dair bilgileri paylaşmaları beklenmektedir (Moustakas vd., 2020). Sands ve arkadaşları (2022)

sanal influencer'ların insana benzemesi konusunda bir tedirginlik duygusu yaşandığını dile getirmektedir.

SONUÇ

Sanal etki elemanı pazarlaması son zamanlarda geleneksel etki elemanı pazarlamasına alternatif olarak tercih edilmeye başlayan bir pratik ve strateji olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu pratiğin ortaya çıkışında yapay zekâ teknolojisinin geldiği nokta ile sanal etki elemanlarına yönelik pazarın yarattığı talep belirleyici olmaktadır. Geleneksel etki elemanlarının talep ettiği yüksek ücretler ile sahip oldukları insani kısıtlılıklar (yorgunluk, hastalık vb.) yapay zekâ ürünü sanal karakterlere olan yoğun ilginin sebepleri arasındadır.

Yapay zekâ teknolojisini tercih eden ve/veya yakın gelecekte tercih edeceğini belirten işletme sayısı her geçen gün artmaktadır. Dolayısıyla yapay zekanın çeşitli iş kollarının yerini alacağı endişesi ortaya çıkmaktadır. Deloitte 2023 Dijital Tüketici Araştırmasına göre, ankete katılan çalışanlar yapay zekanın gelecekte kendilerinin yerini alabileceğinden endişe duyarken, %71'i bu uygulamaların gelecekte işgücü talebini önemli ölçüde azaltacağına inanmaktadır. Katılımcıların yaklaşık beşte biri bu araçları iş amaçlı kullanırken, %57'si de yoğun saatlerde ilgili araçları kullanabilmek ve daha hızlı yanıt alabilmek için ödeme yapmaya hazır olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların yalnızca yarısı üretken yapay zekâ uygulamalarının eksikliklerinin farkında görünmektedir (Önder, 2024).




İşletmelerin yapay zekaya gösterdiği ilgi etki elemanı pazarlamaya ayrılan bütçelerden açığa çıkmaktadır. Dünya genelinde gelişmiş ülkeler bahse konu pazarlama pratiğine çok daha önceden yönelerek pazarın ana aktörü olan sanal karakterlerin gelişmiş ve çeşitli olmasını mümkün kılmıştır. Çalışmada da belirtildiği gibi Türkiye özelinde sanal etki elemanı olarak tercih edilen karakterlerin yalnızca insansı kategoriye uygun üretildikleri görülmektedir. Hayvan, 2D hareketli veya oyuncak bebek kategorilere uygun karakter üretiminin gözlemlenmediği bulgulanmıştır. Bu bağlamda ajansların ve firmaların bu kategorilerde de sanal karakter üretimi gerçekleştirmeleri sanal etki elemanı sektörünün gelişimi açısından büyük katkı sağlayacaktır.

Sanal etki elemanlarının esnek ve uyarlanabilir olmaları, belirli bir marka için özel olarak üretilerek o markaya sadakat yaratabilmeleri, kişiliklerinin marka değerleriyle uyumlu olacak şekilde özelleştirilebilmeleri ve şirketin daha yenilikçi ve teknoloji yanlısı olarak algılanması sağlamaları işletmeler açısından avantajlı yönlerini ortaya koymaktadır. Öte yandan hedef kitleye sunduğu gerçekdışı görünüm, stil ve kültür, hedef kitlenin bozulmasına sebebiyet verebilmektedir. Tüketiciler ile kurdukları ilişkinin sınırlı olması, içeriklerinin

arkasında her zaman bilgisayar grafik uzmanlarına ihtiyaç duyulması dolayısıyla maliyetin artması işletmeler açısından ise dezavantaj olarak öne sürülebilir. Ayrıca sanal etki elemanları dijital tasarım olmaları nedeniyle asla bir kıyafeti, makyaj setini ya da zayıflama ürününü deneyemeyecektir. Bu da sanal influencer'ların güvenilirliği ve gerçekliği konusunda şüpheler uyandırmaktadır (Conti vd., 2022, s. 4).

Pazarlama disiplininde görülen dijitalleşme çabaları önce insan etki elemanlarının yükselişini ardından yapay zekâ teknolojisiyle birlikte ise sanal etki elemanlarının yükselişini mümkün kılmıştır. Her geçen gün değişen ve dönüşen pazarlama dünyası için sanal etki elemanlarının değeri yakın gelecekte çok daha belirleyici olacaktır. Bu bağlamda kuruluşlar sanal etki elemanı pazarlamaya gereken önemi vererek pazarlama faaliyetlerinde aktif bir biçimde kullanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Alin [virtualalin]. (2023, 1 Kasım). Yeni gym buddymin yüzü virtual, kasları gerçek  . [Fotoğraf]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CzHA9EQty90/?img_index=1
- Alin [virtualalin]. (2024, 26 Şubat). Karşınızda Ford Marka Elçisi Virtual Alin. Mach-E ve Alin'in sıra dışı iş birliğinin tadını çıkarın. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3z8NoSo5AW/>
- Alin [virtualalin]. (2024, 6 Mart). Mustang'ine aşırı düşük karakterlerde bugün:1) John Wick 2) Alin. Benimki %100 elektrikli ama. [Fotoğraf]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C4LOd8oqNWO/?img_index=1
- Alin [virtualalin]. (2024, 9 Nisan). Her zaman, arkanda sana güven verecek biri olsun dediler. Benim iki tane oldu. □□. [Fotoğraf]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C5jBZNSqig/>
- Alin [virtualalin]. (2024, 13 Eylül). Hızımı alamadım yapay zeka ile ralliye hazırlandım. . [Fotoğraf]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C_2pIq4uhHU/?img_index=1
- Ay Pera [aypera_official]. (2020, 16 Aralık). Ready Player One! [Fotoğraf]. Instagram. https://www.instagram.com/aypera_official/
- Ay Pera [aypera_official]. (2021, 17 Aralık). İnsan duygularını çalışıyorum. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CXICGBnKee/>
- Ay Pera [aypera_official]. (2021, 25 Mayıs). Arkadaşlar, 1-6 Haziran arasında Contemporary İstanbul'da tüm sırlarımı açıklıyorum. Tanışma şansımız olacağı için çok heyecanlıyım. Hayranı olduğum Maxim Zhestkov, Mario Klingemann, Onur Sönmez ve daha nice dünya çapında ünlü sanatçı ile yanyana sahne almak benim için bir gurur kaynağı. [Fotoğraf]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CPSt2o0Lhq7/>
- Bringe, A. (2022). The rise of virtual influencers and what it means for brands. <https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2022/10/18/the-rise-of-virtual-influencers-and-what-it-means-for-brands/>
- Brown, D. & Hayes, N. (2008). *Influencer marketing: who really influences your customers*. Butterworth-Heinemann.
- Conti, M., Gathani, J & Tricomi, P. P. (2022). Virtual influencers in online social media, *IEEE Communications Magazine*, 60(8), 1-13.
- Denlinger, K. & Seidenschwarz, C. (2023). Brands answer economic instability with marketing investments, Deloitte Insights 2023 Global Marketing Trends.

- Evidea'dan yapay zekâ asistanı: İdea.AI (2024, 31 Temmuz). Digital Age. 18 Kasım, 2024 tarihinde <https://digitalage.com.tr/evideadan-yapay-zeka-asistani-idea-ai/> adresinden erişilmiştir.
- Evidea'dan yapay zekâlı alışveriş deneyimi: İdea.AI (2024, 29 Ağustos). Pazarlamasyon. 10 Ekim, 2024 tarihinde <https://www.pazarlamasyon.com/evidea-dan-yapay-zek-li-alisveris-denyimi-idea-ai> adresinden erişilmiştir.
- Freberg, K., K. Graham, Mcgaughey, K. ve Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>
- Funke, S. O. (2019). *Influencer-marketing: strategie, briefing, monitoring*. Rheinwerk Verlag GmbH.
- Grau, S. L. (2022). *Celebrity 2.0: The role of social media influencer marketing in building brands*, Business Expert Press.
- Guthrie, S. (2020) “Virtual influencers: More human than human”. In S. Yesiloglu ve J. Costello (Eds.) *Influencer marketing: Building brand communities and engagement*, Routledge.
- IAMX ALARA [iamxalara]. (2020, 15 Kasım). Hi, I am Alara X. Turkey’s first digital influencer. I am interested in Turkish Culture, Music and Fashion. [Fotoğraf]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CHnXRK3hmKw/?img_index=1
- Influencer MarketingHub (2024). The State of Influencer Marketing 2024: Benchmark Report, <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>
- Jahnke, M. (2018). *Influencer marketing*, SpringerGabler.
- Joshi, Y., Lim, W. M., Jagani, K. ve Kumar, S. (2023). Social media influencer marketing: Foundations, trends and ways forward, *Electronic Commerce Research*, 1-55.
- Jhavar, A., Kumar, P. ve Varshney, S. (2023). The emergence of virtual influencers: a shift in the influencer marketing paradigm, *Young Consumers Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 24(4), 468-484. <https://doi.org/10.1108/YC-05-2022-1529>
- Kadekova, Z. ve Holiencinova, M. (2018). Influencer marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities. *Commun Today*, 9, 90-105.
- Kim, I., KI, C. ve Kim, Y. (2022). *Are virtual fashion influencers (VFIs) cool and eerie? Effects of VFIs’ form-and behavioral-realism on consumer*

- ambivalence*, International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings, 79(1). <https://doi.org/10.31274/itaa.15919>
- Kuzminav, M. (2023). Consumer trust and virtual influencers. <https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2023/03/29/consumer-trust-and-virtual-influencers/>.
- Lewczyk, M. (2021, 6 Temmuz). Why brands should work with virtual influencers, Virtual Humans. <https://www.virtualhumans.org/article/why-brands-should-work-with-virtual-influencers>
- Lou, C. ve Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media, *Journal of Interactive Advertising*, 19:1, 58-73, <http://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Marr, B. (2023). How Online Influencers And Idols Are Using Generative AI. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2023/12/01/how-online-influencers-and-idols-are-using-generative-ai/>.
- McKinsey & Company. (2023). What is influencer marketing?. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-influencer-marketing#/>.
- Miao, F., Kozlenkova, I. V., Wang, H., Xie, T. ve Palmatier, R. W. (2022). An emerging theory of avatar marketing, *Journal of Marketing*, 86(1), 67-90, Doi: 10.1177/0022242921996646
- Moustakas, E., Lamba, N., Mahmoud, D. ve Ranganathan, C. (2020). Blurring lines between fiction and reality: Perspectives of experts on marketing effectiveness of virtual influencers, *International Conference on Cyber Security and Protection of Digital Services (Cyber Security)*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/CyberSecurity49315.2020.9138861>
- Nobody Sausage [nobodysausage]. (2022, 26 Ocak). Looking cute with my @boss hoodie #BeYourOwnBOSS #ad. [Fotoğraf]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CZMqVoDISKY/>
- Önder, N. (2024, 27 Şubat). Ford'un sanal influencer'ı Alin'den mesaj var!. Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/fordun-sanal-influenceri-alin/>
- Önder, N. (2024, 28 Mart). Evidea, sektörün ilk yapay zeka influencer'ı İdea'yı hayata geçiriyor, Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/evidea-yapay-zeka-influenceri-idea/>

- PwC Türkiye (2024). Tüketici davranışları araştırması: Tüketici tercihlerinin geleceği: Yüksek standartlar. <https://www.pwc.com.tr/tuketici-davranislari-arastirmasi>
- Riboldazzi, S. ve Capriello, A. (2020). Identifying and selecting the right influencers in the digital era. İçinde S. Yesiloglu & J. Castello (Eds.). *Influencer Marketing: Building Brand Communities and Engagement*. (ss. 43-58). Routledge.
- Russell, A. (2020). *The influencer code*. Hatherleigh Press.
- Sammis, K., Lincoln, C., Pomponi, S., Ng, J., Gassman Rodriguez, E. ve Zhou, J. (2016). *Influencer marketing for dummies*. Wiley & Sons Inc.
- Sands, S., Ferraro, C. Demsar, V. ve Chandler, G. (2022). False Idols: Unpacking the opportunities and challenges of falsity in the context of virtual influencers. *Business Horizons*, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.08.002>
- Shen, Z. (2024). Shall brands create their own influencers? A comprehensive study of 33 virtual influencers on Instagram. *Humanities and Social Sciences*, 11(177). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02698-y>.
- Şef Orço [sef.orco]. (2024, 20 Ağustos). Ah, taco sever misin? Ben bayılıyorum! Meksika mutfağı benim için bir tutku, özellikle de taco! 😊. [Fotoğraf]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C-4puKmMgnu/?img_index=1
- Şef Orço [sef.orco]. (2024, 24 Ekim). 25 Ekim Dünya Makarna Günü'ne Özel Test: Makarna Konusunda Nasıl Bir Uzmansın? 🍝. [Fotoğraf]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DBGqhiuM6oo/>
- Şenses, S. (2023). Sanal Influencerların Yükselişi, <https://mediacat.com/sanal-influencerlarin-yukselisi/>
- TheClueless (t.y.). Models. <https://www.theclueless.ai/models>
- Türkiye'nin gönlünü fetheden markalar. (2024, 10 Ekim). MediaCat. 14 Kasım, 2024 tarihinde <https://mediacat.com/mediacat-lovemarks-2024-tum-liste/> adresinden erişilmiştir.
- Virtual Humans (t.y.). Instagram 35 Sanal Influencerı Doğruladı. https://www-virtualhumans-org.translate.goog/human/noonoouri? x tr sl=en& x tr tl=tr& x tr hl =tr& x tr_pto=tc
- Virtual Humans (t.y.). Prada Candy Adlı Sanal İlham Perisi Yarattı. https://www-virtualhumans-org.translate.goog/human/noonoouri? x tr sl=en& x tr tl=tr& x tr hl =tr& x tr_pto=tc

- Wan, C., Lee, D. ve Ng, P. (2024). The role of antropomorphism and racial homophily of virtual influencers in encouraging low-versus high-cost pro-environmental behaviours, *Psychology & Marketing*, 1-21.
- Wolff, W. (2022). A trend or is the future of influencer marketing virtual? The effect of virtual influencers and sponsorship disclosure on purchase intention, brand trust, and consumer engagement [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. University of Twente.
- Yıldız, G. (2024, 17 Şubat). Influencer pazarlamasında etki gücü tamam da peki ya güven?. *Marketing Türkiye*.
<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/guvenilir-etkileyici-sertifka/>.

14. Bölüm

Beşeri Sermayenin Genç İşsizlik Üzerindeki Rolü: İnsani Gelişme Endeksi Temelli Ampirik Analiz

Ömer Uğur BULUT¹

¹, Doçent, Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, bulut.o.u@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6511-8187.

1. GİRİŞ

Küresel ekonomik düzende genç işsizlik, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Genç nüfusun iş gücü piyasasına katılımı, ekonomik kalkınmanın sürdürülebilirliği ve sosyal istikrar açısından kritik bir rol oynamaktadır (Akcan, 2018). Özellikle genç işsizlik oranları, ekonomideki genel sağlık göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, ülkelerin işgücü piyasalarındaki yapısal sorunlar ve genç nüfusun eğitim düzeyleri gibi birçok faktör genç işsizlik oranlarını etkilemektedir. Bu çalışmada, genç işsizliği etkileyen unsurlardan biri olarak beşeri sermaye üzerine odaklanılacak ve beşeri sermaye göstergesi olarak insani gelişme endeksi (İGE) kullanılacaktır.

Beşeri sermaye, bir ülkenin iş gücü piyasasında sahip olduğu bilgi, yetenek, sağlık ve deneyim gibi faktörleri kapsayan bir kavramdır (Schultz, 1961). Bu sermayenin, bireylerin ekonomik üretkenliklerini artırarak iş gücü piyasasında daha rekabetçi olmalarını sağladığı düşünülmektedir. Dolayısıyla, beşeri sermaye düzeyi ile işsizlik oranları arasında güçlü bir ilişki olduğu varsayılmaktadır (Barro & Lee, 2013). Özellikle genç işsizlik, düşük beşeri sermaye birikimi ile yakından ilişkili olup, iş gücü piyasasına katılım ve entegrasyon süreçlerinde olumsuz etkiler doğurabilir.

Genç işsizliğin yüksek olduğu ülkelerde, genellikle eğitim olanaklarının sınırlı olması, sağlık hizmetlerine erişimde zorluklar yaşanması ve yaşam standartlarının düşük olması gibi temel sorunlar göze çarpmaktadır (Sachs & Warner, 1997). Bu nedenle, İGE'nin genç işsizlik oranları üzerinde belirleyici bir faktör olup olmadığına dair yapılan araştırmalar giderek artmaktadır. Ancak bu ilişkiyi derinlemesine ele alan çalışmalar sınırlı sayıda olup, bu boşluğun doldurulması gerekmektedir.

Türkiye'de genç işsizlik oranı, son yıllarda önemli bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2023 verilerine göre, 15-24 yaş aralığındaki genç işsizlik oranı %17,4 olarak kaydedilmiştir. Bu oran, 2022 yılında %19,4 iken, 2021 yılında %22,6 seviyesindeydi. Son iki yılda gözlemlenen bu düşüşe rağmen, genç işsizlik oranı hâlâ ciddi boyutlardadır. Ayrıca, gençler arasında iş gücüne katılım oranı %39,2 seviyesindedir; bu da genç nüfusun önemli bir kısmının iş gücü piyasasında aktif olmadığını göstermektedir. Özellikle yükseköğretim mezunu gençlerde işsizlik oranının %28,5'e kadar çıkması, beşeri sermaye ve eğitim ile işsizlik arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Bu durum, Türkiye'deki genç nüfusun ekonomik üretkenlik potansiyelinin tam anlamıyla değerlendirilemediğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada beşeri sermayenin genç işsizlik üzerindeki etkisi, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından her yıl yayımlanan İGE

üzerinden Türkiye ekonomisi örneğinde incelenecektir. İGE, ülkelerin eğitim, sağlık ve yaşam standartlarına dair üç temel bileşen üzerinden beşeri gelişim seviyelerini ölçen bir göstergedir (UNDP, 2020). Bu endeks, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde ülkelerin gelişmişlik düzeylerini karşılaştırmak ve beşeri sermaye düzeylerini değerlendirmek için sıkça kullanılmaktadır. Çalışmanın amacı, Türkiye örneğinde beşeri sermaye düzeyi ile genç işsizlik oranları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve İGE'nin bu bağlamda ne kadar etkili bir gösterge olduğunu incelemektir.

Sonuç olarak, bu çalışma beşeri sermaye ve genç işsizlik arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. İGE gibi kapsamlı bir endeksin kullanılması, genç işsizlik üzerine yapılacak politika önerileri açısından önemli bir bakış açısı sunabilir. Bu bağlamda, çalışmanın sonuçlarının hem akademik alanda hem de politika yapımcılar nezdinde faydalı olması beklenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: BEŞERİ SERMAYE VE GENÇ İŞSİZLİK

Beşeri sermaye, bireylerin bilgi, beceri, sağlık ve üretkenlik potansiyellerinin bir toplamı olarak ekonomik büyüme ve toplumsal refah açısından kritik bir faktördür (Psacharopoulos & Patrinos, 2018). Bu kavram, bireylerin iş gücü piyasasında daha rekabetçi olmalarına katkı sağlarken, aynı zamanda ulusal ekonomik performansı artırıcı bir etki yaratır (Romer, 1990). Özellikle genç bireyler için beşeri sermaye yatırımları, onların iş gücüne entegrasyonunu kolaylaştırmakta ve işsizlik riskini azaltmaktadır. Ancak, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde beşeri sermaye birikimi ve genç işsizlik oranları arasında gözlemlenen farklılıklar, bu ilişkinin ülkeden ülkeye değişen dinamiklerini ortaya koymaktadır.

Literatürde, beşeri sermaye düzeyinin genç işsizlik üzerindeki etkisine dair geniş bir araştırma alanı bulunmaktadır. Bazı çalışmalarda mesleki eğitim programlarının yaygınlaştırılmasının, gençlerin iş gücüne katılımını artırabileceği ve işsizlik oranlarını düşürebileceği ifade edilmektedir. Blundell, Dearden ve Sianesi (2005), beşeri sermaye yatırımlarının özellikle genç bireyler için uzun vadede iş gücü piyasasına entegrasyonlarını kolaylaştırdığını ve işsizlik riskini azalttığını ifade etmektedir. Türkiye özelinde yapılan Kaya (1999) çalışması, Türkiye'deki genç işsizliğin en önemli nedenlerinden birinin mesleki eğitim eksikliği olduğunu belirtmiştir. Bu çalışma, gençlerin nitelikli işlere erişimindeki zorlukların, eğitim sistemindeki yetersizlikler ve piyasa ihtiyaçlarına uygun beceri geliştirme eksikliği ile yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu çalışmalara göre, bireylerin eğitim düzeylerindeki artış, özellikle gençler için, daha fazla iş fırsatı yaratmakta ve işsizlik sürelerini

kısaltmaktadır. Ayrıca, mesleki eğitim ve yaşam boyu öğrenme fırsatlarına erişim de işsizlik oranlarını düşürücü etkiler sağlamaktadır. Başka bir çalışmada, Acemoglu ve Author (2011), eğitim kalitesinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini inceleyerek, yüksek eğitim düzeyinin gençler için iş bulma olanaklarını artırdığını ve işsizlik oranlarını düşürdüğünü belirtmiştir. Benzer bulgular sunan Hanushek ve Woessmann (2012) çalışmasına göre, eğitim seviyesi, iş gücü piyasasında gençlerin daha yüksek ücretli ve istikrarlı pozisyonlara erişimini sağlarken, düşük eğitim seviyesi ve yetersiz beceri düzeyleri genç işsizlik oranlarının yükselmesine neden olabilmektedir. Bu çerçevede, beşeri sermayenin temel bileşenleri olan eğitim ve sağlık, gençlerin iş gücüne katılımını ve istihdam edilebilirliğini doğrudan etkilemektedir.

Sağlık gibi beşeri sermayenin diğer bileşenleri de genç işsizlik oranları üzerinde etkili olabilmektedir. Bloom ve Canning (2000), bireylerin sağlık durumunun ekonomik üretkenliklerini ve istihdam edilebilirliklerini doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Genç bireylerin fiziksel ve zihinsel sağlıklarının iyileştirilmesi, iş piyasasında daha sürdürülebilir bir katılım sağlamalarına yardımcı olabilir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde sağlık hizmetlerine erişim sınırlılıkları, gençlerin iş gücü piyasasındaki performanslarını ve istihdam olanaklarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Küresel düzeyde yapılan analizler, teknolojik gelişmelerin ve dijitalleşmenin beşeri sermaye ile genç işsizlik arasındaki ilişkiyi dönüştürdüğünü göstermektedir. World Bank (2020) tarafından yayımlanan bir raporda, genç işsizliği azaltmada beşeri sermaye yatırımlarının kritik öneme sahip olduğu belirtilmiştir. Raporda, özellikle gelişmekte olan ülkelerde genç işsizlik oranlarının yüksek olmasının, eğitim sistemindeki yetersizlikler ve sağlık hizmetlerine sınırlı erişim gibi beşeri sermaye unsurlarının eksikliği ile doğrudan ilişkili olduğu vurgulanmaktadır. Son olarak Brynjolfsson ve McAfee (2014), dijital teknolojilerin iş dünyası ve ekonomi üzerindeki etkilerini tartışarak, otomasyonun işgücü piyasasında nasıl bir dönüşüme yol açtığını ele almaktadır.

Bu çalışmalar, beşeri sermaye düzeyinin genç işsizlik oranları üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitim, sağlık ve mesleki becerilerin artırılmasının, gençlerin istihdam edilebilirliğini artırdığı ve ekonomik büyümeye katkıda bulunduğu açıktır. Ancak, bu ilişkinin etkin bir şekilde anlaşılması ve politika tasarımına dahil edilmesi, ülkelere özgü dinamiklerin dikkate alınmasını gerektirmektedir. Türkiye örneğinde, bu çalışmayı farklılaştıran nokta, beşeri sermaye göstergesi olarak eğitim, sağlık ve yaşam standardı bileşenlerini kapsayan İGE'nin kullanılmasıdır. Literatürde genellikle tekil göstergelerle incelenen beşeri sermaye-geç işsizlik ilişkisi, bu

çalışmada İGE gibi çok boyutlu bir indeksle değerlendirilerek daha kapsamlı bir analiz sunmayı hedeflemektedir.

3. BEŞERİ SERMAYE GÖSTERGESİ OLARAK İGE

İnsani Gelişme Endeksi (İGE), bir toplumun yaşam standartlarını, insan refahını ve kalkınma düzeyini değerlendiren önemli bir gösterge olarak beşeri sermaye ölçümünde kullanılmaktadır. Beşeri sermaye, bir ülkenin üretim kapasitesini ve ekonomik büyümesini sürdürülebilir kılan insan becerileri, bilgi ve yetkinlikleri olarak tanımlanır. İGE, sağlık, eğitim ve gelir düzeylerini temel alarak bu beceri ve yetkinliklerin gelişimini izler ve insani gelişimin farklı boyutlarını kapsamlı bir şekilde ele alır. Yapılan birçok araştırma, İGE'nin beşeri sermaye ile doğrudan ilişkili olduğunu ve kalkınma politikalarında etkili bir araç olarak kullanılabileceğini ortaya koymaktadır (Schultz, 1961).

İGE'nin beşeri sermayeyi temsil edici bir gösterge olup olmadığı üzerine yapılan birçok çalışma, bu endeksin farklı boyutlarıyla beşeri sermaye ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi başarılı bir şekilde yakaladığını göstermektedir. Lucas (1988), eğitim ve sağlık göstergelerinin ekonomik büyümenin itici güçleri olduğunu vurgulayarak, bu göstergelerin İGE bileşenleri ile örtüştüğünü belirtmiştir. Bu bağlamda, İGE'nin beşeri sermayeyi ölçmede etkili bir araç olduğunu desteklenmektedir. Todaro ve Smith (2011), İGE'nin beşeri kalkınma perspektifinde ekonomik büyümeyi desteklediğini ve kalkınma politikalarında kullanılabilecek önemli bir göstergesi olduğunu vurgulamıştır.

Beşeri sermaye göstergesi olarak İGE'nin kullanılabilirliği üzerine yapılan araştırmalar, bu endeksin sağlık, eğitim ve gelir gibi bireylerin üretkenliğini ve ekonomik katılımını etkileyen temel faktörleri kapsadığı için geçerli bir ölçüt olduğunu ortaya koymuştur. Benhabib ve Spiegel (1994), İGE gibi göstergelerin, bir ülkenin beşeri sermaye stokunu ve ekonomik büyüme potansiyelini doğru bir şekilde yansıttığını belirlemiştir.

İnsani Gelişme Endeksi, sağlık, eğitim ve gelir göstergeleri üzerinden beşeri sermayeyi değerlendiren kapsamlı bir araçtır. Hem teorik hem de ampirik çalışmalar, İGE'nin beşeri sermaye ölçümünde ve kalkınma stratejilerinin belirlenmesinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Sağlık ve eğitim göstergelerinin yanı sıra kişi başına düşen gelir düzeyi, İGE'nin beşeri sermaye üzerinde doğrudan etkisi olduğunu kanıtlayan unsurlardır.

Yaşam beklentisi (Sağlık), toplumun genel sağlık düzeyini gösteren bir ölçüt olarak İGE'nin önemli bir bileşenidir. Sağlık, bireylerin iş gücüne katılımı ve üretkenliğini etkileyen temel faktörlerden biridir. Bloom ve Canning (2000), sağlık göstergelerinin beşeri sermaye üzerindeki etkisini vurgulamış ve uzun yaşam süresinin iş gücü verimliliğini artırdığını ortaya koymuştur. Sağlık

hizmetlerine erişimin iyileştirilmesi, beşeri sermayenin niteliğini doğrudan yükselten unsurlardan biridir. Eğitim (Eğitim Düzeyi), beşeri sermayenin gelişiminde kilit rol oynayan bir başka bileşendir. İGE’de, ortalama eğitim süresi ve beklenen eğitim süresi, toplumun eğitim seviyesini yansıtır. Schultz (1961), eğitimin ekonomik kalkınma için en önemli beşeri sermaye yatırımlarından biri olduğunu savunmuştur. Benzer şekilde, Psacharopoulos ve Patrinos (2018), eğitim düzeyinin iş gücü niteliğini artırdığını ve ekonomik büyümeyi hızlandırdığını bulmuştur. Eğitimde ilerleme, hem bireysel hem de toplumsal refahı yükselten bir dinamiktir. Kişi başına düşen milli gelir (Gelir Göstergesi), bireylerin yaşam kalitesini etkileyen ekonomik bir faktördür. Gelir düzeyinin yüksek olması, bireylerin sağlık ve eğitim gibi temel hizmetlere erişimini kolaylaştırarak beşeri sermaye birikimini hızlandırır. Barro (1991), ekonomik büyümenin beşeri sermaye yatırımları ile doğrudan ilişkili olduğunu ve bu yatırımların gelir artışını beraberinde getirdiğini belirtmiştir. Bu nedenle, kişi başına düşen gelir, bir ülkenin ekonomik kalkınma seviyesini ve beşeri sermaye düzeyini ölçmek için önemli bir gösterge olarak kabul edilir.

4. AMPİRİK ANALİZ: VERİ SETİ, YÖNTEM VE BULGULAR

Bu çalışma, İGE’nin Türkiye’deki genç işsizlik oranı üzerindeki uzun dönem etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. İnsan sermayesinin önemli bir göstergesi olan İGE, toplumların ekonomik ve sosyal kalkınma seviyelerini anlamada kritik bir rol oynamaktadır. Genç işsizlik oranı ise 15-24 yaş arasındaki nüfusun işsizlik düzeyini ifade etmekte ve bu çalışma kapsamında bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır. İGE’nin genç işsizlik üzerindeki etkisini değerlendirebilmek için 1990-2022 dönemine ait yıllık verilere dayalı zaman serisi analizleri gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda, ampirik analizin fonksiyonel ilişkisi Denklem 1’deki gibi tanımlanmaktadır.

$$LN_UNEMP_t = f(LN_HDI_t) \quad (1)$$

Ampirik analizin fonksiyonel ilişkisini temsil eden temel regresyon modeli Denklem 2’de yer almaktadır.

$$LN_UNEMP_t = \beta_0 + \beta_1 LN_HDI_t + \mu_t \quad (2)$$

Denklem 1 ve Denklem 2’de:

LN_UNEMP_t: t dönemindeki genç işsizlik oranı (%),

LN_HDI_t: t dönemindeki insani gelişme endeksi,

β_0 : Sabit terim,

β_1 : İGE’nin genç işsizlik üzerindeki etkisini temsil eden katsayı,

μ_t : Hata terimi.

Çalışmanın metodolojik kısmı, beşeri sermaye göstergesi olarak insani gelişmenin genç işsizlik oranı üzerindeki uzun dönemli etkisini büyüklük ve yön açısından değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, insani gelişme endeksinin genç işsizlik oranı üzerindeki uzun dönemli etkisini anlamaya yönelik önemli bilgiler sunacaktır. Ayrıca, bu sonuçlar, Türkiye’de insani gelişmeyi artırıcı politikaların genç işsizlikle mücadelede nasıl bir rol oynayabileceğine dair değerli ipuçları sağlayacaktır.

Araştırma verileri, güvenilir uluslararası kaynaklardan temin edilmiştir. Genç işsizlik oranı, Dünya Bankası’nın açık veri tabanından alınmış olup toplam işgücüne oranla işsiz gençlerin yüzdesini yansıtmaktadır. İnsani gelişme endeksi ise UNDP tarafından yayımlanan raporlardan elde edilmiştir. Üç temel bileşeni (kişi başına düşen gelir, eğitim düzeyi ve yaşam süresi) kapsayan bu endeks, toplumların refah düzeyine dair bütüncül bir ölçüm sağlamaktadır. Çalışmada bu verilerin seçilmesindeki temel neden, yıllık bazda düzenli ve karşılaştırılabilir nitelikte olmalarıdır. Ampirik analize konu olan ve Tablo 1’de özetlenen seriler logaritmaları alınarak modellenmiştir.

Tablo 1: Veri Seti

Değişken	Sembol	Kaynak	Açıklama
Genç İşsizlik	LN_UNEMP	WB*	15-24 yaş arası genç nüfusun toplam işgücü içindeki işsizlik oranı (yüzde).
İnsani Gelişmişlik	LN_HDI	UNDP**	Kişi başına düşen gelir, eğitim düzeyi ve ortalama yaşam süresi bileşenlerini içeren kompozit endeks.

* <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>

** <https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI>

Zaman serisi analizlerinde güvenilir sonuçlar elde edebilmek için kullanılan değişkenlerin durağanlık özelliklerinin sınanması gereklidir. Durağan olmayan seriler, yanıltıcı sonuçlara yol açabileceğinden, analizlerde kullanılan değişkenlerin durağan olup olmadığının belirlenmesi kritik öneme sahiptir (Gujarati & Porter, 2009). Bu nedenle, çalışmada öncelikle birim kök testleri uygulanmıştır. Zaman serisi analizlerinde yaygın olarak kullanılan Augmented Dickey-Fuller (ADF) testi ve Phillips-Perron (PP) testi, serilerin durağanlık düzeylerini belirlemek amacıyla tercih edilmiştir. ADF testi, serideki otokorelasyon sorunlarını dikkate alarak birim kök içerip içermediğini sınarken (Dickey & Fuller, 1979), PP testi, otokorelasyon ve heteroskedastisite sorunlarına karşı daha dayanıklı bir yöntem sunmaktadır (Phillips & Perron, 1988). Her iki test, durağan olmayan serilerin birinci farklarının alınarak durağan hale

getirildiğini ve bu şekilde analizlere uygun hale geldiğini tespit etmek için kullanılmıştır (Harris & Sollis, 2003).

Durağanlık analizinden elde edilen sonuçlara dayanılarak, seriler arasındaki uzun dönem ilişkisi incelemek için uygun ekonometrik yöntemler tercih edilmiştir. Bu bağlamda, Johansen eşbütünleşme testi, serilerin birinci farkında durağan [I(1)] olmaları durumunda kullanılan bir yöntemdir ve özellikle aynı seviyede entegre olmuş seriler için uygundur (Johansen, 1988). Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (ARDL) modeli ise, serilerin düzeyde [I(0)] ve/veya I(1) gibi farklı entegrasyon seviyelerinde olduğu durumlarda uzun dönemli ilişkilerin incelenmesine olanak tanır (Pesaran, Shin & Smith, 2001). Her iki yöntem, değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi tespit etmektedir.

Tablo 2: Durağanlık Analizi

Değişken	ADF		PP		SONUÇ
	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	
LN_UNEMP	-2.677622 (0.2519)	- 4.908556*** (0.0023)	-2.165635 (0.4910)	- 8.347168*** (0.0000)	I(1)
LN_HDI	-1.453838 (0.8238)	- 4.789055*** (0.0031)	-1.900158 (0.6303)	- 4.846096*** (0.0027)	I(1)

Not 1: ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeylerindeki anlamlılıkları ifade etmektedir.

Not 2: Parantez içindeki değerler olasılık değerleridir.

Not 3: Sonuçlarda %5 anlam düzeyi dikkate alınmıştır.

ADF ve PP testleri, zaman serilerinin durağanlık durumunu değerlendirerek, birim kök sorunlarının tespitine olanak tanır. Her iki testte sıfır hipotezi (H_0) serinin birim kök içerdiğini, yani durağan olmadığını ifade ederken, alternatif hipotez (H_1) serinin durağan olduğunu belirtir (Dickey & Fuller, 1979; Phillips & Perron, 1988). Eğer test istatistiği anlamlılık düzeylerinde (%1, %5, %10) kritik değer in altında ise H_0 reddedilir ve serinin durağan olduğu sonucuna ulaşılır. Tablo 2, sabit ve trend bileşenlerini dikkate alarak ADF ve PP testlerinin bulgularını sunmaktadır. Buna göre, ampirik analizi konu olan iki değişkenin entegrasyon seviyesi I(1)'dir.

Tablo 2 bulgularına göre, seriler aynı seviyede entegre [I(1)] bulunduktan sonra eşbütünleşme analizine geçilmiştir. Eşbütünleşme, seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olup olmadığını belirlemek için kullanılan bir yöntemdir. Bu çalışmada, Johansen eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Johansen yöntemi, seriler arasındaki eşbütünleşme vektörlerinin sayısını belirlemek ve uzun

dönemli ilişkiyi tahmin etmek için yaygın olarak tercih edilen bir yöntemdir (Johansen, 1988). Bu test, serilerin ortak bir uzun dönem denge ilişkisi içinde olup olmadığını ortaya koymaktadır. Eğer eşbütünleşme ilişkisi tespit edilirse, seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılır.

Johansen eşbütünleşme testi, Soren Johansen (1988) tarafından geliştirilen ve zaman serisi analizinde, değişkenler arasında uzun dönemli dengeli bir ilişkinin var olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılan bir tekniktir. Johansen testi, birden fazla eşbütünleşik vektöre sahip olabilecek sistemlerde, yani çok değişkenli Vektör Otoregresif (VAR) modellerde, eşbütünleşme ilişkilerini incelemek için kullanılan bir yöntemdir. Bu teknik, özellikle tüm değişkenlerin I(1) seviyesinde olması koşulunu gerektirir ve bu durumda, değişkenlerin farklarına dayalı modeller yerine seviyelerindeki ilişkiyi tespit etmeye çalışır (Johansen, 1988).

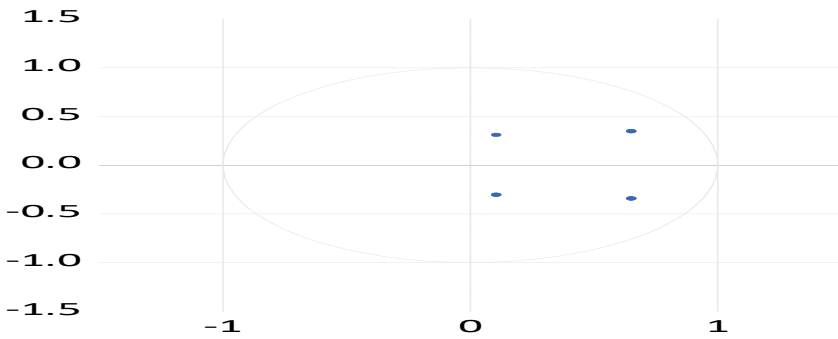
Johansen testi, özellikle çok değişkenli sistemlerde tüm değişkenlerin birlikte hareket edip etmediğini anlamak için etkili bir yöntemdir. Ayrıca, Johansen tekniği hem küçük hem de büyük veri setlerinde güvenilir sonuçlar sunar ve ekonomik teorilerde sıklıkla kullanılan bir araçtır. Özellikle makroekonomik analizlerde, değişkenler arasında denge ilişkisini analiz etmek için kullanılan bu teknik, para politikası, döviz kuru, enflasyon gibi ekonomik değişkenlerin ilişkilerini inceleyen çalışmalarda yaygın olarak tercih edilmektedir (Lütkepohl, 2005).

Tablo 2’de serilerin I(1) düzeyinde durağan oldukları tespit edildikten sonra Johansen eşbütünleşme analizi için öncelikle VAR modeli tahmin edilmiştir. Akaike (AIC) ve Schwarz (SC) gibi bilgi seçim kriterleri dikkate alınmamıştır. Bunun temel nedeni, bilgi kriterlerinin işaret ettiği gecikme uzunluğunda yapısal sorunların olmaması gerektiğidir. Literatürde bu durum, VAR modelinin geçerliliğinin, seçilen gecikme uzunluğunun veri yapısıyla uyumlu olup olmadığının kontrol edilmesiyle ilişkilendirilir (Lütkepohl, 2005). Bu bağlamda, uygun gecikme uzunluğunu belirlemek için 1’den başlanarak deneme yanılma yöntemi uygulanmış ve en uygun gecikme uzunluğu 2 olarak tespit edilmiştir.

Deneme yanılma yöntemi, VAR modellerinin otokorelasyon, normalite ve durağanlık gibi yapısal sorunlarını gidermek için sıklıkla başvurulan bir yaklaşımdır. Örneğin, Enders (2014) uygun gecikme uzunluğunun yalnızca bilgi kriterlerine dayalı olarak belirlenmesinin yanıltıcı olabileceğini ve modelin yapısal özelliklerinin de dikkate alınması gerektiğini vurgulamıştır. Bu nedenle, seçilen gecikme uzunluğunun modelin dinamik yapısını doğru bir şekilde temsil etmesi için alternatif gecikme uzunlukları test edilmiştir. Bu yöntemde, gecikme uzunluklarının belirlenmesi sürecinde çeşitli tanısıl testler uygulanmış ve modelin performansı değerlendirilmiştir. Özellikle, seçilen gecikme uzunluğunda

otokorelasyon, değişen varyans ve normalite gibi sorunların olmadığı doğrulanması, VAR modelinin güvenilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir (Hamilton, 2020). Bu bağlamda, gecikme uzunluğu 2 olarak belirlendikten sonra, modelin eşbütünleşme ilişkilerini en iyi şekilde temsil ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Öncelikle, Otoregresif (AR) karakteristik polinomunun ters kökleri analiz edilmiş ve sonuçlar Şekil 1'de sunulmuştur. Buna göre, ters köklerin birim çemberin içinde yer alması, modellerin istikrarlı ve durağan bir yapıya sahip olduğunu doğrulamaktadır. Bu durum, oluşturulan VAR(2) modelinin matematiksel tutarlılığını ve güvenilirliğini göstermektedir (Lütkepohl, 2005).



Şekil 1. VAR(2) Modeli Ters Köklerinin Birim Çember Konumu

Johansen analizine geçmeden, diğer model tanı testlerine bakılmıştır. Tablo 3'e göre, olasılık değerleri her üç anlam düzeyinden yüksek çıkmıştır. Oluşturulan VAR(2) modelinde otokorelasyon ve değişen varyans sorunu olmadığı gibi hata terimleri normal dağılım sergilemektedir.

Tablo 3: VAR(2) Modeli Tanı Testleri

Tanı	Test Türü	Olasılık Değeri
Otokorelasyon	Lagrange Çarpan (LM)	0.7246
Değişen Varyans	White	0.2060
Normalite	Jarque Bera	0.3678

Johansen tekniği, iki temel test istatistiği ile eşbütünleşme vektörlerini belirlemektedir. İz testi, tüm olası eşbütünleşme vektörlerinin sayısını değerlendirirken, maksimum özdeğer testi ise belirli bir eşbütünleşme vektörü sayısına karşılık gelen en yüksek özdeğer ile sınama yapar. Bu iki test, eşbütünleşme ilişkilerinin sayısını belirlemek için kullanılır ve sonuç olarak değişkenler arasında uzun dönem denge ilişkisi olup olmadığını ortaya koyar (Johansen & Juselius, 1990).

Tablo 4: İz ve Maksimum Özdeğer Testi

H ₀	Özdeğer	İstatistiki Değer	%5 Kritik Değer	Olasılık
İz İstatistiği				
$r = 0^{**}$	0.399061	15.81181	15.49471	0.0448
$r \leq 1$	0.017641	0.533967	3.841465	0.4649
Maksimum Özdeğer İstatistiği				
$r = 0^{**}$	0.399061	15.27784	14.26460	0.0345
$r \leq 1$	0.017641	0.533967	3.841465	0.4649

Not 1: “r” koentegre vektör sayısıdır.

Not 2: “***” %5 düzeyinde hipotezin reddedildiği göstermektedir.

Tablo 4’e göre H₀’ın reddedilmesi İz ve Maksimum Özdeğer istatistiki değerlerinin yüksek olduğu veya olasılık değerlerinin %5’e göre düşük olduğu anlamına gelmektedir. Buna göre en fazla 1 koentegre vektörün ($r \leq 1$) olduğunu ifade eden H₀ reddedilememektedir. Hem İz hem de Maksimum Özdeğer testleri bu bulguyu doğrulamaktadır. Buna göre, insani gelişme endeksi ve genç işsizlik serileri uzun dönemde eşbütünlüktedir ve birlikte hareket etmektedir.

Eşbütünlüğün tespiti edilmesinin ardından, uzun dönemli ilişkinin parametrelerini tahmin etmek için farklı ekonometrik yöntemler kullanılmıştır. Bu çalışmada, otokorelasyon ve değişen varyans gibi sorunlara duyarlı yöntemlerden olan FMOLS (Tamamen Değiştirilmiş En Küçük Kareler), DOLS (Dinamik En Küçük Kareler) ve CCR (Kanonik Eşbütünlük Regresyon) yöntemleri uygulanmıştır. FMOLS, uzun dönem parametre tahminlerinde otokorelasyon ve varyans problemlerini düzelterek daha güvenilir sonuçlar sağlamayı hedefler (Phillips & Hansen, 1990). Benzer şekilde, DOLS yöntemi, gecikmeli ve ileri farkları modele dahil ederek tahminlerdeki yanlılık sorunlarını azaltır (Stock & Watson, 1993). CCR yöntemi ise eşbütünlük modellerinde uzun dönem katsayı tahminlerini optimize ederek tahminlerin sağlamlığını artırır (Park, 1992).

FMOLS, DOLS ve CCR yöntemlerinden elde edilen sonuçlar, İGE'nin genç işsizlik oranı üzerindeki etkisini hem büyüklük hem de yön açısından değerlendirmek için kullanılacaktır. Bu yöntemler ile tahmin edilen katsayılar, Johansen yöntemiyle seriler arasında tespit edilen anlamlı uzun dönemli ilişkinin esnekliğini yansıtacaktır.

Her üç yöntem de eşbütünlük ilişkilerini analiz etmek için tasarlanmış tahmin yöntemleridir ve benzer amaçları taşır: Otokorelasyon ve sapmaları düzeltmek ve uzun dönemli ilişkileri doğru bir şekilde tahmin etmek. Ancak, bu yöntemlerin kullandıkları teknikler farklıdır. FMOLS, Hata terimlerinin otokorelasyon ve değişen varyans etkilerini düzeltmek için verilerin doğrudan

işlenmesine dayanır. FMOLS, özellikle otokorelasyonun yüksek olduğu serilerde daha iyi sonuçlar verir (Phillips & Hansen, 1990). CCR: Otokorelasyon ve heteroskedastisite sorunlarını gidermek için veri dönüşümünü kullanır ve bu sayede basit bir hesaplama yapısıyla doğru tahminler sağlar. CCR, daha basit yapısı sayesinde özellikle küçük veri setlerinde daha uygun olabilir (Park, 1992). DOLS, Bağımsız değişkenlere gecikmeli ve ileri fark terimleri ekleyerek, otokorelasyon ve sapmaları giderir. DOLS, küçük örneklemeler üzerinde güçlü bir performansa sahip olup, ileri ve gecikmeli terimleri modele eklemesi nedeniyle daha esnek bir yapı sunar (Stock & Watson, 1993).

FMOLS ve CCR, daha çok otokorelasyon ve heteroskedastisiteyi doğrudan model içinde düzeltmeye yönelik yöntemlerdir, oysa DOLS, gecikme terimlerini ekleyerek bu sorunları çözmeyi hedefler. DOLS'nin avantajı, gecikme ve ileri terimlerin modele eklenmesiyle daha esnek bir tahmin yöntemi sunmasıdır. Bu, özellikle kısa dönemli dalgalanmaların etkilerini dikkate almak isteyen araştırmacılar için büyük bir avantaj sağlar. DOLS yöntemi her ne kadar güçlü bir tahmin yöntemi olsa da bazı sınırlamaları vardır. Özellikle, bağımsız değişkenlere eklenen gecikmeli ve ileri terimler, serbestlik derecesinin artmasına ve modelin daha karmaşık hale gelmesine yol açabilir. Bu durum, özellikle küçük veri setlerinde tahminlerin güvenilirliğini azaltabilir (Saikkonen, 1992). Ayrıca, ileri terimlerin modele dahil edilmesi, bazı zaman serilerinde pratik zorluklar yaratabilir; çünkü geleceğe yönelik verilerin tahmin edilmesi gereklidir. Öte yandan, DOLS, otokorelasyon ve heteroskedastisiteye karşı daha duyarlı olabilir, bu da testin gücünü zayıflatabilir. FMOLS ve CCR yöntemleri ise bu sorunları daha doğrudan çözmeyi hedefledikleri için bu tür sapmaların etkilerini daha başarılı bir şekilde azaltabilir.

$$\Delta \text{LN_UNEMP}_t = \alpha_0 + \alpha_1 \text{LN_UNEMP}_{t-1} + \alpha_2 \text{LN_HDI}_{t-1} + \sum_{i=-j}^{i=j} \alpha_3 \Delta \text{LN_UNEMP}_{t-1} + \sum_{i=-j}^{i=j} \alpha_4 \Delta \text{LN_HDI}_{t-0} + \Omega_t \quad (3)$$

Denklem 3, Johansen eşbütünleşme testinde belirlenen uzun dönem ilişkinin katsayılarını tahmin etmek için kullanılacaktır. Bu denklemde, α_0 ve Ω_t sırasıyla sabit terim ve hata terimidir. α_3 ve α_4 değişkenlerin öncü ve gecikmeli değerleri arasındaki ilişkiyi açıklayan tanımlayıcı katsayılarıdır. Çalışmanın uzun dönem katsayılarına yönelik analizinde küçük örneklemelerle tahmin süreci yürütüldüğünden, Afolabi (2022) referans alınarak, bu değerler maksimum 2 gecikmede sabit tutulmuştur. Son olarak, α_1 ve α_2 hesaplanan uzun dönem katsayıları temsil etmektedir (Bakhsh, Alam & Zhang, 2024).

Tablo 5: Uzun Dönem Katsayılar

Değişken	Katsayı	T-İstatistik	Olasılık
FMOLS			
LN_HDI	1.022640	3.854713	0.0006
α_0	3.254474	8.013634	0.0000
Jarque-Bera = 1.337847 (Prob. = 0.512260), $R^2 = 0.796643$			
DOLS			
LN_HDI	1.199312	3.596253	0.0018
α_0	3.501766	10.706704	0.0000
Jarque-Bera = 1.021188 (Prob. = 0.600139), $R^2 = 0.787499$			
CCR			
LN_HDI	1.120092	4.488272	0.0001
α_0	3.293210	9.038471	0.0000
Jarque-Bera = 1.512893 (Prob. = 0.469331), $R^2 = 0.775476$			

Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5, FMOLS, DOLS ve CCR tahmincilerinin model uyumluluğuna baktığımızda, Jarque-Bera test istatistik değerleri %5 anlam düzeyinde hata terimlerinin normal dağılım sergilediğini, R^2 değerleri modelin açıklama gücünün yüksek olduğunu göstermektedir. Tablodaki uzun dönem katsayıları her bir tahminci için birbirine yakın değerleri işaret etmektedir. FMOLS, DOLS ve CCR bulgularına göre, insani gelişme endeksinde %1'lik artış genç işsizlik oranlarını yaklaşık olarak ve sırasıyla %1.02, %1.20 ve %1.12 düzeyinde arttırmaktadır.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, Türkiye örneğinde İGE'nin genç işsizlik üzerindeki uzun dönem etkilerini incelemiştir. Johansen eşbütünlük testi ile elde edilen bulgular, İGE ile genç işsizlik oranı arasında uzun dönemli bir eşbütünlük ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır. FMOLS, DOLS ve CCR yöntemleriyle yapılan tahminler, insani gelişme endeksinin genç işsizlik oranını artırıcı yönde pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, insani gelişmeye yönelik iyileşmelerin genç işsizlik üzerindeki etkilerinin beklenenden farklı bir dinamiğe sahip olduğunu göstermektedir.

Bulgular, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde insani gelişme ile iş gücü piyasası arasındaki karmaşık ilişkilere ışık tutmaktadır. İnsani gelişme endeksi, eğitim, sağlık ve gelir gibi temel bileşenleri iyileştirirse bile, bu iyileşmelerin gençlerin iş piyasasına entegrasyonu üzerindeki etkileri doğrudan olumlu olmayabilir. Eğitim ve beceri düzeyinin yükselmesi, gençlerin iş piyasasındaki beklentilerini artırabilirken, iş piyasasının bu artan beklentilere cevap verecek kapasitede olmaması, genç işsizlik oranının artmasına neden olabilir.

Elden edilen politika yapıcıları için ipucu niteliği taşımaktadır.

✓ Gençlere Uygun İş Alanlarının Yaratılması: Eğitim düzeyinde iyileşmelerin yanı sıra, genç nüfusun istihdam edilebileceği alanlar artırılmalıdır. Özellikle bilgi teknolojileri, yenilenebilir enerji ve yaratıcı endüstriler gibi yüksek beceri gerektiren sektörlerde iş fırsatları artırılabilir.

✓ İşgücü Piyasası ile Eğitim Arasındaki Uyum: Eğitim sisteminin iş piyasasının ihtiyaçlarına uygun şekilde yapılandırılması önemlidir. Mesleki eğitim programları ve sektör-üniversite iş birlikleri teşvik edilerek, gençlerin iş piyasasına geçiş süreçleri kolaylaştırılabilir.

✓ Girişimciliğin Teşviki: Gençlerin kendi işlerini kurmalarını destekleyecek teşvik programları ve finansal mekanizmalar oluşturulmalıdır. Özellikle teknolojik girişimlere yönelik fonlar ve kuluçka merkezleri yaygınlaştırılabilir.

✓ Esnek Çalışma Modellerinin Teşviki: Esnek çalışma saatleri, uzaktan çalışma olanakları ve yarı zamanlı iş fırsatları gibi esnek çalışma modelleri teşvik edilerek gençlerin iş piyasasına entegrasyonu kolaylaştırılabilir.

✓ Bölgesel Dengesizliklerin Azaltılması: Türkiye genelinde iş fırsatlarının eşit şekilde dağıtılması, özellikle kırsal bölgelerde genç işsizliği azaltabilir. Bu bağlamda, bölgesel kalkınma projelerine ağırlık verilmelidir.

Sonuç olarak, insani gelişme ile genç işsizlik arasındaki ilişki, ekonomik karar mekanizmaları için önemli bir analiz alanı oluşturmaktadır. Bu bağlamda, sadece insani gelişme göstergelerinin iyileştirilmesi değil, aynı zamanda iş gücü piyasasında yapısal dönüşümler gerçekleştirilmesi gereklidir. Bu tür politika adımları, Türkiye'nin hem genç işsizliği azaltmasına hem de sürdürülebilir ekonomik büyümeyi desteklemesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

1. Acemoglu, D., & Autor, D. (2011). Skills, tasks and technologies: Implications for employment and earnings. *Handbook of Labor Economics*, 4(B), 1043-1171.
2. Afolabi, J. (2022). Financial development, trade openness, and economic growth in Nigeria. *Iranian Economic Review*, 26(1), 237-254.
3. Akcan, İ. (2018). Türkiye’de genç işsizlik sorunu ve çözüm önerileri. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 45-62.
4. Bakhsh, S., Alam, M. S., & Zhang, W. (2024). Green finance and Sustainable Development Goals: is there a role for geopolitical uncertainty?. *Economic Change and Restructuring*, 57(4), 137.
5. Barro, R. J. (1991). Economic Growth in a Cross Section of Countries. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 407-443.
6. Barro, R. J., & Lee, J. W. (2013). A new data set of educational attainment in the world, 1950–2010. *Journal of Development Economics*, 104, 184-198.
7. Benhabib, J., & Spiegel, M. M. (1994). The role of human capital in economic development: Evidence from aggregate cross-country data. *Journal of Monetary Economics*, 34(2), 143-173.
8. Bloom, D. E., & Canning, D. (2000). The health and wealth of nations. *Science*, 287(5456), 1207-1209.
9. Blundell, R., Dearden, L., & Sianesi, B. (2005). Evaluating the effect of education on earnings: Models, methods and results from the National Child Development Survey. *Journal of the Royal Statistical Society*, 168(3), 473-512.
10. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. New York: W.W. Norton & Company.
11. Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427-431.
12. Enders, W. (2014). *Applied econometric time series* (4. Baskı). New Jersey: Wiley.
13. Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics*. New York: McGraw-Hill.
14. Hamilton, J. D. (2020). *Time series analysis*. New Jersey: Princeton University Press.

15. Hanushek, E. A., & Woessmann, L. (2012). Do better schools lead to more growth? Cognitive skills, economic outcomes, and causation. *Journal of Economic Growth*, 17(4), 267-321.
16. Harris, R., & Sollis, R. (2003). *Applied time series modelling and forecasting*. New Jersey: Wiley.
17. Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2-3), 231-254.
18. Johansen, S., & Juselius, K. (1990). Maximum likelihood estimation and inference on cointegration—with applications to the demand for money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52(2), 169-210.
19. Kaya, A. A. (1999). Türkiye’de genç işsizliği ve istihdam sorununa çözüm olarak mesleki eğitim. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (15), 45-56.
20. Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3-42.
21. Lütkepohl, H. (2005). *New introduction to multiple time series analysis*. Berlin: Springer Science & Business Media.
22. Park, J. Y. (1992). Canonical cointegrating regressions. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 60(1), 119-143.
23. Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326.
24. Phillips, P. C. B., & Hansen, B. E. (1990). Statistical inference in instrumental variables regression with I(1) processes. *The Review of Economic Studies*, 57(1), 99-125.
25. Phillips, P. C. B., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
26. Psacharopoulos, G., & Patrinos, H. A. (2018). Returns to investment in education: a decennial review of the global literature. *Education Economics*, 26(5), 445-458.
27. Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5), 71-102.
28. Sachs, J. D., & Warner, A. M. (1997). Sources of slow growth in African economies. *Journal of African Economies*, 6(3), 335-376.
29. Saikkonen, P. (1992). Estimation and testing of cointegrated systems by an autoregressive approximation. *Econometric Theory*, 8(1), 1-27.
30. Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.

31. Stock, J. H., & Watson, M. W. (1993). A simple estimator of cointegrating vectors in higher order integrated systems. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 61(4), 783-820.
32. Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2011). *Economic development*. Boston: Addison-Wesley.
33. Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). *İşgücü istatistikleri, 2023*. 15 Nisan 2024 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr> adresinden temin edildi.
34. United Nations Development Programme (UNDP). (2020). *Human development report 2020: The next frontier – Human development and the Anthropocene*. 17 Nisan 2024 tarihinde <https://hdr.undp.org/en/2020-report> adresinden temin edildi.
35. World Bank. (2020). *World development report 2020: Trading for development in the age of global value chains*. 16 Nisan 2014 tarihinde <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1457-0> adresinden erişildi.

15. Bölüm

Turizmde Örgütsel Güven ve Çalışanların İş Tatmini Arasındaki İlişki: Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*

Sebahattin KARAMAN¹

Taylan SARIKEÇE²

¹ Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi, ORCID ID: 0000-0002-0668-6707

² Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Bilim Uzmanı, ORCID ID: 0009-0009-1248-1407

*Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim dalında 2024 yılında yüksek lisans tezi olarak sunulmuş ve kabul edilmiştir.

Araştırma yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Özet

Turizm sürekli büyüme gösteren dünyadaki en önemli sektörlerden biridir. Dolayısıyla hem uluslararası hem de ulusal boyutta turizm işletmeleri arasında kıyasıya bir rekabet vardır. Rekabet edilebilirlikte en önemli kozlardan bir tanesi işletmelerin sahip olduğu çalışan grubudur. Özellikle konaklama işletmelerinde nitelikli personele sahip olması iş hatalarını azaltarak işletme verimliliğini en üst düzeye çıkarır. İşletmelerin sahip olduğu nitelikli personelin sürdürülebilirliğinin sağlanması için çalışanların iş tatmini düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Bu doğrultuda çalışanların işletmelerdeki tatmin düzeylerinin önemli belirleyicilerinden biri işletmelerdeki örgütsel güven algısı olabilir. Bu çalışmanın amacı İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan personelin örgütsel güven algısının iş tatmini üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda İstanbul'daki otellerde çalışan personelden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile 442 otel çalışanından veri elde edilmiştir. Örgütsel güven algısı; yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven ve örgütün kendisine güven olarak üç boyutta ortaya çıkmıştır. Yöneticiye ve örgütün kendisine güven algısının çalışanların içsel tatmini üzerinde etkili olduğu, çalışma arkadaşlarına güven duygusunun anlamlı bir etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. En yüksek etki düzeyi ise yöneticiye güven algısında olduğu tespit edilmiştir. Ancak durum çalışanların dışsal tatmini açısından değerlendirildiğinde, üç boyutun dışsal tatmin üzerinde etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak dışsal tatmin üzerinde en yüksek etkinin çalışma arkadaşlarına güven algısının olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak örgütsel güven algısının iş tatmini üzerinde önemli derecede etkisi olduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Güven, İş Tatmini, İstanbul Otelleri

Abstract

Tourism is one of the most important sectors globally, showing continuous growth. Therefore, there is fierce competition both internationally and nationally among tourism businesses. One of the most significant assets in competitiveness is the workforce of these businesses. Especially in accommodation establishments, having qualified personnel reduces errors and maximizes operational efficiency. To ensure the sustainability of qualified personnel in businesses, it is necessary for employees to have high levels of job satisfaction. In this regard, one of the important determinants of employee satisfaction in businesses could be the perception of organizational trust.

The aim of this study is to determine the impact of employees' perception of organizational trust on job satisfaction among personnel working in 4 and 5-star hotels in Istanbul. To achieve this goal, data were collected through a survey technique from hotel employees in Istanbul. Data were obtained from 442 hotel employees using the convenience sampling method. Organizational trust perception emerged in three dimensions: trust in management, trust in friends at work, and trust in the organization itself. It was found that trust in management and trust in the organization itself significantly affect employees' intrinsic satisfaction, while trust in friends at work does not have a significant impact. The highest level of influence was found in trust in management perception. However, when considering external satisfaction among employees, it was found that all three dimensions have an impact on external job satisfaction. The highest impact on external satisfaction was found in trust in friends at work perception. In conclusion, it has been demonstrated that the perception of organizational trust significantly affects job satisfaction.

Keywords: Organizational Trust, Job Satisfaction, Istanbul Hotels

Giriş

Son zamanlarda her alanda yaşanan gelişmeler ile toplumlarda değişme, gelişme ve sosyal hayat önemli ölçüde bir hareketlilik ve hız kazanmıştır. Bu değişme, gelişme gibi unsurlar günümüzde çalışan insanların çağın getirdiği farklı olaylarla karşılaşmalarını kaçınılmaz kılmıştır (Aydın, 2004). İnsan kaynakları, örgütlerin en önemli sermayesi ve girdisidir. Yaptıkları işten tatmin olan ve çalışma ortamına güvenen (yönetime güven, çalışma arkadaşlarına güven ve örgüte güven) çalışanlar, örgütü amaç ve hedeflere daha fazla benimsemektedir (Güçer ve Demirbağ, 2014).

İşletmeler açısından güven ve iş tatmini büyük bir stratejik önem kazanmıştır. Önem kazanmasındaki etkenler; küresel ekonomi, iş yeri çeşitliliği, iş gücünün küçültülmesi, sanal organizasyonlar, gelişmiş bilgi teknolojileri, merkezi olmayan karar alma ve işlerin rekabetçi dış kaynak kullanımı gibi unsurlarken kuruluşların insan sermayesini yönettiklerinden farklı bir şekilde yönetmesini gerektiği anlaşılmıştır. Örgüt içi karşılıklı güvene sahip olan kuruluşlar, iş rekabeti elde etmek için insan yeteneklerini koruyabilir ve sürdürülebilir yaklaşabilmektedir (Callaway,2006).

Küresel değişim ve gelişmelerin en çok hissedildiği yapılardan bir tanesi de turizm sektörüdür. Turizm sektörü yarattığı istihdam ve katma değer ile hem ulusal hem bölgesel hem de yerel açıdan son derece önemli olmasının yanı sıra emek yoğun bir sektördür. Örgütsel güvenin sağlanması gereken bir diğer sektörde hizmet sektörü olan turizmdir. Örgütsel güvenin sağlandığı yapılarda motivasyon, üretkenlik ve verimlilik gerçekleşmektedir (Whitney, 1994; Tang ve Sarsfield-Baldwin, 1996).

Hizmet sektöründe çalışanların performansı hem kendilerine hem de işletmenin verimliliğini olumlu anlamda etki etmekle kalmayıp işletmenin sürdürülebilirliğine de katkı sağlamaktadır. Turizm çalışanlarının çalışma ortamlarından doğan memnuniyetleri işletmelere gelen tüketicilere de yansımaktadır. Bu nedenler turizm sektöründe çalışan insanların örgüte karşı duyduğu güven oldukça önemli olan unsurlardan biridir. Örgütsel güvenin etki ettiği bir diğer unsur ise Chalkiti ve Sigala (2010) tarafından turizmde çalışan insanların devir hızı diğer alanlara göre daha yüksek olduğunu ifade edilmektedir. Devir hızının düşmesinde en önemli olabilecek etkenlerden biri de örgütsel güvendir (Özgeldi ve Hamitoğlu, 2019).

Turizm çalışanları birbirleriyle ilişkiler kurarak karşılıklı güven ve yaptıkları işe karşı tatmin duygusu oluşmaktadır. Bu sayede ekip çalışması ve sosyalleşme sağlanabilmektedir (Demirbağ, 2015). Örgütsel güven kavramı rastlanılan turizm literatüründe iş tatmini (Chathoth vd., 2007; Lee vd., 2013; Güçer ve Demirbağ, 2014; Yadav ve Gupta, 2017) ile ilişkilendirilmiştir. Bunun dışında örgütsel

bağlılık (Çubukçu ve Tarakçıoğlu, 2010; Top, Akdere ve Tarcan, 2015), işten ayrılma niyeti (Cho ve Song, 2017; Özgeldi ve Hamitoğlu, 2019) ve lidere güven (Joseph ve Winston, 2005 kavramıyla da araştırılmıştır. Örgütsel güvenin birçok konu ile ilişkilendirilmesi turizm örgütlerinin başarısı için temel faktör olduğunu doğrular niteliktedir (Guzzo vd., 2021). Bu kapsamda yapılan araştırma zincir beş yıldızlı otellerdeki personelin örgütsel güveni ve iş tatmini arasındaki ilişkinin incelenmesini içermektedir.

Araştırmanın Amacı

Otellerin nitelikli personeli elinde tutması ve kalifiye çalışanlar tarafından iş başvurusu alması aslında o oteldeki iş tatmin düzeyi ve bu düzeyin başkalarına duyurulmasına bağlıdır. İş tatminin temel belirleyicileri ücretler, çalışma saatleri, sosyal haklar vb. gibi görünmektedir. İş tatminin önemli öncüllerinden biri de örgütsel güvenidir. Güven iş yerindeki atmosferi, çalışanlar-yöneticiler arasındaki ilişkileri kapsar. Dolayısıyla güvenilir, adil, iletişime açık ve destekleyici bir atmosferde çalışan otel çalışanlarının verimliliği ve iş tatmin düzeyleri yüksek olabilir. Bu araştırmanın temel amacı, İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan personelin örgütsel güven algısının iş tatmini üzerindeki etkisinin belirlenmesidir.

Örgütsel Güven

Gambetta (1988, s. 228) tarafından örgütsel güven kavramı “bir kuruluşun çalışanları tarafından küresel değerlendirmesinin güvenilirlik algısı” olarak tanımlanmıştır. Bir başka tanımda örgütsel güven “bir işverene duyulan güven ve destek duygusu” olarak ifade edilmiştir (Gilbert ve Tang, 1998, s.322). Örgütsel güven, çalışanların örgütün kendileri için anlamlı veya en azından zararlı olmayan bir eylemi gerçekleştireceğine dair olan güvenini temsil eder (Singh ve Srivastava, 2016). Bir kişiye veya işletmelere duyulan güven, organizasyonun kendine has özelliklerinin çalışanlar tarafından değerlendirilmesiyle ortaya çıktığını savunulmuştur (Seal, 1998). Örgütlerde güven ilişkisi özellikle karar verme yetkisi yüksek yöneticilerle çalışanlar arasındaki kişisel etkileşimle gelişir. Güvenilir bir kültürün varlığı, yöneticilerin taahhüt ettiği konuların yerine getirilmesi ve çalışanlar tarafından bunun doğru algılanmasına bağlıdır (Connell ve Mannion, 2006). Güven karşılıklı bir doğaya sahiptir. Çalışma ortamında yönetimin çalışanlarına karşı tutumları, kararlar ve politikalar aracılığıyla iletilmektedir. Çalışanlar, yönetim tarafından iletilen güvene doğru orantılı olarak karşılık verecektir. Eğer iletilen güvende eksiklik söz konusu ise çalışanların güveni de organizasyona karşı düşecektir (Singh ve Srivastava, 2016). Bu durum yüksek güvene sahip organizasyonlarda yenilikçi, uyumlu ve başarılı kararların

alınması, azalan işlem maliyeti, birey ve grup sağlığında iyileşme ve üretkenlik alanlarında fayda sağlarken (Whitney, 1994; Tang ve Sarsfield-Baldwin, 1996; Shockley-Zalabak, Ellis ve Wirogard, 2000) düşük güven düzeyine sahip organizasyonlarda yüksek stres, yanlış karar verme, çalışanların işe odaklanma sorunları, yaratıcı ve yenilikçi olamama ve zorluklardan kaçınma gibi alanlarda olumsuz etki sağlamaktadır (Gilbert ve Tang, 1998). Bir işverenin açık sözlü olacağına ve taahhütlerini yerine getireceğine olan inanç örgütsel güvenin en önemli göstergelerinden biridir (Gilbert ve Tang, 1998). Güven tüm ilişkilerin özü olması, oldukça hassas bir yapı olup kazanılması zor, kaybedilmesi kolay bir olgu olmasını sağlamaktadır (Mishra ve Morrissey, 1990). Organizasyonun kazanacağı güven ile çalışanların kurumsal hedeflere ulaşma ve örgüt yöneticilerine inanma eğilimi artacaktır bu da doğrudan hem çalışanlar hem de organizasyon için yararlıdır (Gilbert, 1995'ten aktaran Gilbert ve Tang, 1998, s. 322). Yüksek düzeyde örgütsel güvene sahip bireyler, yöneticilerin ya da işletmelerin verdikleri sözü tutmama ihtimaline rağmen güven konusunda isteklidirler (Mayer, Davis ve Schoorman, 1995). Bu isteklilik örgütsel güvenin temel özelliklerinden biridir (McAllister, 1995). Çalışanlar sürekli olarak içinde bulunduğu organizasyonun çevresini yansıtmaktadır. Organizasyonel anlamda iletişim, örgütün çalışanlarını ve rollerini belirlemesiyle örgüt içi güven iletişimi başlamaktadır (Tan ve Tan, 2000). Bir organizasyon içindeki bireyler ve gruplar arasındaki güvenin organizasyonun uzun vadeli istikrarı ve üyelerinin iyiliği için son derece önemli bir bileşen olduğu inkar edilemez bir gerçektir (Cook ve Wall, 1980). Örgütler için güvenin önemini artıran bir diğer unsur ise örgütün içinde bulunduğu kültürdür. Güvenin kolektivist toplumlarda yüksek, bireyci toplumlarda ise düşük olduğunu belirtmekte ve ortak bir temaya sahip olan kolektivistlerin birbirlerine daha bağımlı bir dünya görüşüne sahip olmaları nedeniyle güven ilişkilerine daha fazla önem verdikleri belirtilmektedir (Huff ve Kelley, 2003). Güven iklimine sahip olan örgütler, örgütsel rollere, ilişkiler ve deneyimler yoluyla örgüt çalışanlarının bireyler ve niyetlerine dair olumlu beklentiye sahiptir. Yüksek düzeyde örgütsel güvene sahip olan organizasyonların organizasyon içi uyum, stratejik adımlar, başarılı kriz yönetimi gerçekleştiren birbiriyle uyumlu kolay ve inovasyonel bir yapıya sahip olduğu görülmektedir (Tüzün, 2007). Bir organizasyonun yapısı kişilerarası kurulan güven ilişkileri gibi kişileştirilemez. İki tarafın birbiriyle kurduğu bireysel ilişki, bireylerin kendi örgütleriyle kurdukları ilişkilerden farklıdır. Aynı zamanda bireyler örgüt içinde birbirleriyle ilişkiler kurmakta ve bireyler örgüte yönelik tutumlar geliştirmektedir. Geliştirilen tutumlar örgütün güveni üzerinde oldukça etkilidir (Tierney, 2008). 1990'ların ortalarından bu yana güven yapısı, kurumlar için kişiler arası ilişkilerin temeli ve rekabetçi bir avantaj kaynağı olarak

varsayılmıştır. İş arkadaşlarına duyulan güvenin diğer güven odaklarını etkilediğini ifade edilmiştir. Etkilenen odaklardan biri de özellikle kuruluşlara duyulan güven olduğu belirtilmiştir (Tan ve Lim, 2009). Organizasyonel güvenin en önemli yanlarından biri de örgüt çalışanlarının bireysel çabaları organizasyonel bir sistem olan kooperatif sisteme katkı sağlayacak şekilde entegre edilmesidir (Tyler ve Degoey, 1996, s. 331). Joseph ve Winston (2004, s. 8) örgütsel güvenin sağlanmasında bir diğer etmen olarak liderlerin rolü olduğunu belirtmiştir. Bu rolleri çeşitli araştırmacılardan derleyen yazarlar çalışanların işletme veya yöneticilere güven konusunda; taraflar arasındaki ilişki kalitesi, yöneticiler ve çalışanlar açısından rol ve sorumlulukların belirgin olması, iletişimin sıklığı, güncelliği ve açık sözlülüğü, iş yapma yeterliliği, yön ve vizyon, vaat ve sözlerin yerine getirilmesi faktörlerinin çok önemli olduğu ifade edilmiştir. Örgütsel güveni etkileyebilecek birçok unsur vardır. Bu unsurların başında güvenin karşılıklı olması geldiği söylenebilir. Örgüt içindeki karar vericilerin çalışanlarına olan güven, sözlerini ve vaatlerini yerine getirmeleri gibi çeşitli alanlarda verilen taahhütler bu güvenin kurulmasında önemli bir yer kapladığı ifade edilebilir. Bu nedenle bir örgütün kendi güvenini oluşturması oldukça önemlidir.

Turizmde Örgütsel Güven

Turizm endüstrisi, müşterilerin ve paydaşların güvenine büyük ölçüde bağımlıdır. Ziyaretçiler genellikle nerede kalacakları, yemek yiyecekleri ve ziyaret edilecek yerler konusunda karar verirken turizm kuruluşların tavsiyelerine ve itibarına güvenirlir. Sonuç olarak, turizm endüstrisinde başarı için örgütsel güvenin oluşturulması ve sürdürülmesi esas olarak görülebilmektedir. Örgütsel güven, bir örgütün güvenilirliğine ve bütünlüğüne olan inanç olarak tanımlanabilir (Lu ve Gao, 2017, s. 112). Örgütsel güven, tutarlı davranış ve iletişim yoluyla zamanla inşa edilir ve kuruluşun paydaşlarının çıkarlarına en faydalı şekilde hareket edeceği inancına yol açar. Turizm endüstrisinde bu güven, müşteri sadakati, memnuniyeti ve çalışan bağlılığının yanı sıra karlılığı artırmak için de gereklidir (Wang, 2015).

Turizm işletmeleri, müşterilerine ve çalışanlarına karşı kaliteli hizmet sunması, beklentilerini karşılması, saygı göstermesi ve memnuniyetini artırması ile örgütsel güveni artırır. Müşteri ve çalışan odaklı hizmet sunma, saygı gösterme ve memnuniyetini öncelikli tutma, turizm işletmelerinin örgütsel güveni artırmasına yardımcı olacak unsurlardan biridir (Gudmundsson, 2008). Turizm endüstrisi bağlamında, örgütsel güven oluşturmak ve sürdürmek şeffaflık, güvenilirlik ve bütünlüğe odaklanmayı gerektirir. Şeffaflık, tedarikçiler ve ürünler hakkında bilgi ifşa etmek gibi iş uygulamaları konusunda açık ve

dürüst olmayı içerir (Lu ve Hsu, 2015). Güvenilirlik, sürekli olarak yüksek kaliteli ürün ve hizmetler sunmanın yanı sıra etik standartlara bağlı kalmayı içerir. Dürüstlük, müşteriler, çalışanlar ve hissedarlar dahil olmak üzere tüm paydaşların çıkarlarına en uygun şekilde hareket etmeyi içerir (Lu ve Gao, 2017).

Turizm işletmelerinin örgütsel güveni, turizm sektöründe rekabet güçlerini artırır ve müşterilerin işletmeyi tercih etme olasılığını artırır. Bu nedenle, turizm işletmeleri örgütsel güveni artırmak için çaba harcamalıdır (Cheung ve Lu, 2011). Turizm endüstrisinde örgütsel güveni etkileyebilecek çeşitli faktörler vardır. Müşteri memnuniyeti ve sadakati bir kuruluştaki güven düzeyiyle yakından bağlantılı olduğundan, en kritik faktörlerden biri müşteri hizmetlerinin kalitesidir (Wang, 2015). Ek olarak, kuruluşlar ve müşteriler arasındaki şeffaflık ve iletişim düzeyi, örgütsel güven üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir (Lu ve Hsu, 2015). Örgütsel güveni etkileyebilecek diğer faktörler arasında çalışan bağlılığı ve memnuniyet düzeyi, sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesi ve kuruluşların sergilediği etik davranış düzeyi yer alır (Lu ve Gao, 2017). Turizm endüstrisinde örgütsel güven oluşturmak ve sürdürmek güven üzerine kurulu stratejilerin uygulanması ile mümkün olabilir. Örneğin, kuruluşlar iş uygulamaları hakkında bilgi sağlamak ve geri bildirim almak için müşterilerle düzenli olarak iletişim kurabilir. Kuruluşlar, iç hizmetlerini iyileştirmek ve etik davranışı güçlendirmek için çalışanlara yönelik eğitim programları da uygulayabilir. Ek olarak kuruluşlar, ürün ve hizmetleri sürekli olarak iyileştirmek ve zaman içinde çalışanlara karşı güven oluşturmak için iç kontrol geri bildirimlerini kullanabilir. Sonuç olarak, turizm sektöründe örgütsel güvenin önemi, turizm işletmelerinin verimliliğini, başarısını, çalışan memnuniyetini ve uzun vadeli başarısını artırmasından kaynaklanır (Chang, Lu, ve Lee, 2018; Gudmundsson, 2008; Cheung ve Lu, 2011). Bu nedenle, turizm işletmeleri örgütsel güveni artırmak için çaba harcamalıdır. Örgütsel güven turizm endüstrisinde başarı için kritik bir faktördür. Güven oluşturmak ve sürdürmek şeffaflık, güvenilirlik ve bütünlüğe odaklanmayı da gerektirir.

İş Tatmini

Turizm sektörü ihracat sektörleri içerisinde sürekli büyüyen bir sektör olması nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için oldukça önemli bir yerdedir (Yıldız, 2011). Bu gelişmenin nedeni olarak; ulaşım altyapısının gelişmesiyle kırsal alanlarda da turizm faaliyetlerinin canlanması, ulaşım araçlarının daha fazla turist taşıyabilmesi, destinasyona varış süresinin azalması, nitelikli işgücünün önem kazanması, ülke için kaynak yaratması, ulaşım ücretlerinin düşmesi, turizmin çok kültürlü ve boyutlu olması dolayısıyla birçok alanda önemli hale gelmesidir (Eralp, 1983). Turizm ve konaklama organizasyonlarında

insan unsurunun hizmet kalitesi, müşteri tatmini ve sadakati, rekabet avantajı ve kurumsal performans için kritik olduğu bilinmektedir. Bu durum işletmenin performansını ve rekabet avantajını etkileyebilmektedir (Kusluvan vd., 2010). Bu durum örgütlerde iş tatminine yönelik artan bir ilgi yaratmıştır. İlginin nedeni olarak iş tatmini, devamsızlık ve işgücü devri gibi işletmeler için maliyet verimliliği ile oldukça ilişkilidir (Meyer vd., 2002). İş tatmini kavramı, Calif (1994, s. 3) tarafından “işten gelen yerine getirme ve memnuniyet hissi, parayla ilgisi olmayan işle ya da faydayla ilgili olan, işini yaparken kendini iyi hissetmene sebep olan his” olarak söylenmiştir. Yine Calif (1994), herhangi bir kimsenin bir işi kabul ettiği zaman işle beraber iş tatmini nin geldiğini, tatminin aynı işi yaparken bile farklı kaynaklara sahip olduğunu ve bu kaynakların; iyi hislerin yüksek performans getirmesi, kalite çalışması, yeni yeteneklerin kazanılması, takım çalışması, iş arkadaşlarına yardım edilmesi, kişisel büyüme sağlanması ve başarının artması gibi kaynaklar olduğunu söylemiştir. İş tatmini, çalışma çevresinin dışında, etkileme ve modifikasyon özelliğine sahip statik olmayan bir durumdur (Fraser, 1983).

Ugboro ve Obeng (2000), toplumlarda ekonomik büyüme ile birlikte yaşam kalitesinin artması, bireylerin gereksinimlerinin değişmesine neden olmuştur. Beklentiler ve eğitim düzeyi de değişmiştir. Sosyal ilerlemenin yanında organizasyonel gelişim de gündeme getirilmiş, yöneticiler çalışanların bu gelişime katılımını gerekli görmüşlerdir. Örneğin, 1930'larda Birleşik Eyaletler'de sendikacılığın canlanması, güçlü işçi sendikalarının kurulması ve işçi-işveren yasalarının getirilmesi ve toplu sözleşmenin yasal varlığı iş tatmini kavramının önem kazanmasını sağlamıştır. Organizasyonlarda artan yönetim, operasyonel hedefler ve yenilikçi kabulün gerekliliği, iş tatminin önemli bir konu haline getirdi (Ugboro ve Obeng, 2000'den aktaran Tutuncu ve Kozak, 2014, s. 2). Bu bilgiler ışığında en önemli kavramlardan biri olarak iş tatmini karşımıza çıkmaktadır.

İş Tatminin Önemi

İş tatmini, bir çalışanın işyerinde genel refahına ve üretkenliğine katkıda bulunan çok önemli bir faktördür. İş tatmini, bir firmanın çalışanlarının sadakati, üretkenliği ve genel iş performansını etkileyebileceğinden, yalnızca bireysel çalışan için değil, aynı zamanda bir bütün olarak kuruluş için de önemlidir. İş tatmini, bireyin kişisel yaşamı üzerinde varlık ve akıl sağlığı gibi alanlarda önemli bir etkiye sahiptir. İşlerinden tatmin olan çalışanların işlerine karşı olumlu tutumlara sahip olma, daha düşük stres seviyeleri yaşama, daha iyi fiziksel ve zihinsel sağlığa sahip olma olasılıkları daha yüksektir. Öte yandan, işlerinden memnun olmayan çalışanların tükenmişlik, depresyon ve hatta fiziksel sağlık

sorunları gibi olumsuz sonuçlar yaşama olasılığı daha yüksektir (Judge, Thoresen, Bono ve Patton, 2001). Ayrıca, iş tatmini, bireyin iş performansını ve kariyer isteklerini de etkileyebilir. Çalışanlar işlerinden tatmin olduklarında en iyi şekilde performans göstermeleri için motive olma olasılıkları daha yüksektir. Uzun vadede daha fazla iş tatmini ve kariyer başarısına yol açabilecek profesyonel büyüme ve gelişme fırsatlarını arama olasılıkları iş tatmininin sağlanmasıyla daha yüksek seviyelere çıkabilmektedir (Bakotić, 2016). İş tatmininin bir bütün olarak organizasyon için de önemli etkileri vardır. Çalışanlar işlerinden memnun olduklarında mevcut pozisyonlarında kalma olasılıkları daha yüksek olduğundan, yüksek düzeyde bir iş tatmini şirketin çalışanlarını elde tutma oranlarının artmasına neden olabilir. Bu şirkete, yeni çalışanları işe almak ve eğitmek için harcanacak olan zamandan ve paradan tasarruf sağlayabilir. Ayrıca, iş tatmini üretkenliği ve iş performansını etkileyebilir. İşlerinden memnun olan çalışanların, üretkenlik ve iş performansının artmasına yol açacak şekilde, en iyi performanslarını sergilemeleri için daha ilgili ve motive olma olasılıkları daha yüksektir. Bu da artan gelir, iyileştirilmiş müşteri memnuniyeti ve sektörde olumlu bir itibar dahil olmak üzere kuruluş için daha iyi sonuçlara yol açabilir (Saks, 2006). Şirketin iş tatminini sağlayamaması durumunda Bruce ve Blackburn (1992), iş tatmininin önemi hakkında oldukça karmaşık bir yapıya sahip olduğunu ifade etmiştir. Çalışanların karşılığını almayacağı bir işte çalıştığına inandığında şirketin yeterince dikkat çekmeyeceğini, yüksek kalite ve eğitim konusunda gelişme gösterilemeyeceği gibi etkili bir yönetimde gerçekleşmeyeceğini ifade etmişlerdir. Hijyen faktörlerinin çalışanların iş tatmini yükseltmesi konusunda her zaman yeterli olamayacağı, günümüzde çoğu şirketin bu şartları bir kıstas olarak gördüğünü belirterek bunlara ek şartlar sağlanarak çalışanın motivasyon ve tatmininin yükseltileceğini söylemektedirler.

Sonuç olarak, İş tatmini, bireyin işyerinde genel refahına ve üretkenliğine katkıda bulunan temel bir faktördür. Bir bireyin zihinsel ve fiziksel sağlığını, iş performansını ve kariyer hedeflerini etkileyebilir. Ayrıca, çalışanları elde tutma oranları, üretkenlik ve iş performansı dahil olmak üzere kuruluş için önemli etkileri vardır. Bu nedenle, işverenlerin iş tatminine öncelik vermesi ve çalışan memnuniyetini ve katılımını destekleyen bir çalışma ortamı yaratması çok önemlidir.

Örgütsel Güven ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiye Yönelik Araştırmalar

Pincus, Knipp ve Rayfield (1990), California'da banka müdürlerinin karşılıklı iletişim ve iş tatmininin örgütsel güvene etkisini incelemişlerdir. Araştırma kapsamında 137 katılımcıya ulaşılmış 98 katılımcı yer almıştır. Elde edilen veriler ışığında örgüt içi iletişim ortamının iş tatminini etkilediği, iş tatmini

ve iletişim faktörlerinin örgütsel güven ile anlamlı ilişkisi olduğunu ve iş tatmininin örgütsel güven üzerinde etkisi olduğunu bulmuşlardır.

Laschinger, Finegan ve Shamian (2002), Kanadalı hemşireler üzerinde işyeri gücünün örgütsel güvene, örgütsel güvenin iş tatmini ve örgütsel bağlılığa olan etkisini incelemiştir. Araştırma kapsamında 412 katılımcıdan veri elde etmişlerdir. Araştırma sonucunda işyeri gücünün örgütsel güveni etkilediği, örgütsel güveninde iş tatminini ve duygusal bağlılığı etkilediğini bulmuşlardır.

Thoms, Dose ve Scott (2002), sorumluluk, iş tatmini ve güven arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada 275 katılımcıdan veri elde ederek iş tatmini ve sorumluluk arasında anlamlı bir ilişki, iş tatmini artan çalışanların örgüte karşı güveninin arttığını bulmuşlardır.

Chathoth vd. (2007), hotelde örgütsel güven algısının hizmet iklimi ve çalışan memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırma kapsamında Asyalı 77 katılımcıya ulaşarak veri toplamışlardır. Araştırmalarının sonucunda örgütsel güvenin iş tatmini üzerinde etkisinin olduğunu bulmuşlardır.

Güçer ve Demirbağ (2014), konaklama sektöründe çalışanların örgütsel güven ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma kapsamında 19 otelden 408 çalışandan veri elde etmişlerdir. Elde edilen veriler ışığında çalışanların yöneticiye, iş arkadaşlarına, örgütün kendisine olan güveni ve örgütsel güven ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuşlardır.

Yadav ve Gupta (2017), Delhi’de 204 turizm çalışanından veri toplayarak örgütsel güvenin aracı olduğu iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı ve prosedür adaleti arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmalarının sonucunda örgütsel güvenin aracı olarak prosedür adaleti ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkisi olmadığı, örgütsel güvenin iş tatmini ile anlamlı ilişkisinin olduğunu bulmuştur.

Boğa (2018), yapmış olduğu yüksek lisans tezinde algılanan liderlik, örgütsel güven ve iş tatmini düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. İstanbul’da 387 turizm çalışanından veri toplamıştır. Araştırmasının sonucunda örgütsel güven ve iş tatmini düzeyi arasında düşük düzeyli ve iş tatmini ve genel örgütsel güven arasında yüksek düzeyde, pozitif yönde anlamlı ilişki olduğunu bulmuştur.

Erdal ve Altındag (2020), iş tatmininin örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık üzerindeki etkisini sağlık çalışanları üzerinde araştırmıştır. Araştırma kapsamında 945 katılımcıdan veri toplayarak örgütsel güvenin iş tatmini üzerinde kısmen olumlu bir etkisi olduğunu, kuruma duyulan güvenin iş tatmini olumlu bir etkisi olduğunu bulmuşlardır.

Araştırma Yöntemi

Araştırmada verilerinin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde örgütsel güven algısını ölçmeye yönelik 22 madde yer almaktadır. Örgütsel güven ölçeği Omarov'un (2009) çalışmasından alınmıştır.

Omarov (2009) bu ölçeği farklı çalışmalardan yararlanarak uyarlamıştır. Yöneticiye güven maddelerini Nyhan ve Marlowe'un (1992) ve Daboval vd. (1994) çalışmasından yararlanmıştır. İş arkadaşlarına güven maddelerini Cook ve Wall'un (1980) çalışmasından ve örgütün kendisine güven maddeleri de yine Nyhan ve Marlowe'un (1992) çalışmalarından faydalanarak hazırlanmıştır. Omarov (2009) bu çalışmalardan faydalanılarak 22 maddeden oluşan örgütsel güven algısı ölçeğini hazırlamış ve bu çalışmada da bu ölçek kullanılmıştır.

Anketin ikinci bölümünde Minnesota İş Tatmini Ölçeği'nin 20 maddelik kısa formu kullanılmıştır. Bu ölçek Türkçe yazılan birçok çalışmada güvenilirliği ve geçerliliği sağlanmıştır (Taşhyan vd, 2014; Çelik ve Baran, 2017; Düvenci, 2023).

Üçüncü bölümde otel çalışanlarının sosyo-demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır. Kişilerin cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim düzeyi, gelir durumlarına ilişkin sorulara yer verilmiştir. Ayrıca otelde çalıştıkları departman, çalışma süreleri ve turizm eğitimi alıp almadıkları sorulmuştur.

Araştırmada veri toplamak için online ve yüz yüze anket tekniği uygulanmıştır. İstanbul'da 7 tane 5 yıldızlı ve 6 tane 4 yıldızlı otel yöneticisi ile görüşülmüş onlardan izin alınarak otellere toplam analize tabi tutulacak örneklem büyüklüğü 442 olmuştur. Veriler 2022 yılı ekim ayı ve 2023 yılı ocak ayları arasında toplanmıştır. Araştırmada İstanbul'un seçilme sebebi 12 ay boyunca turist ağırlayan bir bölge olduğu için mevsimsellik sorunu en az düzeyde yaşayan destinasyon olduğu varsayımdır. Ayrıca Türkiye'nin en çok turist ağırlayan ikinci destinasyonudur.

Araştırma sonucunda otel çalışanlarının anket formuna vermiş oldukları yanıtlarla elde edilen veriler SPSS 21.0 (Statistical Program for Social Science) istatistik paket programının yardımıyla analize tabi utulmuştur. Çalışmada tanımlayıcı istatistiklerden, açıklayıcı faktör analizinden ve çoklu regresyon analizinden faydalanılmıştır.

Bulgu ve Yorumlar

Araştırma İstanbul'daki otellerde çalışan işgörenlerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bilgileri yer almaktadır. Anketi cevaplayan katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir durumu, medeni durumlarına,

otelde çalıştıkları departman, turizm eğitimi alma durumları ve çalışma sürelerine ilişkin verilen yanıtlar da aynı Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo1: Otel Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri

Sosyo-Demografik Değişkenleri	Frekans (S)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	215	48,6
Erkek	227	51,4
Yaş		
18-25 yaş arası	222	50,2
26-35 yaş arası	109	24,7
36-45 yaş arası	86	19,5
46 yaş ve üzeri	25	5,6
Eğitim Durumu		
İlköğretim	11	2,5
Ortaöğretim	48	10,9
Önlisans	119	26,9
Lisans	240	54,3
Lisansüstü	24	5,4
Medeni Durumu		
Evli	152	34,4
Bekar	290	65,6
Mevcut çalıştığı oteldeki çalışma süresi		
1 yıldan az	241	54,5
1-3 yıldır	109	24,7
4-6 yıldır	46	10,4
7 ve üzeri yıldır	46	10,4
Çalışılan departman		
Yiyecek-içecek departmanı	201	45,5
Servis	45	10,2
Kat hizmetleri	30	6,8
Önbüro	112	25,3
Satış ve pazarlama	24	5,4
İnsan kaynakları	17	3,9
Muhasebe	13	2,9
Herhangi bir turizm eğitimi alma durumu		
Evet	303	68,6
Hayır	139	31,4

Tablo 1'e göre katılımcıların % 48,6'sı kadın, % 51,4'ü ise erkektir. Katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde %50,2'sinin 18-25 yaş aralığında, 24,7'sinin 26-35 yaş aralığında, % 19,5'inin 36-45 yaş aralığında ve % 5,6'sının 46 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyi dağılımına göre % 54,3'ünün lisans, % 26,9'unun önlisans ve % 10,9'unun lise mezunu oldukları tespit edilmiştir. İlköğretim ve lisansüstü mezunlarının sırasıyla yüzdesel oranları; %2,5 ve %5,4 şeklinde ortaya çıkmıştır. Katılımcıların % 34,4'ü evli, %65,6'sı bekadır. Katılımcıların şundaki otellerdeki çalışma süreleri incelendiğinde, % 54,5'inin 1 yıldan az süredir, % 24,7'sinin 1-3 yıldır, % 10,4'ünün 4-6 yıldır ve % 10,4'ünün 7 yıl ve üzerindedir. Otel çalışanlarının çalıştıkları departmanlara bakıldığında, % 45,5'inin yiyecek-içecek departmanında, % 25,3'ünün önbüro departmanında, % 10,2'sinin Servis, % 6,8'inin kat hizmetleri, % 5,4'ünün satış ve pazarlama, % 3,9'unun insan kaynakları ve % 2,9'unun Muhasebe departmanında çalıştıkları anlaşılmıştır. Katılımcıların turizm eğitimi alma durumları sorulduğunda, % 68,6'sının turizm eğitimi aldıkları, % 31,4'ünün turizm eğitimi almadığı ortaya çıkmıştır.

Otel çalışanlarının örgütsel güven algısı ölçeğinde yer alan maddelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Örgütsel Güven Algısının Tanımlayıcı İstatistikleri

KOD	Örgütsel Güven	X	S.S.
ÖG1	Yöneticimin işiyle ilgili konularda yeterli düzeyde bilgili ve becerikli olduğuna güveniyorum	3,70	1,243
ÖG2	Yöneticimin işiyle ilgili doğru kararlar alacağına güveniyorum	3,71	1,233
ÖG3	Yöneticimin işiyle ilgili görevlerini tam yapacağına güveniyorum	3,78	1,198
ÖG4	Yöneticimin verdiği sözleri tutacağına güveniyorum	3,61	1,233
ÖG5	Yöneticimin söyledikleri ve yaptıkları birbiriyle tutarlıdır	3,60	1,216
ÖG6	Yöneticim yardıma ihtiyacımız olduğunda destekleyici ve Yardım severdir	3,83	1,221
ÖG7	Yöneticimin herhangi bir konuda bana söylediklerinin doğruluğuna güveniyorum	3,74	1,245
ÖG8	Yöneticime işimle ilgili herhangi bir şeyi kolayca söyleyebiliyorum	3,71	1,204
ÖG9	Yöneticim çalışanlarla ilgili karar ve prosedürlerde bizim de fikrimizi Alıyor	3,74	1,252
ÖG10	Yöneticim çalışanlarla ilgili karar ve prosedürlerde bizim de fikrimizi Alıyor	3,52	1,302

ÖG11	Çalıştığım yerde herhangi bir zorlukla karşılaşsam çalışma arkadaşlarımın bana yardım edeceklerine güvenirim	3,74	1,173
ÖG12	Birlikte çalıştığım arkadaşların çoğuna işlerini en iyi derecede yapacaklarına güvenirim	3,53	1,195
ÖG13	Birlikte çalıştığım arkadaşlar yöneticiler ortalıkta olmasa bile işlerini Yapıyorlar	3,55	1,218
ÖG14	Dikkat isteyen işlerde arkadaşlarımın işimi zorlaştırmayacağına Güvenirim	3,57	1,197
ÖG15	Birlikte çalıştığım arkadaşların çoğuna işlerinde uzman olduklarına Güveniyorum	3,50	1,220
ÖG16	Çalıştığım şirket bana her zaman adil davranıyor	3,41	1,264
ÖG17	Çalıştığım şirket verdiği vaatleri yerine getiriyor	3,39	1,253
ÖG18	Çalıştığım şirket ihtiyacım olduğunda bana destek olmuyor	2,91	1,323
ÖG19	Çalıştığım şirketin bana karşı dürüst olduğuna güveniyorum	3,36	1,260
ÖG20	İşini iyi yaparsan çalıştığım şirket seni ödüllendirir ve sana destek olur	3,43	1,227
ÖG21	Çalıştığım şirket benim sorunlarımla ilgilenmiyor	3,20	1,388
ÖG22	Çalıştığım şirketin çalışanlarla ilgili politikalarına güvenirim	3,37	1,209
	GENEL	3,27	1,239
Yanıt kategorisi 1=Hiç Katılmıyorum,...2,,,3,...,4....,5=Tamamen katılıyorum Cronbach Alfa Katsayısı 0,969			

Örgütsel güven algısı ölçeğinin genel ortalaması 3,37 düzeyinde ortaya çıkmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerden en yüksek ortalamayı ÖG6 ifadesi (Yöneticim yardıma ihtiyacımız olduğunda destekleyici ve yardımseverdir) 3,83 ile sahipken en düşük ortalamayı ÖG18 ifadesi (Çalıştığım şirket ihtiyacım olduğunda bana destek olmuyor) 2,91 ile sahip olmuştur. Ölçeğin genel güvenilirliği 0,969 düzeyinde tespit edilmiştir

İş Tatmini Ölçeği'ne ilişkin ifadelerin tanımlayıcı istatistikleri tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3: İş Tatmini Ölçeğinin Tanımlayıcı İstatistikleri

KOD	İş tatmini	X	S.S.
İT1	Yaptığım iş karşılığında duyduğum başarı hissinden	3,88	1,112
İT	Beni her zaman meşgul etmesi bakımından	3,91	1,066
İT3	Kendi yeteneklerimi kullanarak bir şeyler yapabilme şansımın Olması bakımından	3,90	1,137
İT4	Ara sıra değişik şeyler yapabilme şansımın olması bakımından	3,27	1,308
İT5	Vicdanıma aykırı olmayan şeyler yapabilme şansımın olması açısından	3,48	1,238
İT6	İşimi yaparken kendi yöntemlerimi kullanabilme şansını bana sağlaması bakımından	3,63	1,117
İT7	Başkaları için bir şeyler yapabilme olanağına sahip olmam bakımından	3,73	1,127
İT8	Toplumda saygın bir kişi olma şansını bana vermesi bakımından	3,88	1,076
İT9	Çalışma şartları bakımından	3,57	1,136
İT10	Çalışanların birbirleri ile anlaşması açısından	3,60	1,108
İT11	Yaptığım iş ve karşılığında aldığım ücret bakımından	3,31	1,300
İT12	İş içinde terfi olanağımın olması bakımında	3,76	1,144
İT13	İş ile ilgili alınan kararların uygulamaya konması bakımından	3,50	1,133
İT14	Yaptığım iyi bir iş karşılığında takdir edilme açısından	3,78	1,112
İT15	Kendi kararlarımı uygulama serbestliğini bana vermesi bakımından	3,68	1,100
İT16	Kişilere ne yapacaklarını söyleme şansına sahip olmam bakımından	3,53	1,176
İT17	Bana sabit bir iş sağlaması bakımından	3,71	1,066
İT18	Yöneticilerin karar vermedeki yeteneği bakımından	3,79	1,127
İT19	Yöneticilerin personeli İdare tarzı açısından	3,67	1,197
İT20	Ara sıra değişik şeyler yapabilme şansımın olması bakımından	3,52	1,221
GENEL		3,67	1,150
Yanıt kategorileri: 1=Hiç tatmin etmiyor...2....3....4....5=Tamamen tatmin ediyor Cronbach Alfa Katsayısı 0,962			

İş tatmini ölçeğine ait genel ortalama 3,67 düzeyinde ortaya çıkmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerden İT2 ifadesi (Beni her zaman meşgul etmesi bakımından) 3,91 ile en yüksek ortalamaya sahip madde olmuştur. İT4 ifadesi (Ara sıra değişik şeyler yapabilme şansımın olması bakımından) 3,27 ortalama ile ölçekte en düşük ortalamaya sahip madde olmuştur. Ölçeğin genel güvenilirliği 0,962 düzeyinde tespit edilmiştir.

Araştırmada Ölçeklere İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizleri

Faktör analizi ölçeklerde yer alan maddelerin birbiriyle istatistiksel ilişkilerine bakarak anlamlı boyutlar ortaya çıkararak çok değişkenli bir analiz tekniğidir (Büyüköztürk, 2002). Faktör analizi sayesinde değişkenler arasındaki ilişkileri

anlamlandırmak ve yorumlamak kolaylaşmaktadır. Faktör analizi yapılabilmesi için örneklemin yeterli düzeyde olduğunu gösteren olan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmalı ve kesme noktası en az 0,70 düzeyinde olmalıdır (Altunışık vd., 2015). Ayrıca araştırma verilerinin faktör analizine uygunluğunu gösteren Bartlett Küresellik Testinin $p \leq 0,05$ düzeyinde anlamlı olması gerekmektedir (Akkoyunlu vd., 2010).

Tablo 4’de örgütsel güven algısına ilişkin AFA sonuçları verilmiştir. İlgili çizelgede faktör yükleri, ortak varyans değerleri, ortaya çıkan boyutlara ilişkin aritmetik ortalamalar ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Ayrıca çizelgenin altında KMO ve Barlett küresellik sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Örgütsel Güven algısına İlişkin AFA Analizi

MADDELER	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Ovy	Faktörler
ÖG2	,835			,881	Yöneticiye Güven Öz Değer: 7,367 Varyans: % 35,082 Ortalama: 3,69 Güvenirlilik: ,973
ÖG4	,825			,848	
ÖG7	,810			,860	
ÖG3	,804			,843	
ÖG1	,785			,785	
ÖG5	,784			,845	
ÖG6	,758			,824	
ÖG9	,748			,830	
ÖG8	,655			,727	
ÖG10	,625			,698	
ÖG17		,778		,858	Örgütün Kendisine Güven Öz Değer: 4,821 Varyans: % 22,959 Ortalama: 3,31 Güvenirlilik: ,933
ÖG16		,770		,864	
ÖG22		,742		,787	
ÖG19		,729		,812	
ÖG20		,696		,774	
ÖG18		,680		,509	
ÖG14			,822	,890	Çalışma Arkadaşlarına Güven Öz Değer: 4,775 Varyans: % 22,740 Ortalama: 3,58 Güvenirlilik: ,953
ÖG13			,799	,850	
ÖG12			,792	,860	
ÖG15			,766	,831	
ÖG11			,743	,789	
Açıklanan Toplam Varyans: % 80,781 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: ,966; Barlett’in Küresellik Testi: $X^2 : 12113,148$ S.D.:210, $P < .001$ varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi. Ovy: Ortak Varyans Yüğü					

Tablo 4’de örgütsel güven ölçeğine ait KMO ve Bartlett Küresellik Testi sonuçları verilmiştir. KMO değerinin 0,966 olduğu ve Bartlett testine göre yaklaşık ki kare (χ^2) değerinin 12113,14846 Bu sonuçlar ölçeğin açıklayıcı faktör analizine (AFA) uygun olduğunu göstermektedir. Faktör analizinde ÖG21 maddesinin faktör yükünün 0,5’ten düşük olması sebebiyle AFA analizinden çıkarılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda ortaya 3 faktör ortaya çıkmıştır. Bu 3 faktörün toplam açıklanan varyansı % 80,781 olarak bulunmuştur. İlk faktörde yer alan maddeler yöneticilere karşı duyulan güvenle ilgili olduğu için “yöneticiye güven” olarak adlandırılmıştır. İkinci faktörlerdeki maddeler iş yerinin örgütsel uygulamaları ile ilgili olduğu için bu faktöre “örgütün kendisine güven” adı verilmiştir. Üçüncü faktör çalışma arkadaşları ile ilgili maddelerden oluşmaktadır ve bu faktöre “çalışma arkadaşlarına güven” adı verilmiştir

iş tatminine ilişkin AFA sonuçları Tablo 5’de verilmektedir. İlgili çizelgede faktör yükleri, ortak varyans değerleri, ortaya çıkan boyutlara ilişkin aritmetik ortalamalar ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Ayrıca çizelgenin altında KMO ve Barlett küresellik sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5: İş Tatminine İlişkin AFA Analizi

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	OVY	Faktörler
İT2	,831		,743	İşsel Tatmin Öz Değer: 5,156 Varyans% 34,372 Ortalama: 3,78 Güvenirlilik: ,917
İT3	,809		,781	
İT1	,771		,708	
İT7	,753		,699	
İT8	,704		,677	
İT5	,670		,505	
İT17	,648		,632	
İT13		,848	,805	
İT19		,809	,787	
İT11		,803	,667	
İT18		,740	,733	
İT9		,691	,688	
İT14		,669	,706	
İT10		,634	,551	
İT12		,621	,629	
Açıklanan toplam varyans: % 68,741 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: ,947; Bartlett’in Küresellik Testi: χ^2 : 5454,360 s.d.:105, p<.001 Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Ovy: Ortak varyans yükü				

Tablo 5’de iş tatmini ölçeğine ait KMO ve Bartlett Küresellik Testi sonuçları verilmiştir. KMO değerinin 0,947 olduğu ve Bartlett testine göre yaklaşık ki kare (χ^2) değerinin 5454,360 ve anlamlılık düzeyinin p<,001 olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlar ölçeğin açıklayıcı faktör analizine (AFA) uygun olduğunu göstermektedir. Faktör analizinde İT15 ve İT16 maddelerinin faktör yükünün 0,5'ten düşük olması sebebiyle AFA analizinden çıkarılmıştır. Ayrıca İT4, İT6 ve İT20 maddelerinin binişik madde olması sebebiyle AFA analizinden çıkarılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda ortaya 2 faktör ortaya çıkmıştır. Bu 2 faktörün toplam açıklanan varyansı % 68,741 olarak bulunmuştur. İlk faktörde yer alan maddeler orijinal ölçekte içsel faktör altında yer alan maddeler olduğu için “içsel tatmin” adı verilmiştir. İkinci faktörde yer alan maddeler orijinal ölçekte dışsal faktör altında yer aldığı için “dışsal tatmin” adı verilmiştir.

Araştırmada örgütsel güven ölçeğinde yer alan yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven ve örgütün kendisine güven faktörlerinin iş tatmini alt faktörleri (içsel ve dışsal tatmin) üzerindeki etkileri incelenmiştir. Tablo 6’da yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven ve örgütün kendisine güven algılarının çalışanların içsel tatminleri üzerindeki etkisini ölçmek için yapılan regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Bağımlı değişken (içsel tatmin) ve tahmin değişkenler (yöneticiye, çalışma arkadaşlarına ve örgütün kendisine güven) için kurulan çoklu regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F [3;438] =167,561 p<0,001). Regresyon analizinde yer alan değişkenler arasında yüksek ilişki sorunun olup olmadığını tespit etmek için varyans genişlik faktörü (variance inflation factor— VIF) ile kontrol edilmiştir. Değişkenlerin VIF değerlerinin 5 değerinden küçük olması böyle bir sorun olmadığı anlamına gelmektedir (Menard, 2001). Regresyon analizine devam edilmiştir.

Tablo 6: Yöneticiye, Çalışma Arkadaşlarına ve Örgütün Kendisine Güven Algılarının İçsel Tatmin Üzerine Etkileri

YG,AG ÖG İçsel Tatmin	B	Std B	t	P	R	R ²	Düze ltilmi ş R ²	F	P	VIF
Sabit	1,441	-	13,235	,000						
Yöneticiye Güven(YG)	,367	,444	7,380	,000	,731	,534	,531	167,561	,000	3,408
Arkadaşa Güven (AG)	,070	,083	1,496	,135						2,921
Örgütün Kendisine Güven (ÖG)	,211	,254	4,648	000						2,818
*p<0.05, **p<0.01, ***p< 0.001; ortalama kareler regression-residual: 65,792 / ,393 s.d.:3 – 438										

Yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven ve örgütün kendisine güven algılarının içsel tatmin üzerindeki değişimin yaklaşık % 53’ünü açıklamaktadır.

Yöneticiye ve örgütün kendisine güven faktörlerinin içsel tatmin üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır (0,367; 0,211) ve bu ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır (työnetici = 7,380 pyönetici<0.001; törgüt=4,648 pörgüt<0.001). Bu sonuçlar doğrultusunda yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven algılarının çalışanların içsel tatminlerini istatistiksel olarak olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Tablo 7: Yöneticiye, Çalışma Arkadaşlarına ve Örgütün Kendisine Güven Algılarının Dışsal Tatmin Üzerine Etkileri

YG,AG, ÖG Dışsal Tatmin	B	Std B	T	P	R	R ²	Düze İtilmi ş R ²	F	P	VIF
Sabit	,921	-	9,883	,000						
Yöneticiye Güven (YG)	,318	,369	7,472	,000	,828	,686	,684	319,077	,000	3,408
Arkadaşa Güven (AG)	,373	,425	9,287	,000						2,921
Örgütün Kendisine Güven (ÖG)	,082	,094	2,098	,036						2,818
*p<0.05, **p<0.01, ***p< 0.001; ortalama kareler regression-residual: 91,822 / ,288 s.d.:3 - 438										

Tablo 7’de yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven ve örgütün kendisine güven algılarının çalışanların dışsal tatminleri üzerindeki etkisini ölçmek için yapılan regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Bağımlı değişken (dışsal tatmin) ve tahmin değişkenler (yöneticiye, çalışma arkadaşlarına ve örgütün kendisine güven) için kurulan çoklu regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F [3;438] =319,077 p<0,001). Regresyon analizinde yer alan değişkenler arasında yüksek ilişki sorunun olup olmadığını tespit etmek için varyans genişlik faktörü (variance inflation factor— VIF) ile kontrol edilmiştir. Değişkenlerin VİF değerlerinin 5 değerinden küçük olması böyle bir sorun olmadığı anlamına gelmektedir (Menard, 2001). Regresyon analizine devam edilmiştir. Yöneticiye, çalışma arkadaşlarına ve örgütün kendisine güven

faktörlerinin dışsal tatmin üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır ve bu ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde otel işletmelerinde çalışan personelin örgütsel güven algısının iş tatmini üzerindeki etkilerinin belirlenmesine yönelik yapılan çalışmanın sonuç ve önerilerine yer verilmiştir.

Son yıllarda işletmelerin odaklandığı en önemli kaynak, çalışanlar ve onların örgüt içinde sergilediği davranışlardır. Çalışanların örgüt içindeki davranışları, örgütsel performansı etkileyen önemli bir faktördür. Bu nedenle, işletmelerin verimliliğini arttırmak ve başarılarını sürdürmek için çalışanların davranışlarını anlamak ve yönetmek büyük bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, işgörenlerin davranışlarını etkileyen sosyo-psikolojik faktörlerin analiz edilmesi gerekmektedir. Bu faktörler arasında, güven duygusu da önemli bir role sahiptir (Yazıcıoğlu, 2009).

Dolayısıyla bu çalışmada otel işletmelerinde çalışan personelin örgütsel güven algısının iş tatmini üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre katılımcıların % 48,6'sı kadın, % 51,4'ü ise erkektir. Katılımcıların yarısının 18-25 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 54,3'ünün eğitim düzeyi lisanstır. Katılımcıların %65,6'sı bekar. Katılımcıların şuanaki otellerdeki çalışma süreleri incelendiğinde, % 54,5'inin 1 yıldan az süredir, çalıştığı görülmüştür. Otel çalışanlarının çalıştıkları departmanlara bakıldığında, %45,5'inin yiyecek-içecek departmanında çalıştıkları anlaşılmıştır. Katılımcıların turizm eğitimi alma durumları sorulduğunda, % 68,6'sının turizm eğitimi aldıkları, % 31,4'ünün turizm eğitimi almadığı ortaya çıkmıştır.

Örgütsel güven algısı ölçeğinin genel ortalaması 3,37 düzeyinde ortaya çıkmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerden en yüksek ortalama 3,83 ile "Yöneticim yardıma ihtiyacımız olduğunda destekleyici ve yardımseverdir" maddesidir. En düşük ortalama ise 2,91 ile 55 maddesidir. Örgütte bu tür olumlu yönetici davranışlarının sürdürülmesi, çalışanların motivasyonunu ve memnuniyetini arttırabilir, dolayısıyla örgütün performansını olumlu yönde etkileyebilir. Bu nedenle, yöneticilerin destekleyici ve yardımsever olmaları, örgüt kültüründe ve çalışanların algısında olumlu bir etki yaratabilir. İş tatmini ölçeğine ait genel ortalama ise 3,67 düzeyinde ortaya çıkmıştır. En yüksek ortalamaya sahip ifade 3,91 ile "Beni her zaman meşgul etmesi bakımından" maddesi olmuştur. "Ara sıra değişik şeyler yapabileme şansımın olması bakımından" ifadesi ise 3,27 ortalama ile ölçekte en düşük ortalamaya sahip madde olmuştur. Örgütler için bu sonuçlar, çalışanların iş tatminini arttırmak için dikkate alınması gereken alanları

belirlemede faydalı olabilir. Özellikle çalışanlara çeşitli görevler ve deneyimler sunulması, iş tatmini düzeylerini ve çalışanların motivasyonunu arttırabilir.

Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda örgütsel güven algısı üç faktör olarak ortaya çıkmıştır. Bu faktörler yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven ve örgütün kendisine güven şeklindedir. İş tatmini ise içsel tatmin ve dışsal tatmin olmak üzere iki faktör olarak ortaya çıkmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda yöneticiye güven algısının çalışanların içsel ve dışsal tatminleri üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla yöneticiye güven duygusunun çalışanların iş tatminini arttırmada önemli bir faktör olduğu söylenebilir. İlgili alan yazın incelendiğinde benzer sonuçlara ulaşan çalışmaların olduğu görülmektedir. Koç ve Yazıcıoğlu'nun (2011) çalışması sonucu yöneticiye duyulan güven hissi ile tatmin duygusu arasında olumlu bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşcan ve Sayın'ın (2010) çalışmasında örgütsel güven yöneticiye güven ve örgüte güven olmak üzere iki faktör olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucunda örgütsel güven ve iş tatmini değişkenleri arasındaki ilişkinin çok güçlü ve aynı doğrultuda olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Çiçek ve Şahin Macit'in (2016) çalışmasında örgütsel güven ile iş tatmini arasında olumlu ve anlamlı ilişkinin olduğu saptanmıştır.

Örgütün kendisine güven algısının çalışanların içsel ve dışsal tatminleri üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Yazıcıoğlu'nun (2009) konaklama işletmeleri çalışanlarına yönelik yürüttüğü çalışmasında güven duygusu ile iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler incelenmiş ve benzer şekilde örgüte duyulan güven ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmanın sonucuna göre, çalışanların iş tatmin düzeyleri yüksek olmakta ve buna bağlı olarak da işten ayrılma niyetleri düşük olmaktadır. Bu çalışmada çalışma arkadaşlarına güven algısının içsel tatmin üzerindeki etkilerinin istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı ancak dışsal tatmin üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Güçer ve Demirdağ'ın (2014) çalışması sonucunda otel çalışanlarının örgütsel güven algıları ile iş tatminleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre çalışanların yöneticilerine ve çalışma arkadaşlarına olan güven algıları arttıkça iş tatminleri büyük ölçüde artacak, örgüte olan güvenleri arttıkça ise iş tatminleri normal olarak artacaktır.

Sonuç olarak, örgüt içinde güven ortamının sağlanması ve sürdürülmesi, çalışanların iş tatmini üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle konaklama işletmeleri gibi hizmet sektörlerinde, çalışanların örgüte olan güveni ve iş tatmini, müşteri memnuniyeti ve işletme performansı üzerinde doğrudan etkili olabilmektedir. Bu nedenle, yöneticilerin örgüt içinde güven ortamını desteklemeye yönelik stratejiler geliştirmeleri önemlidir. Çalışanların birbirlerine

ve örgüte güven duymalarını teşvik etmek, örgüt kültürünün oluşturulması ve sürdürülmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, örgütsel güvenin artırılması, işletmelerin sürdürülebilir başarısı için önemli bir adım olabilir. Nitekim örgüt üyeleri arasında paylaşılan değerler, inançlar ve bir vizyon oluşturmak, örgütlerde güven ortamının varlığıyla mümkündür. Bu güven ortamı, çalışanların motivasyonunu artırır ve dolayısıyla iş performansını yükseltir. Astların yöneticilere ve örgüte olan güveni, yöneticilerin etkinliğini de artırır (Yılmaz ve Karahan, 2011).

Öneriler

Bu araştırmanın sonuçlarına göre örgütsel güven boyutlarının içsel ve dışsal iş tatmini üzerinde etkili olduğu oraya çıkmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda araştırmada otel işletmelerine ve turizm çalışanlarına bazı önerilerde bulunulmuştur.

Otel İşletmelerine Yönelik Öneriler

Otel çalışanlarının örgütsel güven duygularını arttırmak için işletme içerisinde açık iletişim ve yürütülen faaliyetlerde şeffaflık ilkesi benimsenmelidir. Özellikle çalışanlar tarafından arzu edilen bilgilerin zamanında çalışanlara iletilmesi oldukça önemlidir. Ayrıca departmanlar kendi özlerinde çalışanları ile yürüttükleri faaliyetler ve elde ettikleri çalışma sonuçlarını paylaşmaları gerekmektedir. Çalışanlar arasında iletişimin artırılmasının, güven ortamının oluşmasına ve sürdürülmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Otel yöneticilerinin işleri yürütmesinde ve aldıkları kararlarda tutarlı davranmalı ve bu açıdan otel çalışanları üzerinde güvenilirliklerini artırmalıdır. Özellikle uyguladıkları ödül ve ceza politikalarında tutarlı olmak için çaba göstermelidirler. Otelin üst düzey yöneticilerinin tutarlılık ve güvenilirlik politikalarını tüm çalışanlarına benimsetmeli ve kabul ettirmelidir. Çalışanların endişelerini ve önerilerini iletebilecekleri açık ve güvenli geri bildirim mekanizmaları oluşturulmalıdır. Bu, yöneticilerin çalışanlarla etkili bir şekilde iletişim kurmasını ve geri bildirim almasını sağlar. Çalışanların güveni ve katkıları takdir edilmeli ve ödüllendirilmelidir. Başarıları öne çıkaran ve takdir eden bir kültür oluşturulması, çalışanların kendilerini değerli ve önemli hissetmelerini sağlayabilir. Güven odaklı bir örgüt kültürü oluşturmak için örgütün değerleri net bir şekilde belirlenmeli ve bu değerlere bağlılık teşvik edilmelidir. İşletmeler, yöneticilerin liderlik becerilerini güçlendirmek ve çalışanlarla daha etkili iletişim kurmalarını sağlamak için düzenli eğitim ve gelişim programları düzenleyebilirler. Ayrıca yöneticilerin güvenilir, adil ve

destekleyici liderlik tarzları benimsemesi önemlidir. Liderler, örnek oluşturan davranışlar sergilemelidir. Otel yöneticilerinin alınacak kararlarda otel alışanları ile işbirliği yaratacak ortamlar hazırlamalıdır. Katılımcı yönetimle birlikte çalışanlar otele yönelik bağlılık duyguları yükselebilir ve alınan kararlarda ortaklığı olduğu için otel yönetimine güveni artabilir. Ayrıca otel yönetimi turizm çalışanlarının kendilerini geliştirebilecekleri eğitim programları düzenlemeli ve çalışanlarının kendilerini geliştirebilecekleri fırsatları yaratmalıdır. Bu eğitimler iş amaçlı olmanın yanında kişilerin sosyal gelişimlerine yönelik de olabilir. Otel yönetimlerinin çalışanlarının hatalarını kabul etme ve bu hatalardan ders çıkarma konusunda çalışanlarını teşvik etmelidir. Hatalardan ders çıkarma ve hata yapmaktan korkmayan çalışan kültürünün yaratılması yönetici-çalışan ilişkilerinin sağlıklı yürümesini sağlayacaktır.

Örgütsel güvenin sürdürülmesi için sürekli olarak geri bildirim alınmalı ve iyileştirme süreçleri uygulanmalıdır. Çalışanların fikirlerine saygı gösterilmesi ve onların katılımı, örgütsel güveni ve iş tatminini arttırabilir. İşletmeler, çalışma ortamını iyileştirmek ve iş yükünü dengeli bir şekilde dağıtmak için çeşitli önlemler alabilirler. Esnek çalışma saatleri ve iş-yaşam dengesi programları gibi uygulamalar, çalışanların işlerinde daha memnun olmalarını sağlayabilir. İşletmeler, başarıları tanıyan ve ödüllendiren bir kültür oluşturmalıdır. Performansa dayalı ödül sistemleri, başarılı çalışanları motive edebilir ve iş tatminini arttırabilir. İşletmeler, çalışanların kişisel ve mesleki gelişimlerine destek olacak eğitim ve gelişim fırsatları sunmalıdır.

Otel Çalışanlarına Yönelik Öneriler

Otel çalışanları iş ararken işletme politikaları şeffaf ve etik değerlere hassasiyet gösteren işletmeleri tercih etmelidirler. Özellikle çalışanların sosyal haklarını önemseyen, çalışanlarının eğitime ve kendini geliştirmesine önem veren işletmelerde çalışma için çaba sarf edilmelidir. Çalışanların görüş ve önerilerini önemseyen işletmelerde turizm çalışanları da olabildiğince katılımcı olmalı ve işletme faaliyetlerine sunabileceği katkıları mutlaka iletmelidir. Çalışanların iş-aile dengesini orantılı kurması, işletme ile güvenilir bir iletişim politikası izlemesi, eğitim fırsatlarını değerlendirip kendini geliştirmesi, ödül-prim sistemlerine uygun çalışması, iş arkadaşları ve yöneticileri ile dayanışma içerisinde çalışması kişilerin iş tatmin düzeylerini olumlu etkileyecektir.

Akademisyenlere Yönelik Öneriler

Bu çalışma İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerle sınırlıdır. Bu çalışma sahil otellerinde yapılırsa farklı sonuçlar çıkabilirdi. Dolayısıyla farklı şehirlerdeki veya ülkelerdeki algısını şekillendiren faktörler arasında kurumsal kültür ve liderlik

tarzının da önemi büyüktür. Bu bağlamda, farklı otellerdeki kurumsal kültürlerin ve liderlik tarzlarının örgütsel güven algısı ve iş tatmini üzerindeki etkileri incelenebilir. Ayrıca çalışanların örgütsel güven algısını arttırmak ve iş tatminini sağlamak için çalışan katılımı ve etkili iletişim stratejilerinin rolü incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Akkoyunlu, B., Soylu, M. Y., Ve Çağlar, M. (2010). Üniversite Öğrencileri İçin “Sayısal Yetkinlik Ölçeği” Geliştirme Çalışması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 39, 10-19.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Ve Yıldırım, E. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı (8. Baskı). İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Aydın, Ş. (2004). Otel İşletmelerinde Stres Faktörleri İle İş Bırakma İlişkisi: 4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Uygulaması. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İzmir; Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bakotić, D. (2016). Relationship Between Job Satisfaction And Organisational Performance. Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 29(1), 118-130.
- Boğa, D. (2018). Algılanan Liderlik Tarzları İle Örgütsel Güven Ve İş Tatmini Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: İstanbul'da Bulunan Turizm Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bruce, W. M. And Blackburn, J. W. (1992). Satisfied Employees Make A Difference Balancing Job Satisfaction & Performance: A Guide For Human Resource Professionals
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 32 (32), 470-483.
- Calif, M. P. (1994). Achieving Job Satisfaction: A Crisp Assessment Profile. Crisp Publications: Amerika.
- Callaway, P. (2006). Introduction. The Relationship Of Organizational Trust And Job Satisfaction: An Analysis İn The US Federal Work Force İçinde (Ss.1-9), Florida: Universal-Publishers
- Chalkiti, K.,And Sigala, M. (2010). Staff Turnover İn The Greek Tourism Industry: A Comparison Between Insular And Peninsular Regions. International Journal Of Contemporary Hospitality Management, 22(3), 335-359.
- Chang, C. H., Lu, L. And Lee, C. C. (2018). The Impact Of Service Quality, Perceived Value And Customer Satisfaction On Customer Loyalty İn The Hotel İndustry. Tourism Management, 89-100.
- Chathoth, P. K., Mak, B., Jauhari, V. And Manaktola, K. (2007). Employees' Perceptions Of Organizational Trust And Service Climate: A Structural Model Combining Their Effects On Employee Satisfaction. Journal Of Hospitality & Tourism Research, 31(3), 338-357.

- Cheung, C. M. K. And Lu, L. (2011). The Impact Of Organizational Trust On Customer Satisfaction And Loyalty In Mobile Commerce. *International Journal Of Information Management*, 31(1), 22-30.
- Cho, Y. J. And Song, H. J. (2017). Determinants Of Turnover Intention Of Social Workers: Effects Of Emotional Labor And Organizational Trust. *Public Personnel Management*, 46(1), 41-65.
- Connell, N. A. D. And Mannion, R. (2006). Conceptualizations Of Trust In The Organizational Literature: Some Indicators From A Complementary Perspective. *Journal Of Health Organization And Management*, 20(5), 417-433.
- Cook, J. And Wall, T. (1980). New Work Attitude Measures Of Trust, Organizational Commitment And Personal Need Non-Fulfillment. *Journal Of Occupational Psychology*, 39-52.
- Çelik, Y., Ve Baran, M. (2017). Çalışanların İşletmenin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Algısı İle İş Tatmini Arasındaki İlişki Ve Kimya/Boya Sektöründe Bir Araştırma. *İş'te Davranış Dergisi*, 2(1), 63-79.
- Çiçek, H., Ve Macit, N. Ş. (2016). Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Güveni İle İş Tatmini Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(14), 25-41.
- Çubukçu, K., And Tarakçıoğlu, S. (2010). The Relation Between Organizational Trust And Organizational Commitment: A Study On Teachers Of Hotel Management And Tourism Vocational High Schools. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 57-78.
- Daboval, J., Comish, R., Swindle, B., And Gaster, W. (1994). A Trust Inventory For Small Businesses. In *Small Businesses Symposium*.
- Demirbağ, Ş. A. (2015). Örgütsel Güven Ve İş Tatmini Arasındaki İlişki: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Deniz, T. (2019). Turizm Ve Biyoçeşitlilik. *Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 323-339.
- Deutsch, M. And Gerard, H. B. (1955). A Study Of Normative And Informational Social Influences Upon Individual Judgment. *The Journal Of Abnormal And Social Psychology*, (3), 629-636.
- Dowell, D., Morrison, M. And Heffernan, T. (2015). The Changing Importance Of Affective Trust And Cognitive Trust Across The Relationship Lifecycle: A Study Of business-To-Business Relationships. *Industrial Marketing Management*, 119-130.

- Düvenci, S. (2023). Sınıf Öğretmenlerinin İş Doyumlarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: Dikili Örneği. *Social Mentality And Researcher Thinkers Journal (Smart Journal)*, 9(71), 3605-3611.
- Eralp, Z. (1983). Genel Turizm. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu.
- Ercan, İ. Ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlilik Ve Geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3), 211-216.
- Erdal, N. And Altindag, E. (2020). Research On The Effects Of Job Satisfaction On Organizational Trust And Organizational Citizenship In Health Workers: A Case Study Of University Hospitals. *Journal Of Management, Marketing And Logistics (JMML)*, 7(3), 124-142.
- Ertürk, A. (2014). Influences Of HR Practices, Social Exchange, And Trust On Turnover Intentions Of Public IT Professionals. *Public Personnel Management*, 43(1),140-175.
- Fraser, T. M. (1983). The Needs And Satisfactions Of Work. *Human Stress, Work, And Job Satisfaction: A Critical Approach İçinde* (S. 19-33). International Labour Office Geneva: İsviçre.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues And The Creation Of Prosperity*. Free Press: New York.
- Gambetta, D. (1988). Can We Trust Trust? D. Gambetta (Editör), *Trust: Making And Breaking Cooperative Relations İçinde* (Ss. 213–237). Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Gilbert, J. A., And Tang, T. L. P. (1998). An Examination Of Organizational Trust Antecedents.63
- Gilson, L. (2003). Trust And The Development Of Health Care As A Social Institution. *Social Science & Medicine*, 56(7), 1453-1468.
- Glaeser, E. L., Laibson, D., Scheinkman, J. A. And Soutter, C. L. (2000). Measuring Trust. *The Quarterly Journal Of Economics*, 115(3), 811-846.
- Göktürk, B. (2017). Halkla İlişkilerde Güven Kavramının Önemi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 76-89.
- Gruneberg, M. M. (1979). *Understanding Job Satisfaction*. Londra: The Macmillan Press.
- Gudmundsson, A. (2008). Trust And Its Influence On Hotel Guests' Behavioral Intentions. *Tourism Management*, 29(4), 689-711.
- Guinot, J., Chiva, R. And Mallén, F. (2013). Organizational Trust And Performance: Is Organizational Learning Capability A Missing Link?. *Journal Of Management & Organization*, 19(5), 559-582.
- Guzzo, R. F., Wang, X., Madera, J. M. And Abbott, J. (2021). Organizational Trust In Times Of COVID-19: Hospitality Employees' Affective

- Responses To Managers' Communication. *International Journal Of Hospitality Management*, 93, 1-11.
- Güçer, E. Ve Demirbağ Ş. A. (2014). Organizational Trust And Job Satisfaction: A Study On Hotels. *Business Management Dynamics*, 4(1), 12-28.
- Güçer, E., Ve Şerif, A. D. (2014). Organizational Trust And Job Satisfaction: A Study On Hotels. *Business Management Dynamics*, 4(1), 12.
- Huff, L. And Kelley, L. (2003). Levels Of Organizational Trust İn Individualist Versus Collectivist Societies: A Seven-Nation Study. *Organization Science*, 14(1), 81-90.
- İşcan, Ö. F., Ve Sayın, U. (2010). Örgütsel Adalet, İş Tatmini Ve Örgütsel Güven Arasındaki İlişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4),195-216.
- Joseph, E. E. And Winston, B. E. (2004). A Correlation Of Servant Leadership, Leader Trust, And Organizational Trust. *Leadership & Organization Development Journal*, 26(1), 6-22.
- Joseph, E. E. And Winston, B. E. (2005). A Correlation Of Servant Leadership, Leader Trust, And Organizational Trust. *Leadership & Organization Development Journal*, 26 (1), 6-22.
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E. And Patton, G. K. (2001). The Job Satisfaction–Job Performance Relationship: A Qualitative And Quantitative Review. *Psychological Bulletin*, 127(3), 376-407.
- Koç, H. Ve Yazıcıoğlu, İ. (2011). Yöneticiye Duyulan Güven İle İş Tatmini Arasındaki İlişki: Kamu Ve Özel Sektör Karşılaştırması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1), 46-57.
- Kramer, R. M. (2006). Organizational Trust: Progress And Promise İn Theory And Research. R. M. Kramer (Ed.), *Organizational Trust İçinde* (S.1-20). Oxford University Press: New York.
- Kuslivan, S., Kuslivan, Z., Ilhan, I. And Buyruk, L. (2010). The Human Dimension: A Review Of Human Resources Management Issues İn The Tourism And Hospitality Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 171-214.
- Laschinger, S. H. K., Finegan, J. And Shamian, J. (2002). The İmpact Of Workplace Empowerment, Organizational Trust On Staff Nurses' Work Satisfaction And Organizational Commitment. *Organization Development Journal*, 26(1), 6-22.
- Lee, C. K., Song, H. J., Lee, H. M., Lee, S. And Bernhard, B. J. (2013). The İmpact Of CSR On Casino Employees' Organizational Trust, Job Satisfaction, And Customer Orientation: An Empirical Examination Of

- Responsible Gambling Strategies. *International Journal Of Hospitality Management*, 33, 406-415.
- Lu, L. And Gao, Y. (2017). Building Trust In The Tourism Industry: An Empirical Analysis. *Tourism Management*, 55, 111-123.
- Lu, L., And Hsu, C. H. (2015). The Impact Of Perceived Reliability, Responsiveness, And Empathy On Customer Trust In The Tourism Industry. *Asia Pacific Journal Of Tourism Research*, 20(3), 264-278.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. And Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy Of Management Review*, 20, 709–734.
- Mcallister, D. J. (1995). Affect- And Cognition-Based Trust As Foundations For Interpersonal Cooperation In Organizations. *Academy Of Management Journal*, 38, 24–59.
- Menard S. (2001). *Applied Logistic Regression Analysis*. 2nd Edition. SAGE Publications.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L. And Topolnytsky, L. (2002). Affective, Continuance, And Normative Commitment To The Organization: A Meta-Analysis Of Antecedents, Correlates, And Consequences. *Journal Of Vocational Behavior*, 61(1), 20-52.
- Mishra, J. And Morrissey, M. A. (1990). Trust In Employee/Employer Relationships: A Survey Of West Michigan Managers. *Public Personnel Marmgement*, 19(4), 443-463.66
- Nyhan, R.C. (1992). Increasing Affective Organizational Commitment In Public Organizations: The Key Role Of Interpersonal Trust. *Review Of Public Personneladministration*, 19: 58–70
- Omarov, A. (2009). *Örgütsel Güven Ve İş Doyumu: Özel Bir Sektörde Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE İşletme ABD, Yönetim Ve Organizasyon Programı, İzmir.
- Özgeldi, M. And Hamitoğlu, E. (2019). The Effects Of Organizational Trust On Turnover İntention. *Financial And Credit Activity Problems Of Theory And Practice*, 1(28), 488-494.
- Pincus, J. D., Knipp, J. E. And Rayfield, R. E. (1990). Internal Communication And Job Satisfaction Revisited: The Impact Of Organizational Trust And İnfluence On Commercial Bank Supervisors. *Journal Of Public Relations Research*, 2(1-4), 173-191.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents And Consequences Of Employee Engagement. *Journal Of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.

- Seal, W.B. (1998). Relationship Banking And The Management Of Organisational Trust. *International Journal Of Bank Marketing*, 16(3), 102-107.
- Shockley-Zabalak, P. And Ellis, K. And Wirogard, G. (2000). Organizational Trust: What It Means, Why It Matters. *Organizational Development Journal*, 18(4), 35- 48.
- Singh, U. And Srivastava, K. B. (2016). Organizational Trust And Organizational Citizenship Behaviour. *Global Business Review*, 17(3), 594-609.
- Tan, H. And Tan, C. S. (2000). Towards The Differentiation Of Trust In Supervisor And Trust In Organization. *Genetic, Social And General Psychology Monographs*, 126(2), 241-260.
- Tan, H. H. And Lim, A. K. (2009). Trust In Coworkers And Trust In Organizations. *The Journal Of Psychology*, 143(1), 45-66.
- Tang, T L. R. And Sarsfield-Baldwin, L. J. (1996). Distributive And Procedural Justice As Related To Satisfaction And Commitment. *SAM Advanced Marmgement Journal*, 61, 25-31.
- Taşlıyan, M., Hırlak, B., Ve Çiftçi, G. E. (2014). Akademisyenlerin Duygusal Zekâ, İş Tatmini Ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişki. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 63-80.
- Thoms, P., Dose, J. J. And Scott, K. S. (2002). Relationships Between Accountability, Job Satisfaction, And Trust. *Human Resource Development Quarterly*, 13(3), 307-323.
- Tierney, W. G. (2008). Trust And Organizational Culture In Higher Education. *Cultural Perspectives On Higher Education İçinde* (Ss. 27-41). Springer: Dordrecht.
- Top, M., Akdere, M. And Tarcan, M. (2015). Examining Transformational Leadership, Job Satisfaction, Organizational Commitment And Organizational Trust In Turkish Hospitals: Public Servants Versus Private Sector Employees. *The International Journal Of Human Resource Management*, 26(9), 1259-1282.
- Tutuncu, O. And Kozak, M. (2007). An Investigation Of Factors Affecting Job Satisfaction. *International Journal Of Hospitality & Tourism Administration*, 8(1), 1-19.
- Tüzün, İ. K. (2007). Güven, Örgütsel Güven Ve Örgütsel Güven Modelleri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 93- 118.
- Tyler, T. R. And Degoey, P. (1996). Trust In Organizational Authorities. M., Roderick; R. Kramer; T. Tyler (Editörler). *Trust In Organizations: Frontiers Of Theory And Research İçinde* (Ss. 331-356).

- Wang, D. (2015). Customer Trust And Loyalty İn The Tourism İndustry: An Empirical İntestigation. *Current Issues İn Tourism*, 18(9), 899-919.
- Whitney, J.O. (1994). *The Trust Factor*. New York, NY: Mcgraw-Hill.
- Yadav, L. K. And Gupta, P. (2017). Procedural Justice, Job Satisfaction And Organizational Citizenship Behaviour: Mediating Role Of Organizational Trust— Indian Tourism İndustry Study. *Management And Labour Studies*, 42(3), 275–292.
- Yazicioğlu, İ. (2009). Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Güven Duyguları İle İş Tatmini Ve İşten Ayrılma Niyetleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yılmaz, H., Ve Karahan, A. (2011). İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Örgütsel Güven Ve İş Tatmini Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma. *İş Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(3), 95-118.
- Zmerli, S. And Newton, K. (2011). Winners, Losers And Three Types Of Trust. Zmerli S. And M. Hooghe (Ed.), *Political Trust: Why Context Matters* İçinde (S. 67-94). Colchester: ECPR Press.

16. Bölüm

Gümrük Birliği Türkiye Ekonomisi İçin Güncellenmeli (Mi?): Neden ve Nasıl?

Hatip YURGİDEN¹

Mehmet KAYA²

¹ Dr., Bağımsız Araştırmacı, Diyarbakır, Türkiye, hyurgiden@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-8201-1050

² Prof. Dr., Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, kayamehmet@dicle.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9495-4141

1. Giriş

Ticaret engelleri ekonomik aktiviteyi etkilemektedir. Gümrük düzenlemeleri ve tarifeleri uluslararası ve tarihsel olarak iç ticaretin önündeki temel engellerdir. Bu engellerin ticarete ve dolayısıyla büyümeye olumsuz etkisi, bunları aşacak ticaret anlaşmaları ve gümrük birlikleri gibi kurumsal yapıların geliştirilmesine yol açmıştır (Ploeckl, 2013: 387). Son yirmi yılda, genellikle serbest ticaret alanı (FTA) ve GB biçimindeki ticaret anlaşmaları benzeri görülmemiş bir şekilde çoğalmıştır. Bir FTA veya Gümrük Birliği (GB)'ni oluşturan ülkelerin genellikle ürün pazarlarının boyutları birbirinden farklıdır. Bir FTA'ya üye ülkeler, pazar büyüklüklerinin büyük veya küçük olmasına bakılmaksızın, kendi aralarında belirli mal ticaretindeki engelleri toplu olarak ortadan kaldırmaktadır. Ancak, FTA üyeleri, üye olmayanlara yönelik kendi dış tarifelerini bireysel olarak belirlemektedir. Bu da FTA ile GB arasında önemli bir fark oluşturmaktadır (Chang ve Xiao, 2015: 29).

Türkiye başından beri kalkınma çizgisinde genelde Batı'ya ve özelde Avrupa'ya öykünürken, bunu gerçekleştirmek için dış ekonomik ilişkilerinde de rotası hep Avrupa'ya dönük olmuştur. Nitekim bu konudaki niyetini kurumsallaştırmak ya da resmileştirmek üzere, kuruluşunun hemen arkasından Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)'na başvurusuyla açık bir şekilde göstermiştir. Bu niyet henüz hasıl olmamış ve 1996 itibariyle taraflar arasındaki ilişki, iki taraf için de ya da en azından Türkiye açısından nihai hedef için bir ara yol/formül olarak kabul edilen, GB ile kuramsallık kazanmıştır. Ancak tam üyelik sürecinin çeşitli gerekçelerle uzaması genelde AB ile ilişkileri, sonuçları ve sorunları itibariyle de özelde GB'yi tartışmaya açmıştır. Her ne kadar Türkiye, özellikle AB'nin ihracat yaptığı ülkeler arasındaki yeri itibariyle önemli bir ticaret ortağı sayılmaktadır ki son süreçte ülkelerin dijital dönüşümü gerçekleştirmek konusundaki çabalarıyla, ticaretin elektronik ortama kayması ve uygulanan yeni politikalarla dijitalleşmenin hız kazanması bu önemi daha da arttırsa da, GB'nin beklentileri ne kadar karşıladığı da sorgulanmalıdır. Dolayısıyla özellikle GB'nin işleyişinde hali hazırda yer alan sorunların giderilmesi anlamına gelen GB'nin güncellenmesi, her ne kadar kamu alımları, hizmetler ve tarım sektörlerinin GB'ye eklenmesi olarak algılansa da, temelde Türkiye ve AB arasında ticaretin daha geniş bir perspektiften ele alınmasını gerektirmektedir. Bu sayede iki taraf arasındaki potansiyel ticaret harekete geçeceği gibi Türkiye'nin yeni ekonomik altyapısı ve ihracat ekosistemi için uygun ekonomik iyileştirilmeleri sağlayabilir.

GB her ne kadar Türkiye ile AB arasında yapılan bir anlaşma olarak görünse de Türkiye'nin diğer gelişmekte olan ülkelerle de ticaret ekosistemini etkilemektedir. İmzalandığı dönemin şartlarına göre yapılan anlaşmanın taraflar

arasında ticareti sınırlandırdığı bilinen bir gerçektir. Sanayi ürünlerini baz alan GB, içerisine tarım ürünlerini, gıda ürünlerini, e-ticaret, e-ihracat gibi ekonomik faaliyetlerini içine alarak yeniden düzenlenmesi, sadece Türkiye için değil AB üye ülkeler içinde önemli fırsatlar yaratması mümkündür. Güncellemeyle Türkiye'deki firmaların AB'de etkinliğinin gerçekleşmesi ve rekabet gücünün artması düşünülmektedir. Dolayısıyla GB'nin güncellenmesini odağına alan çalışmada, GB'nin tarihsel sürecinin yanı sıra Türkiye için GB'nin ekonomik (üretim, tüketim, ticaret hadleri ve gelir) etkisi ile muhasebesi yapılmaya ve buna bağlı olarak da GB'ye dair sorunlar ele alınmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda, GB'nin müzakereler yoluyla güncellenmesinin hem Türkiye hem de AB için ticarete yeni fırsatlar yaratarak Türkiye'nin ihracatında önemli artışların olabileceğini ileri sürmektedir.

2. Gümrük Birliği'nin Tarihsel Gelişimi ve Kapsamı

Avrupa coğrafyasındaki ülkelerin, ekonomik ve politik bir "birlik" oluşturma fikri ve çabası Avrupa geleneği kadar eskidir. Öyle tarih boyunca dönemin önde gelen şahsiyetleri (hukukçu, yazar, işadamı gibi) tarafından özellikle; Avrupa'da savaşları sonlandırmak ve barışı sağlamanın yanında ekonomik ve ticari gelişme için işbirliğini oluşturmak gibi amaçlarla; "Uluslararası Hakemlik Kurumu (14.yy)", "Avrupa Konfederasyonu (15.yy)", "Sürekli Avrupa Parlamentosu (17.yy)", "Sürekli Barış Projesi (18.yy)", "Avrupa Birliği ve Avrupa Federasyonu (19.yy)" ve son olarak 20 yy 'da ise "Federal Avrupa" gibi çok sayıda "Birleşik Avrupa " görüşü geliştirilmiştir (Şahinöz, 2012: 51). Bütün bu çabaların hiçbiri olumlu sonuç vermezken, Avrupa'nın birleşmesine 20.yüzyılın ilk yarısında aşağıda belirtilen bazı önemli gelişmeler/nedenler ivme kazandırmıştır (Seyidoğlu, 1999: 222).

i-Uzun yıllar Fransa ile Almanya arasında Yüzyıl Savaşları'ndan muzdarip olan Avrupa'nın iki dünya savaşını da yaşaması, Avrupa'da savaşların ortaya çıkmasını engelleme ve özellikle Fransa- Almanya uzlaşmasının sağlanmasını öncelikli kılmıştır.

ii-Avrupa kıtasının yüzyıllardır sürdürdüğü "dünyanın merkezi" olma konumunu yitirmiş olması ve yerini ABD ve Sovyetler Birliği gibi süper güce bırakmış olmasıdır. Avrupa'nın bu iki blok arasında üçüncü bir süper güç olabilmesinin tek yolu, ekonomik ve siyasi birleşmedir.

iii- Son olarak birleşmenin; işsizliğin önlenmesi, az gelişmiş bölgelerin kalkındırılması ve ekonomik gelişmenin hızlandırılması gibi ekonomik amaçların gerçekleştirilmesine ayrıca uluslararası ilişkilerde düzenin ve istikrarın sağlanmasına katkısı konusundaki uzlaşmadır.

Bu vb. siyasi ve iktisadi gerekçelere bağlanarak oluşumu elzem olarak görülen Avrupa'nın birleşimine, 9 Mayıs 1950'de Fransız Dışişleri Bakanı Robert Schuman'ın Eski Milletler Cemiyeti Genel Sekreteri Jean Monnet'in tasarısına referansla hazırladığı Schuman Planı önyak olmuştur. Plan, Avrupa'da barışın sağlanabilmesi için Fransız-Alman dostluğunu şart olduğunu ve Avrupa bütünleşmesinin de ancak buna esasla kurulabileceğini belirtmiştir. Bunu gerçekleştirmenin yolu ise iki ülke arasındaki savaşa yola açan kömür ve çelik üretimini yüksek bir otoritenin yönetimi altında sağlamak ve söz konusu yapıyı bütün Avrupa'nın katılımına açmak olarak öngörülmüştür. Bu amaca 1951'de Federal Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda, Belçika ve Lüksemburg tarafından imzalanan Paris Antlaşması kapı aralamıştır (https://www.ikv.org.tr/icerik_print.asp?id=28). Bu antlaşmanın 4. Maddesine göre kurulan ve bugünkü AB'nin ilk somut adımı sayılan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) ile hem kömür ve çelik sektöründe “ortak pazar (*common market*)” oluşturuldu ve bununla uyumlu olmayan tüm ulusal yasa ve uygulamalar yürürlükten kaldırıldı. Bu şekilde sektörel bazda başlayan Avrupa bütünleşmesinden istenilen sonuçların sağlanması, kısa zamanda ekonominin tümü için bir ulus-üstü (supranasyonel) bir yapı kurma fikrini pekiştirmiştir. Nitekim daha sonra yine aynı altı devlet tarafından imzalanan Roma Antlaşması (1957) ile Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)³ ve Atom Enerjisi Topluluğu'nun (Euroatom) kurulmasıyla günümüzdeki AB'nin temelleri atılmıştır (Denk, 2016: 63-64).

Kuruluşundan bu yana yüzünü de aklını da Batıya dönmüş Türkiye için, Avrupa'ya ekonomik ve siyasi bütünleşme, iktidarlar tarafından uzun zamandır yaşatılan değerli bir hedefdir. Türkiye, zaten, savaş sonrası dönemden bu yana Batı Avrupa'da birçok örgüte üye olmuştur⁴ (Elveren ve Kar, 2005: 3). 1959 yılında da Türkiye, o zamanki AET ortak üyelik başvurusunda bulundu. Eylül 1963'te, dört yıllık müzakerelerin ardından, AET ve Türkiye, Ankara Anlaşması (AA) olarak da bilinen bir Ortaklık Anlaşması imzaladılar⁵ (T.C. Dışişleri

³ 1951 yılında, Belçika, Federal Almanya, Lüksemburg, Fransa, İtalya ve Hollanda'dan oluşan 6 üye ile Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) kurulduktan sonra 1957'de, bu ülkeler işgücü ile mal ve hizmetlerin serbest dolaşımına dayanan bir ekonomik topluluk kurmaya karar verdiler. Böylece, kömür ve çeliğin yanı sıra diğer sektörlerde de ekonomik birliği kurmak amacıyla, 1957'de Roma Antlaşması imzalanarak Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) kuruldu. AET'nin amacı, malların, işgücünün, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaştığı bir ortak pazarın kurulması ve en nihayetinde siyasi bütünlüğe gidilmesidir (Ayrıntılar için bkz. <https://www.ab.gov.tr/p.php?e=105>).

⁴ Türkiye yeni uluslararası düzenle bütünleşmek için, yeni düzende dünya ekonomisini denetleyecek Bretton Woods kurumları Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund-IMF) ve Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası (Bank International for Reconstruction and Development- IBRD) veya kısaca Dünya Bankasına üye olmuştur (Şahin, 2014: 88).

⁵ Ankara Anlaşması, tam üyelik sürecini “hazırlık dönemi”, “geçiş dönemi” ve “son dönem” olmak üzere üç aşamada öngörmüştür. Geçiş döneminin sonunda ise Gümrük Birliği'nin tamamlanması hedeflenmiştir (<https://www.mfa.gov.tr/turkiye-ab-gumruk-birligi.tr.mfa>).

Bakanlığı, 2024). Bu anlaşma mallara ikili imtiyazlı pazar erişimi için bir altyapı ve Türkiye'nin nihai AET üyeliğine doğru bir aşama olarak da Gümrük Birliği (GB) adlı kuruluşun kurulmasını sağladı. Kasım 1970'te, iki taraf arasında sanayi malları üzerindeki tarifeleri ve kotaları belirli bir zaman çizelgesine göre kademeli olarak kaldıran bir Ek Protokol imzalandı. Bu protokol 1973 yılında yürürlüğe girmiş ve bunu (Aytuğ, Kütük, Oduncu ve Togan, 2016: 1, Hakura, 2018: 2) Ortaklık Konseyi'nin 6 Mart 1995 tarihindeki toplantısında GB'nin koşullarını belirleyen "Gümrük Birliği Kararı" izlemiştir⁶. Böylece ek protokolde öngörülen 22 yıllık *geçiş dönemi*, 1 Ocak 1996 tarihi itibarıyla sona ermiş ve Türkiye'nin AB katılımı yolunda *son döneme* girilmiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2024). Bu tarihten itibaren yürürlüğe giren Ortaklık Konseyi Kararı (OKK), Türkiye'ye malların serbest dolaşımına ve mevzuata ilişkin yükümlükler getirmiştir. Bu kapsamda, taraflar arasındaki sanayi malları için gümrük vergileri ve eş etkili önlemler kaldırılmış ve ülkemizce üçüncü ülkelere AB'nin Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulanmaya başlanmıştır⁷ (T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2022). Ancak, Türkiye-AB Gümrük Birliği; AB'nin 1992'de uygulamaya başladığı Tek Pazar çerçevesinde ortak ticaret politikasına uyumunun yanında, piyasa düzeni ile ilgili rekabet, fikri mülkiyet ve tüketici hakları gibi konularda da mevzuat uyumunu öngörmesi dolayısıyla, klasik GB tanımının aşarak oldukça ileri bir ekonomik entegrasyon yöntemi olarak kabul edilmektedir (Nas, 2020). Bu kabulün ya da nitelemenin altında ise; Ankara Anlaşmasına göre GB'nin sanayi ve işlenmiş tarım mallarının yanı sıra tarım mallarını da kapsamaması ve GB'ye uygun bir süreçte (1986-1995 yılları arasında) hizmetlerin, emeğin ve sermayenin serbest dolaşımına kademeli olarak geçilmesine ilişkin öngörüler yatmaktadır. Bu açıdan bakıldığında söz konusu anlaşma Türkiye ile AB arasındaki ilişki basit bir şekilde "kısmi" ve "göreceli bir GB olarak nitelendirilemez. Bu anlaşmada öngörülen GB ile (Arat, 2020: 9-11), Türkiye gerek ekonomik nedenlerle entegre olmayı gerekse de esas hedefi olan AB üyeliğine ulaşmayı amaçlamıştır. Yani Türkiye, Ankara Anlaşması uyarınca GB'yi bir amaç olmaktan ziyade, üyeliğe giden yolda bir aşama olarak görmüştür. Bu nedenle sanayi mallarında AB'nin iç pazarıyla bütünleşmek için Serbest Ticaret Anlaşması (STA) yapmak yerine, üçüncü ülkelerle ticaret

⁶ Konseyin bu kararı Türkiye'de birçok kesim tarafından ifade edildiği gibi yeni bir anlaşma (*Gümrük Birliği Anlaşması*) olmayıp, Ankara Anlaşmasıyla işleyen sürecin bir aşamasıdır. (<https://www.mfa.gov.tr/turkiye-ab-gumruk-birligi.tr.mfa>).

⁷ Bu çerçevede, 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı (OKK) uyarınca, Gümrük Birliği'nin düzgün işleyişini sağlamak ve ortak ticaret politikasını uygulamak üzere, ithalat ve ihracata ilişkin ortak kurallar, kotaların yönetimi, dampingli veya sübvansiyonlu ithalat karşı koruma, tekstil ithalatına ilişkin otonom düzenlemeler, dahilde ve hariçte işleme rejimleri AB ile uyumlu hale getirilmiştir (Ayrıntılar için bkz. https://www.ab.gov.tr/gumruk-birligi_46234.html).

politikasında tam uyumu da gerektiren GB'yi model olarak benimsenmiştir (Özer, 2020: 178).

Yılmaz da (2010: 2) bu kararın asıl nedenini Türkiye'nin başından beri AB ile ilişkilerinde yaşadığı gelgitlere bağlamaktadır. Şöyle ki Türkiye geçmişte Ankara anlaşmasının şartlarına çok az uyum sağlamıştır. Ancak 1987'den sonra Türkiye AB'ye tam üye olma çabalarını artırmıştır. Çabaları AB tarafından art arda reddedilen Türk hükümeti, GB sürecini tamamlayarak Türkiye'nin Ankara Anlaşması'na uyduğunu herkese gösterebileceğini düşündü. Böylece Türkiye, AB'nin de Ankara Anlaşması'na uyması ve Türkiye ile katılım müzakerelerini başlatması⁸ gerektiğini savunabilirdi. Kaldı ki Türkiye'nin GB sonucunda, AB ile ekonomik bütünleşme çerçevesinde mevzuat uyum çalışmalarına, diğer aday ülkelere göre daha ileri bir aşamadan başladığı kabul edilmektedir. Bu durum AB yetkililerince de çeşitli platformlarda ifade edilmiş olup müzakerelere başlandığında Türkiye'nin göreceli daha hızlı ilerleyeceği vurgulanmıştır (TÜSİAD, 2003: 73). Oysa AB için Türkiye ile GB anlaşmasını imzalamanın Türkiye'yi tam üye olarak kabul etmeye istekli olmadığını tarih de göstermiştir. Öyle ki Türkiye GB'ni kuruluşundan 25 yılı aşkın bir süre sonra dahi hala Avrupa periferisindeki en bütünleşmiş üye olmayan ülkesi konumundadır (Yılmaz, 2010: 2 ve Özer, 2020: 178).

Bu bağlamda, GB beklendiği ya da düşünüldüğü gibi Türkiye'ye AB'nin kapılarını açmadığı gibi hatta kapıda hesaplanandan veya tahmin edilenden daha uzun süre kalması/kalacağı gerçeği GB'nin zaman içinde özellikle, tam üye olunmaması dolayısıyla AB'nin ortak rekabet ve ticaret politikalarının karar süreçlerinin dışında kalması ve imalat sanayinin AB sanayi ürünleri ile rekabetinin mümkün olmadığının öngörülememesi gibi hususlarda sıkça eleştirilmesine yol açmıştır. Bu eleştiriler GB'nin sonuçlarına ilişkin deyim yerindeyse *bardağın boş tarafı* olarak kabul edilirken, uzun vadede GB ile birlikte; *dış ticaret hacmi, ölçek ekonomileri, doğrudan yabancı yatırımlar ile döviz rezervlerinin artması, teşvikler vb.* dinamik etkileriyle ekonomideki olumlu gelişmeler ise *bardağın dolu tarafı* olarak kabul edilebilir.

3. Gümrük Birliği'nin Muhasebesi

Savaş sonrası yıllarda, en görünür ve önemli tercihli ticaret düzenlemesi, Roma Antlaşması uyarınca üyeler arasında ortak bir dış tarife ve üretim faktörlerinin serbest dolaşımı ile ortak bir pazar olarak başlayan ve oldukça

⁸ Türkiye'nin üyelik müzakereleri 3 Ekim 2005 yılında başlamıştır. Ancak AB; GB'nin 2004 yılında Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) dahil 10 yeni üye ülkeye de uygulanmasına ilişkin Ek Protokolü imzalayan Türkiye'nin; bunun GKRY'yi tanımak anlamına gelmediğine ilişkin deklarasyonu ve ayrıca taahhütlerini yerine getirmemesini gerekçe göstererek müzakereleri durdurmuştur (Ayrıntılar için bkz. [https://www.ikv.org.tr/images/upload/data/files/muzakerelerde_son_durum\(1\).pdf](https://www.ikv.org.tr/images/upload/data/files/muzakerelerde_son_durum(1).pdf)).

başarılı olan Avrupa Birliği (AB) olmuştur. AB o zamandan beri ‘Tek Pazar’ olma hedefiyle giderek daha fazla bütünleşmiştir. AB, ticaret engellerinin önemli ölçüde çok taraflı serbestleştirilmesiyle beraber gelişim göstermiştir. Böylece üyeler arasında tarifeler ve diğer ticaret engelleri kaldırılırken dış tarifeler büyük ölçüde azaltılmıştır (Krueger, 1997: 170). 1947 yılında imzalanan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT)’nın I. maddesinde en çok kayırılan ulus ilkesi yer almakta ve herkes tarafından anlaşmanın temeli olarak kabul edilmektedir (Srinivasan, 1997: 447-448). Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nin en çok kayırılan ulus ilkelerine bağlılığı ve Avrupa’nın entegre olduğu gerçeği göz önüne alındığında, ticaret sistemi giderek daha fazla çok taraflı hale gelmiştir. Bu nedenle, savaş sonrası yıllarda tercihli ticaret düzenlemelerinin analizi büyük ölçüde gümrük birliklerine odaklanmıştır. Analizler, GB’nin kurulmasının ikinci en iyi yol olduğunu kabul etmiştir. Çünkü ekonomik refah genel olarak gümrük tarifelerine dayalı bir durumdan serbest ticarete geçilerek tek taraflı olarak geliştirilebilmiştir. 1980’lerin başından bu yana serbest ticaret anlaşmaları, özellikle de Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA) ortaya çıkmıştır (Krueger, 1997: 170). Teorik olarak para politikalarının bir ekonomik entegrasyon bloğunda koordine edilmesi arzu edilmektedir. Bu durum özellikle üye devletlerin eş zamanlı olarak tek bir mali piyasaya doğru ilerlediği durumlarda geçerlidir. Ortak bir para politikası olmayan tek bir pazar, finansal istikrarsızlığa bağlı dengesizliklere ve yanlış hizalamalara yol açabilmektedir (Vinokurov, Demidenko, Korshunov ve Kovacs, 2017: 281). GB, üçüncü ülkelere verilen ihracat sübvansiyonlarına veya herhangi bir varış noktasına yönelik tarım ürünlerine herhangi bir kısıtlama getirmemektedir (Harrison, Rutherford ve Tarr, 1997: 868).

GATT etkilerine göre, AET’nin kurulmasından sonraki ilk 15 yılda tarife saptırma etkileri tarife yaratma etkilerine hâkim olmuştur. Dolayısıyla, GATT etkilerine göre düzeltme yapıldıktan sonra bile, AET’nin ortak dış sanayi tarifeleri 1968-1983 döneminde düşüş göstermiştir (Magee ve Lee, 2001: 496). Eğer ticaret yaratılmasından elde edilen kazançlar, ticaret saptırılmasından kaynaklanan kayıpları aşarsa, bu durum üye ülkeler arasında ekonomik refahın artmasına yol açacaktır (Corporate Finance Institute-CFI, 2023). GB’nin 1995 yılında uygulamaya konması, AB ile Türkiye arasındaki otuz iki yıllık ortaklığın doruk noktasını oluşturmuştur. Bu tarihten itibaren Türkiye tarafından AB’ye katılım sürecinde ilk adım olması beklenmiştir. GB, Türk ekonomisinin hem Avrupa hem de küresel pazarlara entegrasyonuna hizmet ettiği kadar (WB, 2023), Türkiye’ye hem AB ülkelerinden hem de üçüncü ülkelere doğrudan sermaye girişine de yol açmış olması, sıklıkla vurgulanan olumlu ekonomik etkilerinden birini oluşturmuştur. Ayrıca Türkiye’nin AB dışı küresel pazarlara açılmasında

da GB'nin ekonomiye ve sektörlere kazandırdığı dinamizm, rekabetçilik ve dayanıklılık önemli rol oynamıştır. Türk sanayi sektörünün rekabet edebilirliğinin artışı, tüketicinin seçeneklerinin ve kaliteli ürüne erişim olanaklarının çoğalması ise diğer ekonomik faydalarıdır (Baykal ve Nas, 2020: 106). Ancak Türkiye ekonomisine dair nispeten bu olumlu sonuçlarına rağmen bu konuda daha net bir yargıya varmak konusunda, yönetim bilimci Peter Drucker'ın *'Ölçemediğiniz hiçbir şeyi kontrol edemez, kontrol edemediğiniz hiçbir şeyi yönetemezsiniz.'* sözünden ilhamla, GB sürecinin çıktılarının/sonuçlarının muhasebesi yardımcı olabilir.

3.1. Gümrük Birliği'nin Ekonomik Etkileri

Serbest ticaret anlaşmaları (STA'lar), tüm tercihli ticaret düzenlemelerinin (PTA'lar) en iyi bilinenleri olup en yakından incelenenleridir. Dolayısıyla genel STA sınıfında, üye ülkelerin her birinde ortak bir tarife vektörünü paylaştığı gümrük birliklerine özel önem verilmiştir (Kemp, 2007: 416). Facchini vd. (2013), bir STA'nın üye ülkeler için GB'ye göre refahı artırdığını ve her şeyden önce, gelir eşitsizliğinin çok belirgin olmadığı durumlarda STA'ların siyasi bir denge olarak ortaya çıkma ihtimalinin yüksek olduğunu gösterdiğini belirtmiştir (Facchini, Silva ve Willmann, 2013: 136-147). STA'nın temel etkisi, üye ülkeler arasındaki ticareti artırmasıdır. Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayan kıt kaynakların tahsisinin iyileştirilmesine yardımcı olmakta ve doğrudan yabancı yatırımı (DYY) artırmaktadır. GB, ülkeler arasında daha iyi ekonomik entegrasyona ve siyasi iş birliğine, ortak pazar, para birliği ve mali birliğin yaratılmasına yol açmaktadır (CFI, 2023).

Temel anlamda GB'nin ekonomik etkileri kaynak dağılımı üzerinde görülmektedir. Kaynak dağılım etkisini statik ve dinamik etkiler olarak ikiye ayırmak mümkündür (Yıldırım ve Dura, 2007: 142). Statik etkiler, dış ticaret ve dolayısıyla GSYİH üzerinden ekonomideki tek seferlik etkilerden oluşurken dinamik etkiler ise yine GSYİH üzerinden, süreklilik arz eden etkilerden meydana gelmektedir. Teknoloji ve ekonomik durumun farklılaşmadığı zamanlarda, sadece birlik içinde kaynakların tekrardan dağılımından kaynaklanan etkiler, GB'nin statik etkilerini oluşturmaktadır. GB'nin statik etkileri ise üretim etkisi (ticaret yaratıcı ve ticaret saptırıcı etkiler), tüketim etkisi, ticaret hadlerine etkisi ve gelir etkisi olarak incelenebilmektedir (Aslan, 2023: 1326).

3.1.1. Üretim Etkisi

GB'nin statik etkilerinden ticaret yaratıcı etki, birlik içinde var olan pahalı üretimin yerini görece olarak daha ucuza üreten başka bir üyeden ithalatın alması olarak bilinmektedir. Genel anlamda yaratıcı etkilerin refah artırıcı özelliği

olduğu bilinmektedir (Karaman, 2006: 6-7). Dolayısıyla ticaret yaratıcı etki, birlik içindeki üretim maliyetlerinin azalmasını sağlayarak birlik genelinin refah düzeyi artırmaktadır (Bakkalçı, 2002: 41). Ticareti saptırıcı etki hem STA hem de GB için ortaya çıkarken, piyasa gücü etkisi ise GB'nin oluşumuna özeldir. GB kapsamında üye ülkeler ithalatta ortak bir dış tarife benimsemektedir (Bagwell ve Staiger, 1997: 93). Tarife indirimleri ve tercihli menşe kurallarından kaynaklanan ticaret maliyetlerinde değişiklikler söz konusu olduğunda, pazar büyüklükleri farklı olan ülkeler arasında bir STA oluşturmanın ekonomik etkilerine ilişkin teoriyi incelemeye zorlamaktadır (Chang ve Xiao, 2015: 28). GB'nin STA'ya tercih edilmesinin ana nedenlerinden biri, GB'nin ticaret saptması sorununu çözmesidir. Bu, üye olmayan bir ülkenin mallarını düşük tarifeli bir STA ülkesine satması ve daha sonra yüksek tarifeli bir STA ülkesine yeniden satış yapması durumunda ortaya çıkmakta ve bu da ticarete bozulmalara yol açmaktadır. GB'nde ortak bir dış tarifenin varlığı, tarife farklılıklarından kaynaklanan sorunların önlenmesine yardımcı olmaktadır (CFI, 2023).

Tablo 1: Sanayi Üretim Endeksi ve Değişim Oranları

		Toplam Sanayi				
		Arındırılmamış	Takvim etkilerinden arındırılmış		Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış	
Yıl	Ay	Endeks	Endeks	Yıllık değişim (%)	Endeks	Aylık değişim (%)
2022	01	127,2	127,5	8,5	141,3	-2,5
	02	134,2	133,1	14,1	149,4	5,8
	03	150,9	146,1	10,3	144,8	-3,1
	04	143,9	140,9	11,7	145,9	0,8
	05	133,7	145,7	9,7	145,9	0,0
	06	154,6	150,5	9,6	147,9	1,4
	07	122,4	139,1	3,2	137,9	-6,8
	08	145,0	141,0	1,9	142,3	3,2
	09	146,6	142,7	1,2	139,9	-1,7
	10	147,5	148,4	3,3	143,5	2,5
	11	149,2	145,1	-1,0	142,6	-0,6
	12	163,4	159,4	-0,4	144,1	1,1

2023	01	136,2	133,4	4,6	146,8	1,8
	02	123,3	122,2	-8,2	138,0	-6,0
	03	151,2	146,6	0,4	146,0	5,8
	04	129,8	139,1	-1,3	144,5	-1,0
	05	149,4	146,0	0,2	146,5	1,4
	06	137,9	150,8	0,2	148,1	1,1
	07	145,5	149,6	7,6	147,4	-0,4
	08	149,3	145,4	3,1	146,2	-0,8
	09	151,3	148,5	4,1	146,0	-0,1
	10	153,4	150,2	1,3	145,6	-0,3
	11	149,1	145,4	0,2	143,6	-1,4

Kaynak: TÜİK, 2023a.

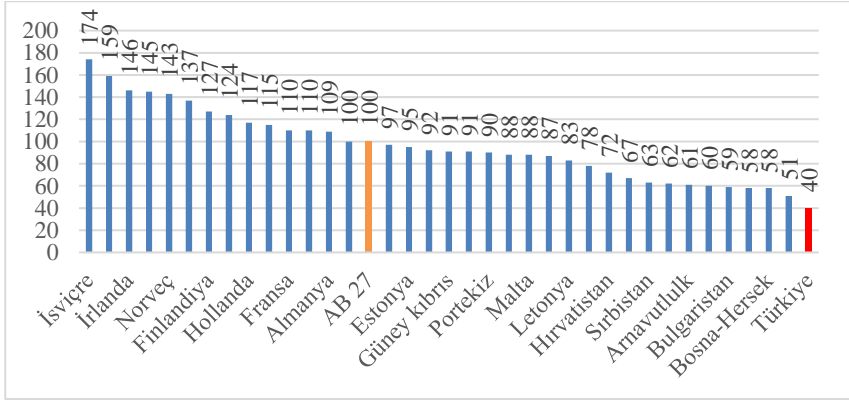
Tablo 1’de, Türkiye’de aylara göre son iki yıldaki (2022-2023 yılları) sanayi üretim endeksi ve değişim oranları gösterilmiştir. Sanayi üretim endeksi, sanayi sektöründe yer alan kuruluşların üretimlerinde olan değişimi ifade etmektedir. Sanayi üretim endeksi, TÜİK tarafından 2005 yılı üretimi 100 olarak alınmak suretiyle, her ay 4850 işyerinden Aylık Sanayi Üretim Anketiyle derlenen verilere dayanılarak hesaplanmaktadır. Her ay bu endeksteği değişimlere göre sanayi üretimindeki artış ve gerilemeler ölçülmektedir (Eğilmez, 2012). Tabloya göre, 2022 yılının ilk ayında 127,2 olan toplam sanayi üretim endeksi 2022 Aralık ayı 163,4 olarak açıklanmıştır. Böylece, 2022 yılında sanayi üretimi yüzde 28,5 oranında artış olduğu görülmüştür. Yine aynı şekilde, 2023 yılının ilk ayında 136,2 olan toplam sanayi üretim endeksi 2023 Kasım ayında 149,1 olarak gerçekleşmiştir. Böylece, 2023 yılında (aralık ayı hariç) sanayi üretimi yaklaşık olarak yüzde 9,5 oranında artış olduğu görülmüştür.

3.1.2. Tüketim Etkisi

Serbest ticaret bölgelerinde birçok ülke, her birinin ticaretten elde edeceği kazançların, bazı yerli üreticilerin zararına karşılık en az aynı miktarda elde etmesi umuduyla, birbirlerinin mallarına yönelik gümrük vergilerini kaldırmayı kabul etmektedir. Serbest ticaret bölgesi yaklaşımındaki bir kusur, ortak dış tarifelerin bulunmamasıdır. Dış dünyaya sunulan tarife engelleri ülkeler arasında farklılık gösterebileceğinden yakıt, işçilik veya diğer maliyetler daha yüksek olsa bile ithalatçılar her zaman malzemelerinin düşük tarifeli ülkelere gönderilmesini tercih edeceklerdir (Britannica, 2023). GB’de yer alan ülkelerin gümrük vergilerinin kaldırılması ve üçüncü ülkelere karşı ortak gümrük tarifesi

uygulanması sonucunda, ülkelerin tüketim yapılarında farklılıklar yaşanmaktadır. Dolayısıyla, tüketiciler tarafından birlik içerisindeki çıkışlı mallar üçüncü ülkelerdeki çıkışlı mallara oranla daha ucuz hale gelerek tercih edilecektir (Bakkalcı, 2002: 41).

Grafik 1: Tüketim Mal ve Hizmetleri Fiyat Düzeyi Endeksleri, 2022



Kaynak: TÜİK, 2023b.

Fiyat düzeyi endeksi, ülkelerin ulusal para birimlerinin karşılaştırmalı olarak döviz kuruna göre alım gücünün göstergesidir. Bir ülkenin fiyat düzeyi endeksi, 100'den büyük ise bu ülke karşılaştırıldığı ülke grubu ortalamasına göre "pahalı", 100'den küçük ise bu ülke karşılaştırıldığı ülke grubu ortalamasına göre "ucuz" olarak ifade edilmektedir (TÜİK, 2023b). Grafik 1'de 27 AB üyesi ülkesinin, 3 Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA)⁹ ülkesinin (İsviçre, İzlanda ve Norveç), 5 aday ülkenin (Türkiye, Kuzey Makedonya, Karadağ, Sırbistan ve Arnavutluk) ve 1 potansiyel aday ülkenin (Bosna-Hersek) 2022 yılına ait tüketim mal ve hizmetleri fiyat düzeyi endeksleri karşılaştırılmıştır. Grafiğe göre, tüketim mal ve hizmetlerine ilişkin fiyat düzeyi endeksi en yüksek ülke 174 ile İsviçre, en düşük ülke ise 40 ile Türkiye olmuştur. Bu değer, 27 AB ülkesi genelinde 100 Euro karşılığı satın alınan aynı mal ve hizmet sepetinin, Türkiye'de 40 Euro karşılığı TL ile satın alınabileceğini göstermektedir.

3.1.3. Ticaret Hadlerine Etkisi

Dış Ticaret Hadleri, ihracat fiyatlarının ithalat fiyatlarına oranı ile açıklanmaktadır. Dış ticaret hadlerinin iyileşmesi refah artışı etkilerken tersi durumunda dış ticaret hadleri kötüleşerek refah kaybı yaratacaktır. GB, kendi yapısından dolayı gümrük içerisindeki ülkelerin vergilerini kaldırırken birlik

⁹ EFTA, 3 Mayıs 1960'ta Stockholm Konvansiyonu ile Avusturya, Danimarka, Norveç, Portekiz, İsviçre ve İngiltere tarafından kurulmuştur (Sağlam ve Yazıcı, 1992: 110). Kurucular dahil üyelerinin çoğu EFTA'dan ayrılarak AB'ye girmiştir. Günümüzde, 4 Avrupa ülkesinin (Norveç, İsviçre, İzlanda ve Liechtenstein) üye olduğu bir uluslararası ticaret örgütüdür.

dışındaki üçüncü ülkelere karşı ortak bir tarife uygulamaktadır. Dolayısıyla bu ülkelerin ticaret hadlerini etkileyeceğinden hem GB olan ülkelerin ticaret hadleri hem de GB dışındaki üçüncü ülkelerin refah düzeyleri her iki taraf içinde olumlu ya da olumsuz olarak etkilenecektir (Demir, 2011: 39-40).

GB'nin, rekabetten istihdama kadar ekonominin tamamını etkilediği bilinmektedir. Bunun yanı sıra GB'nin en fazla kendini gösterdiği alan dış ticaret alanı olmuştur (Hatipler, 2011: 23). GB ile beraber gümrüklerin sıfırlanması, Türk sanayisi için yoğun bir rekabet yaşanmasına neden olmuştur. Dolayısıyla, yaşanan rekabet ortamında Türkiye'nin dış ticaretinin genel yapısında ve dağılımında önemli gelişmeler olmuştur. Ayrıca GB'den dolayı AB'nin birlik dışına uyguladığı ortak gümrük tarifesinin de gerçekleşmesi Türkiye'nin AB dışındaki ülkelerle olan dış ticaret hadlerinin etkilenmesini sağlamıştır (Kalaycı ve Artan, 2015: 3).

Tablo 2: 2013-2022 Yıllarına Göre Dış Ticaret (Bin ABD \$)

Yıl	İhracat		İthalat		Dış ticaret dengesi	Dış ticaret hacmi	İhracatın ithalatı karşılama oranı (%)
	Değer	Değişim (%)	Değer	Değişim (%)	Değer	Değer	
2013	161 480 915		260 822 803		-99 341 888	422 303 718	61,9
2014	166 504 862	3,1	251 142 429	-3,7	-84 637 567	417 647 291	66,3
2015	150 982 114	-9,3	213 619 211	-14,9	-62 637 098	364 601 325	70,7
2016	149 246 999	-1,1	202 189 242	-5,4	-52 942 243	351 436 241	73,8
2017	164 494 619	10,2	238 715 128	18,1	-74 220 509	403 209 747	68,9
2018	177 168 756	7,7	231 152 483	-3,2	-53 983 726	408 321 239	76,6
2019	180 832 722	2,1	210 345 203	-9,0	-29 512 481	391 177 924	86,0
2020	169 637 755	-6,2	219 516 807	4,4	-49 879 052	389 154 562	77,3
2021	225 214 458	32,8	271 425 553	23,6	-46 211 095	496 640 011	83,0
2022	254 169 748	12,9	363 710 575	34,0	-109 540 827	617 880 322	69,9

Kaynak: TÜİK, 2023a.

Tablo 2'de, 2013-2022 yılları arasındaki dış ticaret verileri Bin ABD doları olarak gösterilmiştir. 2013 yılında Türkiye'nin ihracat ve ithalatı arasındaki

farkını ifade eden dış ticaret dengesinin -99.341.888 ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında dış ticaret dengesi, Türkiye'nin ithalatının ihracatından fazla olduğu için negatif olarak gösterilmekte ve dış ticaret açığı veren bir ekonomi olarak anlaşılmaktadır. Belirtilen yıllar itibarıyla dış ticaret dengesinde inişler ve çıkışlar yaşandığı görülse de sürekli açık verdiği gözlemlenmiştir. En az dış ticaret açığı 2019 yılında görülürken en fazla açık 2022 yılında yaşanmıştır. Türkiye'nin diğer ülkelerle yaptığı ihracat ve ithalat toplamını gösteren dış ticaret hacmi, 2013 yılında 422.303.718 ABD doları olmuştur. 2022 yılında en fazla dış ticaret hacmi 617 880 322 ABD doları olarak gerçekleşirken en az 2016 yılında 351 436 241 ABD doları olarak gerçekleşmiştir. İthalat için gerekli dövizin ne kadarının ihracattan elde edilen dövizlerle karşılandığını gösteren ihracatın ithalatı karşılama oranı ise 2013 yılında %61,9 olarak gerçekleşmiştir.

3.1.4. Gelir Etkisi

GB'nin kurulması sonucu ticaret yaratma etkisinden dolayı birlik içine kayan ekonomik faaliyetler birlik içindeki üyelerin üretiminin artmasını sağlayarak gelirlerin yükselmesini yaratacaktır. Bunun tersi durumda (ticaret sapması etkisi), üçüncü ülkelerin mallarına olan talep azalacağından üretim düşecek ve bunun sonucu olarak bu ülkelerin gelirleri azalacaktır. Birlik içerisinde yer alan ülkelerin gelirlerinin artmasına rağmen üçüncü ülke gelirlerinin azalması ülkeler arasında gelir dağılımını bozmasına neden olacaktır (Doğan, 2004: 4). GB'nin etkilerini değerlendirmek ve çeşitli ticareti rahatsız eden faktörlerin ardındaki ekonomiye ve asimetriklerle ilgili sorunlarla başa çıkma seçeneklerine ve vakayı incelemeye vurgu yaparak iyileştirilmesi için ileriye dönük, çözüm odaklı önerilerde bulunmaktadır. Değerlendirme, GB'nin etkilerine ilişkin niceliksel ve niteliksel tahminler sunmakta ve ticaret anlaşmasının hem Türkiye hem de AB için oldukça faydalı olduğunu ortaya koymaktadır (WB, 2023).

1996 yılında kurulan GB, Türkiye'nin AB üyeliği yolunda sadece bir aşama olmuştur. Ancak o tarihten bu yana 25 yıldan fazla zaman geçmesine rağmen Türkiye'nin AB üyeliği için henüz beklenen bir tarih bulunmamaktadır. Bu gecikme nedeniyle AB ve Türkiye birkaç yıl önce bu anlaşmanın güncellenmesini tartışmış ancak o günden bu yana herhangi bir gelişme sağlanamamıştır. Bu bağlamda GB'nin ikili ticaret üzerindeki etkisinin incelenmesi faydalı olabilmekte ve karar vericilere fikir verebilmektedir (Dursun, 2023: 143). GB'nin kurulması, Türkiye'nin dış ticaret politikasında bir dönüm noktası olmuş ve Türkiye, ticaret politikalarını AB'nin Ortak Ticaret Politikası ile uyumlu hale getirmiştir. GB ve Türkiye ile AB arasındaki sanayi ürünleri ticaretinde tüm gümrük vergileri ve miktar kısıtlamaları kaldırılmış ve Türkiye, üçüncü ülkelerden ithalatta AB'nin ortak dış tarifelerini uygulamaya koymuştur. Tarım

ürünleri her iki taraf açısından da hassas ürünler olarak değerlendirilerek GB kapsamı dışında bırakılmıştır (Tekçe, 2015: 399).

GB'ye geçişin tamamlanmasıyla birlikte ulusal firmalar, yerel ve küçük pazarlardan daha çok büyük ve uluslararası pazarlara girişme gereği hissetmiştir. Başlangıçta rekabet konusunda her ne kadar Türk sanayicisi zorlansa da sonrasında Türk sanayicisi birçok alanda Avrupa ile rekabet edebilecek duruma gelmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle Türk Sanayi Sektörü'nün bunu takip etmesi ve gerekli yenilik çalışmalarını gerçekleştirmesi, üretimde boşta olan kapasiteyi değerlendirerek özellikle beyaz eşya ve otomotiv yan sanayisinde birçok Türk firması Avrupa çıkışlı firmalarla rekabet edebilecek seviyeye gelmesini sağlamıştır (Özdemir ve Koç Aytakin, 2016: 52).

Tablo 3: Cari Fiyatlarla Tarımsal GSYİH ve Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık Payı

Yıllar	Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık			Döviz Kuru	Türkiye	
	Milyon TL	Milyon Dolar	GSYİH Payı (%)		Milyon TL	Milyon Dolar
2017	189.233	51.875	6	3,648	3.133.704	859.055
2018	217.832	46.201	5,8	4,715	3.761.166	797.728
2019	276.416	48.676	6,4	5,679	4.317.810	760.359
2020	336.737	47.833	6,7	7,04	5.048.568	717.141
2021	401.537	44.709	5,5	8,981	7.256.142	807.924
2022	972.302	58.669	6,5	16,573	15.011.776	905.814
2023	1.190.413	54.314	6,7	21,917	17.829.565	813.488

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2023.

Tablo 3'te, 2017-2023 yılları arasında tarım, ormancılık ve balıkçılık payının cari fiyatlarla GSYİH payı yüzdesel olarak gösterilmiştir. 2017 yılında tarım, ormancılık ve balıkçılık 189.233 TL ve GSYİH payı %6 ile gerçekleşirken, 2023 yılında 1.190.413 TL artış yaşanarak GSYİH payı %6,7 olmuştur. Döviz kurunun 2017 yılına göre 2023 yılında neredeyse 6 kat artmasından dolayı belirtilen yıllar arasında Türkiye'de dolar cinsinden artış ve azalışlar yaşanmıştır. GSYH'deki en fazla tarım, ormancılık ve

balıkçılık payı %6,7 ile 2020 ve 2023 yıllarında olmuştur. Tarımın, Türkiye ekonomisi içerisinde oldukça önemli bir yeri bulunmaktadır. Günümüzde de devam eden Türkiye ve AB arasındaki ticaret hacminin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Özdemir ve Koç AYTEKİN, 2016: 53). Özellikle, Katma Protokol ile beraber Ortak Gümrük Tarifesinin uygulanmaya başlanması Türkiye ile GB arasında serbest dolaşım içerisinde yer alan bazı ham tarım ürünlerinin (kuru üzüm, kuru incir, tütün, fındık) kapsamı genişletilmiş ve sanayi ürünleri de serbest dolaşım içerisinde yer almıştır (Özdemir ve Koç AYTEKİN, 2016: 56).

Sonuç olarak ele aldığımız parametrelerin üzerinden GB'nin ülkemiz ekonomisine etkisinin olumlu olduğuna ilişkin kanaatleri güçlendirmiştir. Yılmaz (2010: 13) da vergi gelirleri, ticaret akışları ve genel refah, çeşitli sektörlerde üretim, verimlilik ve istihdam üzerindeki etkilerine ilişkin analizde benzer bir sonuca ulaşmıştır. Ancak, haklı olarak, etkinin olumlu olduğunu göstermenin tüm sosyal grupların ve sektörlerin aynı şekilde etkilendiği anlamına gelmediğinin de altını çizmiştir. Genel olarak analiz(ler), toplumun belirli kesimlerinin ve belirli sektörlerin GB sonucunda daha kötü durumda olacağına inanan birçok analistin ve sokaktaki adamın endişelerine tam olarak cevap vermemektedir.

Kısaca her ne kadar nihai hedef olan tam üyeliğe ulaşamamasına rağmen, GB'nin yine de bir başarı öyküsü olduğu söylenebilir. Çünkü Türkiye ve AB siyasi ilişkilerinde krizler ve sorunlar yaşamış olsa da GB on yıllar boyunca işlemeye devam etmiş, Türk sanayisini geliştirmiş ve Türkiye'yi AB değer zincirlerinin vazgeçilmez bir halkası haline getirmiştir. GB, ticaret akışını hızlandırma, orta ve yüksek teknolojlili ürünlerin payını artırırken düşük teknolojlili ürünlerin Türkiye'nin ihracatındaki payını azaltma ve doğrudan yabancı yatırım akışını kolaylaştırma amaçlarına da hizmet etmiştir. Bunun yanında kurallara dayalı bir serbest piyasa ekonomisinin yasal ve kurumsal altyapısını sağlayarak ve hem kamu hem de özel sektördeki ekonomik aktörleri son derece düzenlenmiş ve teknolojik olarak gelişmiş bir ortamda faaliyet göstermeye teşvik ederek Türk ekonomisinin dönüşümü ve gelişimi için kritik bir çapa olduğunu kanıtlamıştır. Bu deneyim, 1999 Helsinki Zirvesi'nde Türkiye'nin adaylığının ilan edilmesiyle ivme kazanan 2000'li yılların başındaki ekonomik ve siyasi reform sürecine de bir omurga

sağlamıştır (Eralp vd., 2021: 4-5). Ancak GB, Türkiye ve AB arasında ekonomik ilişkilerin temelini oluştursa da iki taraf arasında ticaret potansiyelini ortaya çıkarmak için yeterli olmadığı gibi, GB'nin işleyişinde her iki tarafın da giderek daha fazla şikâyet ettiği sorunlar bulunmakta ve bu durum gümrük birliğinin modernize edilmesi tartışmalarını beraberinde getirmektedir (Usta, 2022).

3.2. Gümrük Birliği'nde Yaşanan Başlıca Sorunlar

Türkiye açısından esasta AB ile mutlu son için bir basamak olarak öngörülen/hesaplanan ve bu uğurda katlanılan ancak çeyrek asrı aşkın bir zamana yayılması ve tam üyelik konusunda bu süreçte, özellikle 2000'li yılların başından itibaren yaşanan gelgitler dolayısıyla, artık bunun gerçekleşmesi konusundaki umutları tükettiği gibi AB ile ilişkilerin GB ekseninde daha da devam edeceğine ilişkin kestirimleri de pekiştirmiştir. Ayrıca Türkiye-AB arasındaki GB anlaşması birçok açıdan klasik GB modelinden ayrışırken, uygulamada karşılaşılan sorunlar da işin cabası olmuştur. Bu sebeple nihai hedefe ulaşmaya kadar bu anlaşmadan kazanımları arttırmak üzere, söz konusu sorunların çözümüne yoğunlaşmanın Türkiye için daha doğru bir strateji olacağı belirtilebilir. Kaldı ki sorunlar da zamanla çeşitlenirken aynı zamanda içerik de değiştirmiştir.

Nitekim bakanlık temel olarak, AB'nin serbest ticaret anlaşması imzaladığı bazı ülkelerin, AB üzerinden pazara girme avantajının da etkisiyle ülkemizle benzer bir anlaşma imzalamada isteksiz kalmasından kaynaklanan bu sorunları; ticaret sapması ve haksız rekabet riski, Gümrük Birliği'ni ilgilendiren alanlarda AB'nin karar alma mekanizmalarına yeterli düzeyde dahil olunamaması, bazı üye ülkelerce ülkemizde kayıtlı ticari araçlara uygulanan karayolu kotaları ile işadamlarımızla kamyon şoförlerimize uygulanan vizelerin oluşturduğu teknik engeller olarak sıralamaktadır (https://www.ab.gov.tr/gumruk-birligi_46234.html).

Türkiye'nin GB ile ilgili vurgulanması gereken bir başka sorun ise anlaşmanın kapsamına ilişkindir. GB, sadece işlenmiş tarım ürünleri ve sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Oysa Türkiye'nin sanayi ürünlerinin üretimi ve haliyle ihracatında AB ülkelerin gerisindedir Bundan dolayı da büyük sanayi malı ithalatçısı olan Türkiye, sanayi mallarını gümrük vergileri ve diğer kısıtlamalarla karşılaşmaksızın ithal ve sanayi mallarını

gümrüksüz bir şekilde AB üyesi ülkelere ihraç edebilse de anlaşmanın bu kısmından AB'nin karlı çıktığı açıktır. Eğer anlaşma, Türkiye'nin nispeten avantajlı olduğu ve AB ile yarışabildiği temel tarım ürünleri başata olmak üzere hizmet sektörünü de kapsayacak şekilde genişletilirse Türkiye'nin lehine bir hal alabilir (İnneci, 2022: 335-336).

Bu şekilde spesifik sorunların dile getirilmesinin yanında GB ile ilgili sıklıkla eleştirilen hususlardan en önemlisi ise, ki bu süreçte yaşanan tüm sorunların sebebi olarak da kabul edilmektedir, Türkiye'nin ilk ve tek örnek olarak birlik üyesi olmadan GB'ye girmesi olmuştur. Bunda GB'nin hem AB ile ilişkileri geliştirmek hem de siyasi ve ekonomik zorluklardan geçen Türkiye'nin AB'ye eklenerek uluslararası arenada güven kazanmak aracı olarak benimsenmesi etkili olmuştur. Bunun yanında GB içinde Türkiye'nin 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi'nin GB Kararında bulunan yükümlülükleri hızla yerine getirerek makul bir sürede (7-8 yıl gibi), tarafların mutabakatıyla belirlenecek ve belki tarım, işçilerin serbest dolaşımı gibi alanlarda nispeten uzun süreli delegasyonları da kapsayacak şekilde AB'ye tam üye olacağı beklentisi de etkili olmuştur. Ne ilginçtir ki bu da o dönemde GB kararını kabul eden liderlerin halka sunduğu temel bir argüman ya da propaganda aracı olmuştur. Ancak üzerinden 25 yıl geçmesine rağmen, AB üyeliği hedefi gerçekleşmedi. Üyelik müzakereleri 3 Ekim 2005'te başlamasına rağmen, hemen arkasından Güney Kıbrıs menşeli gemilerin Türkiye tarafından limanlara kabul edilmemesini gerekçesiyle AB Konseyi, GB ile ilişkili olarak 8 faslın açılmamasının yanı sıra diğer hiçbir faslın da geçici olarak kapatılmaması kararını aldı. Bu sebeple, o günden bu yana GB ile ilgili konuları üyelik müzakereleri çerçevesinde ele almak mümkün olmadı (Karakeçeli, 2020:2 ve Nas, 2020).

Son tahlilde Avrupa Parlamentosu da kendi cephesinden mevcut GB çerçevesindeki sorunlu alanları aşağıdaki başlıklarda toplamıştır (Yalçın ve Felbermayr, 2021:16-18):

i-Kapsamının kısıtlı olması, *ii*-Düzenlemeye ilişkin zorluklar, *iii*-Sınırlı taşımacılık kotaları, *iv*- Anlaşmazlıkların çözüm mekanizmasının yetersizliği, *v*- Seyahat kısıtlamaları (vize zorunluluğu), *vi*- Kamu ihale kuralları, *vii*- Yasaların uygulanmasındaki zorluklar, *viii*- AB ve üçüncü taraflar arasındaki yeni STA'lardan kaynaklanan asimetri sorunu, *ix*-

Türkiye'nin AB ihracatçılarına karşı uyguladığı tarife dışı engeller, x-Türkiye'nin AB'nin stratejik ticaret kararlarından dışlanması.

Devamında da Türkiye ile Ortaklık Anlaşması çerçevesinde Türkiye ile AB arasında sanayi mallarının gümrüksüz ticaretini desteklemek için kurulan GB'nin, Türkiye'nin özellikle siyasi ve kurumsal koşullarını iyileştirdiği yıllarda amacına ulaşsa da GB'nin 25 yılı aştığını ve AB'nin özellikle diğer kilit ekonomik ortaklıklarla (üçüncü taraflar) imzaladığı veya müzakere ettiği çok sayıda STA dolayısıyla güncelliğini yitirdiğini belirtmiştir (Yalçın ve Felbermayr, 2021:16).

Kaldı ki, yukarıda da görüldüğü gibi veriler, AB ve Türkiye arasında GB de dahil olmak üzere daha derin işbirliği programlarının her iki taraf için de faydalı olduğunu kanıtlamıştır. Yeni jeo- ve eko-stratejik ortamda, 1995 tarihli GB'nin modasının artık geçtiği ve ciddi bir yenilenmeye ihtiyaç olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu gerçeğin bilincinde olan Avrupa Komisyonu, son birkaç yıldır GB'nin modernizasyonunun güçlü bir destekçisi olmuştur. GB'nin modernizasyonu, AB'nin son zirvelerinde dile getirdiği “pozitif gündemin” en somut bileşenlerinden biri olmuştur (Eralp, 2021: 5-6).

Nitekim her iki tarafı da olumsuz etkileyen mevcut yapısal sorunlara ilişkin neler yapılabileceğini araştırmak için, Türkiye ve Avrupa Komisyonu nezdinde, Şubat 2014 tarihinde, bir Kıdemli Resmî Çalışma Grubu (SOWG) oluşturulmasına karar verilmiştir. Uzun süren müzakerelerin ardından SOWG; i-GB'nin daha iyi uygulanması ve tadil edilmesi (*yeniden düzenlenmesi*), ii-tarımsal ürünlerin, hizmetlerin ve kamu alımlarının serbestleştirilmesi, iii-daha kurumsal bir yapı başlıkları altında çalışmasında uzlaşmıştır (İKV, 2023b:42-43).

3.3. Gümrük Birliği'nin Güncellenmesi

Türkiye, 1995 yılında Gümrük İdaresini GB öncesinde daha etkili ve verimli hale getirmek amacıyla Dünya Bankası ile Gümrük Modernizasyon Projesi için bir kredi anlaşması imzalamıştır. AB ayrıca, 2003 yılından bu yana sekiz farklı programlama yılı kapsamında Türkiye'ye gümrük idaresinin modernizasyonu için katılım öncesi mali yardım sağlamıştır. Bu desteğin amacı, GB'nin gerekliliklerine uygun olarak modern ve güncel gümrük mevzuatının uygulanması olmuştur (WB, 2014: 46). Avrupa Komisyonu 2011 yılı Genişleme Stratejisinde

müzakerelerdeki tıkanıklığı gidermek amacıyla önerdiği “Pozitif Gündem” içeriğinde, diğer konuların yanında mevcut ticaret engellerini ortadan kaldırma hedefi ile ticaret ve GB mevzularında Türkiye’nin ekonomik potansiyelinde tamamen aksiyon yaratmak için ortak çıkar ilişkilerinde somut adımlar atılacağını duyurmuştur. Komisyon, 2013 Genişleme Stratejisinde ise Türkiye-AB GB’nin faaliyetlerinde Dünya Bankasına sipariş ettiği ve sürmekte olan değerlendirmenin tamamlanmasını umduğunu söyleyerek var olan değerlendirmenin ilerleyebilmesi ve GB’nin fonksiyonel olarak geliştirilmesi için tavsiyelerde bulunmuştur (Baykal, 2017: 57).

Kaldı ki GB’nin güncellenmesi ve modernize edilmesi temel anlamda son dönemde yıpranan ve gerileyen AB ile ilişkilerin onarılması ve yeniden dinamik bir gündem oluşturulması mümkün kılacak gelişmelerin yaşanması anlamına da gelmektedir. Aslında bu sürecin başlatılması, Türkiye ve AB’nin tekrardan karşılıklı olarak masaya oturup kendileri ile ilişkili olan ortak konularda bir fikir alışverişi ve etkileşim içine girmesini olası kılacaktır. Ayrıca siyasi engellerin giderilmesi ve asgari bir güven ortamının oluşturulabilmesi gerekmektedir (Nas, 2020: 2). Dolayısıyla gerek AB’de gerekse Türkiye’de var olan yapısal sorunlardan dolayı GB’nin güncellenmesi gerekliliği tartışmalarının (İKV, 2023b: 42) sürdüğü ortamda, Suriye mülteci krizin var olması ve AB’nin Ege Denizi üzerinden düzensiz göçü kontrol altına almayı amaçlaması bu konuda AB’de Türkiye’nin önemini arttırmıştır. Dahası, küresel sistemlerde oluşan kırılmalıkların artması, koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci, yeşil ve dijital dönüşümlerin yaşanması hem Türkiye hem de AB’nin ticari süreçlerini etkileyebileceğinden GB’nin güncellenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır (İKV, 2023b).

GB rejimiyle ilgili son yirmi yıllık pratik deneyim, bir takım yapısal sorunları ve eksiklikleri ön plana çıkarmıştır. Türkiye açısından asıl sorun, yukarıda da belirtildiği gibi AB’nin tercihli ticaret politikasına tam uyum sağlanamamasından kaynaklanan ticaret asimetrisidir. Her yeni STA ile AB, tercihli ticaret ortaklarının sayısını kademeli olarak artırmıştır. Ancak AB’nin yeni ticaret ortaklarının Türkiye ile bir STA müzakere etme yönünde teşvik eksikliği nedeniyle Türkiye bu yolu izlemekte zorluk yaşamıştır. Bu asimetri, ticaretin saptırılması sonucunda Türkiye’nin hem ihracat pazarlarında hem de iç pazarda ticaret kayıplarına yol açmıştır (DEİK, 2018: 9). AB

açısından bakıldığında ise asıl sorun, Türkiye'nin GB taahhütlerini uygulamadaki zayıflığı olmuştur. 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'nda ve son olarak 1963 Ankara Ortaklık Anlaşması'nda öngörülen anlaşmazlıkların çözümüne ilişkin hükümlerin, güvenilir bir uygulama mekanizması olarak işlev göremeyecek kadar yetersiz olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, mevcut GB'nin işleyişine ilişkin anlaşmazlıklar ve GB'nin ihlal edildiği iddiaları ortaya çıkmıştır (DEİK, 2018: 9).

Bunların yanında Doğu Akdeniz'de yaşanan gelişmeler, siyasi anlamda krize yol açmaktadır. Türkiye'nin ödün vermek istemediği Kıbrıs meselesi, bu konuda yaşanan problemlerin başlangıcını oluşturmaktadır. Güney Kıbrıs gemilerinin Türk limanlarına alınmak istememesi ve farklı devletlerin Kıbrıs karasularında hidrokarbon arama çalışmalarına başlaması Türkiye'nin bu durumlara duyarsız olmamasını sağlamış ve AB ile sorunları tetiklemiştir. Dolayısıyla 15 Temmuz 2019 tarihinde AB Konseyi, Türkiye'ye karşı bir dizi yaptırım kararı almasına neden olmuştur. Alınan kararda GB süreci ile ilgili bir bahsin olmamasına rağmen hava taşımacılığı müzakerelerinin askıya alınması ve katılım öncesi mali yardımlarda kesintiye uğraması süre gelmiştir (Tümer ve Kazancı, 2022: 345). Tarife engellerinin genellikle ülkeler arasındaki ticaret miktarını azalttığı uzun zamandır bilinmektedir. Çoğu durumda ticaretteki bu azalma belirli yerli üreticileri korumaktadır. Ancak aynı zamanda "hem ithalatçı hem de ihracatçı ülkedeki tüketiciler için daha yüksek maliyetlere de dönüşebilmektedir. Pek çok hükümet bu sorunu politik olarak tercih edilen üreticileri korurken aynı zamanda tüketici maliyetlerini düşürerek çözmeye çalışmaktadır. GB, diğer kısmi ekonomik entegrasyon biçimleriyle birlikte, bu dengeyi sağlamanın bir yolunu sunmaktadır (Britannica, 2023).

İktisat literatüründeki genel değerlendirme, mevcut GB'nin Türkiye ekonomisine fayda sağladığı yönündedir. GB özellikle imalat sektöründe verimliliğin artırılmasına yardımcı olmuş ve dolayısıyla Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü artırmıştır (DEİK, 2018: 9-10). Öte yandan Türkiye, STA süreciyle pek çok şey yapmış ve EFTA, İsrail, Makedonya, Hırvatistan, Bosna-Hersek, Fas, Filistin, Tunus, Suriye, Mısır ve Arnavutluk ile STA imzalamıştır. Lübnan, Faroe Adaları, Ürdün, Körfez İşbirliği Konseyi ve Karadağ ile STA imzalanmasına yönelik görüşmeler devam ederken; Meksika, Şili, Cezayir, Sırbistan, Kosova, ACP Ülkeleri,

Ukrayna, ASEAN, Güney Kore, Hindistan ve Orta Amerika Ortak Pazarı (CACM) ile müzakerelerin başlatılmasına yönelik çabalar şu ana kadar başarısızlıkla sonuçlanmıştır. 10 Orta ve Doğu Avrupa Ülkesi ile olan STA'lar, bu ülkelerin 1 Mayıs 2004 tarihinde AB'ye üye olmaları nedeniyle 30 Nisan 2004 tarihinde karşılıklı olarak yürürlükten kaldırılmış ve bu tarihten itibaren bu ülkelerle ticari ilişkiler GB temelinde yürütülmeye başlanmıştır (İKV, 2023a).

Kemp ve Wan (1976), uygun bir ortak dış tarife (CET) ve birlik içinde yeniden dağıtım uygulandığında GB'nin her zaman pareto-iyileştirici olabileceğini belirtmiştir. Gerekli olan CET, GB ile üye olmayan ülkeler arasındaki ticaret akışını değişmeden bırakan ve dolayısıyla ticaret sapmasını ortadan kaldıran bir CET'tir. Bundan, GB oluşumunun birlik içinde potansiyel bir Pareto iyileşmesine yol açtığı, üye olmayan ülkelerin refahının ise etkilenmediği sonucu çıkmaktadır (Granger, 2001: 638). Para birliklerinin temel amacı, bir para biriminin diğeriyle değiştirilmesinden kaynaklanan işlem maliyetlerini ve belirsizlikleri ortadan kaldırmak, tüm mallar aynı para biriminde fiyatlandırıldığından daha fazla fiyat şeffaflığı sağlamaktır. Daha fazla fiyat şeffaflığı, mal ve hizmetlerin daha serbest dolaşımıyla birlikte sunulursa, daha fazla ürün pazarı entegrasyonuna ve üyeler arasında fiyat yaklaşmasına yol açacaktır (Nchake, Edwards ve Rankin, 2018: 154). GB'nin güncellenmesiyle beraber yeni bir sürecin başlatılması hem ticari faaliyetlerin geliştirilmesi hem de durma noktasına olan üyelik sürecine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Nas, 2020: 2). Başka bir deyişle, GB'nin güncellenmesi ile GB içerisinde bulunan sistemik sorunların üstesinden gelmek ve AB ile tercihli ticari ve ekonomik birlikteliğin hizmetler, tarım, kamu alımları ve elektronik ticaret (e-ticaret) gibi yeni alanlara genişletilmesi hedeflenmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2021).

Yapılacak olan güncellemede, GB anlaşmasının genişletilmiş STA'ya dönüştürülmesinin AB'ye fayda sağlayacağı belirtilmektedir. Türkiye'de ise tarım ve hizmetler sektörünün eklenmesi hali hazırda var olan GB anlaşmasına faydalı olacağı düşünülmektedir. STA'lar AB için uygun görülürken GB'nin Türkiye'nin faydasına olacağı tahmin edilmektedir. Bu nedenle gelecek yıllarda mevcut anlaşmanın modernizasyonu her iki taraf içinde gerekli olacağı düşünülmektedir (Tümer ve Kazancı, 2022: 346). AB ile Türkiye arasındaki ticari ilişkilerin genişlemesi ve AB'den

Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı yatırımlardaki artması, Türkiye'nin verimlilik artışına doğrudan katkı sağlamıştır. GB aynı zamanda AB müktesebatına uyum sürecine de yardımcı olmuş, kalite altyapısını geliştirmiş ve Türkiye'deki teknik düzenlemelerde Türk tüketicilerin yararına reform yapılmasını kolaylaştırmıştır (WB, 2014: 85). AB'den yapılan tarım ve sanayi ürünlerinin ithalatından GB'nin yapısından dolayı gümrük vergisinin alınmaması her ne kadar Türkiye'nin vergi gelirlerinde düşürse de GB'nin üretime ve finans sektörüne olan olumlu etkisiyle beraber Türkiye, bu alanlardan vergi kazancını artırmıştır. Türkiye'nin, GB'den tam anlamıyla daha etkin bir şekilde yararlanması sonucunda gümrükten elde edilecek vergi gelirlerinden daha fazla kazanç sağlayacağı tahmin edilmektedir (Özdemir ve Koç AYTEKİN, 2016: 56).

4. Sonuç

Çok eskilere giden Avrupa'nın bütünleşmesi fikrinin hayata geçirilmesine yönelik atılan adımlar bugün için siyasi ve ekonomik işbirliği açısından bir rol model olarak kabul edilen AB oluşumu altında vücut bulmuştur. Türkiye'nin başlangıcından beri söz konusu oluşumda yer almak için 1963 yılında Ankara Anlaşmasıyla başlayan ve hala devam eden serüvende, 1995 yılında Türkiye ile AB arasında gerçekleştirilen müzakerelerle 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe giren Gümrük Birliği geçici ya da bu serüvende bir durak olarak kabul edilmiştir. Ancak *evdeki (Türkiye'deki) hesap çarşıya (AB'ye) uymamış*, anlaşma 2024 yılı itibarıyla 29 yıla uzamış ve geçici olarak kabul gören anlaşmanın kalıcılığına ilişkin duygular kadar gerçekler de pekişmiştir. Bu sebeple artık uzun ve uzak AB tam üyeliği hedefindense, bu sürecin kazanımlarına ve mevcut sorunlarına odaklanmak daha makul bir strateji olarak kabul edilebilir. Kaldı ki GB Türkiye için ekonomik kazanım sağlasa da birçok sınırlılık da yaratmaktadır. Gümrük Birliği temelde anlaşmaya taraf ülkeler arasında, sanayi ürünlerinin ticaretinde vergilerin kaldırılması açısından oldukça önemli önemli avantajlar sağlasa da dönemin şartlarına göre, *ticaret sapması ve haksız rekabet riski, Gümrük Birliği'ni ilgilendiren alanlarda AB'nin karar alma mekanizmalarına yeterli düzeyde dahil olunamaması* vb. çok sayıda sorun da yaşanmıştır. Hem bu sorunların çözümünü hem de GB'nin tarım ürünlerini de kapsamasını ve

küresel ticarete uygun olarak yeniden düzenlenmesini sağlamak için, taraflar ve birçok kurumca güncellenmesi hususu ön plan çıkmıştır.

Gümrük Birliği'nin güncellenmesi ve özellikle sektörel bazda Türkiye'nin ekosistemine uygun olarak yeniden ayarlanması, sektörel üretim, verimlilik artışına yol açmasının yanında iki taraf arasındaki ticaret potansiyelinin harekete geçmesine ve haliyle Türkiye açısından refah artışı sağlaması mümkündür. Bu kapsamdaki e-ticaret, e-ihracat gibi dijital faaliyetler gibi yeni uygulamalar da yeni fırsatlar yaratabilir. Öyle ki bu yenilikler, AB ile Türkiye arasındaki ticari ilişkilerin genişlemesini sağlayarak AB'den Türkiye'ye doğrudan yabancı yatırımların akışını da kolaylaştırabilir. Kaldı ki olası güncelleme çalışmalarının iki tarafın da çıkarına hizmet etmesi söz konusudur.

Son tahlilde Türkiye'nin AB'ye üyeliğini hızlandırması açısından da Gümrük Birliği'nin güncellenmesi oldukça önemli bir yere sahiptir. Türkiye'nin ihracatına bakıldığında en fazla AB'ye üye ülkelerle yapıldığı görülmektedir. Gümrük Birliği sayesinde ticari engel ve kotaların kalkması, Türkiye'nin ihracatının artmasını sağlamıştır. GB'nin güncellenmesi hem Türkiye hem de AB için ticarete yeni fırsatlar yaratılmasını sağlayarak Türkiye'nin ihracatında önemli artışlar yaratacağı düşünülmektedir. Belki de güncellemeyle beraber Türkiye-AB arasında ağır aksak yürüyen ve çeşitli sebeplerle sık sık çeşitli kesintiye uğrayan üyelik serüveni '*nerde kalmıştık*' parolasıyla yeniden başlayabilir.

Kaynakça

- Arat, T. (2020). Türkiye ve Avrupa Birliği Arasındaki Gümrük Birliği'nin Güncellenmesi: Tarım, Hizmetler ve Anlaşmazlıkların Halli, Canatan, R., (Ed.) Policy Considerations on Updating Turkey-European Customs Union, (ss. 9-16), Ankara.
- Aslan, R. (2023). Gümrük Birliği Anlaşmasının Türkiye'ye Etkileri: Gelenen Aşamada Devam mı Tamam mı?, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22 (4), 1322-1342.
- Aytuğ H., M. M. Kütük, A. Oduncu ve Togan, S. (2016). Twenty Years of the EU-Turkey Customs Union: A Synthetic Control Method Analysis, *Journal of Common Market Studies*, 1-13.
- Bagwell, K. ve Staiger, R. W. (1997). Multilateral tariff cooperation during the formation of customs unions, *Journal of International Economics*, 42, pp. 91-123.
- Bakkalcı, A. C. (2002). Avrupa Birliği ile Türkiye Arasında Gerçekleştirilen Gümrük Birliğinin Kaynak Dağılımı Üzerine Etkileri, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 39-53.
- Baykal, S. (2017). Türkiye-Avrupa Birliği Gümrük Birliğinin Güncellenmesi: Amacı ve Olası İçeriği Hakkında Temel Saptamalar, *Uluslararası Ticaret ve Tahkim Hukuku Dergisi*, 6 (1), 29-73.
- Baykal, S. Nas, Ç. (2020). D. Türkiye - AB Gümrük Birliği Güncellemesi Bakımından Kurumsal Yapı ve Anlaşmazlıkların Halli Mekanizması ile İlgili Tespitler, Türkiye Ve Avrupa Birliği Arasındaki Gümrük Birliği'nin Güncellenmesi: Tarım, Hizmetler Ve Anlaşmazlıkların Halli, Editör, Rasim Canatan, Ankara, 101-136
- Britannica, (2023). Customs Union, International Trade, Erişim Tarihi: 10.03.2024, <https://www.britannica.com/money/topic/customs-union>
- Chang, Y. M. ve Xiao, R. (2015). Preferential trade agreements between asymmetric countries: Free trade areas (with rules of origin) vs. customs unions, *Japan and the World Economy*, 33, 28-43.
- Corporate Finance Institute-CFI, (2023). Customs Union, Erişim Tarihi: 18.04.2024, <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/customs-union/>

- Demir, G. (2011). Gümrük Birliği'nin Türk Ekonomisi Üzerindeki Etkileri, (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul-Türkiye.
- Denk, E. (2016). Avrupa Birliği, Öğrenciler AB'yi Öğreniyor Projesi, Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları No: 6263.
- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu-Foreign Economic Relations Board of Turkey (DEİK), (2018). The Business Case for a Turkey - EU Customs Union 2.0, 1-24.
- Doğan, N. (2004). On Yıllık Dönemde Gümrük Birliği'nin Etkileri ve Sonuçları Üzerine Bir Değerlendirme, *Mevzuat Dergisi*, 79, 1-11.
- Dursun, G. (2023). The impact of the customs union on the EU- Turkey trade, *International Economics*, 173, 143-163.
- Eğilmez, M. (2012). Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanımı Nasıl Ölçülür?, Erişim Tarihi: 11.07.2024, <https://www.mahfiegilmez.com/2012/03/sanayi-uretimi-ve-kapasite-kullanmnasl.html#:~:text=Sanayi%20C3%9Cretim%20Endeksi%20sanayi%20sekt%C3%B6r%C3%BCnde.Anketiyle%20derlenen%20verilere%20dayan%C4%B1arak%20hesaplanmaktad%C4%B1r.>
- Elveren, A. Y. ve Kar, M. (2005). Turkey's Economic Integration into the EU: Challenges and Opportunities, Working Paper No: 2005-10.
- Eralp, N.A., Baykal, S., Karakaya, L., Nas, Ç., Özenç, B., Sak, G. (2021). Modernisation of The Turkey-Eu Customs Union Building a New partnership on Past Achievements, Tepav, N202126.
- Facchini, G., Silva P. ve Willmann G. (2013). The customs union issue: Why do we observe so few of them?, *Journal of International Economics*, 90, 136-147.
- Granger, W. (2001). Customs Unions and Potential World Welfare: a Proof of Viner's Conjecture, *Journal of Economic Integration*, 16 (4), 637-644.
- Hakura, F. (2018). EU-Turkey Customs Union Prospects for Modernization and Lessons for Brexit, Briefing December 2018 Europe Programme.

- Harrison, G. W., Rutherford, T. F. ve Tarr, D. G. (1997). Economic implications for Turkey of a Customs Union with the European Union, *European Economic Review*, 41, 861-870.
- Hatıplı, M. (2011). Türkiye-AB Gümrük Birliği Antlaşması ve Antlaşmanın Türkiye Ekonomisine Etkileri, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1), 14-32.
- İktisadi Kalkınma Vakfı-İKV, (2023a). Customs Union, https://oldweb.ikv.org.tr/icerik_en.asp?konu=gumrubirligi&baslik=Customs%20Union
- İktisadi Kalkınma Vakfı-İKV, (2023b). İkiz Dönüşüm Kapsamında Gümrük Birliğinin Güncellenmesi ve Türkiye. Yayın No: 324, Anadolu Basın Merkezi. <https://www.ikv.org.tr/images/files/%C4%B0KV-324.pdf>
- İktisadi Kalkınma Vakfı-İKV, (2024). Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Katılım Müzakerelerinde Son Durum, https://www.ikv.org.tr/images/upload/data/files/muzakerelerde_son_durum.pdf
- İnneci, A. (2020). Türkiye'nin Gümrük Birliği Serüveni ve Gümrük Birliği'nin Geleceği Üzerine Düşünceler, *Finans ve Ekonomi Politika ve Anlayışlarına Teorik Çıkarımlar*, Editör Şahin Karabulut, Gazi Kitabevi, Ankara, 331-337
- Kalaycı, C. ve Artan, S. (2015). Gümrük Birliğinin Türkiye'nin dış ticaretine etkileri: Panel veri analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27, 1-11.
- Karakeçeli F. (2011). 15'inci Yılında Türkiye-AB Gümrük Birliği ve Yaşanan Temel Sorunlar, *İKV*, 31.
- Karaman, N. F. (2006). Türkiye'nin Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nin Statik Etkileri, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul-Türkiye.
- Kemp, M. C. ve Wan, H. Y. (1976). An elementary proposition concerning the formation of customs unions, *Journal of International Economics*, 6, 95-97.
- Kemp, T. N. (2007). Normative comparisons of customs unions and other types of free trade association, *European Journal of Political Economy*, 23, 416-422.

- Krueger, A. O. (1997). Free trade agreements versus customs unions, *Journal of Development Economics*, 54, 169-187.
- Magee, S. P. ve Lee, H. K. (2001). Endogenous tariff creation and tariff diversion in a customs union, *European Economic Review*, 45, 495-518.
- Nas, Ç. (2020). Gümrük Birliği Neden Güncellenmeli?, *Perspektif*, 1-7.
- Nchake, M. A., Edwards, L. ve Rankin, N. (2018). Closer monetary union and product market integration in emerging economies: Evidence from the Common Monetary Area in Southern Africa, *International Review of Economics and Finance*, 54, 154-164.
- Özdemir, Y. ve Koç Aytekin, G. (2016). Avrupa Birliği (AB) Gümrük Birliği'nin Türkiye Ekonomisine Etkileri, *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (9), 45-59.
- Özer, Y. (2020). Modernising The EU-Turkey Customs Union As An Interest-Driven Initiative, *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, Cilt:19, No:1, 175-197
- Ploeckl, F. (2013). The internal impact of a customs union; Baden and the Zollverein, *Explorations in Economic History*, 387-404.
- Sağlam, N. ve Yazıcı, A. (1992). Türkiye-Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) İlişkilerin Avrupa Topluluğu-EFTA İlişkileri Çerçevesinde Değerlendirilmesi, *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (1-2), 109-130.
- Seyidoğlu, H. (1999), Uluslararası İktisat, Teori, Politika ve Uygulama, Gizem Can Yayınları, İstanbul
- Srinivasan, T. N. (1997). The common external tariff of a customs union: Alternative approaches, *Japan and The World Economy*, 9, 447-465.
- Şahinöz, A. (2012). Türkiye - AB İlişkilerinde "Direnc Alanları", *Turkish Economic Association*, 9, 48-66.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı, (2023). Türkiye-AB Gümrük Birliği, Erişim Tarihi: 10.01.2024, <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-ab-gumruk-birligi.tr.mfa>
- T.C. Dışişleri Bakanlığı, Avrupa Birliği Başkanlığı, (2022). Gümrük Birliği, Erişim Tarihi: 10.01.2024, https://www.ab.gov.tr/gumruk-birligi_46234.html

- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (2023). Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Değerleri, Çeyrek Büyüme Rakamları, Erişim Tarihi: 16.04.2024, <https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/Belgeler/Veriler/GSYH.pdf>
- Tekçe, M. (2015). The future of the customs union between Turkey and the EU in the context of the trade policy agenda of the EU, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 37 (2), pp. 397-408.
- The World Bank-WB, (2023). Evaluation of The EU: Turkey Customs Union (English), Erişim Tarihi: 17.04.2024, <https://documents.worldbank.org/en/publication/documentsreports/documentdetail/298151468308967367/evaluation-of-the-eu-turkey-customs-union>
- Tümer, T. ve Kazancı, B. A. (2022). Türkiye ve Avrupa Birliği Arasında Gümrük Birliğinin Güncellenmesine İlişkin Genel Bir Değerlendirme, *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi (JEBPIR)*, 8 (2), 333-348.
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, (2021). Gümrük Birliğinin Güncelleme Süreci, Erişim Tarihi: 10.07.2024, <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/avrupa-birligi/gumruk-birliginin-guncelleme-sureci>
- Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK, (2023a). Dış Ticaret İstatikleri, Erişim Tarihi: 03.02.2024, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1>
- Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK, (2023b). Satınalma Gücü Paritesi (Hanehalkı Nihai Tüketim Harcamaları), Erişim Tarihi: 03.02.2024, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Satinalma-Gucu-Paritesi-\(Hanehalki-Nihai-Tuketim-Harcamalari\)-2022-49758](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Satinalma-Gucu-Paritesi-(Hanehalki-Nihai-Tuketim-Harcamalari)-2022-49758)
- Usta, A.E., (2022).Modernizing The EU-Turkey Customs Union, İKV Brief
- Vinokurov, E., Demidenko, M., Korshunov, D. ve Kovacs, M. (2017). Customs unions, currency crises, and monetary policy coordination: The case of The Eurasian Economic Union, *Russian Journal of Economics*, 3, 280-295.
- Yalçın, E. Felbermayr, G., (2021). The EU-Turkey Customs Union and trade relations: what options for the future?, European Parliament,

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653640/EXPO_IDA\(2021\)653640_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653640/EXPO_IDA(2021)653640_EN.pdf)

Yıldırım, E. ve Dura, S. (2007). Gümrük Birliği'nin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri Konusundaki Literatüre Bir Bakış, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28, 141-177.

Yılmaz, K. (2010). Taking Stock: The Customs Union Between Turkey And The EU Fifteen Years Later, Econstor Working Paper, No. 1023.

17. Bölüm

Dijital Panoptikon: Gözetim Altında Tüketim

Yavuz SARSILMAZ¹

¹ Öğr. Gör. , Edirne Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu
Görsel,-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı
Basım ve Yayın Teknolojileri

Özet

Bu yazı, Michel Foucault'nun Panoptikon kavramını dijital çağın tüketim pratikleriyle ilişkilendirerek, sosyal medya ve e-ticaret platformlarında bireylerin gözetim altında şekillenen tüketim alışkanlıklarını incelemektedir. Dijital panoptikon yapısı, bireylerin izlendikleri hissiyle davranışlarını kontrol altına almasını sağlamakta ve bu süreçte mahremiyet ticari bir meta haline gelmektedir. Algoritmalar ve veri analizi yöntemleri, tüketicilerin özgür seçim yapma illüzyonunu manipüle ederek tüketim tercihlerine müdahale etmektedir. Sosyal medya platformları ise kullanıcıların yalnızca izlenmesine değil, aktif olarak bu gözetim sürecine katılmasına olanak tanımaktadır.

Dijital gözetim, modern kapitalizm içinde veri temelli ekonomik bir araç olarak kullanılarak bireylerin tüketim kalıplarını öngörmekte ve yönlendirmektedir. E-ticaret platformları, kişisel verileri hedefli reklamlarla tüketici davranışlarını kontrol etmek için kullanmakta, böylece tüketim kültürü ile gözetim pratiklerini iç içe geçirmektedir. Dijital panoptikonun normalleşmesi, bireylerin mahremiyet algısını dönüştürmekte ve gözetim kapitalizminin etkisi altında yeni bir tüketim kültürü inşa edilmektedir.

Bu çalışmada, dijital panoptikonun bireylerin tüketim davranışlarını nasıl şekillendirdiği, mahremiyetin nasıl bir meta haline geldiği ve gözetim mekanizmalarının tüketime dayalı yeni normları nasıl yarattığı ele alınmaktadır. Gözetim altındaki bu tüketim modeli, bireylerin davranışlarını yeniden yapılandırmakta ve mahremiyet ile tüketime dayalı dengeyi yeniden tanımlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Panoptikon, Tüketim, Gözetim, Sosyal Medya

Giriş

Dijital çağda, bireylerin tüketim alışkanlıkları sosyal medya ve e-ticaret platformlarında sürekli gözetim altında şekillenmektedir. Bu gözetim yapıları, yalnızca bireylerin alışveriş tercihlerini değil, aynı zamanda onların kimliklerini de inşa etmektedir. Michel Foucault'nun Panoptikon kavramı, bireylerin otokontrol sağladığı ve her an izlendiklerini düşündükleri bir yapı sunmaktadır (Foucault, 1977). Dijitalleşme ile bu yapı, kullanıcıların veri temelli olarak izlenmesiyle genişlemekte ve bireylerin tüketim kültürü üzerindeki etkisini artırmaktadır. Sürekli gözlemlenen bireylerin davranışları, algoritmalar ve büyük veri analiziyle yönlendirilmekte, tüketim tercihleri bu sayede kontrol edilmektedir (Zuboff, 2015).

Sosyal medya ortamları, dijital panoptikonun bireylerin özgür seçim yapma hissini manipüle etmesine olanak tanımaktadır. Sosyal medyada görünür olmak, bireylerin kendilerini ve çevrelerindeki insanları gözetleme alışkanlığını içselleştirmesine yol açmaktadır. Algoritmalar, bireylerin tüketim tercihlerine müdahale ederek, tüketicilere kişiselleştirilmiş içerik sunmakta ve onları yönlendirmektedir. Bu, bireylerin özgür seçim illüzyonu altında tüketime zorlanmasını sağlamaktadır (Uzak, 2022). Elde edilen veriler, yalnızca bireylerin mevcut tercihlerine göre değil, aynı zamanda gelecekteki eğilimlerini tahmin etmek amacıyla da kullanılmaktadır (Sabahçı, 2023).

Modern kapitalizm, bireyi hem üretim hem de tüketim süreçlerinde yeniden yapılandırmaktadır. Gözetim kapitalizmi, kullanıcı verilerinin ticarileştirilmesiyle bireylerin tüketim alışkanlıklarını kontrol altında tutmaktadır (Zuboff, 2015). Bu süreçte mahremiyet, bireylerin kişisel verilerinin ticari bir meta olarak kullanılmasına yol açmakta ve tüketim kültürünü dönüştürmektedir (Güreller, 2022, s. 8). Dijital platformlar, bireylerin sürekli birbirlerini gözlemlenmelerine olanak sağlayarak, gözetim ve tüketim pratiklerini iç içe geçirmektedir. Böylece, bireyler yalnızca izlenmekle kalmamakta, aynı zamanda bu gözetim sürecine aktif olarak katılmaktadır.

Dijital gözetim, tüketim toplumunda veri analiziyle desteklenmektedir. Tüketicilerin davranışları sürekli olarak izlenmekte ve bu veriler, gelecekteki tüketim kalıplarını belirlemek için kullanılmaktadır (Mazıcı, 2018, s. 159). E-ticaret platformları, kişisel verileri toplayarak hedefli reklamlarla tüketici davranışlarını yönlendirmektedir. Böylece, bireylerin tüketim kararları, bilinçli bir seçim gibi görünse de aslında gözetim mekanizmaları tarafından yönlendirilmektedir (Sabahçı, 2023).

Bu bağlamda, dijital panoptikon, gözetim mekanizmalarının normalleşmesini hızlandırmakta ve mahremiyetin sınırlarını yeniden tanımlamaktadır.

Mahremiyetin korunması ve veri ihlallerine karşı bireylerin farkındalıklarını artırma ihtiyacı, insan hakları tartışmalarının merkezinde yer almaktadır (Arslantaş, ve diğerleri, 2012, s. 33). Gözetim kapitalizminin normlarına uyum sağlamak zorunda kalan bireyler, mahremiyet ve tüketime dayalı yeni bir denge arayışı içine girmektedir. Dijital panoptikon, bireylerin tüketim alışkanlıklarını tahmin etmekte ve yönlendirmekte, mahremiyeti metalaştırarak yeni bir tüketim kültürü inşa etmektedir. Bu dönüşüm, modern toplumların sosyal yapısına derinlemesine nüfuz etmekte ve bireylerin hem fiziksel hem de dijital dünyadaki davranışlarını yeniden tanımlamaktadır. Sonuç olarak, dijital platformlar, gözetim aracılığıyla bireylerin hem mahremiyetini hem de tüketim alışkanlıklarını kontrol altında tutmakta ve böylece gözetim altındaki tüketim kültürü derin bir dönüşüm içine girmektedir.

Kuramsal Çerçeve: Dijital Panoptikon ve Gözetim Kapitalizmi

Bu bildiri de temel kuramsal çerçeve, Michel Foucault'nun Panoptikon kavramına dayanmaktadır. Foucault, Panoptikon yapısı aracılığıyla, bireylerin sürekli gözlemlendiği hissiyle otokontrol sağladığı bir disiplin toplumu modelini tanımlar. Bu yapı, dijital dünyaya taşındığında bireylerin sürekli izlenme korkusuyla davranışlarını bilinçli ya da bilinçsiz olarak kontrol etmesini ifade eder. Teknolojiyle ilişkili olarak medya, toplumu denetim altına almak için en önemli araçlardan biridir. Sürekli gelişen teknoloji, günlük hayatın denetlenmesi ihtiyacını doğurmuş ve gözetim toplumu yaratmıştır (Lyon 2006'dan aktaran, Öztürk, 2019).

Sosyal medya ve e-ticaret platformları, dijital panoptikonun modern uygulama alanlarıdır. Gözetim altındaki bireyler, platformların topladığı veri ve algoritmalar aracılığıyla hem görünür hem de kontrol edilebilir hale gelir. Bu süreç, Shoshana Zuboff'un Gözetim Kapitalizmi kuramı ile desteklenmektedir; tüketici verilerinin toplanarak ekonomik kazanca dönüştürülmesi, mahremiyetin metalaştırıldığı yeni bir tüketim modeline işaret eder (Talay, 2022, s. 168).

Bildiri de ayrıca kültürel çalışmalar perspektifinden, tüketim ve gözetim arasındaki iktidar ilişkileri analiz edilecektir. Özellikle dijital gözetim pratiklerinin bireylerin tüketim kültürü üzerindeki etkisi ve tüketici özgürlüğünün bir yanlısına olup olmadığı tartışılacaktır.

Yöntem: Tarama Yöntemi ile Literatür Analizi

Bu çalışmada tarama (literatür analizi) yöntemi kullanılacaktır. Dijital panoptikon ve tüketim pratikleri üzerine yazılmış akademik kaynaklar, makaleler, kitaplar ve raporlar incelenerek konuyla ilgili teorik ve ampirik çalışmalar değerlendirilecektir.

Veri toplama sürecinde, dijital gözetim ve tüketim ilişkisini inceleyen bilimsel araştırmalar ve vaka analizleri taranacaktır. Sosyal medya platformları ve e-ticaret siteleri üzerinden yapılan çalışmalardan elde edilen veriler ile bireylerin dijital panoptikon altındaki davranışları ve tüketim alışkanlıkları derinlemesine analiz edilecektir.

Bu yöntem sayesinde bildirinin teorik altyapısı sağlamlaştırılacak ve literatürdeki tartışmalar üzerinden dijital gözetimin tüketim alışkanlıklarına olan etkisi sistematik bir şekilde ortaya konacaktır.

Panoptikondan Dijital Panoptikona: Teorik Bir Dönüşüm

Michel Foucault'nun *Panoptikon* kavramı, modern toplumda bireylerin sürekli gözetim altında tutulduğu ve bu gözetimin bireylerde otokontrol geliştirdiği bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Foucault'ya göre Panoptikon, bireylerin her an izleniyormuş gibi hissetmeleri sonucunda davranışlarını disipline ettikleri bir denetim mekanizmasını ifade etmektedir (Foucault, 1977). Dijitalleşme ile bu kavram, sosyal medya ve e-ticaret platformları aracılığıyla yeni bir boyuta taşınarak, *dijital panoptikon* olarak adlandırılan bir yapıya evrilmiş bulunmaktadır. Bu yeni yapıda bireyler, dijital ortamda gönüllü bir biçimde gözetim altına girmekte ve aynı zamanda bu gözetim süreçlerine aktif bir katılım sağlamaktadır (Lippert, 2007).

David Lyon'un belirttiği gibi, modern gözetim sistemleri, dijital platformlar aracılığıyla bireylerin sürekli izlenmesi üzerine inşa edilmekte ve bu süreç, bireylerin mahremiyetinin ticari bir meta haline getirilmesi ile sonuçlanmaktadır (Lyon, 2003). Gözetim, sadece bireylerin izlenmesi ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda toplanan verilerin analiz edilerek bireylerin tüketim davranışlarını öngörme ve yönlendirme aracı olarak kullanılmaktadır (Hongladarom, 2020). Bu durum, dijital panoptikonun, sadece bireyleri denetlemekle kalmayıp onların tüketim alışkanlıklarını yönetme işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır.

Dijital panoptikon, klasik Panoptikon yapısından farklı olarak bireylerin yalnızca izlenmesini değil, aynı zamanda bu gözetim süreçlerine gönüllü olarak katılmasını sağlamaktadır. Özellikle sosyal medya platformları ve e-ticaret siteleri, bireylerin izleme süreçlerine aktif katılımını teşvik eden bir yapı sunmaktadır. (Öztürk, 2019) tarafından belirtildiği üzere, bu yapılar bireylerin tüketici-yurttaş olarak konumlandırılmasına ve sürekli gözetim altında tutulmalarına neden olmaktadır. şirketler tarafından toplanan dijital veriler, bireylerin tüketim alışkanlıklarını belirlemekte ve bu veriler ticari kazanç sağlamak amacıyla kullanılmaktadır (Öztürk, 2019).

Shoshana Zuboff'un geliştirdiği *Gözetim Kapitalizmi* teorisi, dijital panoptikon kavramını daha geniş bir çerçevede ele almaktadır. Zuboff'a göre,

bireylerin dijital izleri üzerinden toplanan veriler, kapitalist şirketler tarafından bireylerin gelecekteki davranışlarını tahmin etmek ve yönlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu süreç, bireylerin mahremiyetini yok ederek, dijital ortamda tamamen şeffaf ve kontrol edilebilir hale getirmektedir (Hongladarom, 2020). Dijital panoptikon, bu anlamda yalnızca bireylerin bugünkü davranışlarını değil, gelecekteki davranışlarını da denetlemeye yönelik bir sistem olarak işlev görmektedir.

Bireylerin mahremiyetinin ihlal edilmesi, dijital panoptikon yapısında sıradan bir uygulama haline gelmiş bulunmaktadır. (Lyon, 2003), dijital gözetim süreçlerinin, bireylerin mahremiyetini metalaştırdığını ve bu sürecin kapitalist sistemin temelini oluşturduğunu vurgulamaktadır. Bireylerin kişisel verileri, büyük veri analizleri aracılığıyla ticari kazanç sağlamak için kullanılmakta ve bu durum, bireylerin tüketim davranışlarının öngörülmesine ve yönlendirilmesine olanak tanımaktadır.

Sosyal Medya ve E-Ticaretin İzleme Ekonomisi: Gözetim Altında Bireyler

Dijitalleşen dünyada, sosyal medya ve e-ticaret platformları yalnızca bireylerin sosyal etkileşimlerini ve alışveriş alışkanlıklarını yönetmekle kalmamakta, aynı zamanda bireyleri sürekli izleyen ve verilerini toplayan gözetim sistemlerine dönüşmektedir. Bu platformlar, izleme ekonomisi adı verilen bir modelle, bireylerin dijital ayak izlerini kullanarak ticari çıkar sağlamak ve tüketim süreçlerini şekillendirmektedir. Shoshana Zuboff'un tanımladığı *Gözetim Kapitalizmi* teorisi, bu bağlamda sosyal medya ve e-ticaretin veri madenciliği ve bireylerin davranışlarını yönlendirme çabalarını derinlemesine ele almaktadır. Zuboff'a göre, şirketler, bireylerin davranışlarını izlemek ve analiz etmek için büyük veriyi kullanarak tüketici tercihlerini kontrol etmektedir. Zuboff, sosyal medya şirketlerinin ağını "Büyük Öteki" olarak adlandırmakta ve onların yeni bir araçsal iktidar biçimi geliştirdiğini ileri sürmektedir: Araçsalcılık (Instrumentarianism) ve onun "Büyük Öteki"deki somutlaşması, pazarın dijital ortam ve gözetim kapitalizminin mantığı dışında düşünülemeyecek bir şekilde tam bir kesinlik projesine dönüştüğünü göstermektedir (Gray, 2019).

Sosyal medya platformları, kullanıcıların izlenmesini, gözetim sistemlerinin temel yapı taşı haline getirmiş bulunmaktadır. Bireyler, günlük yaşamlarının her anını bu platformlarda paylaşmakta ve platformlar, bu verileri kullanarak tüketici profilleri oluşturmakta, bireylerin gelecekteki davranışlarını tahmin etmektedir (Lyon, 2003). Özellikle Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya devleri, bireylerin kişisel bilgilerini, beğenilerini ve çevrimiçi alışkanlıklarını analiz

ederek kişiselleştirilmiş reklamlar ve içerikler sunmaktadır (Mehta & Udita, 2020, s. 15). Bu süreç, bireylerin özgür seçim yapma hissini manipüle etmekte ve onları gözetim altındaki tüketim süreçlerine dâhil etmektedir.

E-ticaret platformları ise, bireylerin alışveriş davranışlarını izleyerek bu verileri ticari kazançla dönüştürmektedir. Amazon, Alibaba ve diğer büyük e-ticaret siteleri, tüketici davranışlarını analiz ederek bireylere özel öneriler sunmakta, algoritmalar aracılığıyla bireylerin ihtiyaçlarını tahmin etmekte ve onlara kişiselleştirilmiş ürünler göstermektedir. Bu sistem, bireylerin her alışveriş kararının izlenip yönlendirilmesine dayanmaktadır. Bu bağlamda, e-ticaret platformlarının tüketici verilerini toplayarak bireyleri sürekli gözetim altında tuttuklarını ve bu gözetim sürecinin tüketici-yurttaş kavramını güçlendirdiğini belirtmektedir (Öztürk, 2019).

Gözetim kapitalizmi, bireylerin dijital ortamlarda bıraktığı verilerin, kapitalist sistem içinde ticari kazanç sağlamak amacıyla metalaştırılması sürecini ifade etmektedir. Bu sistemde, sosyal medya ve e-ticaret platformları aracılığıyla bireylerin tercihleri, davranışları ve ihtiyaçları analiz edilmekte ve elde edilen veriler, bireylerin tüketim alışkanlıklarını yönlendirmek için kullanılmaktadır. Shoshana Zuboff'un ortaya koyduğu gibi, bu süreç bireylerin mahremiyetini yok etmekte ve onları sürekli denetim altında tutarak dijital bir panoptikon içinde yaşamaya zorlamaktadır. Verilerin toplanması ve analiz edilmesi, bireylerin davranışlarını şekillendirme ve onların gelecekteki tüketim alışkanlıklarını tahmin etme işlevini görmektedir (Zuboff, 2015).

Gözetim Altında Yeni Bir Tüketim Kültürü: Dijital Dünyanın Normları

Dijitalleşmenin hızla artmasıyla birlikte bireylerin tüketim alışkanlıkları, gözetim altındaki yeni bir normatif yapıya evrilmektedir. Dijital platformlar, tüketim kültürünü şekillendiren en güçlü araçlar haline gelmiş ve bu süreçte dijital panoptikon olarak adlandırılan yapılar, bireylerin her hareketini izleyerek onların tüketim kararlarını yönlendirmektedir. Michel Foucault'nun Panoptikon kavramı, dijital dünyada bireylerin sürekli izlenmesi ile derinleşmiş ve tüketim süreçlerini denetleyen bir gözetim mekanizmasına dönüşmüştür (Foucault, 1977).

Sosyal medya platformları, e-ticaret siteleri ve dijital pazarlama stratejileri, bireylerin tüketim alışkanlıklarını sürekli olarak izlemekte ve veriler toplayarak onların tercihlerini analiz etmektedir. Bu süreç, tüketici davranışlarının yönlendirildiği ve bu sayede ticari kazançların artırıldığı bir yapıyı ifade etmektedir. Gözetim kapitalizmi, bireylerin dijital ortamda bıraktığı verilerin toplanarak ticarileştirilmesi süreci ile yeni tüketim normları yaratmaktadır. Shoshana Zuboff'a göre bireyler farkında olmadan gözetim altındaki tüketim

süreçlerine dâhil edilmekte ve özgürce seçim yaptıklarına inanmaktadır; oysa bu seçimler, algoritmalar ve veri analizleri ile şekillendirilmektedir. Bireyler dijital dünyada, verileri üzerinden manipüle edilen tüketici rolleri benimsemektedir (Zuboff, 2015).

Dijital gözetim, tüketim kültürünü köklü bir biçimde dönüştürmektedir. Klasik tüketim kalıpları, bireylerin fiziksel mağazalara gidip ürünleri seçme sürecine dayalıyken, dijitalleşme ile bu süreç tamamen çevrimiçi platformlara taşınmış ve bireyler artık sürekli izlendikleri bir ortamda tüketim yapmaktadır. Sosyal medya ve e-ticaret platformları, algoritmalar aracılığıyla bireylerin ilgi alanlarını, geçmiş alışverişlerini ve çevrimiçi davranışlarını izleyerek kişiselleştirilmiş ürünler ve reklamlar sunmaktadır. Bu yeni normlar, tüketicilere özgürce seçim yapma illüzyonu sunmakta, ancak gerçekte bu seçimler veri analitiği ile önceden belirlenmiş tercihler doğrultusunda şekillenmektedir (Lyon, 2003).

Tüketim kültürü, dijital panoptikon yapısında yeniden biçimlenmektedir. Bireyler, sosyal medyada paylaştıkları içerikler, beğenileri ve yorumları aracılığıyla yalnızca izlenmekle kalmamakta, aynı zamanda bu gözetim sisteminin aktif katılımcıları haline gelmektedir. Sosyal medya kullanıcıları, her paylaşımlarında kendilerini gözlemlemekte ve çevrimiçi ortamda “görünür” olmanın getirdiği sosyal baskıyı içselleştirerek tüketim alışkanlıklarını bu doğrultuda şekillendirmektedir. Bu süreç, bireylerin tüketim pratiklerini, başkalarının gözlemi altında sergileme eğilimini güçlendirmektedir. Bu da gözetim altındaki bir tüketim kültürünün oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Avcı, 2023).

Aynı zamanda, e-ticaret platformları, bireylerin sürekli izlenerek kişiselleştirilmiş ürün önerileri ile yönlendirildiği bir yapı sunmaktadır. Tüketiciler, online alışverişlerde sunulan bu öneriler sayesinde bilinçsizce tüketime zorlanmaktadır. Bu yeni tüketim kültüründe bireylerin özgür irade ile seçim yapma olanağı, büyük ölçüde dijital gözetim ve veri analizleriyle manipüle edilmektedir. Zuboff bu durumu “davranışsal fazlalıkların” metalaştırılması olarak tanımlamakta ve gözetim kapitalizminin temelinde bu süreçlerin yer aldığını ifade etmektedir (Zuboff, 2024).

SONUÇ

Bu çalışma, dijital panoptikon yapısı altında bireylerin tüketim alışkanlıklarının nasıl şekillendiğini ve gözetim kapitalizminin bu süreçteki merkezi rolünü detaylı bir şekilde analiz etmektedir. Dijital platformlar, bireylerin çevrimiçi davranışlarını sürekli olarak izlemekle kalmamakta, aynı zamanda bu davranışları manipüle eden ve yönlendiren sofistike bir denetim mekanizması

olarak işlev görmektedir. Sosyal medya ve e-ticaret platformları, bireylerin dijital ayak izlerini toplayarak ticari çıkarlar doğrultusunda kişiselleştirilmiş reklamlar, içerikler ve ürün önerileri sunmaktadır. Bu süreçte bireylerin özgür seçim yapma hissi, algoritmalar ve büyük veri analizleri aracılığıyla derinlemesine manipüle edilmekte ve tüketim tercihleri bu yolla kontrol altına alınmaktadır. Böylece, dijital gözetim araçları bireylerin tüketim süreçlerini aktif bir şekilde yönlendirerek görünürde özgür olan kararların arkasındaki gizli güç olarak hareket etmektedir.

Dijital panoptikon, modern gözetim sistemlerinin en etkili birleşimlerinden biri olarak bireylerin mahremiyetini yalnızca bir gözetim nesnesine değil, aynı zamanda ticari bir meta haline getirmektedir. Bu yapı, kapitalist sistemin sürdürülebilirliği için kritik bir araç haline gelmiştir; bireylerin dijital dünyadaki hareketlerinin sadece gözlemlenmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bu hareketlerin tahmin edilerek gelecekteki tüketim alışkanlıklarına dair stratejik kararlar alınmasını sağlamaktadır. Gözetim kapitalizmi, bireylerin kişisel verilerinin ticari kazanç için kullanılmasına olanak tanırken, aynı zamanda onların davranışlarını şekillendirerek tüketim kültürünü yeniden inşa etmektedir.

Bu dönüşüm, bireylerin dijital dünyadaki kimliklerini ve davranışlarını hem mahremiyet hem de tüketim bağlamında köklü bir şekilde değiştirmektedir. Gözetim altındaki bireyler, sadece izlenmekle kalmayıp, bu gözetim sürecinin aktif katılımcılarına dönüşmektedir. Tüketici tercihlerinin görünüşte özgür olduğu bu yapıda, bireylerin mahremiyeti artık pazarlanabilir bir ürün haline gelmiş durumdadır. Dijital platformlar, bireylerin hem kişisel alanlarına nüfuz etmekte hem de bu alanı yeniden yapılandırarak, bireylerin çevrimiçi dünyada nasıl davrandığını belirleyen güçlü bir denetim mekanizması olarak işlev görmektedir.

Sonuç olarak, dijital panoptikon bireylerin tüketim alışkanlıklarını yalnızca tahmin etmekle kalmamakta, aynı zamanda onları belirleyerek, dijital platformlar aracılığıyla yeni bir tüketim kültürü inşa etmektedir. Bu süreç, bireylerin mahremiyetini sürekli gözlem altında tutarak, kişisel verilerin ticari bir meta haline geldiği, tüketim kültürünün gözetim altında derin bir dönüşüm geçirdiği yeni bir toplumsal yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Dijitalleşen dünyada, tüketici davranışlarının özgürlüğü illüzyonuna rağmen, bu yapıların denetiminden kaçış neredeyse imkânsız hale gelmektedir.

İleri Çalışmalar İçin Öneriler

1. **Kişisel Verilerin Kullanımının Hukuki ve Etik Boyutları:** Gelecekte yapılacak çalışmalarda, dijital gözetim altındaki bireylerin kişisel verilerinin nasıl kullanıldığı ve bu süreçteki hukuki ve etik boyutların daha detaylı bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Özellikle, veri koruma yasalarının gözetim

kapitalizmine karşı ne kadar etkili olduğu ve bireylerin bu konuda nasıl bilinçlendirilebileceği önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır.

2. **Algoritmaların Etkisi Üzerine Psikolojik Araştırmalar:** Dijital panoptikonun bireyler üzerindeki psikolojik etkileri daha geniş çaplı araştırmalara konu olmalıdır. Algoritmaların bireylerin davranışları üzerindeki manipülatif etkileri ve özgür irade hissini nasıl değiştirdiği üzerine derinlemesine psikolojik çalışmalar yapılmalıdır.

3. **Gözetim ve Mahremiyet İkilemi:** Mahremiyetin giderek daha fazla bir meta haline geldiği bu süreçte, dijital platformlarda mahremiyetin korunması ile gözetim kapitalizmi arasındaki dengeyi inceleyen araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bireylerin mahremiyetlerine nasıl sahip çıkabileceği ve bu bağlamda farkındalıklarını nasıl artırabilecekleri üzerine çalışmalar yapılmalıdır.

4. **Dijital Gözetimin Sosyal Etkileri:** Dijital gözetim ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki, toplumsal yapıyı nasıl etkilediği ve sosyal ilişkilerin bu gözetim altında nasıl değiştirdiği üzerine yeni araştırmalar yapılabilir. Bireylerin gözetim altında sergilediği sosyal davranışlar ve bu durumun toplumsal normlara etkisi araştırılmalıdır.

Bu öneriler, dijital panoptikonun sosyal, psikolojik ve hukuki boyutlarını daha derinlemesine ele almayı amaçlamaktadır. Dijital gözetimin bireyler üzerindeki etkileri, farklı disiplinlerden gelen yaklaşımlar ile genişletilerek incelenmelidir.

KAYNAKÇA

- Arslantaş, S. T., Binark, M., Dikmen, E. Ş., Fidaner, I. B., Küzeci, E., & Özaygen, A. (2012). Dijital Gözetim Olgusuna Kuramsal Ve Kavramsal Bakış. S. A. Toktaş içinde, *Türkiye’De Dijital Gözetim*. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Gray, C. H. (2019). The Threat Of Surveillance Capitalism. *Teknokultura Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, s. 265-276.
- Lyon, D. (2003). *Surveillance As Social Sorting Privacy, Risk, And Digital Discrimination*. New York: Routledge.
- Mehta, R., & Uditia, K. (2020). Impact of Personalized Social Media Advertisements on Consumer Purchase Intention. *Annals of Dunarea de Jos University of Galati Fascicle - Economics and Applied Informatics*, s. 15-24.
- Öztürk, İ. D. (2019). Panoptikon 2.0: Alternatif Medya ve Karşı Gözetim. *Erciyes İletişim Dergisi* , s. 701-712.
- Sabahçı, B. (2023). Sanal Ortamlarda Panoptikon Kavramı ve Gözetim Toplumu. *Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 111-134.
- Talay, Ö. (2022). Gözetleme Kapitalizmi Çağı: Gücün Yeni Sınırında nisan Geleceği İçin Savaş. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, s. 165-170.
- Uzak, E. (2022). Panoptikondan Omniptikona: Yeni Medya ile Dönüşen Panoptikonun Filmlerdeki Yansıması. *Universal Journal of History and Culture*, s. 104-129.
- Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, s. 75-89.
- Zuboff, S. (2024, 10 21). *Surveillance Capitalism*. Project-Syndicate: <https://www.project-syndicate.org/magazine/surveillance-capitalism-exploiting-behavioral-data-by-shoshana-zuboff-2020-01> adresinden alındı
- Avcı, İ. (2023). Materialistic Tendency and Conspicuous Consumption Behavior: The Mediating Role of Social Media Usage. *Journal of Economy Culture and Society*, s. 155-169.
- Foucault, M. (1977). *Discipline And Punish The Birth of the Prison*. New York: Vintage Books.
- Güreller, M. (2022). Görsel İletişim Okumaları: Panoptikon Ve Ötesi. *Görme Pratikleri Disiplinlerarası Görsel İletişim Çalışmaları*, s. 1-16.
- Hongladarom, S. (2020). Shoshana Zubof, The Age Of Surveillance Capitalism: The Fight For A Human Future At The New Frontier Of Power. *Ai & Society* .

- Lippert, R. (2007). David Lyon, Surveillance Studies: An Overview. *Oxford: Polity Press*, s. 471-474.
- Mazıcı, E. T. (2018, 3). Tüketim Toplumunda Gözetim Uygulamaları Ve Tüketici Bakış Açısından Bir Değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi*, s. 149-171.
- Sabahçı, B. (2023). Sanal Ortamlarda Panoptikon Kavramı Ve Gözetim Toplumu. *Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 111-134.

18. Bölüm

Buzul Karotlarının Paleoortamsal Değişimlerin Belirlenmesindeki Önemi

Aziz ÖREN¹

¹ Doç. Dr.; Süleyman Demirel Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Coğrafya Bölümü.
azizoren@sdu.edu.tr ORCID No: 0000-0002-9256-7164

Giriş

Geçmişte meydana gelen iklimsel ve ortamsal değişimlerin belirlenmesi insanlığın gelecekte yaşanacakları tahmin etmesi ve gerekli durumlarda bunun için önlemler alması açısından büyük önem taşır. Üç tür paleoiklimsel ve paleoortamsal kayıt, uzun süreli değişimlerin belirlenmesi için birincil temeli oluşturur: deniz sedimanları, buzul karotları ve göl sedimanları. Göl kayıtları diğer ikisine kıyasla, yeterince gelişmemiştir. Göl sedimanlarından elde edilen kayıtlara odaklanan sondaj projeleri, deniz (ODP/Okyanus Sondaj Programı) ve buzul karotu (GISP/Grönland Buz Tabakası Projesi ve GRIP/Grönland Buzul Karotu Projesi) verileri gibi yeni teknolojilerin geliştirilmesiyle karşılaştırılmalı bir yaklaşımdan faydalanır (Johnsen vd., 2001).

Dünyanın kutup buzulları ve buzul tabakalarından alınan karotlar binlerce bin yıldan son elli yıla kadar uzanan zaman ölçeklerinde, paleoiklimsel ve paleoortamsal koşulların olağanüstü kayıtlarını sağlar. Bu koşullar, buzul yüzeyinin çok yüksek kesimlerinden alınan karotlardaki buzul ve firin (genellikle en az bir yaşında olan ve dolayısıyla bir erime mevsimini atlatmış, ancak buzul buzuna dönüşmemiş kar) detaylı fiziksel ve kimyasal analizleri ile incelenmektedir (Cuffey & Paterson, 2010; Kahle vd., 2021). Bu tür yerlerde kar erimesi ve süblimleşmesi son derece düşüktür, bu nedenle kar birikimi bazı bölgelerde birkaç yüz bin yıl boyunca sürekli olarak gerçekleşmiştir (Dansgaard vd., 1973). Buzul karotu kayıtları çok yüksek buzul birikim oranları (mükemmel zaman çözünürlüğü sağlar), paleoortamsal koşulların çoklu verilerinin korunması ve eski atmosferin küçük örneklerinin kabarcıklar içinde gömülmüş olması nedeniyle paleoklimatolojide büyük bir önem taşımaktadır (Lemieux-Dudon vd., 2010; Thompson vd., 2022). Bu nedenle kar yağışı sadece geçmişteki yağış miktarları için değil, aynı zamanda hava sıcaklığı, atmosferik bileşim (gaz bileşimi ve çözünür ve çözünmez partiküller dâhil), volkanik patlamaların oluşumu ve hatta güneş aktivitesindeki değişimler için de benzersiz bir kayıt sağlar.

Buzul karotları çalışmaları 1950'lerde ve 1960'larda çeşitli uluslardan bilim insanlarının öncü çabalarıyla gelişmiş ve şu anda dünyanın Arktik, Antarktika ve buzullaşmış dağ bölgelerinde çeşitli ulusal ve uluslararası araştırma ekipleri tarafından yürütülmektedir. (Patenaude vd., 1959; Gow vd., 1979, 1997). 1960'lardan bu yana CRREL (Birleşik Devletler Ordusu Soğuk Bölgeler Araştırma Mühendisliği Laboratuvarı), Kopenhag'daki Buzul ve İklim Merkezi ve İngiliz Antarktika Araştırması gibi gruplar, dünyanın buzul tabakalarının derinliklerinden bozulmamış karotlar çıkarabilen özel karot ekipmanları geliştirmiştir. İlk derin buzul karotu 1966 yılında Grönland'ın kuzeybatısındaki Camp Century'den çıkarılmış ve bunu yine Grönland'daki Dye 3 (1981) ve

Renland (1988) ve Kanada'nın kuzeyindeki Devon Adası'ndan (1976) alınan karotlar izlemiştir (Lowe ve Walker, 2015). Bu karotların analizleri yalnızca değerli stratigrafik ve paleoortamsal bilgiler sağlamakla kalmamış, aynı zamanda sondaj ve analitik yöntemlerde teknik gelişmelere yol açmış ve büyük buzul tabakalarının özellikleri hakkında yeni bilgiler sağlamıştır. 1990'larda Grönland Buzul Tabakası'nın zirvesinden iki yeni derin karot elde edilmiştir. Avrupa Bilim Vakfı aracılığıyla koordine edilen Grönland Buzul Karotu Projesi (GRIP) 1992'de 3029 m'de ana kayaya ulaşırken, GRIP sahasından sadece 30 km kadar uzakta sondaj yapan Kuzey Amerika Grönland Buz Tabakası Projesi (GISP) 1993'te 3053 m derinlikte ana kayaya ulaşmıştır (Johnsen vd., 2001). Kar birikme oranlarının Grönland'dakinden daha düşük olduğu Antarktika'da çok daha uzun buzul karotları elde edilmiştir. En eski karot Batı Antarktika'nın iç kesimlerindeki Byrd İstasyonu'ndan (1968) elde edilmiş (Patenaude vd., 1959) ve bunu Antarktika Platosu'ndaki Concordia Araştırma İstasyonu Dome C'de (Lorius vd., 1979) ve Doğu Antarktik buz tabakasının merkezindeki Vostok İstasyonu'nda (Yiou vd., 1985) yapılan başarılı sondajlar izlemiştir. 1990'larda, Doğu Antarktika buzul tabakasındaki Taylor Dome'dan (Waddington, & Morse, 1994) ve Batı Antarktika'daki Siple Dome'dan (Trudinger vd., 1999) derin buzul karotları çıkarılmıştır. Bu karot serileri son buzul arası döneme kadar uzanmaktadır. Vostok sahasındaki daha ileri çalışmalar (Salamatin vd., 1998), 400 bin yıldan daha geriye uzanan kesintisiz bir kayıtle 3623 m uzunluğunda buzul karotunun elde edilmesini sağlamıştır. Daha yakın bir zamanda, Antarktika'da Buzul Karotu için Avrupa Projesi (EPICA), Concordia İstasyonu yakınlarındaki Dome C'den 3260 m kayıtlı derinliğe sahip ve sekiz tam buzul-buzullararası döngüyü kapsayan bir karot (EDC olarak bilinir) elde etmiştir (Bouchet vd., 2023). Buzul karotu serisinin yaşı yaklaşık 800 bin yıldır ve Vostok kaydının kapsadığı süreyi neredeyse iki katına çıkarır. Son yirmi yıl içinde Antarktika buz tabakasından başka karotlar da elde edilmiştir. Bunlar arasında Dronning Maud Land'daki (EPICA programının bir parçası olan ve EDML olarak bilinen) Kohlen Station karotu (Oerter vd., 2004), son buzul-buzul arası döngünün çok yüksek çözünürlüklü bir kaydı sağlamakta ve Grönland kayıtlarının ilk doğrudan güney karşılığını temsil etmektedir. Doğu Antarktika platosunun kenarından elde edilen Talos Dome karotu (Frezzotti vd., 2007), son iki buzul-buzul arası döngüsünü kapsayan yaklaşık 250 bin yıl öncesine kadar uzanmaktadır. Böylece, her iki yarımküredeki buzul tabakalarından, 1000 yıldan fazla kayıt içeren karotlar elde edilmiştir.

Mevcut buzul karotu verileri, kutup bölgeleri ve küresel atmosfer üzerindeki insan etkilerinin yanı sıra son 800 bin yıldaki buzul-buzullar arası iklim değişiklikleri hakkında bize önemli bilgiler sağlamaktadır. (Brook, 2005;

Mokhov, 2023). Ayrıca son Buzul Çağı sırasındaki ani iklim değişikliği ve son 10 bin yıldaki iklimin istikrarı hakkında muhteşem veriler sunmaktadır. Bu kutup sondaj programlarına ek olarak, orta enlemlerdeki yüksek rakımlı bölgelerdeki buzullardan da karotlar elde edilmiştir. Bunlar arasında Tibet Platosu'ndan, Afrika'dan (Kilimanjaro Dağı) ve And Dağları'ndan alınan karotlar bulunmaktadır (Thompson, 2000; Thompson vd., 2022). Bu buzul karotlarından elde edilen kayıtlar, kutuplardaki buzul tabakalarından elde edilenlerden çok daha kısadır ve tipik olarak yalnızca Holosen veya geç son soğuk dönemi içermektedir. Hem yüksek hem de alçak enlemlerde yapılan bu çeşitli araştırmalardan elde edilen veriler, geçmişteki küresel iklim değişikliği kalıpları ve oranları ile okyanus-atmosfer-yeryüzü sistemleri arasındaki bağlantılara ilişkin anlayışımızda bir devrim yaratmıştır.

Buzul buzu yıllık katmanlar halinde birikir ve yüksek enlemlerdeki buzul tabakalarından alınan karotların analizi bunların zengin paleoiklimsel kanıtlar içerdiğini göstermiştir. Buzulun yıllık artışları, bir yıl boyunca birikme ve erime arasındaki dengeyi yansıtır ve bu nedenle yıllık katmanların kalınlığındaki değişim, kış kar yağışı miktarı ve erime derecesi (yaz sıcaklık rejimleri tarafından belirlenir) vb. hakkında önemli bilgiler sağlayabilir. (Taylor vd., 2004; Kahle vd., 2021). Bununla birlikte, buzul üzerine yerleşen ve daha sonra buz katmanlarına karışan aerosol parçacıkları ve diğer egzotik malzemelerden daha ayrıntılı paleoiklimsel bilgiler elde edilebilir (Narcisi vd., 2005). Bunlar arasında volkanik veya çöl kaynaklı toz parçacıkları ve mikrobiyal veya diğer biyolojik materyaller (örneğin polen taneleri ve mantar sporları) bulunur. (Sigl vd., 2022). Bu çeşitli egzotik materyallerin göreceli bolluğu atmosferik dolaşımın, rüzgâr yönünün ve aerosol akışının şiddetini yansıtır. Buzul tabakalarının ve buzulların yıllık artışlarında korunan diğer paleoortamsal veri kaynakları arasında, buz kristalleri içindeki küçük hava kabarcıklarında sıkışan ve atmosferik gaz bileşimindeki hem kısa hem de uzun vadeli değişikliklere dair kanıt sağlayan eser gazlar (örneğin karbondioksit ve metan) ve yalnızca iklim değişikliği için bir veri olarak kullanılmakla kalmayıp aynı zamanda deniz ve kara kayıtları arasında korelasyon imkanı sunan kararlı izotoplar (özellikle oksijen izotopları) bulunmaktadır (Legrand & Mayewski, 1997; Song, 2023). Son olarak, buzul katmanlarında bulunan doğal ve yapay radyoaktif izotoplar, buzul karotlarının tarihlendirilmesi için bağımsız bir veri sağlamaktadır (Stauffer, 1989). Dolayısıyla buzul karotları, paleoortamsal koşulları belirlemek için kullanılacak önemli kanıtlar içermekte ve bu nedenle Kuvaterner paleoortamsal verilerinin en önemli arşivlerinden birini oluşturmaktadır.

Buzul Karotu Yöntemi

Antarktika ve Grönland'ın kutup platolarında ve düşük enlemlerli dağ bölgelerindeki yüksek rakımlarda kar, stratigrafik bir dizi halinde düzenli şekilde birikir. Bunlar zaman içerisinde üst üste birikerek sıkışır ve buzula dönüşür. Buzul karotları buzul içerisinde dikey sondajlar açılarak alınabilmektedir (Taylor vd., 2004). Bu karotları toplamak özel bir mühendislik işidir. Buzulda karot almak için kullanılan sondaj ekipmanı 1950'lerin sonunda ve 1960'ların başında geliştirilmiştir. Buzul deforme olabilen ve akan bir malzeme olduğundan, en güvenilir paleoiklim bilgilerini elde etmek için buzul karotu alınan yerler dikkatle seçilmelidir. En iyi sondaj yerleri genellikle mevcut yüzey yüksekliği ile aynı yükseklikte veya yakınında biriken buzulun elde edilebildiği ve incelleme nedeniyle yaş-derinlik eğrisinin bozulma derecesinin güvenilir bir şekilde modellenebildiği yerlerdir (Cuffey ve Clow, 1997). Buzul sadece dikey olarak birikmekle kalmaz, aynı zamanda buzul tabakasının merkezinden kenarlarına doğru yanal olarak da akar. Bu nedenle, buzul tabakası kubbesinin tepesinden alınan karotlar daha az deformasyona uğramıştır ve kenarlardan alınanlara göre daha uzun bir kayıt içermektedir (Parrenin vd., 2007).

Buzul karotları elde edildikten sonra laboratuvara taşınır ve burada karot üzerinde analizler yapılır. Bu analizler buzul karotu örnekleri üzerinde, sıkışmış gazların konsantrasyonunun ve izotopik bileşiminin ölçülmesinden; suyun içindeki hidrojen ve oksijen atomlarının izotopik oranının; eriyik suyundaki hacim ve eser elementlerin ve iyonların; çözünmeyen toz parçacıklarının sayısının, boyutunun ve element bileşiminin ölçülmesine kadar birçok analitik tekniği içerir.

Buzul Karotlarının Kullanım Alanları

Kutup ve ılıman bölge buzullarından elde edilen buzul karotları üzerinde yapılan araştırmalar, öncelikle buzul tabakası kütle dengesinden sorumlu mekanizmaları, buna bağlı deniz seviyesi değişimini ve buzul-buzul arası dönemler arasındaki geçişe yol açan süreçleri belirlemek için paleoiklim kayıtlarının belirlenmesine odaklanmıştır (Petit vd., 1999; Alley, 2002). 1990'lardan önce Grönland'dan toplanan buzul karotları, son buzul döngüsü boyunca iklim değişimlerini gösteren önemli kanıtlar sağlamıştır (Ruddiman ve Glover, 1972; Kvamme vd., 1989). Antarktika Vostok buzul karotundan elde edilen veriler, son 400 bin yıl boyunca sıcaklık ve sera gazları arasında açık bir korelasyon olduğunu göstermiş, bu da sera gazlarının bu dönemdeki sıcaklık gözlemlerine katkıda bulunduğunu kanıtlamıştır (Delmonte vd., 2004). Antarktika'da Avrupa Buzul Karotlama Projesi (EPICA) kapsamında Dome C'den elde edilen bir buzul karotu, bu kaydı 650 bin yıla kadar genişletmiştir ve

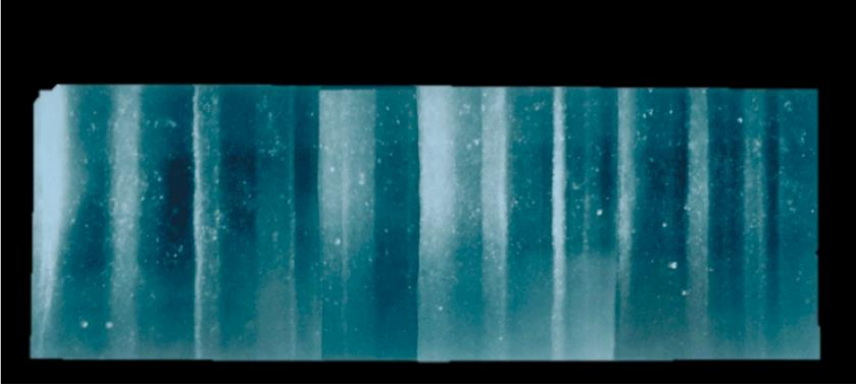
sonuçta 900 bin yıl yaşında bir gaz kaydı üretilmiştir (Siegenthaler vd., 2005). Buzul karotu kayıtlarından elde edilen bilgiler, iklimde gelecekte meydana gelebilecek değişikliklerin tahmin edilmesini sağlar ve bu değişikliklerin gezegenimizdeki toplumsal sorunları nasıl etkileyeceğini öngörmek için önemli veriler sunar. Buzul karotlarından elde edilen sera gazı kayıtları modern küresel ısınma sorunuyla ilgili olarak dikkat çekse de, buzda hapsolmuş havadaki ana gazlar (O_2 /Oksijen, N_2 /Nitrojen ve Ar/Argon), diğer soy gazlar ve bu gazların izotoplarından da aynı derecede önemli paleoortamsal bilgiler elde edilebilir (Campen vd., 2003; Bereiter vd., 2020).

Paleoklimatik bilgiler buzul karotlarından dört ana yaklaşımla elde edilmiştir. Bunlar (a) su ve atmosferik O_2 'nin kararlı izotoplarının; (b) buzdaki hava kabarcıklarından elde edilen diğer gazların; (c) firn ve buzuldaki çözünmüş ve partikül maddelerin; ve (d) firn ve buzulun fiziksel özelliklerinin analizini içermektedir (Lorius, 1991; Raynaud vd., 1993). Her bir yaklaşım aynı zamanda buzul karotlarında derinlerdeki buzulun yaşını tahmin etmek için bir yöntem sağlamıştır.

Yıllık kar birikimleri, birçok buzul kütesinin üst kısımlarında belirgin katmanlar olarak gözlemlenebilir ve bunlar ortamsal değişim için yüksek çözünürlüklü bir kronoloji sağlar (Alley vd., 1997; Song, 2023) Yıllık katmanlaşma hem kutup buzul tabakalarında (Taylor vd., 2004) hem de tropik bölgelerdeki yüksek dağların zirvelerinde bulunanlar gibi daha küçük buzul kütlelerinde gözlemlenmiştir (Vimeux vd., 2009). Buzul karotu kronolojileri, buzul-buzul arası dönemlerdeki iklim değişikliği için bir zaman ölçeği oluşturmak (Alley, 2000) ve Holosen iklimatik ve diğer (örn. volkanik) olayların tarihlendirilmesi için özellikle önemlidir (Zielinski vd., 1997). Görsel stratigrafi, bir buzul karotundaki yıllık artışları tanımlamada ilk aşamayı sağlar ve doğru kronoloji, buzul karotu kayıtlarını geçmişteki ortamsal değişiklikleri incelemek için kullanmanın, özellikle de buzul karotu kayıtlarının özelliklerini diğer yerlerden elde edilen verilerle karşılaştırmanın anahtarıdır.

Yıllık katman sayımı en güçlü ve en iyi bilinen tekniktir. Bir buzul tabakasının yüzeyine yakın yerlerde, buzulun yıllık tabakaları daha koyu ve daha açık katmanlardan oluşur (Şekil 1; Kahle vd., 2021). Kış katmanları daha açık renkliken, yaz mevsimindekiler daha koyudur, yazın daha düşük birikme ve kısmi erime oranı daha yüksek bir kirlilik konsantrasyonuna ve dolayısıyla kış katmanlarına kıyasla daha koyu bir renge yol açar. Derinlik arttıkça yıllık katmanlar daha yakın aralıklı hale gelir ve giderek daha fazla deforme olur ve dağılırlar, mevsimsel artışların netliği azalır, dolayısıyla tek tek katmanlar arasında ayırım yapmak ve yıllık değişimleri ayırt etmek daha zor hale gelir. Çünkü katmanlar biriken aşırı yükün basıncı ve akış deformasyonunun bir sonucu

olarak incelik ve bozulurlar (Sinnl vd., 2021). Bu nedenle genel olarak, buzul karotlarının daha eski bölümlerinin tarihlendirilmesi başka yöntemlere dayanmakta ve tarihler farklı belirteçlerin birleştirilmesiyle elde edilmektedir (Rasmussen vd., 2006). Dolayısıyla buzulun görsel stratigrafisindeki değişikliklere ek olarak, mevsimsel katmanlaşma, kararlı izotop oranları ($\delta^{18}\text{O}$, δD), elektriksel iletkenlik ölçümleri, toz içeriği, mikropartikül içeriği ve kimyasal element bileşimi gibi fiziksel ve/veya kimyasal parametrelerin ölçümleri ile de tespit edilebilir ve buzul karotlarını tarihlendirmek için kullanılabilir (Alley vd., 1997; Meese vd., 1998). Kış aylarında meydana gelen daha büyük soğuma nedeniyle, kış karında yaz karına göre çok daha düşük $\delta^{18}\text{O}$ konsantrasyonları bulunur. Böylece yıllık katman kalınlığı, karotun tepesinden aşağıya doğru yüksek ve düşük $\delta^{18}\text{O}$ değerlerinin her bir çiftinin sayılmasıyla belirlenebilir (Sime vd., 2009).



Şekil 1. Yıllık buzul tabakaları (Mattavelli, 2016).

Buzul karotlarındaki çeşitli parametrelerin bağımsız olarak tarihlendirilmiş diğer çeşitli kayıtlarla ilişkilendirilmesi de buzul karotu kronolojilerinin oluşturulmasına yardımcı olabilir. Örneğin, yaş tahminleri buzul dinamikleri bilgisine dayanan teorik buzul akışı modellerinden elde edilebilir (Cuffey ve Clow, 1997). Bu yöntem genellikle volkanik patlamalardan kaynaklanan tefra ve sülfat, kozmojenik nüklitler (örn. ^{10}Be , ^{14}C) ve jeomanyetik olaylar gibi işaret horizonlarının buzul karotu kronolojisi için sabitleme noktaları sağlamak üzere kullanılmasıyla birleştirilir (Parrenin vd., 2007; Sinnl vd., 2023). Buzul karotlarındaki yüksek volkanik sülfat değerleri, tarihsel olarak bilinen volkanik patlamaların tarihleriyle ilişkilendirilebilir ve katman sayma kronolojileri üzerinde son derece önemli bir kontrol sağlar (Meese vd., 1994). Buzul karotundaki kozmojenik izotoplardaki (örn. ^{10}Be) değişimler, ağaç halkası ^{14}C kayıtlarındaki iyi tarihlendirilmiş salınımlarla ilişkilendirilebilir (Wagner vd.,

2001; Taylor vd., 2004). Alternatif olarak, buzul karotlarındaki izotopik olarak tanımlanmış olaylar, deniz karotlarındaki veya mağara speleotem kayıtlarındaki bağımsız olarak tarihlendirilmiş olaylarla (radyokarbon veya U serisi tarihlendirmeye dayalı) ilişkilendirilebilir ve buzul karotu zaman ölçeği daha sonra bu yaş ölçümleri kullanılarak kalibre edilebilir (Shackleton vd., 2004; Wang vd., 2017). Diğer yöntemler arasında, buzul karotlarından elde edilen atmosferik eser gazlar (örneğin metan) gibi dolaylı iklim kayıtlarının, astronomik hesaplamalara dayanan bağımsız bir kronolojiye sahip olan dünyanın yörünge parametrelerindeki değişikliklerle eşleştirilmesi yer almaktadır (Song, 2023) Sıcaklık, güneş ışığı veya atmosferik dolaşımın mevsimsel değişimi nedeniyle, birçok eser maddenin veya izotopun konsantrasyonu buzul karotlarında döngüsel değişimler göstermektedir. Bu değişimler düzenli bir şekilde ortaya çıkarsa ve ölçümlerle yeterince çözümlenirse, yıllık katmanlar binlerce yıl geriye doğru sayılabilir.

Su moleküllerinin izotopik bileşiminin, çözünür ve çözünmeyen parçacıkların kimyasının ve hava kabarcıklarında sıkışan gazların analiziyle geçmişteki iklimik ve atmosferik değişimler belirlenebilir (Dansgaard vd., 1973; Fischer vd., 2021). Yukarıda bahsedilen yöntemlerle tarihlendirilebilen bu buzul karotu kayıtları, diğerlerinin yanı sıra, atmosferik eser gazlar, atmosferik toz ve volkanik aerosollerdeki değişikliklere dair kanıtlar sağlamaktadır (Hammer vd., 1997). Ayrıca, Roma ve Ortaçağ bakır eritme işlemlerinden kaynaklanan kirlilikten son 200 yıldaki endüstriyel faaliyetlerden kaynaklanan atmosferik sera gazı içeriğindeki büyük değişikliklere kadar insan faaliyetlerine dair kanıtlar da içermektedirler (Raynaud vd., 2000).

Buzul karotlarının belki de en benzersiz yönü, yüzeydeki kar yağışı buzula dönüştüğünde eski atmosferi hapsedmeleridir (Şekil 2). Bunun bir sonucu olarak buzul tabakalarının içinde, buzul tabakalarına düşen yağışlardaki oksijen ve hidrojen izotoplarının oranlarındaki değişikliklerin sürekli bir kaydı bulunmaktadır (Thompson vd., 2022). Bu izotopların parçalanması büyük ölçüde sıcaklığa bağlı olduğundan, izotopik profillerdeki dalgalanmalar küresel iklimdeki değişimleri yansıtır (Johnsen vd., 2001). Kararlı izotopların (özellikle döteryum ve ^{18}O) incelenmesi paleoiklim araştırmalarının ana odak noktasıdır. Çalışmaların çoğu buzul ve firindeki kararlı izotop değişimleri ve okyanus karotlarından elde edilen deniz faunasının analizleri üzerinedir (Abell vd., 1995). Bununla birlikte, speleotomler (sarkıt ve dikitler), ağaç halkaları, ostrakodlar ve turba gibi diğer doğal izotop kaydedicilere de giderek daha fazla ilgi gösterilmektedir (Yu vd., 2021). Hava kabarcıklarındaki oksijen ($\delta^{18}\text{O}_{\text{atm}}$) büyük ölçüde okyanus suyunun $\delta^{18}\text{O}$ içeriğini barındırır ve dolayısıyla toplam buzul hacminin bir göstergesidir. $\delta^{18}\text{O}$ içeriği aynı zamanda su döngüsüne ve biyosfer

üretkenliğe de bağlıdır (Landais vd., 2010). Bu nedenle gerçekleşen değişimler okyanus karot kayıtlarında kaydedilen izotopik değişimlerle büyük ölçüde paraleldir, ancak buzul karotlarında stratigrafik çözünürlük seviyesi belirgin şekilde daha yüksektir. Gerçekten de, özellikle Grönland'dan elde edilen çok yüksek çözünürlüklü izotopik kayıtlar, iklim değişikliklerinin tek tek yıllarla ölçülebilen zaman aralıklarında tespit edilmesini sağlamaktadır (Johnsen vd., 2001).



Şekil 2. Buzul içerisindeki hava baloncukları (Brook, 2013)

Genel olarak, her iki yarımküreden elde edilen izotop kayıtları, soğuk buzul ve sıcak buzul arası dönemler arasındaki iyi bilinen döngüleri göstermektedir (Sjolte vd., 2020). Bu zaman dilimlerindeki deniz ve diğer tortul iklim kayıtlarıyla ortak olarak, buzul karotu kayıtları güçlü bir döngüsellığe işaret etmektedir. Grönland (GRIP ve GISP2) ve Antarktika (Vostok) buzul karotlarından elde edilen $\delta^{18}\text{O}$ ve δD profillerinin spektral analizi, hem presesyon hem de eksen eğikliği ile bağlantılı Milankovitch döngülerinin varlığını ortaya koymaktadır (Mokhov, 2023). 19 ve 23 bin yıllık presesyon döngüleri Grönland verilerinde daha güçlü bir şekilde temsil edilirken, 41 bin yıllık (eksen eğikliği) döngüler Antarktika izotopik profillerinde daha net bir şekilde görünür (Yiou vd., 1997). Vostok $\delta^{18}\text{O}$ ve δD sinyallerinden belirlenen ve 420 bin yılına kadar uzanan bir sıcaklık kaydı, hem 41 hem de 100 bin yılda yörüngesel periyodikliklerin kanıtlarını göstermektedir (Petit vd., 1999). Antarktika δD kaydının, küresel buzul-buzul arası koşulları yansıtan deniz kararlı izotop kaydına benzerliği, Antarktika buzul karotu kaydının küresel iklimdeki uzun vadeli eğilimlerin uygun bir göstergesi olduğunu kanıtlamaktadır (Jaccard vd., 2010).

Buzul karotu örneklerinin kimyasal bileşimi, geçmişteki yüz binlerce yıl boyunca gerçekleşen atmosferik dolaşımdaki değişiklikler, toz yükü, volkanik patlamalar, biyolojik aktivite, çevre üzerindeki insan etkisi ve diğer birçok olay hakkında veri sağlar. Buzul buzunda bulunan maddeler arasında hava kabarcıklarında hapsolmuş gazlar, çözünebilir gazlar ve buzulda çözülmüş asitler ve aerosollerden (havada asılı duran partikül madde) kaynaklanan çözünebilir ve çözünemez maddeler yer alır (Morgan vd., 2022). Aerosollerin doğal kaynakları arasında deniz spreyi, volkanik emisyonlar, orman ve otlak yangınları, mineral tozu ve biyojenik emisyonlar yer almaktadır. Aerosoller ayrıca doğrudan fosil yakıtların yakılması ve araziyi temizlemek için biyokütle yakılması gibi insan faaliyetlerinden ve dolaylı olarak toprağı rüzgâr erozyonuna maruz bırakan arazi kullanım değişikliklerinden kaynaklanır (Thompson, 2000; Nicewonger vd., 2018). Çeşitli alanlarda yapılan kimyasal ölçümler, atmosfer üzerindeki insan etkisini ortaya koymaktadır. Örneğin, Grönland buzulundaki kurşun konsantrasyonu kayıtları endüstriyel kurşunun büyük etkisini ortaya koymaktadır (Sapart vd., 2012). Aerosoller, biyojeokimyasal döngü ve iklim zorlaması gibi kritik ortamsal süreçleri etkileyen Dünya sisteminin önemli bir parçasıdır (Abyzov, 1993; Campen vd., 2003). Aerosoller Dünya'nın radyasyon dengesini de etkilediğinden (Menon vd., 2002), aerosol özelliklerinin ve konsantrasyonlarının bugün atmosferde nasıl değiştiğini ve geçmişte nasıl değişmiş olabileceğini araştırmak, Dünya sistemini ve gelecekte nasıl gelişeceğini anlamak açısından büyük önem taşır.

Havadaki aerosollerle ilgili modern çalışmalarda olduğu gibi, bir buzuldaki farklı buzul katmanlarında bulunan çözünmez mikropartiküllerin kaya türü ve kimyasal bileşimi, bu mikropartiküllerin kökeni hakkında önemli bilgiler sağlar (Mokhov, 2023). Buzul dönemlerine özgü soğuk ve kuru koşullar hidrolojik döngüyü ve yağış oranını azaltmıştır. Yağışların azalması ve bitki örtüsü yoğunluğunun düşmesi aerosollerin ve tozun kalma süresini artırarak uzak mesafelere dağılmalarını sağlamıştır (Sugden vd., 2009). Bu durum, buzul dönemlerindeki toz konsantrasyonlarının buzul arası dönemlere göre 50 kat daha fazla olduğunu gösteren Vostok buzul karotundan elde edilen toz kayıtlarında ortaya çıkmaktadır (Petit vd., 1999). Vostok karotundaki tozun izotopik (Sr/Stronsiyum ve Nd/Neodimyum) bileşimi toz içeriğinin Güney Amerika'nın Patagonya bölgesinden kaynaklandığını göstermektedir (Delmonte vd., 2004). Rüzgârla savrulan toz partikülleri aynı zamanda buzul karotlarının önemli bir stratigrafik bileşenidir. Toz konsantrasyonunun derinlikle değişimi üzerine yapılan çalışmalar, buzdaki toz konsantrasyonunun mevsimsel olarak değiştiğini ve dolayısıyla bir buzul karotu boyunca yıllık toz döngülerinin ölçülmesinin yıllık kar birikimi katmanlarının belirlenmesine yardımcı olabileceğini göstermiştir.

Toz partiküllerinin konsantrasyonu partikül sayacı ve lazer ışık saçılımı (LLS) kullanılarak ölçülebilir (Ram vd., 2012). Toz içeriği ayrıca elektriksel iletkenlik ölçümleri (ECM) veya buzun dielektrik özelliklerinin (DEP) ölçümleri kullanılarak da belirlenebilir (Taylor vd., 1993).

Buzul karotları daha uzun zaman ölçeklerinde, çözünebilir kimya, volkanik sülfat birikimindeki yüksek değerler yoluyla büyük volkanik patlamaların etkilerini kaydeder (Sigl vd., 2022). Volkanik patlamalardan kaynaklanan asit yağışları (esas olarak sülfürik asit), elektrik iletkenlik ölçümleri ve iyon analizleri ile kolaylıkla tespit edilebilir (Udisti vd., 2000). Bu veriler, patlamaların sıklığı ve büyük volkanik patlamaların iklim üzerindeki etkileri hakkında bilgi sağlar ve patlama olayının yaşı bilindiğinde, buzul karotu kronolojisinin bağımsız olarak test edilmesini sağlar. Böylece, volkanik katmanlar örneğin kimyasal işaret ile belirli bir patlamaya kesin olarak atfedilebilirse, buzul karotları tefrakronoloji ile senkronize edilebilir (Narcisi vd., 2005). Bunun yanı sıra volkanik patlamalar, patlama yoğunluğuna ve magma bileşimine bağlı olarak atmosferde farklı yüksekliklere büyük miktarlarda partikül madde ve gaz (özellikle SO₂/Sülfür dioksit) yayar (Plach vd., 2024). SO₂'nin atmosferik oksidasyonundan ve gaz-partikül dönüşümlerinden oluşan sülfat aerosolleri, özellikle stratosfere (üst atmosfer) enjekte edildiğinde bölgesel ve küresel ölçeklerde taşınır ve alpin buzullarda ve kutup buzul tabakalarında birikir. Sülfat, buzul karotu stratigrafisi, volkanik patlamaların atmosferik aerosol yükü üzerindeki etkisini ve buna bağlı iklim etkilerini yorumlamak için kullanılabilir. Volkanik aerosoller, SO₄²⁻ 'ye (Sülfat) ek olarak Cl⁻ (Klor) ve F⁻ (Flor) dâhil olmak üzere genel iyonik bütçeye başka türler de katabilir (Herron, 1982). Kuzey Yarımküre'de, özellikle İzlanda ve Kuzey Pasifik bölgelerinden olmak üzere, birkaç buzul karotu konumu hem küresel hem de bölgesel ölçekli patlamaları kaydetmektedir (Zielinski vd., 1994). Güney Yarımküre'de, kıyı ve Batı Antarktika bölgelerinden elde edilen buzul karotu kayıtları da küresel ve bölgesel patlamaların bir karışımını göstermektedir (Kurbatov vd., 2006). Sülfatın izotopik analizi kaynaklar arasında ayırım yapmak için kullanılabilir. Örneğin, Batı Antarktika'da volkanik ve stratosferik sülfat kaynakları baskınken, Doğu Antarktika'da deniz kaynakları daha baskındır (Zielinski vd., 1994; Castellano vd., 2005). Buna ek olarak, buzul karotu volkanik patlama geçmişleri iklim modellerine girdi olarak iklim tetikleyici faktörlerinin tahminlerinde sıklıkla kullanılmaktadır.

Grönland buzul karotu kayıtları, Kuzey Atlantik bölgesinde son buzul arası döneme kadar uzanan iklim değişikliğinin oldukça ayrıntılı bir kaydını sunmaktadır. Antarktika'da ise çok daha uzun bir zaman dilimini kapsayan buzul karotları elde edilmiştir. Şimdiye kadar incelenen en eski buzul EPICA karotunun tabanında yer almaktadır ve GÖ 960 ± 20 bin yıla tarihlenmektedir (Oerter vd.,

2004; Klüssendorf vd., 2024). Dolayısıyla iklimsel kayıt sekiz buzul-buzul arası döngüden daha geriye uzanmaktadır. EPICA karotundan elde edilen sıcaklık profili (δD) karbondioksit (CO_2), metan (CH_4) ve aerosollere ait veriler mevcuttur. En yüksek CO_2 ve CH_4 karışım oranları buzul arası dönemde, en düşük oranlar ise buzul maksimumu döneminde görülmektedir (Masson vd., 2000). Bu kayıtlarda yansıtılan 100 bin yıllık periyodiklik, uzun vadeli iklim değişikliğine ilişkin Milankovitch hipotezinin belirgin bir şekilde doğrulanmasını sağlamaktadır (Mokhov, 2023). Bununla birlikte, CO_2 ve CH_4 ile δD profilleri arasındaki dikkate değer korelasyon, eser gazların da başlangıçtaki yörüngesel etkilerin güçlendiricileri olarak önemli olduğunu göstermektedir. Bu kayıt aynı zamanda iklimsel değişikliklerle ilişkili olarak okyanus ve kıta biyosferik karbon rezervuarlarının dinamiklerini de yansıtmaktadır.

Anyonlardaki ve daha az ölçüde bazı katyonlardaki mevsimsel değişimler birçok buzul karotu dizisinde tespit edilmiştir ve örneğin Ca^{2+} (Kalsiyum), NH_4^+ (Amonyum) ve H_2O_2 'nin (Hidrojen peroksit) değişen konsantrasyonları mevsimsel buzul artışlarının belirlenmesini sağlar ve bu nedenle buzul karotu kronolojilerinin oluşturulması için önemlidir (Sigl & McConnell 2022). Buzul karotu NH_4^+ (Amonyum) konsantrasyonları öncelikle bitkilerden, topraktan ve hayvanlardan kaynaklanan biyolojik amonyak emisyonlarından, bakteriyel ayrışmadan, biyolojik materyallerin yakılmasından (orman ve ot yangınları) ve potansiyel olarak deniz biyolojik emisyonlarından kaynaklanmaktadır. Yüksek enlemlerli Kuzey Yarımküre'de NH_4^+ yağışlarda önemli miktarlarda bulunur ve buzul karotu zaman serileri boreal bölgedeki orman yangınlarının geçmişini belirlemek için kullanılmıştır (Savarino ve Legrand, 1998). Daha uzun (buzul-buzularası) zaman ölçeklerinde, Grönland'daki NH_4^+ konsantrasyonları esas olarak topraktan kaynaklanan kıtasal biyojenik emisyonlarla ilişkilidir. Grönland Buz Tabakası Projesi 2 (GISP2) karotundaki NH_4^+ konsantrasyonları üzerine yapılan bir çalışmada (Meeker vd., 1997), yörünge parametrelerinin (presesyon döngüsüyle ilişkili yaz zorlaması) ve buzul hacminin son 110 bin yıl boyunca kıtasal biyojenik emisyonlar üzerinde güçlü bir kontrol uyguladığı bulunmuştur (Hansson & Holmén, 2001)

ECM, buzun elektrik akımını iletme kabiliyetini kaydederek buzul asiditesinin sürekli bir kaydını sağlar (Hammer, 1980). Bu kaydı elde etmek için buzul karotunun yüzeyine temas eden iki elektrot arasında büyük bir potansiyel farka sahip bir akım geçirilir (GRIP'de 1250 V ve GISP2 buzul karotlarında 2100 V kullanılmıştır) (Taylor vd., 1993). Buzul volkanik patlamalardan kaynaklanan güçlü asitler içerdiğinde ECM değerleri yükselirken; alkali kıtasal toz veya amonyak (örneğin biyokütle yanmasından kaynaklanan) içeren katmanlarda ECM değerleri düşmektedir (Taylor vd., 1993). $CaCO_3$ tozunun birikimindeki

değişiklikler ECM'deki büyük değişikliklerle ilişkilidir ve kaynak bölgesindeki veya taşıma ve biriktirme süreçlerindeki değişiklikleri yansıtmaktadır. ECM'deki belirgin değişiklikler, GISP2 buzul karotundaki soğuk buzul dönemlerinden, daha sıcak ara dönemlere geçişleri karakterize etmektedir. Volkanik kökenli ECM iletkenliğinde daha yüksek değerlerin ortaya çıkması, volkanik patlama tarihinin bilindiği mevsimsel tarihlemenin kontrol edilmesine olanak tanır ve ayrıca yüksek iletkenlik değerlerinin modelini eşleştirerek karotlar arasındaki tarihlendirmenin çapraz korelasyonuna olanak tanır (Udisti vd., 2000). Ana asitlik zirveleri belirlendikten sonra bunlar tüm buzul tabakası üzerinde kritik referans seviyeleri olarak kullanılabilir ve büyük patlamalardan kaynaklanan volkanik toz (tefra) tabakası farklı bölgeler arasında ilişkilendirilebilirse kronostratigrafik işaretler de sağlayabilir (Hammer, 1980; Parenin vd., 2012). Örneğin GISP2 (Grönland) buzul karotunda, 52.680 ± 5000 yıl önceki bir İzlanda patlamasından gelen volkanik parçacıklar, Kuzey Atlantik'teki birçok deniz tortusu kaydında bulunan Z2 tefrası ile eşleştirilmiştir (Kvamme vd., 1989; Zielinski vd., 1997).

Buzul karotlarından paleosıcaklık değişimlerini elde etmek için alternatif bir yöntem, sondaj deliği termometrisi olarak adlandırılan bir yaklaşımla, özel olarak tasarlanmış termistörleri (Termistör, sıcaklığa bağlı olan elektrik direnci ölçümleri yoluyla sıcaklık değişimlerini otomatik olarak kaydeden bir sensördür) sondaj deliğinden aşağı indirerek buzdaki katmanların sıcaklığını doğrudan ölçmektir (Moran & Mendal, 2002) Hava, buz tabakasının yüzey katmanından yayıldıkça buz, günümüz iklim koşullarına uygun bir sıcaklık kazanır. Buz zayıf bir iletken olduğundan, daha sonraki katmanların altına gömüldükten sonra da bu sıcaklığı korur. Dolayısıyla, birbirini izleyen her buzul tabakası, olduğu andaki ortam iklim koşullarının bir hafızasını muhafaza eder (Johnsen vd., 1995). Bu durum jeotermal ısı akışı, yerel buzul akışı modeli ve buzul birikim hızı gibi diğer faktörler tarafından değiştirilebilir, ancak bunlar modern yüzey sıcaklığı değişimleri ve buz tabakasının yaş-derinlik profili bilgisi ile düzeltilebilir (Dahl-Jensen vd., 1998). Sondaj kuyusu termometrisi, izotopik ölçümlerden elde edilenlerle genel olarak uyumlu paleosıcaklık rekonstrüksiyonları üretir ve Son Buzul Maksimumu, Holosen İklim Optimumu, Ortaçağ Sıcak Dönemi ve Küçük Buzul Çağı gibi farklı iklim olaylarını net bir şekilde çözebilir. Ancak karot altındaki artan istatistiksel belirsizlikler bu yöntemin uygulanmasını son 50 bin yıl ile sınırlamaktadır (Dahl-Jensen vd., 1998). Modelleme çalışmaları, sondaj kuyusu paleotermometrisinin yalnızca tutarlı sıcaklık tahminlerinin çıkarılmasını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda bunların mevsimsellik etkileri nedeniyle yanlış olabilecek izotopik paleosıcaklık rekonstrüksiyonları için bir düzeltme oluşturabileceğini doğrulamaktadır (Werner vd., 2000). Sondaj deliği

paleotermometrisi başka paleoglasyojik bilgiler de sağlayabilir. Örneğin, Batı Antarktika buzul tabakasının tabanında alışılmadık derecede yüksek jeotermal ısı akışı oranlarını ortaya çıkarmıştır, bu da bazı hızlı akan buz akıntılarının yerlerinin belirlenmesini sağlamış ve ayrıca Antarktika Yarımadası'nın son yüzyılda küresel olarak ortalama ısınma oranından daha hızlı ısındığını ortaya koymuştur (Barrett vd., 2009). Özellikle, sondaj kuyusu sıcaklıklarının analizleri, buzul karotu alanlarındaki paleo yüzey sıcaklıklarının uzun vadeli ortalamaları ve dolayısıyla kalıcı iklim durumları arasındaki önemli geçişlerin büyüklüğü için en ikna edici tahminleri sağlamaktadır. Geç Kuvaterner'deki sıcaklık geçmişinin çok yıllık en kapsamlı ve doğru rekonstrüksiyonları, sondaj sıcaklığı analizlerinin buzul ve gazların kararlı izotop analizleriyle birleştirilmesiyle elde edilmiştir (Cuffey ve Brook, 2000). Sondaj termometrisi yönteminin değerinin temel nedeni, ölçülen değişken sıcaklığın, yeniden oluşturulan değişkenin dolaylı bir kalıntısı değil, doğrudan bir kalıntısı olmasıdır.

Sonuçlar

Neredeyse tüm Kuvaterner tortulları, birikim şekilleri ve genellikle tortulların biriktiği iklim rejimi hakkında önemli ipuçları içerir. Bu bilgiler, çeşitli fiziksel ve kimyasal yöntemlerin uygulanmasıyla ve günümüzde gözlemlenebilen sedimantolojik süreçlere benzetilerek stratigrafik kayıtlardan çıkarılabilir. Saha ve laboratuvar yöntemlerindeki teknolojik gelişmeler, belki de en iyi örneğini dünyanın buzul tabakalarından karotların çıkarılması ve analiz edilmesinde gördüğümüz üzere, küresel iklim sisteminin işleyişini on yıllardan binlerce bin yıla kadar değişen zaman ölçeklerinde anlamamızda kayda değer ilerlemeler sağlamıştır. Sedimanter kanıtların nadiren tek başına doğru bir şekilde değerlendirilebileceği vurgulanmalıdır. Örneğin, buzul çökellerinin, periglasyal tortuların veya plüviyal göl tartularının analizinde, stratigrafik kayıt, mümkün olan her yerde, peyzaj veya iklim değişikliğinin bir sentezini oluşturmak için jeomorfolojik kanıtlar ve fosil kayıtları ile bütünleştirilmelidir.

Kutuplarda veya yüksek dağlardaki buzul tabakalarında biriken katmanlı kar ve buzul birikimlerinin içinden açılan karotlar, geçmiş iklimin olağanüstü ayrıntılı bir şekilde belirlenmesine olanak sağlamaktadır. Buzuldaki hidrojen ve oksijen izotoplarının oranları eski sıcaklıkların bir indeksini sağlarken, toz içeriği küresel rüzgar gücünü ve kuraklığı, buzulun asitliği ise büyük volkanik patlamaların bir göstergesini sağlar. Ayrıca, kar biriktikçe ve sıkıştırılarak buzul haline geldikçe, metan (CH₄) ve CO₂ içerikleri karotlardan ölçülebilen hava kabarcıklarını hapsederek bu sera gazlarının değişen konsantrasyonlarının bir kaydını sağlar. Bu sadece iklimin doğal faktörler nedeniyle değiştiği uzun zaman

ölçekleri için değil, aynı zamanda fosil yakıt yakma ve diğer insan etkileriyle ilişkili son yüzyıllardaki değişiklikler için de geçerlidir.

Buzul karotu araştırmaları en başta kronostratigrafik ve paleoiklimsel özelliklerin belirlenmesi açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bunların yanı sıra elde edilen diğer veriler sayesinde paleoortamsal değişimlere geniş bir bakış açısı sağlamak ve diğer paleoortamsal verilerle karşılaştırma imkânı vermektedir. Böylece buzul karotu araştırmaları küresel olarak meydana gelen paleocoğrafik değişimlerin belirlenmesine önemli katkılar sunmaktadır. Bu alandaki araştırmaların artırılması paleoortamsal kayıtları zamanda daha da geriye götürecektir ve ayrıca iklimsel ve ortamsal değişimin evrimi hakkında daha ayrıntılı mekansal-zamansal bilgiler sağlayacaktır.

Kaynakça

- Abell, P.I., Amegashitsi, L. & Ochumba, P.B.O. (1995). The shells of *Etheria elliptica* as recorders of seasonality at Lake Victoria. *Palaeogeography, Palaeoclimatology, Palaeoecology*, *119*, 215–19.
- Abyzov, S.S. (1993). Microorganisms in the Antarctic ice. In: Friedmann EI (Eds.) *Antarctic Microbiology*, pp. 265–295. New York: Wiley-Liss.
- Alley, R.B. (2000). The Younger Dryas cold interval as viewed from central Greenland. *Quaternary Science Reviews*, *19*, 213–26.
- Alley, R.B. (2002). *The Two-Mile Time Machine: Ice Cores, Abrupt Climate Change, and Our Future*. Princeton: Princeton University Press.
- Alley, R.B., Shuman, C.A., Meese, D.A., Gow, A.J., Taylor, K.C., Cuffey, K.M., Fitzpatrick, J.J., Grootes, P.M., Zielinski, G.A., Ram, M., Spinelli, G. & Elder, B. (1997). Visual-stratigraphic dating of the GISP2 ice core: basis, reproducibility, and application. *Journal of Geophysical Research*, *102*, 26367–82.
- Barrett, B.E., Nicholls, K.W., Murray, T., Smith, A.M., & Vaughan, D.G. (2009). Rapid recent warming on Rutford Ice Stream, West Antarctica, from borehole thermometry. *Geophysical Research Letters*, *36*(2).
- Bereiter, B., Tuzson, B., Scheidegger, P., Kupferschmid, A., Looser, H., Mächler, L., ... & Emmenegger, L. (2020). High-precision laser spectrometer for multiple greenhouse gas analysis in 1 mL air from ice core samples. *Atmospheric Measurement Techniques*, *13*(11), 6391-6406.
- Bouchet, M., Landais, A., Grisart, A., Parrenin, F., Prié, F., Jacob, R., ... & Yang, G.M. (2023). The Antarctic Ice Core Chronology 2023 (AICC2023) chronological framework and associated timescale for the European Project for Ice Coring in Antarctica (EPICA) Dome C ice core. *Climate of the Past*, *19*(11), 2257-2286.
- Brook E.J. (2005). Tiny bubbles tell all. *Science*, *310*, 1285–1287.
- Brook, E.J. (2013). Overview. In Elias, S. A. (Eds.) *Encyclopedia of Quaternary Science*. Amsterdam: Elsevier. 278–287.
- Castellano, E., Becagli S., Hansson M., Hutterli, M., Petit, J.R., Rampino, M.R., ... & Udisti, R. (2005). Holocene volcanic history as recorded in the sulfate stratigraphy of the European Project for Ice Coring in Antarctica Dome C (EDC96) ice core. *Journal of Geophysical Research*, *110*, D06114.
- Campen, R.K., Sowers, T., & Alley, R.B. (2003). Evidence of microbial consortia metabolizing within a low-latitude mountain glacier. *Geology*, *31*, 231–234.

- Cuffey, K.M. & Brook, E.J. (2000). Ice sheets and the ice core record of climate change. In: Jacobsen MC, Charlson RJ, Rodhe H, and Orians GH (Eds.) *Earth System Science: From Biogeochemical Cycles to Global Change*, pp. 459–497. Academic Press.
- Cuffey, K.M. & Clow, G.D. (1997). Temperature, accumulation, and ice sheet elevation in central Greenland through the last deglacial transition. *Journal of Geophysical Research*, 102, 26383–26396.
- Cuffey, K.M., & Paterson, W.S.B. (2010). *The physics of glaciers*. Academic Press.
- Dansgaard, W., Johnsen, S.J., Clausen, H.B., & Gundestrup, N. (1973). Stable isotope glaciology. *Meddelelser om Gronland*, 197, 1-53.
- Dahl-Jensen, D., Mosegaard, K., Gundestrup, N., Clow, G.D., Johnsen, S.J., Hansen, A.W., & Balling, N. (1998). Past temperatures directly from the Greenland ice sheet. *Science*, 282, 268–271.
- Delmonte, B., Basile-Doelsch, I., Petit, J.R., Maggi, V., Revel-Rolland, M., Michard, A., ... & Grousset, F. (2004). Comparing the Epica and Vostok dust records during the last 220,000 years: Stratigraphical correlation and origin in glacial periods. *Earth-Science Reviews*, 66, 63–87.
- Fischer, H., Blunier, T., & Mulvaney, R. (2021). Ice cores: Archive of the climate system. *Glaciers and Ice Sheets in the Climate System: The Karthaus Summer School Lecture Notes*, 279-325.
- Frezzotti, M., Urbini, S., Proposito, M., Scarchilli, C., & Gandolfi, S. (2007). Spatial and temporal variability of surface mass balance near Talos Dome, East Antarctica. *Journal of Geophysical Research: Earth Surface*, 112(F2).
- Gow, A.J., Epstein, S., & Sheehy, W. (1979). On the origin of stratified debris in ice cores from the bottom of the Antarctic Ice Sheet. *Journal of Glaciology*, 23, 185-192.
- Gow, A.J., Meese, D.A., Alley, R.B., Fitzpatrick, J.J., Anandakrishnan, S., Woods, G.A., & Elder, B.C. (1997). Physical and structural properties of the GISP2 ice core: a review. *Jour. Geophys. Research*, 102C, 26559-26575.
- Hammer, C.U. (1980). Acidity of polar ice cores in relation to absolute dating, past volcanism, and radio-echoes. *Journal of Glaciology*, 25(93), 359-372.
- Hammer, C.U., Mayewski, P., Peel, D. & Stuiver, M. (1997). Greenland Summit Ice Cores. Greenland Ice Sheet Project 2/Greenland Ice Core Project. *Journal of Geophysical Research*, 102(26), 315–886.
- Hansson, M., & Holmén, K. (2001). High latitude biospheric activity during the last glacial cycle revealed by ammonium variations in Greenland ice cores. *Geophysical research letters*, 28(22), 4239-4242.

- Herron, M.M. (1982). Impurity sources of F-, Cl-, NO₃- and SO₄-2 in Greenland and Antarctic precipitation. *Journal of Geophysical Research* 87, 3052–3060.
- Jaccard, S.L., Galbraith, E.D., Sigman, D.M., & Haug, G.H. (2010). A pervasive link between Antarctic ice core and subarctic Pacific sediment records over the past 800 kyrs. *Quaternary Science Reviews*, 29(1-2), 206-212.
- Johnsen, S.J., Dahl-Jensen, D., Dansgaard, W., & Gundestrup, N. (1995). Greenland palaeotemperatures derived from GRIP bore hole temperature and ice core isotope profiles. *Tellus B: Chemical and Physical Meteorology*, 47(5), 624–629.
- Johnsen, S. J., Dahl-Jensen, D., Gundestrup, N., Steffensen, J. P., Clausen, H. B., Miller, H., ... & White, J. (2001). Oxygen isotope and palaeotemperature records from six Greenland ice-core stations: Camp Century, Dye-3, GRIP, GISP2, Renland and NorthGRIP. *Journal of Quaternary Science: Published for the Quaternary Research Association*, 16(4), 299-307.
- Kahle, E.C., Steig, E.J., Jones, T.R., Fudge, T.J., Koutnik, M.R., Morris, V.A., ... & White, J.W. (2021). Reconstruction of temperature, accumulation rate, and layer thinning from an ice core at South Pole, using a statistical inverse method. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 126(13), e2020JD033300.
- Klüssendorf, A., Landais, A., Casado, M., Teste, G., Prié, F., Bouchet, M., & Harris Stuart, R. (2024, April). Signal Preservation in the Deepest Part of the EPICA Dome C Ice Core and Application to Palaeoclimate Reconstruction from 600,000 to 800,000 years ago. In EGU General Assembly Conference Abstracts (p. 10240).
- Kvamme, T., Mangerud, J., Furnes, H., & Ruddiman, W.F. (1989). Geochemistry of Pleistocene ash zones in cores from the North Atlantic. *Norsk Geologisk Tidsskrift*, 69, 251-272.
- Kurbatov A.V., Zielinski G.A., Dunbar N.W., Mayewski, P.A., Meyerson, E.A., Sneed, S.B., & Taylor, K.C. (2006). A 12,000 year record of explosive volcanism in the Siple Dome ice core, West Antarctica. *Journal of Geophysical Research*, 111, D12307.
- Landais A, Dreyfus G, Capron E, Masson-Delmotte, V., Sanchez-Goñi, M.F., Desprat, S., ... & Johnsen, S. (2010). What drives the millennial and orbital variations of delta O-18(atm)? *Quaternary Science Reviews*, 29, 235–246.
- Legrand, M. & Mayewski, P.A. (1997). Glaciochemistry of polar ice cores: A review. *Reviews of Geophysics*, 35, 219–243.

- Lemieux-Dudon, B., Blayo, E., Petit, J.R., Waelbroeck, C., Svensson, A., Ritz, C., ... & Parrenin, F. (2010). Consistent dating for Antarctic and Greenland ice cores. *Quaternary Science Reviews*, 29, 8–20.
- Lorius, C. (1991). Polar Ice cores: a record of climatic and environmental changes. In: *Global Changes of the Past* (R.S. Bradley, Eds.). Boulder: University Corporation for Atmospheric Research, 261-294.
- Lorius, C., Merlivat, L., Duval, P., Jouzel, J., & Pourchet, M. (1979). Evidence of climatic changes in Antarctica over the last 30,000 years from the Dome C ice core (No. CEA-CONF--5041). CEA Centre d'Études Nucleaires de Saclay.
- Love, J.J., Walker, M.J.C. (2015). *Reconstructing Quaternary Environments* (3rd edition). Oxon: Routledge.
- Masson V, Vimeux, F., Jouzel, J., Morgan, V., Delmotte, M., Ciais, P., ... & Vaikmae, R. (2000). Holocene climate variability in Antarctica based on 11 ice core isotopic records. *Quaternary Research*, 54, 348–358.
- Mattavelli, M. (2016). Development of a Glaciological Spatial Data Infrastructure to assess glacier response to climatic fluctuation.
- Meeker, L.D., Mayewski, P.A., Twickler, M.S., Whitlow, S.I., & Meese, D. (1997). A 110,000- year history of change in continental biogenic emissions and related atmospheric circulation inferred from the Greenland Ice Sheet Project ice core. *Journal of Geophysical Research*, 102, 26489–26504.
- Meese, D., Alley, R., Gow, T., Grootes, P. M., Mayewski, P., Ram, M., ... & Zielinski, G. (1994). Preliminary depth-age scale of the GISP2 ice core. CRREL Special Report 94-1. US Army Cold Regions Research and Engineering Laboratory, Hanover, NH, 66.
- Meese, D.A., Gow, A.J., Aley, R.B., Zielinski, G.A., Grootes, P.M., Ram, M., Taylor, K.C., Mayewski, P.A. & Bolzan, J.F. (1998) The Greenland Ice Sheet project 2 depth-age scale: methods and results. *Journal of Geophysical Research*, 102, 26411–24.
- Menon, S., Hanesen, J., Nazarenko, L., & Luo, Y. (2002). Climate effects of black carbon aerosols in China and India. *Science*, 297, 2250–2253.
- Mokhov, I.I. (2023). Mutual Changes in Temperature and Aerosol Content in the Atmosphere Based on Antarctic Ice Core Data for the Last 800 000 Years. *Moscow University Physics Bulletin*, 78(3), 416-423.
- Moran, D.S., & Mendal, L. (2002). Core temperature measurement: methods and current insights. *Sports medicine*, 32, 879-885.
- Morgan, J.D., Buizert, C., Fudge, T.J., Kawamura, K., Severinghaus, J.P., & Trudinger, C.M. (2022). Gas isotope thermometry in the South Pole and

- Dome Fuji ice cores provides evidence for seasonal rectification of ice core gas records. *The Cryosphere Discussions*, 2022, 1-31.
- Narcisi, B., Petit, J.R., Delmonte, B., Basile-Doelsch, I., & Maggi, V. (2005). Characteristics and sources of tephra layers in the EPICA-Dome C ice record (East Antarctica): Implications for past atmospheric circulation and ice core stratigraphic correlations. *Earth and Planetary Science Letters* 239, 253–265.
- Nicewonger, M.R., Aydin, M., Prather, M.J., & Saltzman, E.S. (2018). Large changes in biomass burning over the last millennium inferred from paleoatmospheric ethane in polar ice cores. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(49), 12413-12418.
- Oerter, H., Graf, W., Meyer, H., & Wilhelms, F. (2004). The EPICA ice core from Dronning Maud Land: first results from stable-isotope measurements. *Annals of Glaciology*, 39, 307-312.
- Parrenin, F., Barnola, J.M., Beer, J., Blunier, T., Castellano, E., Chappellaz, J., ... & Wolff, E. (2007). The ED3 chronology for the EPICA Dome C ice core. *Climate of the Past*, 3, 485–497.
- Parrenin, F., Petit, J.R., Masson-Delmotte V., Wolff, E., Basile-Doelsch, I., Jouzel, J., ... & Vinther, B.M. (2012). Volcanic synchronisation between the EPICA Dome C and Vostok ice cores (Antarctica) 0–145 kyr BP. *Climate of the Past*, 8, 1031–1045.
- Patenaude, R.W., Marshall, E.W., & Gow, A.J. (1959). *Deep core drilling in ice, Byrd Station, Antarctica*.
- Petit, J.R., Jouzel, J., Raynaud, D., Barkov, N.I., Basile, I., Bender, M., Chappellaz, J., Davis, J., Delaygue, G., Delmotte, M., Kotlyakov, V.M., Legrand, M., Lipenkov, V., Lorius, C., Pépin, L., Ritz, C., Saltzman, E. and Stievenard, M. (1999). 420,000 years of climate and atmospheric history revealed by the Vostok deep Antarctic ice core. *Nature*, 399, 429–36.
- Plach, A., Eckhardt, S., Pisso, I., Chellman, N., McConnell, J.R., & Stohl, A. (2024). *Evaluation of historical SO2 emissions based on an inversion of ice core records using atmospheric transport modeling* (No. EGU24-2650). Copernicus Meetings.
- Ram, M., Donarummo, J., Stolz, M.R., & Koenig, G. (2012). Calibration of laserlight scattering measurements of dust concentration for Wisconsinan GISP2 ice using instrumental neutron activation analysis of aluminium: results and discussions. *Journal of Geophysical Research Atmospheres*, 105, 24731-24738.

- Rasmussen, S.O., Andersen, K.K., Svensson, A.M., Steffensen, J.P., Vinther, B. M., Clausen, H.B., ... & Ruth, U. (2006). A new Greenland ice core chronology for the last glacial termination. *Journal of Geophysical Research-Atmospheres*, 111, D06102.
- Raynaud, D., Barnola, J.-M., Chappellaz, J., Blunier, T., Indermühle, A. & Stauffer, B. (2000). The ice record of greenhouse gases: a view in the context of future changes. *Quaternary Science Reviews*, 19, 9–18.
- Raynaud, D., Jouzel, J., Barnola, J.M., Chappellaz, J., Delmas, R.J., & Lorius, C. (1993). The ice record of greenhouse gases. *Science*, 259, 926-934.
- Ruddiman, W.E & Glover, L.K. (1972). Vertical mixing of ice-rafted volcanic ash in North Atlantic sediments. *Geological Society of America Bulletin*, 83, 2817-2836.
- Salamatin, A.N., Lipenkov, V.Y., Barkov, N.I., Jouzel, J., Petit, J.R., & Raynaud, D. (1998). Ice core age dating and paleothermometer calibration based on isotope and temperature profiles from deep boreholes at Vostok Station (East Antarctica). *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 103(D8), 8963-8977.
- Sapart, C.J., Monteil, G., Prokopiou, M., van de Wal, R.S., Kaplan, J.O., Sperlich, P., ... & Röckmann, T. (2012). Natural and anthropogenic variations in methane sources during the past two millennia. *Nature*, 490, 85–88.
- Savarino, J. & Legrand, M. (1998). High northern latitude forest fires and vegetation emissions over the last millennium inferred from the chemistry of a central Greenland ice core. *Journal of Geophysical Research*, 103, 8267–8279.
- Shackleton, N.J., Fairbanks, R.G., Chiu, T.-C., & Parrenin, F. (2004). Absolute calibration of the Greenland time scale: implications for Antarctic time scales and for $\Delta^{14}\text{C}$. *Quaternary Science Reviews*, 23, 1513–1522.
- Siegenthaler, U., Stocker, T.F., Monnin, E., Luthi, D., Schwander, J., Stauffer, B., ... & Jouzel, J. (2005). Stable carbon cycle-climate relationship during the late Pleistocene. *Science*, 310, 1313–1317.
- Sigl, M., & McConnell, J.R. (2022). *NEEM-2011-S1 ice-core aerosol record (conductivity, NH₄, NO₃, BC, acidity, Na, Mg, S, Ca, Mn, Sr, Ce) in NW-Greenland at 2 cm resolution from 86-1997 CE on the annual-layer counted NS1-2011 chronology*.
- Sigl, M., Toohey, M., McConnell, J. R., Cole-Dai, J., & Severi, M. (2022). Volcanic stratospheric sulfur injections and aerosol optical depth during the Holocene (past 11 500 years) from a bipolar ice-core array. *Earth System Science Data*, 14(7), 3167-3196.

- Sime, L.C., Wolff, E.W., Oliver, K.I.C., & Tindall, J.C. (2009). Evidence for warmer interglacials in East Antarctic ice cores. *Nature*, *462*, 342–345.
- Sinnl, G., Adolphi, F., Christl, M., Welten, K. C., Woodruff, T., Caffee, M., ... & Rasmussen, S.O. (2023). Synchronizing ice-core and U/Th timescales in the Last Glacial Maximum using Hulu Cave 14 C and new 10 Be measurements from Greenland and Antarctica. *Climate of the Past*, *19*(6), 1153-1175.
- Sinnl, G., Winstrup, M., Erhardt, T., Cook, E., Jensen, C., Svensson, A., ... & Rasmussen, S.O. (2021). A multi-ice-core, annual-layer-counted Greenland ice-core chronology for the last 3800 years: GICC21. *Climate of the Past Discussions*, *2021*, 1-34.
- Sjolte, J., Adolphi, F., Vinther, B. M., Muscheler, R., Sturm, C., Werner, M., & Lohmann, G. (2020). Seasonal reconstructions coupling ice core data and an isotope-enabled climate model—methodological implications of seasonality, climate modes and selection of proxy data. *Climate of the Past*, *16*(5), 1737-1758.
- Song, J. (2023). Ice core methane analytical techniques, chronology and concentration history changes: a review. *Sustainability*, *15*(12), 9346.
- Stauffer, B.R. (1989). Dating of ice by radioactive isotopes. In: *The Environmental Record in Glaciers and Ice Sheets* (H. Oeschger and C.C. Langway, Jr., Eds.). Chichester: Wiley, 123-129.
- Sugden, D., McCulloch, R., Bory, A., & Hein, A. (2009). Influence of Patagonian glaciers on Antarctic dust deposition during the last glacial period. *Nature Geoscience*, *2*, 281–285.
- Taylor, K.C., Hammer, C.U., Alley, R.B., Clausen, H.B., Dahl-Jensen, D., Gow, A.J., ... & Waddington, E.D. (1993). Electrical conductivity measurements from the GISP2 and GRIP Greenland ice cores. *Nature*, *366*(6455), 549-552.
- Taylor, K.C., Alley, R.B., Meese, D.A., Spencer, M. K., Brook, E.J., Dunbar, N. W., ... & Zielinski, G.A. (2004). Dating the Siple Dome, Antarctica ice core by manual and computer interpretation of annual layering. *Journal of Glaciology*, *50*, 453–461.
- Thompson, L.G. (2000). Ice core evidence for climate change in the Tropics: implications for our future. *Quaternary Science Reviews*, *19*, 19–35.
- Thompson, L.G., Severinghaus, J.P., Yao, T., Davis, M.E., Mosley-Thompson, E., Beaudon, E., ... & Porter, S.E. (2022). Use of $\delta^{18}\text{O}_{\text{atm}}$ in dating a Tibetan ice core record of Holocene/Late Glacial climate. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *119*(45), e2205545119.

- Trudinger, C.M., Enting, I.G., Francey, R.J., Etheridge, D.M., & Rayner, P.J. (1999). Long-term variability in the global carbon cycle inferred from a high-precision CO₂ and δ¹³C ice-core record. *Tellus B: Chemical and Physical Meteorology*, 51(2), 233-248.
- Udisti, R., Becagli, S., Castellano, E., Mulvaney, R., Schwander, J., Torcini, S., & Wolff, E. (2000). Holocene electrical and chemical measurements from the EPICA-Dome C ice core. *Annals of Glaciology*, 30, 20–26.
- Vimeux, F., Ginot, P., Schwikowski, M., Vuille, M., Hoffmann, G., Thompson, L. G., & Schotterer, U. (2009). Climate variability during the last 1000 years inferred from Andean ice cores: A review of methodology and recent results. *Palaeogeography, Palaeoclimatology, Palaeoecology*, 281(3-4), 229-241.
- Waddington, E.D., & Morse, D.L. (1994). Spatial variations of local climate at Taylor Dome, Antarctica: implications for paleoclimate from ice cores. *Annals of Glaciology*, 20, 219-225.
- Wagner, G., Laj, C., Beer, J., Kissel, C., Muscheler, R., Masarik, J., & Synal, H. A. (2001). Reconstruction of the paleoaccumulation rate of central Greenland during the last 75 kyr using the cosmogenic radionuclides Cl-36 and Be-10 and geomagnetic field intensity data. *Earth and Planetary Science Letters*, 193, 515–521.
- Wang, C., Hou, S., Pang, H., Liu, Y., Gäggeler, H. W., Christl, M., & Synal, H. A. (2017). 239,240 Pu and 236U records of an ice core from the eastern Tien Shan (Central Asia). *Journal of Glaciology*, 63(241), 929-935.
- Werner, M., Mikolajewicz, U., Heimann, M., & Hoffmann, G. (2000). Borehole versus isotope temperatures on Greenland: seasonality does matter. *Geophysical Research Letters*, 27(5), 723-726.
- Yiou, P., Fuhrer, K., Meeker, L.D., Jouzel, J., Johnsen, S. & Mayewski, P. (1997). Paleoclimate variability inferred from the spectral analysis of Greenland and Antarctic ice cores. *Journal of Geophysical Research*, 102(C12), 26441–26454.
- Yiou, F., Raisbeck, G.M., Bourles, D., Lorius, C., & Barkov, N.I. (1985). 10Be in ice at Vostok Antarctica during the last climatic cycle. *Nature*, 316(6029), 616-617.
- Yu, W., Yao, T., Thompson, L.G., Jouzel, J., Zhao, H., Xu, B., ... & Qu, D. (2021). Temperature signals of ice core and speleothem isotopic records from Asian monsoon region as indicated by precipitation δ¹⁸O. *Earth and Planetary Science Letters*, 554, 116665.
- Zielinski, G.A., Mayewski, P.A., Meeker, L.D., Grönvold, K., Germani, M.S., Whitlow, S., Twickler, M.S. & Taylor, K. (1997). Volcanic aerosol records

and tephrochronology of the Summit, Greenland, ice cores. *Journal of Geophysical Research*, 102(C12), 26625–26640.

Zielinski, G.A., Mayewski, P.A., Meeker, L.D., Whitlow, S., Twickler, M.S., Morrison, M., ... & Alley, R.B. (1994). Record of volcanism since 7000 BC from the GISP2 Greenland ice core and implications for the volcano-climate system. *Science*, 264(5161), 948-952.

19. Bölüm

Çoğuldizge Kuramı – Itamar Even-Zohar

Zeynep ARKAN¹
Hakan KARADEMİR²

¹ Doç. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Mütercim ve Tercümanlık Bölümü.
zeynep.arkan@hbv.edu.tr ORCID: 0000-0003-0534-186X

² Lisansüstü Öğrenci, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Çeviri ve Kültürel Çalışmalar Tezli Yüksek Lisans Programı. ORCID: 0000-0003-4306-877X
E-posta: karademir.hakan@hbv.edu.tr

Giriş

16. yüzyılda Fransız düşünür Étienne Dolet'in ve 19. yüzyılın başlarında dilbilimci Humboldt ile yorumbilimci Schleiermacher'ın çeviriye dair öne sürdüğü sistematik görüşlerin, çeviribilimde modern kuramların gelişmesine öncülük ettiği söylenebilir. Dilbilim kuramlarının çeviriye yönelik sınırlı bakış açısı nedeniyle ortaya çıktığı öne sürülebilecek kuramların, çeviribilimin kazanmış olduğu ayrı bilim dalı niteliğini sağlamlaştırma ve sürdürmede önemli bir paya sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

Bu bölümde incelenecek olan Çoğuldizge Kuramı (Polysystem Theory), çevirinin daha çok dilsel aktarıma dayalı bir olgu olduğu görüşüne ihtilaf eden ve çeviriyi devingen bir sistem içinde ele alan ilk kuramdır. Erek odaklı kuramlara ve Betimleyici Çeviribilim Araştırmalarına (Descriptive Translation Studies) öncülük etmiş olduğu söylenebilir. Tahir Gürçağlar (2003: 243), bu kuramın bağlamlarından kopararak ele alınan metinlerin analiziyle ortaya çıkan çeviri araştırmalarına yeni bir boyut kazandırdığını ve çevirinin *devingen* ve *tarihsel* bir süreç içinde yer aldığı görüşünü savunduğunu ifade etmiştir.

Çoğuldizge Kuramında Even-Zohar'ın kendi tanımlamasıyla *devingen katmanlaşma* (dynamic stratification) olarak adlandırdığı *merkez* ve *çevre* arasındaki ilişkiler ele alınmaktadır (Tahir Gürçağlar, 2003: 244). Even-Zohar, çevirilerin ayrı olarak incelenmesinin anlamsız olduğunu belirtmiştir ve çeviri yazınının bir metinler bir araya getirilmesi değil, “yapısı ve işlevleriyle bir dizge olan metinler topluluğu” olduğunun altını çizmiştir (Even-Zohar, 1978, akt. Rifat, 2004; 192).

Bu bağlamda söz konusu kavramlar çerçevesinde Çoğuldizge Kuramı açıklanmaya çalışılacaktır. Çoğuldizge Kuramı, yazınsal çoğuldizgeyi teşkil eden tüm dizgelerin kendi aralarında ilişkili olduğunu görüp söz konusu dizgeler arasında *merkez/çevre*, *saygın edebiyat/saygın olmayan edebiyat*, *birincil tür/ikincil tür* gibi katmanlar oluşturulması neticesinde çeviri eserler de dahil olmak üzere bütün eserlerin kendi kültürel ve tarihsel bağlamları içerisinde yorumlanabilmesine neden olmuştur (Tunalı, 2006: 40). Tarih, edebiyat, kültür, siyaset gibi birçok dizgenin etkisi altında kalan çeviri, yerel yapıtlar gibi erek okuru çeşitli boyutlarda etkileyebilir ve bu dizgelerde meydana gelebilecek bir değişiklik, okurun yapıta ya da çeviriye yönelik ilgisinin de farklılaşmasına yol açar. Even Zohar'a göre bir çevirinin merkez konumda yer almasının birincil sebebi, erek edebiyata kattığı yenilikçi ve değiştirici nitelikleridir (Yücel, 2020: 275).

Bu kitap bölümünde Çoğuldizge Kuramının en uygun biçimde anlaşılabilmesi, araştırmacılar ve okurlar için doğru bir yol haritası olması amacıyla bu kuram açıklanmaya çalışılmıştır.

Çoğuldizge Kuramı (Polysystem Theory)

“Dizgeci” kuramlar olarak isimlendirilen ve çeviri ile kültür ekseninde çevirinin konumunu yapısalcı bir bakış açısıyla irdeleyen kuramlara öncülük eden bu kuram Itamar Even-Zohar tarafından 1970’li yıllarda geliştirilmiştir. Bu kuram, çeviribilime kattığı yeni boyutun yanı sıra, çeviri metinlerin belirlenmesi, başka bir dile aktarılması ve okunması kapsamında toplumsal bağlama ayrı bir parantez açmıştır (Tahir Gürçağlar, 2021: 129).

Even-Zohar, edebi tarih yazımı ve dilbilimi üzerinde çalışan 1920’lerde Rus Biçimciler ve 1930 ve 1940’larda Çek Yapısalcılar tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan ilham alarak bu kuramı geliştirmiştir. Yuri Tynjanov ve Roman Jakobson dizgeler kuramını ortaya atan ilk kuramcılar olmuştur. Bu kuramcılara göre edebiyat kültürel, sosyal, edebi ve tarihi bağlamın ayrılmaz bir parçasıdır ve dizgenin kilit kavramıdır ki bu dizgenin içinde süregelen bir mutasyon dinamiği ve edebiyatta birincil pozisyon için bir mücadele mevcuttur (Munday, Pinto ve Blakesley, 2022: 146).

Even-Zohar’ın (1990: 11) “*Birbiriyle kesişen ve kısmen örtüşen, farklı seçenekleri kullanan, ancak üyeleri birbirine bağımlı, yapılandırılmış bir bütün teşkil eden çoklu bir dizge*” olarak tanımladığı Çoğuldizge Kuramında **etkileşim** ve **devingenlik** kilit kavramlar niteliğindedir. Bu tanımda belirtilen dizgelerin etkileşimi ve konumu, tarihsel duruma göre değişen **dinamik hiyerarşide** gerçekleşmektedir (Munday, Pinto ve Blakesley, 2022: 147). Başka bir ifadeyle, kültür birden fazla dizgenin meydana getirdiği başat bir dizge olarak kavramsallaştırılır. Edebiyat, siyaset, eğitim, medya, tarih gibi dizgelerin hepsi kendi aralarında karşılıklı ilişki halindedir ve müşterek noktalarıyla etkileşime girip birbirleri arasında alışverişte bulunurlar ve bu süreçlerin neticesinde tüm bu dizgeler birbirlerinden etkilenirler. Çeviri ise etkileşim halinde olan dizgelerden sadece biridir (Tahir Gürçağlar, 2021: 130). Even-Zohar çeviri yazının (translated literature) çoğuldizge içerisindeki önemini ve diğer dizgelerle ilişkilerini şöyle ifade eder: “*Başka sözlerle belirtmek gerekirse, bence çeviri yazın yalnız başlı başına bir dizge değil, çoğuldizgenin tarihine tam anlamıyla katılan, onun bir parçası olan, çoğuldizge içindeki bütün ortak dizgelerle ilişkiler içinde bulunan bir dizgedir.*” (Even-Zohar, 2012: 126).

Saussure’ci dilbilim yaklaşımlarını onaylamayan Even-Zohar bu yaklaşımların, metinleri ve olguları kendi tarihsel süreçlerinden kopardığını ve toplumsal evrim bağlamından uzaklaştırdığını savunmuştur. Kendi devingen dizgeci yaklaşımında hem **eşsüremlili (synchronic)** hem de **artsüremlili (diachronic)** bir yaklaşım benimsemiştir. Bu iki yaklaşımın tarihsel boyutları olduğunu ve dönüşüm süreci açıklanırken ikisinden de istifade edilmesi gerektiğini vurgular (Tahir Gürçağlar, 2003: 244).

Çoğuldizge Kuramında Merkez (Center) ve Çevre (Periphery) Kavramları

Even-Zohar tarafından “devingen katmanlaşma” olarak isimlendirilen *çevre* ve *merkez* arasındaki ilişkilerde devingenlik, hem artsüremli hem de eşsüremli gerçekleşmektedir. Kuramın eşsüremli yönü, birbirinden farklı katmanlar arasında süregelen mücadelenin sonucudur ve farklı katmanların diğer katmanların önüne geçmesi tarihsel değişime neden olur ve bu durum kuramın artsüremli boyutunu teşkil eder. Çoğuldizgenin devingen yapısından dolayı bazı metinler ya da çeviri yazınlar merkezden çevreye kayarlar ya da çevreden merkeze yönelirler. Ayrıca, çoğuldizgenin birçok merkezi ve birçok çevresi bulunur ve bu merkez ile çevrelerde yer alan dizgeler arasında da Even-Zohar tarafından “transfer” olarak tanımlanan alışverişler gerçekleşir (Even-Zohar, 1990: 14).

Even-Zohar, merkez-çevre ilişkisini çeviri kapsamında şu şekilde ifade eder: *“Çeviri yazının merkez konumunda olması, etkin bir biçimde çoğuldizgenin merkezini biçimlendirmesi demektir. Böyle bir durumda çeviri yazın büyük ölçüde yenilikçi güçlerin bir parçasıdır ve edebiyat tarihinde önemli olaylar olurken bu konumda bulunuyorsa, bu olaylarla özdeşleştirilebilir... Bundan başka, yeni yazınsal örnekler meydana çıkmakta iken, çeviri, bu yeni örneklerin geliştirilmesini sağlayan araçlardan biri durumuna da gelebilir. Yabancı eser yoluyla yerli edebiyata, daha önce olmayan özellikler girer.”* (Even-Zohar, 2012: 128). Even-Zohar ifade ettiği değişimin zor olduğuna ve normal şartlar altında edebiyat çoğuldizgesi kapsamında çeviri yazının, çevre konumunda olma olasılığının daha yüksek olduğuna atıfta bulunmuştur: *“Ancak bu alanda gerek kendi yaptığım, gerek başka araştırmacıların yaptığı çalışmalar, çeviri yazının “normal” olarak çevresel konumu almaya yatkın olduğunu göstermektedir... Gerçekten de uzun sürede hiçbir dizgenin değişmeyen bir güçsüzlük, “dönüm noktası” , ya da bunalım durumunda kalacağı düşünülemez...Kural olarak, değişme olabilmesi için önce bir durgunluk dönemi gerekir.”* (Even- Zohar, 2012: 130).

Merkez-çevre ilişkilerine kendi tarihimizden örnek verecek olursak Divan edebiyatı uzun yıllar Türk edebiyatı çoğuldizgesinde merkez konumunda yer almışken, halk edebiyatı çevre konumunda kendine yer bulmuştur. Tanzimatla birlikte ve Cumhuriyet döneminde 1940’lı yıllardan itibaren Türk edebiyatı çoğuldizgesinde merkez konumu çeviri yazını almıştır.

Çoğuldizge Kuramında Saygın (Canonised) Yazın – Saygın Görülmeyen (Noncanonised) Yazın

Even-Zohar (1990: 15) saygınlık kavramının çeşitli katmanlarda yer alan metinlere yönelik değer yargılarıyla ilgisi olmadığını ve yazını iyi veya kötü

şeklinde niteleyen gizli bir anlam taşımadığını ifade etmiştir. Saygın görülen ile saygın görülmeyen metinler arasında merkez ve çevre ilişkisi bulunduğunu söylemek mümkündür. Saygın görülmeyen metinler zamanla mevcut konumlarından uzaklaşarak saygın görülen metinlerin bulunduğu merkezde konumlanabilirler. Yazın çoğuldizgenin varlığını sürdürmesinin birincil koşulu, saygın görülmeyen metinlerin merkeze yönelmesidir. Buna örnek olarak, başlarda edebiyat dizgesinde çevre konumda iken sonradan merkeze yerleşen ve dönüştürücü bir rol üstlenerek saygınlık kazanan fantastik veya polisiye edebiyat gösterilebilir. Saygın görülen ve saygın görülmeyen metinler birbirleri ile sık sık mücadele halindedir ve bu mücadele kimi zaman metinlerin dizge içinde konum değiştirmesiyle sonuçlanır. Bu tür değişimlerin olmadığı durumlarda merkezde bulunan metinler kemikleşir ve dizge durağanlaşarak değişim karşıtı bir kültür ortamı oluşmasına yol açar (Tahir Gürçağlar, 2021: 130).

Even-Zohar, kemikleşmeyi işlemsel bir bozukluk olarak görmekte ve şöyle tanımlamaktadır: *“Dizge için kemikleşme işlemsel bir bozukluktur: uzun dönemde dizge, içinde işlev gördüğü toplumun değişen gereksinimlerini karşılayamaz hale gelmektedir.* (Even-Zohar, 1990: 16).

Çoğuldizge Kuramında Birincil (Primary) ve İkincil (Secondary) Türler

Çoğuldizge Kuramında birincil ve ikincil türler, bir diğer karşıtlık unsurudur. Bu iki kavram, saygınlık kavramıyla karıştırılmamalıdır ve birincil edebiyatın saygın edebiyatla aynı anlama gelmediği hatırd tutulmalıdır. Birincil ve saygın edebiyatın özdeşleştiği bazı dönemler olabilir, ancak bu özdeşleşme sürekli olmayacaktır (Tahir Gürçağlar, 2003: 245). Birincil ve ikincil türün, bir edebiyatın yenilikçi ya da muhafazakâr boyutu ile ilintili olduğu söylenebilir. Birincil metinler zaman içinde merkeze yerleşerek yenilikçi olma özelliklerini kaybederler ve ikincil duruma düşerler (Even-Zohar, 1990: 21). Yazınsal türlerin ve dizgelerin aldıkları konumlar dikkate alınacak olursa en tepe katmanda yenilikçi bir yazınsal tür varken katmanlardan aşağı indikçe yazınsal türler gittikçe muhafazakâr bir nitelik kazanırlar (Güzelyürek, 2002: 28). Başka bir ifadeyle Even-Zohar, birincil türü yenilikçi yazın olarak tanımlamakta iken ikincil türü ise eskimeye yüz tutmuş, kendi kalıplarının dışına çıkamayan yazın olarak tanımlamaktadır.

Even-Zohar, çevirilerin yerel edebiyattaki işlevine ve etkinliğine göre çevirinin yenilikçi/değiştirici konumunu birincil, koruyucu/tutucu konumunu ikinci tür kavramlarıyla dile getirmiştir. Örneğin, baskıcı bir yönetimle çelişen görüşlerin ya da söz konusu kültürdeki olgularla örtüşen konuların dile getirildiği çevirilerin birincil konumda olmalarıyla yönetimin anlayışını destekleyen ya da

tarafsız kalan çevirilerin ikincil konumları, onların işleviyle orantılıdır (Yücel, 2021: 277).

Çoğuldizge Kuramı ve Çeviri

Çoğuldizge Kuramına göre çeviri sadece başlı başına bir dizge değildir, aynı zamanda edebiyat çoğuldizgesinin vazgeçilmez bir unsurudur. Çoğuldizge içinde çeviri edebiyatın konumunu önceden belirlemek mümkün değildir. Merkez ya da çevre konumda olabilir, muhafazakâr ya da yenilikçi özellikler de taşıyabilir. Çevirilerin merkezde yer alması, merkezin biçimlenmesinde önemli bir görev yaptıklarını ifade eder (Tahir Gürçağlar, 2003: 245). Çeviri yazın çoğuldizgenin yabancı yazınlarla ilişkilerinin hangi durumda olduğunu gösteren en önemli ölçütlerden biridir; zaman zaman yerli yazını besleyen, yenileyen bir konuma yükselebilir. Bu nedenle, çeviri yazının bir ulusun tarihinde önemli işlevleri olduğu açıktır (Paker, 1988: 118).

Even-Zohar, çevirilerin birincil tür olarak tanımlanabilmeleri için çoğuldizgede bazı şartların mevcut olması gerektiğini ifade eder. Bu şartları şöyle tanımlamak mümkündür:

“ (a) çoğuldizge henüz oluşmamışken, ya da başka deyişle, edebiyat henüz "genç" ve yerleşme sürecinde iken; (b) edebiyat ya "çevresel" ya "güçsüz" ya da her iki durumda iken; (c) edebiyatta dönüm noktalan, bunalımlar ve yazınsal boşluklar yaşanırken.” (Even-Zohar, 1990: 47)

Diğer taraftan, çeviri şayet edebiyat çoğuldizgesinin çevresinde yer alıyorsa, ikincil konumdadır ve merkezi şekillendirmede etkin değildir. Merkezdeki muhafazakâr metinler neticesinde ortaya çıkan gelenekler, çeviriyi kısıtlar. Bu durumda çoğuldizgenin uzun süredir değişmeyen bir dönemin içinde olduğu ya da çeviri dışında bir dizgenin yenilikçi boyutu desteklediği söylenebilir (Even-Zohar, 1990: 49). Even-Zohar, çevirilerin birincil konumda olduğunda ve özellikle kaynak dizgede yer alan edebiyat modelinin erek çoğuldizgede karşılığının mevcut olmadığı durumlarda çevirilerde kaynak dil ve kültür normlarının, yani **yeterliliğin** ön plana çıkacağını savunur. Öte yandan, çeviri yazın çeviri yazın çevre konumunda ise çoğuldizgeyi biçimlendirecek, ilkeleri belirleyebilecek güçte olmayacaktır ve **yeterli olmayan** çeviri olacaktır (Even-Zohar, 1990: 51).

Even-Zohar, tek başına bir metnin varlığından bahsedilemeyeceğini ve ancak bu metnin birçok dizgenin merkezinde ve çevresinde yer alan başka metinlerle kuracağı ilişkiler neticesinde var olacağını vurgulamıştır. **Eşdeğerlik** ve **yeterlik** tanımları söz konusu devingen ve artsüremli bakış açısı sayesinde değişir, tarihsel ve bağlamsal bir boyut kazanır. Bu hususun da betimleyici çeviribilim

çalışmalarına ilham kaynağı olduğunu söylemek mümkündür (Tahir Gürçağlar, 2003: 246).

Çoğuldizge kuramını bina ederken ortaya attığı **repertuar** kavramını Even-Zohar, müteakip çalışmalarında detaylı biçimde irdelemiş ve repertuarların oluşumu ve değişimi esnasında ortaya çıkan devinimleri kategorize ederek bazı yeni kavramlar ileri sürmüştür. Repertuarların (1) doğası itibariyle bir kişi ya da gruba ait olamayacağını, diğer bir ifadeyle doğal bir dönüşüm bağlamında gelişebileceğini yahut (2) bilinçli şekilde bu amaca yönelik isteyerek ve bariz gayret gösteren kişiler tarafından değiştirilebileceğini belirtmiştir (Even-Zohar, 1997: 357). Even-Zohar, repertuarların özgün bir buluş, yani icat (invention) ve başka dizgelerden ödünç alınan seçenekler, yani ithal (import) olmak üzere iki şekilde gelişebileceğini ifade eder. Bu metotlar başarılı olursa bir “transfer” söz konusu olur ve yeni seçenekler kabul edilerek repertuarın bir parçası haline dönüşür (Even Zohar, 1997: 358). **Kültür planlamasını** repertuara yeni seçenekler entegre etme çabası olarak tanımlamıştır.

Even Zohar’a (1978: 125) göre “çeviri, yapısı ve sınırları kesinkes belirlenmiş bir olay değil, belli bir kültür dizgesi içindeki ilişkilere bağımlı bir etkinliktir.” Bunun sonucu olarak, çoğuldizgesel konular dikkate alınmadığı müddetçe, yeterlilik ve eşdeğerlik gibi temel kavramları yeterince ele almak mümkün olamaz.

Bu kuram, çeviribilim bağlamında değerlendirildiğinde ardından gelen kuramlara üç noktada yol gösterici hususlar ortaya koymuştur. İlki, betimleyici incelemelere olan ilgi dizgeyi yakından tanımak isteği neticesinde giderek artmıştır; ikincisi, çevirilerin dizgedeki rolünü kavramak için çeviribilimde odak, kaynak kültür ve kaynak metinden erek kültür ve erek metinlere kaymıştır; üçüncüsü ise, çeviribilim disiplininin o güne kadar beraberinde getirdiği durağan yapısından sıyrılarak devingen bir dizge içerisinde ele alınmasına aracı olmuştur. Ancak, tüm bunların yanı sıra Even-Zohar’ın çeviribilime en önemli katkısı, “dizge” kavramını bu disipline kazandırarak “genel kuram” olması yolunda ilk katkıyı sunan kuramcı olmasıdır (Yazıcı, 2005: 131).

Çoğuldizge Kuramına Yönelik Eleştiriler ve Kuramın Karşılaştırılması

Çoğuldizge kuramı, ilk kez ortaya atıldığı 1970’li yıllardan günümüze kadar bilhassa tarihsel betimleyici çeviribilim alanında bir referans noktası olmuştur ve dünyanın çeşitli ülkelerinde tarihsel çeviri olguları araştırılırken başvurulmuş olan bu kuram 1990’lı yıllarda farklı eleştirilere maruz kalmıştır. Kuramın boyutları yeniden değerlendirilerek alternatif modelleri ortaya atılmıştır. 1980’lerin başında André Lefevere ilk alternatif modeli kurgulamıştır. Even-Zohar’ın dizge kavramını gereğinden fazla özcü ve soyut nitelikte bularak

eleştiren Lefevere, kategori ve terimlerini kendisinin oluşturduğu alternatif bir dizgeci yaklaşım ileri sürmüştür (Tahir Gürçağlar, 2003: 254-255). 1993'te yayımlanan *Contemporary Translation Theories* (Çağdaş Çeviri Kuramları) isimli kitabında Edwin Gentzler, kurama bazı eleştirilerde bulunmuştur. Çoğuldizge kuramını çeviribilime sunduğu katkılar bağlamında değerlendiren Gentzler, kuramın tarihsel çalışmalar ve kültür ile çeviri kavramları arasındaki ilişkiler açısından ortaya koyduğu öneme vurgu yapar (1993: 114-121). Gentzler'in eleştirileri, kuramın temelini Rus biçimciliğinden almış olması hususuna yoğunlaşmıştır. Gentzler, kurama ilişkin diğer eleştirilerinde şunları dile getirir; edebiyat harici faktörlerden yeterince bahsedilmediğini, “edebi olan” ve “olmayan” ayrımı neticesinde bir değer yargısının ifade edildiğini, dizgeci biçim ve işlevin tek odak noktası olduğunu, aşırı genellemeci yargılara varıldığını, diğer bir ifadeyle “evrensel” yargılar ortaya koyma çabası içinde olduğunu öne sürer (1993: 121-124). Gentzler'in söz konusu eleştirileri kurama yönelik eleştirileri özetler mahiyettedir. Kurama yönelik eleştirisinde Theo Hermans (1999: 119) ise birincil ve ikincil tür tanımlamasının, diğer bir ifadeyle çeviri metnin yenilikçi işlev taşıyıp taşıyamamasına dair değerlendirmelerin araştırmacının kendi yargısını ifade ettiği yönünde eleştirilerde bulunmuştur.

Anthony Pym ise kuramın “insan” ögesine yeterince yer vermediğini öne sürerek eleştirmiştir (Pym, 1998: 116). Pym, dizge fikrine karşı olmadığını, ancak o güne kadar kullanılagelmiş haliyle çoğuldizge kuramının araştırmacıları ve tarihsel kişileri yeterince dikkate almadığını vurgulamıştır ve şunları ifade etmiştir: “*Yüzeysel olarak, dizgeler kuramı insanlaştırılmış, öznel bir dizgeselliği bastırmak için mümkün olan her şeyi yapan bir düzyazıdır*” (Pym, 1998: 122). Tahir Gürçağlar (2003: 256) çoğuldizge ekseninde bugüne kadar yapılan araştırmalarda çevirmenin rolünün dizgelerin rutin işleyişi içinde kaybolduğunu, bir aktör olarak çevirmenin göz ardı edildiğini ve bunun birincil nedeninin kuramın metin odaklı bir kuram olması ve çeviri ile ilgili olguları çevirmenlerden yola çıkarak değil, metinsel konum ve sınıflandırmalarla açıklaması olduğunu ifade etmiştir. Pym (2014: 81) *Exploring Translation Theories* isimli kitabında ise yine kuramın insanlar yerine metin ve dizgelere yoğunlaştığı yönünde eleştiride bulunmuştur.

Çoğuldizge Kuramını, öncülük ettiği Toury'nin Erek Odaklı Kuramı ve Vermeer'in Skopos Kuramı ile karşılaştıracak olursak, erek odaklı yaklaşımı merkez alan bu kuramlar arasında her ne kadar benzer noktalar bulunsa da çeviri olgusuna bakış açılarında bazı farklılıklar göze çarpmaktadır. Hem Erek Odaklı Kuramda hem de Çoğuldizge Kuramında çeviri ediminin somut başlangıcına dair ayrıntılı bilgi verilmemesine karşın Skopos Kuramında bu hususun üzerinde

önemle durulmaktadır. Skopos Kuramında çeviri ediminin biçimlendirilmesi çevirmenin çeviri sürecine başlamadan önce aldığı ortak ya da bireysel kararların etkisi altındadır (Yücel, 2020: 289-290). Betimleyici kuramlarda ise normlar ve dizgeler çeviriyi etkileyen olgulardır.

Skopos Kuramında kaynak metin, çeviri değerlendirilirken dikkate alınmadığından dolayı eşdeğerlilik önemini yitirmiştir. Betimleyici kuramlarda ise eşdeğerlilik normlar, tarihsel ve toplumsal olgular çerçevesinde irdelenmiştir. Betimleyici kuramlarda çeviri metin, iyi-kötü ya da doğru-yanlış ayırımına gidilmeden oldukları gibi kabul edilirken Skopos Kuramında ise çevirinin kabul edilebilirliği erek kültürdeki amacı ile ilişkilendirilmiştir. Bu nedenden dolayı Skopos Kuramının Erek Odaklı Kuram ve Çoğuldizge kuramına kıyasla daha “yargılayıcı” nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Uygulanabilirlikleri açısından karşılaştırıldığında her ne kadar genel bir çeviri kuramı olarak değerlendirilse de Skopos Kuramının edebi metinlere uygulanabilirliği tartışmalıdır. Çünkü edebi metinlerin işlevsellikleri diğer metinlere göre daha görecelidir. Öte yandan Betimleyici kuramlarda edebi metinlere ağırlık verilmiştir ve edebi değerini oluşturan tarihsel ve kültürel ortamlarla birlikte betimlenmiştir (Yücel, 2020: 292).

Skopos ve Betimleyici kuramlar arasındaki belirgin farklardan birisi ise kaynak metnin konumuyla ilintilidir. Skopos kuramında çevirinin amacı/işlevi ölçüt alındığından kaynak metinle benzerliği anlamsız hale gelir. Değerlendirmelerde kaynak metne başvurulmaması, çevirinin kaynak metne olan bağlılığını azaltmıştır. Buna karşın Betimleyici kuramlarda değerlendirme yaparken kaynak metne başvurulmaktadır. Çeviri metnin “yeterli” ya da “kabul edilebilir” olup olmadığı kaynak metne bakılarak tespit edilmektedir (Yücel, 2020: 292).

Even-Zohar ve Toury'nin kuramlarında sosyo-kültürel ve tarihsel bağlamlar dikkate alınırken, Vermeer'in kuramında bireysel yaklaşımlar değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu durum ise Erek Odaklı ve Çoğuldizge kuramında nesnellığın, Skopos Kuramında ise öznelliğin ön planda olduğunu göstermektedir.

Skopos Kuramında çevirinin amacı ve işlevi belirli bir zaman ve okur kitlesi ile sınırlandırılmışken, Çoğuldizge kuramında tarihsel veya artsüremli bir yaklaşım benimsenerek çevirinin tarihsel, kültürel, sosyal vb. koşullardan etkilenerek merkez ya da çevre konumunda olabileceği değerlendirilmiştir.

Kuramın genel özellikleri ve literatür taramasında da elde edilen bilgiler ışığında Çoğuldizge Kuramının diğer birçok kuramda söz konusu olan, belirli bir eserin ya da birkaç eserin incelenip yorumlanmasında ziyade özellikle tarihsel bir döneme ait çeviri yazının incelenmesinde kullanıldığı görülmüştür. Örneğin,

Tanzimat dönemi veya Cumhuriyet dönemi çeviri çalışmaları Çoğuldizge Kuramı kapsamında incelenmiştir.

Sonuç olarak, Betimleyici kuramlar nesnellik ve çeviri ürünü ön plana çıkarılmıştır, ancak Skopos kuramında öznellik ve çeviri sürecine vurgu yapılmıştır. Skopos Kuramında çevirinin şekillenmesinde ve değerlendirilmesinde çevirmen ve okur belirleyici faktörler iken Betimleyici kuramlarda dizgeler ve normlar ön plana çıkarılmıştır. Öte yandan bu üç kuramda da çıkış noktası erek kültür olmuştur.

Çoğuldizge Kuramı Uygulama Örnekleri

Dünya genelinde Çoğuldizge Kuramını bazı araştırmacılar edebiyat ve kültür araştırmaları alanında kullanmış olsa da bu kuramın en fazla çeviribilim alanına yenilik ve ses getirdiği yadsınamaz bir gerçektir. Ülkemiz özelinde değerlendirildiğinde ilgili kuram, 1980'lerin ikinci yarısında Türkiye'ye gelmiştir (Tahir Gürçağlar, 2003: 260). Even-Zohar'ın "*The Position of Translated Literature within the Literary Polysystem*" (1978) isimli çalışmasının 1987 yılında Saliha Paker tarafından çevrilmesiyle Çoğuldizge Kuramı ülkemizde tanınmaya ve ilgi görmeye başlamıştır. Aynı yıl Paker (1987) "*Tanzimat Döneminde Avrupa Edebiyatından Çeviriler: Çoğuldizge Açısından Bir Değerlendirme*" isimli makalesinde Tanzimat Dönemindeki Batılılaşma hareketi kapsamında çevirinin rolünü ele almıştır. Diğer bir örnek araştırmada ise Bengi Öner (1999) 1988 yılında İngilizce ve 1992 yılında Türkçe olarak yayımlanan "*Bir Söz Ustası ve Bir Devrimci: Ahmed Midhat Efendi*" isimli makalesinde Ahmed Midhat'ın edebi çevirilerine yoğunlaşarak Türk edebiyat dizgesine sunduğu kayda değer katkıyı ortaya koymuştur. Tahir Gürçağlar (2001) ise "*The Politics and Poetics of Translation in Turkey, 1923-1960*" başlıklı doktora tezinde Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk kırk yılında edebiyat çevirisinin üretimi, tüketimi ve işlevlerinin araştırırken Çoğuldizge Kuramını kuramsal temel olarak benimsemiştir. Cansız ve Arkan (2022) "*Itamar Even Zohar'ın Çoğuldizge Kuramı Işığında Ahmed Saadavi'nin "Frankenstein Bağdat'ta" Adlı Eseri'nin İncelenmesi*" isimli makalelerinde Frankenstein Bağdat'ta adlı eserin Türkçe çevirisinden seçilen örnekleri, Itamar Even-Zohar'ın Çoğuldizge Kuramı ışığında incelenmiştir. Son örneğimizde ise İzci ve Yücel (2021) "*Çeviribiliminde Theo Hermans Bağlamında Dizge Odaklı Bir Yaklaşım*" adlı makalelerinde Hermans'ın çeviride seksenli yıllardan itibaren tartışılan dizgesel yaklaşımlara dair görüşleri ve çeviri sosyolojisi alanında sınırlı bir ilgiyle karşılanan Luhmann'ın dizge kuramının çeviribilim alanında neden ve nasıl kullanılabileceğine yönelik görüşleri ele almıştır.

Bu çalışma için daha somut olması amacıyla aşağıda Çoğuldizge Kuramına ilişkin Parker'in (1987) çalışması taslak olarak uyarlanıp sunulmuştur.

Kuramın Adı	Çalışmanın Adı	Çalışmanın Amacı	Kuramın Kullanılma Amacı ve İçeriği
Çoğuldizge Kuramı	<i>“Tanzimat Döneminde Avrupa Edebiyatından Çeviriler: Çoğuldizge Açısından Bir Değerlendirme”</i> isimli makale	Tanzimat Döneminde Batı edebiyatından, bilhassa Fransız edebiyatından yapılan çevirilerin hem merkez hem de çevre konumlarında yer alarak Osmanlıdan kalan durağanlaşmış edebiyat üzerindeki dönüştürücü etkisi ortaya konmaya çalışılmıştır.	Çoğuldizge kuramının <i>devingen katmanlaşma, merkez-çevre, saygın olan ve saygın olmayan edebiyat</i> kavramları üzerinden Tanzimat Dönemi çeviri yazını incelenmeye çalışılmıştır.

Taslak olarak uyarlanan diğer çalışma ise Bengi Öner'e (1999) ait olan makedir.

Kuramın Adı	Çalışmanın Adı	Çalışmanın Amacı	Kuramın Kullanılma Amacı ve İçeriği
Çoğuldizge Kuramı	<i>“Bir Söz Ustası ve Bir Devrimci: Ahmed Midhat Efendi”</i> isimli makalesi	Ahmet Midhat'ın Tanzimat döneminde yaptığı çevirilerin Türk edebiyat dizgesinin şekillenmesinde oynadığı rol incelenmeye çalışılmıştır.	Ahmet Midhat'ın kaynak metinleri seçerken oldukça titiz davrandığı ve çeviri stratejisi açısından yalnızca “kabul edilebilir” değil, aynı zamanda “yeterli” çeviriler de ürettiği vurgulanmıştır.

Son uyarlanan taslak çalışma ise Cansız ve Arkan'ın (2022) kaleme almış olduğu makaledir.

Kuramın Adı	Çalışmanın Adı	Çalışmanın Amacı	Kuramın Kullanılma Amacı ve İçeriği
Çoğuldizge Kuramı	<i>“Itamar Even Zohar’ın Çoğuldizge Kuramı Işığında Ahmed Saadavi’nin “Frankenstein Bağdat’ta” Adlı Eseri’nin İncelenmesi”</i> isimli makale	Ahmed Saadavi’nin “Frankenstein Bağdat’ta” adlı eserin Çoğuldizge Kuramı kapsamında hangi konumda (merkez-çevre) yer aldığı ve ilgili eserin kuram kapsamına hangi edebiyat türünün özelliklerini yansıttığı irdelenmeye çalışılmıştır.	İlgili eserin kuram kapsamında “tutucu” ve “ikincil edebiyat” türüne ait olduğu ve çevre konumunda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çeviri eserin “kabul edilebilir” çeviri kategorisine yakın olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

Bu bölümde Even-Zohar’ın 1970’li yıllardan itibaren geliştirmekte olduğu Çoğuldizge Kuramının temel kavramları ayrıntılı biçimde açıklanmaya çalışıldıktan sonra kuramın çeviribilimdeki yansımalarına değinilmiştir. Sonrasında kurama yönelik eleştiriler belirtilmiş ve diğer kuramlarla karşılaştırmalar yapılmıştır. Son kısımda ise kurama ait araştırma örnekleri ile taslak uyarlamalar verilmiştir. Belirli mekan ve zamanlarda çeviri, kültür ve edebiyat dizgeleri arasında nasıl bir etkileşim olduğunu, birbirlerinden farklı görünse de iletişim halindeki dizgelerin birbirlerini nasıl etkilediğini ve dönüştürdüğünü kendi kavramlarıyla açıklamaya çalışan Çoğuldizge Kuramı, ortaya çıktığı dönemden günümüze kadar çağdaş çeviribilim kuramlarına öncülük etmiş ve Betimleyici Çeviri Araştırmaları başta olmak üzere birçok kurama ilham kaynağı olmuştur. Çeviri tarihi incelemelerinde etkin rol oynayabilen Çoğuldizge kuramından, özellikle Tanzimat Dönemi ve Cumhuriyet’in ilk yıllarındaki çeviri yazının incelenmesinde ve yorumlanmasında sıklıkla faydalanılmıştır. Yakın dönem çeviri tarihimizin incelenmesinde ya da genel olarak dünya çeviri tarihini incelemeye yönelik çalışmalarda halen geliştirilmekte olan ve yeni kavramlar eklenilen Çoğuldizge Kuramının kullanılmasının araştırmacılara yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bengi Öner, I. (1999). *Bir Söz Ustası ve Bir Devrimci: Ahmed Midhat Efendi. Çeviri Bir Süreçtir... Ya Çeviribilim?*, 67-79. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Cansız, T. & Arkan, Z. (2022). *Itamar Even Zohar'ın Çoğuldizge Kuramı Işığında Ahmed Saadavi'nin "Frankenstein Bağdat'ta" Adlı Eseri'nin İncelenmesi*. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (26), 841-854.
- Even-Zohar, I. (1978). "Yazınsal Polisistem İçinde Çeviri Yazının Durumu". (çev. Saliha Paker), *Çeviri Seçkisi 2* (yay. haz. Mehmet Rifat, 2004). Dünya Yayıncılık: İstanbul.
- Even-Zohar, I. (1990). "Polysystem Theory". *Polysystem Studies*. Poetics Today, 11 (1) 9-26.
- Even-Zohar, I. (1997). "The Making of Culture Repertoire and the Role of Transfer". *Target*, 9:2, 355-363, John Benjamins, Amsterdam.
- Even-Zohar, I. (2012). "Yazınsal Çoğuldizge İçinde Çeviri Yazının Durumu" (çev. Saliha Paker), *Çeviri Seçkisi II Çeviri (bilim) Nedir?*, Yay. haz. M. Rifat, 2012, 2. baskı, Ss. 125-133.
- Gentzler, E. (1993). *Contemporary Translation Theories*. London and New York. Routledge.
- Güzelyürek, P. (2002). *Polisistem Kuramına Göre Türkiye'de 1940'lı Yıllar Çeviri Etkinliğinin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisan Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hermans, T. (1999). *Translation in Systems*. St. Jerome Publishing. Manchester.
- İzci, H. ve Yücel, F. (2021). *Çeviribiliminde Theo Hermans Bağlamında Dizge Odaklı Bir Yaklaşım*. Hitit Sosyal Bilimler Dergisi, 14 (2), 461-476.
- Munday, J., Punto S. R., Blakesley, J. (2022). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. Routledge: New York.
- Paker, S. (1987). *Tanzimat Döneminde Avrupa Edebiyatından Çeviriler: Çoğuldizge Açısından Bir Değerlendirme* (çev. Ali Tükel), *Metis Çeviri 1*, Güz 1987, 22-31.
- Paker, S. (1988). *Çeviri Eleştirisinin Kuramla İlişkisi Üzerine Bazı Düşünceler*, *Metis Çeviri*, ss. 116-121.
- Pym, A. (1998). *Method in Translation History*. St. Jerome Publishing. Manchester.
- Pym, A. (2014). *Exploring Translation Theories*. London and New York. Routledge.
- Tahir Gürçağlar, Ş. (2001). *The Politics and Poetics of Translation in Turkey, 1923-1960*, Doktora Tezi, Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Tahir Gürçağlar, Ş. (2003). “Çoğuldizge kuramı, uygulamalar, eleştiriler”, Çeviri Seçkisi I: Çeviriyi Düşünenler, M. Rifat, (Derleyenler), 243-268, Dünya Yayıncılık, İstanbul, 2003.
- Tahir Gürçağlar, Ş. (2021). Çevirinin ABC’si. Say Yayınları. İstanbul.
- Tunalı, G. (2006) *Çevirmen Kimlikleri: Tarihsel, Dizgeci Ve Eleştirel Bir Yaklaşım*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yücel, F. (2020). *Çevirinin Tarihi*. Çeviribilim Yayınları. İstanbul.

20. Bölüm

Madde Kullanım Bozukluğu Olan Bireylerle Klinik Sosyal Hizmet Uygulaması ve Motivasyonel Görüşme

Yunus KARA¹

¹ Doç. Dr., Sinop Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, kara.yunus93@gmail.com

GİRİŞ

Madde kullanım bozukluğu, günümüzde klinik sosyal hizmet alanında önemli bir yer tutan, bireylerin fiziksel, psikolojik ve sosyal sağlıklarını derinden etkileyen bir sağlık sorunu olarak öne çıkmaktadır. Madde kullanım bozukluğu, sadece bireylerin kişisel yaşamlarını değil, aynı zamanda ailelerini, toplumu ve sağlık hizmetlerini de olumsuz şekilde etkileyen bir durumdur (Haverfield ve ark., 2019). Bu nedenle, madde kullanım bozukluklarının tedavisi, yalnızca tıbbi müdahaleleri değil, aynı zamanda sosyal hizmet uygulamalarını da içermek durumundadır. Klinik sosyal hizmet uzmanları, madde kullanım bozukluğu olan bireylerin toplumla entegrasyonlarını yeniden sağlamak, iyileşme süreçlerini desteklemek ve yaşam kalitelerini artırmak amacıyla müdahalelerde bulunabilmektedirler. Bu bağlamda, motivasyonel görüşme, madde kullanım bozukluğu tedavisinde önemli bir teknik olarak klinik sosyal hizmet uygulamalarında kullanılmaktadır.

Motivasyonel görüşme, bireylerin değişim için içsel motivasyonlarını keşfetmelerine yardımcı olmayı amaçlayan, danışan merkezli bir yaklaşımdır (Miller ve Rollnick, 2013). Bu yaklaşım, bireylerin değerleriyle uyumlu kararlar almalarını sağlamak, kendilerine olan inançlarını artırmak ve değişim sürecine aktif olarak katılmalarını teşvik etmek için kullanılmaktadır. Motivasyonel görüşme, özellikle madde kullanım bozukluğu gibi durumların tedavisinde etkili bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Sosyal hizmet uygulamalarında, motivasyonel görüşme, bireylerin değişim konusunda kararsızlık yaşadıkları durumlarda onları motive etmek ve iyileşme yolunda daha fazla sorumluluk almaya yönlendirmek için önemli bir araçtır (Gregor, 2015). Bu yaklaşım, bireylerin değişim sürecinde yalnızca dışsal faktörlerden değil, aynı zamanda içsel faktörlerden de beslenmelerine yardımcı olmaktadır.

Bu bölümün amacı, madde kullanım bozukluklarının tedavisinde klinik sosyal hizmetin rolünü ve motivasyonel görüşmenin bu alandaki önemini ele almaktır. İlk olarak, madde kullanım bozukluğunun klinik sosyal hizmetteki yerine ve bireylerin yaşamlarını nasıl etkilediğine değinilecektir. Sonrasında, motivasyonel görüşmenin klinik sosyal hizmet uygulamalarındaki yeri ve bu yaklaşımla elde edilen etkiler detaylandırılacaktır. Bölüm, madde kullanım bozukluklarının tedavisinde motivasyonel görüşmeyi kullanmanın nasıl daha etkili sonuçlar doğurabileceğini, sosyal hizmet uzmanlarının bu tekniği nasıl uygulayabileceklerini kapsamlı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, motivasyonel görüşmenin madde kullanım bozukluğu olan bireylerin tedavi süreçlerinde nasıl bir dönüşüm yaratabileceği ve sosyal hizmet profesyonellerinin bu sürece nasıl dahil olabileceği üzerinde durulacaktır.

Madde Kullanım Bozukluğu

Madde kullanım bozukluğu, bireylerin psikoaktif maddeleri, sıklıkla alkol, tütün, uyuşturucu maddeler gibi, çeşitli amaçlarla kullanmalarının, bağımlılık, kontrolsüz tüketim, toplumsal ve kişisel yaşamda olumsuz etkiler yaratacak düzeyde devam etmesi durumu olarak tanımlanmaktadır (Volkow ve Blanco, 2023). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından belirlenen tanı kriterlerine göre, madde kullanım bozukluğu, bireyin maddeyi kullanmaya devam etmesi durumunda yaşadığı bedensel, psikolojik ve sosyal zorlukları kapsayan bir sağlık sorunu olarak kabul edilmektedir (World Health Organization, 2019). Bu bozukluk, yalnızca fiziksel bağımlılığı değil, aynı zamanda bireyin sosyal ilişkilerinde, iş ve okul yaşamında, aile içi etkileşimlerinde ve genel yaşam kalitesinde de ciddi sorunlara yol açmaktadır (Güngör ve Noyan, 2023).

DSM-5'te, madde kullanım bozukluklarını tanımlayan belirgin özellikler vardır (American Psychiatric Association, 2013). Bu belirtiler, bireyin madde kullanımının aşırılığına veya kötüye dönüşüp dönüşmediğine dair önemli bir değerlendirme kriteri olarak görülmektedir. Bu belirtiler arasında, maddeyi çok fazla kullanma, kullanımı kontrol edememe, maddeyi temin etme, kullanıma bağlı kayıplar (iş veya ailevi sorunlar), kullanımın artması gibi kriterler bulunmaktadır. Ayrıca, madde kullanımına ilişkin devam eden arzu ve bağımlılık belirtileri de bu bozukluğu tanımlamak için kullanılmaktadır. DSM-5'teki madde kullanım bozukluğu tanı kriterleri, şu başlıklar altında toplanmaktadır (American Psychiatric Association, 2013):

- 1. Maddeyi Kontrol Etme Zorluğu:** Bireyin madde kullanımını kontrol etme veya sınırlama konusunda zorlanması.
- 2. Arzu ve Zihinsel İhtiyaç:** Bireyin maddeyi kullanmaya yönelik güçlü bir arzu (craving) hissetmesi.
- 3. Süreklilik ve Kademeli Artış:** Maddeyi daha uzun süre veya daha fazla miktarda kullanma eğilimi ve kullanıma bağlı olumsuz etkilerin göz ardı edilmesi.
- 4. Zaman Kaybı:** Maddeyi temin etme, kullanma ve iyileşme sürecine harcanan zamanın artması.
- 5. Olumsuz Sosyal ve Mesleki Sonuçlar:** Madde kullanımının, iş veya okul performansını, ailevi ilişkileri ve diğer sosyal etkileşimleri olumsuz etkilemesi.
- 6. Devam Eden Kullanım:** Madde kullanımının, psikolojik ve fizyolojik zararlara yol açmasına rağmen devam etmesi.
- 7. Tolerans Gelişimi:** Aynı etkiyi elde edebilmek için daha fazla madde kullanma gerekliliği.

8. Yoksunluk Belirtileri: Madde kullanımı kesildiğinde, fiziksel veya psikolojik olarak yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkması.

DSM-5'te bu belirtiler üzerinden yapılan değerlendirmelere göre, madde kullanım bozukluğunun şiddeti belirlenmektedir. Madde kullanım bozukluğunun şiddeti ise “Hafif: 2-3 belirti”, “Orta: 4-5 belirti”, “Şiddetli: 6 veya daha fazla belirti” şeklinde sınıflandırılmaktadır (American Psychiatric Association, 2013).

Madde kullanım bozukluğunun gelişmesinde birçok faktör etkilidir ve bu faktörler biyolojik, psikolojik ve sosyal etmenlerden oluşmaktadır (Connors ve ark., 2013; Murase ve ark., 2021). Biyolojik etkenler arasında genetik yatkınlık, beyin kimyası ve nörolojik faktörler yer almaktadır. Araştırmalar, genetik faktörlerin bireylerin madde kullanımına yatkınlıklarını etkileyebileceğini göstermektedir (Deak ve Johnson, 2021). Örneğin, ailede madde kullanım öyküsü bulunan bireylerin, maddeye bağımlılık geliştirme riskinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Cservenka, 2016). Ayrıca, beyindeki ödül merkezlerinin aşırı uyarılması veya kimyasal dengesizlikler de bireylerin maddeye karşı daha güçlü bir bağımlılık geliştirmelerine yol açabilmektedir. Psikolojik etkenler ise, bireyin ruhsal durumu, kişilik yapısı, stresle başa çıkma mekanizmaları ve psikolojik travmalarla ilgilidir. Depresyon, anksiyete bozuklukları, travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) gibi psikolojik sorunlar, madde kullanımını tetikleyebilmekte veya artırabilmektedir. Kişilik bozuklukları ve düşük özsaygı da madde kullanım bozukluğu ile ilişkilidir. Madde kullanımı, bireylerin duygusal acılarını geçici olarak hafifletebilir, ancak uzun vadede psikolojik iyileşmeyi engellemektedir. Sosyal etkenler arasında ise çevresel faktörler, aile dinamikleri, arkadaş grupları ve toplumsal normlar yer almaktadır. Ailedeki olumsuz ilişkiler, yoksulluk, işsizlik gibi ekonomik faktörler, sosyal izolasyon ve toplumda madde kullanımının yaygın olması, bireylerin madde kullanma davranışını pekiştirebilmektedir. Aile içinde şiddet, ihmal ve istismar geçmişi olan bireylerin madde kullanma riskinin arttığı ifade edilmektedir (Saladino ve ark., 2021). Ayrıca, genç yaşta madde kullanmaya başlayan bireyler, uzun vadede bağımlılık geliştirme konusunda daha yüksek bir risk altındadır.

Sosyal hizmet perspektifinden bakıldığında, madde kullanım bozukluğu, yalnızca bir bireysel sağlık problemi değil, aynı zamanda bir toplumsal sorundur. Madde kullanımının etkileri, bireyleri, ailelerini, toplumu ve hatta ekonomiyi doğrudan etkileyebilir. Sosyal hizmet uzmanları, madde kullanım bozukluğu olan bireylerin değerlendirilmesinde bütüncül bir yaklaşım benimsemektedirler (National Association of Social Workers, 2013). Bu yaklaşım, biyolojik, psikolojik ve sosyal etkenlerin birbirini nasıl etkilediğini göz önünde bulundurmaktadır. Bireylerin madde kullanım bozuklukları, genellikle karmaşık

sosyal ve psikolojik sorunların bir yansımasıdır. Sosyal hizmet uzmanları, madde kullanım bozukluğu olan bireyleri yalnızca bağımlılık düzeyine göre değil, aynı zamanda yaşam koşullarını, aile yapısını, sosyal desteğini, ekonomik durumunu, eğitim düzeyini ve toplumsal çevrelerini de dikkate alarak değerlendirmektedirler. Bireylerin madde kullanımı, genellikle sosyal izolasyona, aile içindeki dinamiklerin bozulmasına, iş ve eğitim kayıplarına, sağlık sorunlarına yol açabilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, bu etkileşimleri anlamak ve müdahale stratejileri geliştirmek için bir dizi değerlendirme aracı kullanmaktadırlar. Sosyal hizmet uzmanları, madde kullanım bozukluğu olan bireylerle yapılan görüşmelerde, onları yalnızca tedavi sürecine dahil etmekle kalmamakta, aynı zamanda toplumsal destek ağları oluşturarak bireylerin tedavi sürecindeki başarılarını artırmayı hedeflemektedirler (Wells ve ark. 2013). Ayrıca, bireylerin toplumsal entegrasyonlarını sağlayarak, tedavi sonrası tekrar madde kullanımının önüne geçilmesine yardımcı olmaktadır. Aile üyeleri ve yakın çevre de tedavi sürecine dahil edilerek, bireylerin sağlıklı sosyal bağlar kurmaları teşvik edilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, madde kullanım bozukluğu olan bireylerin toplumsal uyum süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü bu süreç, bireylerin iyileşme yolundaki en büyük engelleri aşabilmelerini sağlamak için kritik bir adımdır.

Motivasyonel Görüşmenin Temelleri ve İlkeleri

Klinik sosyal hizmet uzmanları, motivasyonel görüşmeyi, danışanlarının iyileşme süreçlerinde daha aktif bir rol alması için bir araç olarak kullanmaktadırlar (Hohman, 2021). Motivasyonel görüşme, bir danışanın değişime karşı ambivalansını (kararsızlık veya çatışma) ele almayı ve bu ambivalansı olumlu bir değişim yönünde dönüştürmeyi amaçlamaktadır (Miller ve Rollnick, 2013). Ayrıca, motivasyonel görüşme, klinik sosyal hizmet uygulamalarında bireylerin, sosyal çevrelerinden veya toplumdaki alabilecekleri destekleri de göz önünde bulundurmaktadır. Bu teknik, bireylerin kendi içsel kaynaklarını bulmalarına yardımcı olmakta ve terapötik ilişkiyi güçlendirmektedir. Motivasyonel görüşme, yalnızca bireysel terapiyle sınırlı değildir. Grup terapileri ve aile terapileri gibi çeşitli sosyal hizmet yaklaşımlarında da etkili bir şekilde kullanılabilir (Velasquez ve ark., 2006; Williams ve Wright, 2014). Klinik sosyal hizmet uzmanları, bireylerin değişim süreçlerine daha iyi uyum sağlamalarına yardımcı olmak için bu stratejileri kullanarak, sosyal, psikolojik ve çevresel faktörleri dikkate almaktadır (Singwane ve Ramoshaba, 2023). Motivasyonel görüşme, klinik sosyal hizmette, bireylerin davranışlarını değiştirme ve iyileşme sürecinde onlara rehberlik etme konusunda güçlü bir yöntemdir. Bu görüşme tarzı, hem terapötik ilişkilerin

güçlenmesine katkı sağlamakta hem de danışanların içsel motivasyonlarını ortaya çıkararak, onlara uzun vadeli değişim için gerekli araçları sunmaktadır.

Motivasyonel görüşme, bireylerin değişim süreçlerine yönelik içsel motivasyonlarını artırmak ve bireylerin kendilerini daha güçlü hissetmelerine yardımcı olmak için tasarlanmış terapötik bir tekniktir (Miller ve Rollnick, 2013). Bu teknik, ilk olarak 1980’li yılların sonlarına doğru, William R. Miller ve Stephen Rollnick tarafından geliştirilmiştir. Miller ve Rollnick, motivasyonel görüşmeyi, danışanların motivasyonlarını artırma ve onları kendi değişim süreçlerine katılmaya ikna etme amacıyla, psikoterapi ve davranış değişikliği tekniklerini harmanlayarak geliştirmişlerdir. Motivasyonel görüşme, temel olarak bireylerin davranışlarını değiştirmeye yönelik içsel motivasyonlarını keşfetmelerine yardımcı olmayı hedeflemektedir. Bu süreç, danışanın, değişime dair ambivalansını anlamasını ve bunun üzerine düşünmesini sağlamaktadır. Görüşmelerde, danışmana karşı empatik bir yaklaşım sergilenmekte ve danışanın düşünceleri ve duyguları dikkatlice dinlenmektedir. DSM-5’te ve diğer klinik rehberlerde de motivasyonel görüşme, daha çok “yönlendiren, olumsuz düşünceleri ve davranışları değiştirme” ve “danışanı içsel gücüyle iyileşme sürecine dahil etme” olarak ifade edilmektedir (American Psychiatric Association, 2013). Bu teknik, bireylere kendi güdülerine dayalı kararlar almayı ve bu kararları gerçekleştirmeyi öğretmektedir. Miller ve Rollnick, motivasyonel görüşmeyi özellikle madde kullanım bozukluğu, depresyon, obezite, sigara içme, stres yönetimi ve diğer davranışsal sağlık sorunlarıyla başa çıkmak isteyen bireylerle yapılan terapilerde etkin bir yöntem olarak tanıtmışlardır. Motivasyonel görüşme, ilk kez geliştirildiğinden bu yana önemli ölçüde evrim geçirmiştir. Motivasyonel görüşmenin başlangıçtaki uygulamaları, dört temel ilke üzerine odaklanmıştır:

1. Empatiyi ifade etme,
2. Çelişki geliştirme,
3. Dirençle baş etme,
4. Öz yeterliliği destekleme.

Ancak günümüzde motivasyonel görüşme, dört süreç temelinde uygulanmaktadır:

1. **Bağ Kurma (Engaging):** Danışan ve uzman arasında ilişki temeli oluşturma sürecidir. Güçlü bir bağ kurmak, etkin bir görüşmenin temelini oluşturur.
2. **Odaklanma (Focusing):** Görüşmenin gündemini ve değişim hedeflerini belirleme sürecidir. Bu aşama, danışanın değişimle ilgili ihtiyaçlarını ve önceliklerini netleştirmeyi amaçlar.

3. **Ortaya Çıkarma (Evoking):** Motivasyonel görüşmenin temel beceri ve stratejilerinin kullanılarak, danışanın belirli bir değişim hedefi doğrultusunda motivasyonunun artırıldığı süreçtir.
4. **Planlama (Planning):** Davranış değişikliği sürecine geçişi sağlayan köprüdür. Bu aşamada, değişim hedeflerini gerçekleştirmek için stratejiler belirlenir.

Başlangıçtaki dört ilke, bu yeni süreçlere entegre edilmiştir. Empatik dinleme veya stratejik yanıtlar gibi uygulamalar, bu süreçler içerisinde konuşmayı yönlendirmek ve ilerletmek için kullanılmaktadır. Dört süreç, uzmanların danışanlarıyla yaptıkları klinik oturumları çerçevelemelerine yardımcı olmaktadır ve görüşmelerin yapısına netlik kazandırmaktadır.

Motivasyonel görüşme, bireylerin değişim döngülerini anlamalarına yardımcı olmakta ve bu döngü ile etkileşim içinde çalışmaktadır. Değişim döngüsü, bireylerin bir davranışı değiştirmeye yönelik evreleri ifade etmekte ve bu süreç, “Aşamalı Değişim Modeli (Transtheoretical Model)” ile açıklanmaktadır (Connors ve ark., 2013). Model, bireylerin değişim süreçlerini beş aşamada incelemektedir:

1. **Farkındalık Evresi (Precontemplation):** Birey, değişim gerektiğinin farkında değildir ve değişimle ilgili bir düşünce geliştirmemiştir. Bu evrede olan bireyler, değişim için motivasyon geliştirmekte zorlanabilirler. Motivasyonel görüşme burada, bireyi kendi davranışları ve bunların sonuçları hakkında düşünmeye teşvik eder. Danışanın farkındalık seviyesini artırmak için açık uçlu sorular sorulur ve ambivalansları keşfedilmeye çalışılır.
2. **Düşünme Evresi (Contemplation):** Birey, değişimin gerekli olduğunu düşünmeye başlar ancak bu değişimi yapma konusunda kararsızdır. Motivasyonel görüşme burada, bireye kendi düşüncelerini ve duygularını anlaması için fırsatlar sunar ve değişimin faydalarını tartışarak onu bu konuda cesaretlendirir.
3. **Hazırlık Evresi (Preparation):** Birey, değişim için hazırlıklara başlar, ancak eyleme geçmemiştir. Motivasyonel görüşme, danışanın planlarını netleştirmesine yardımcı olur, hedefler koymasına rehberlik eder ve ona destek verir.
4. **Eylem Evresi (Action):** Birey, değişim için belirli adımlar atmaya başlar. Bu süreçte motivasyonel görüşme, kişinin sürecin her aşamasında güçlü kalmasına ve hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur. Bireye başarılarını kutlama ve yeni zorluklarla başa çıkma konusunda destek sağlar.

- 5. Sürdürme Evresi (Maintenance):** Birey, değişim sürecinde kalır ve davranışlarını sürdürür. Danışan, davranış değişikliklerini sürdürmeye çalışırken motivasyonel görüşme, danışanın bu başarıları sürdürebilmesi için gerekli stratejileri ve destek mekanizmalarını geliştirmesine yardımcı olur.

Motivasyonel görüşme, bu değişim evrelerinin her birinde bireylere yardımcı olmak için kullanılabilir. Değişim döngüsünün her evresi, bireyin içsel motivasyonunu anlamak ve buna göre uygun stratejiler geliştirmek için önemlidir. Klinik sosyal hizmet uzmanları, motivasyonel görüşmenin bu evrelerle ilişkisini kullanarak, danışanlarının bulunduğu evreyi anlamaya çalışmakta ve buna uygun teknikler ile danışanı yönlendirmektedirler.

Motivasyonel görüşme, kişi merkezli danışmanlıktan türeyen ve danışan ile uzman arasındaki iş birliğine odaklanan, hedefe yönelik bir müdahaledir. Bu yaklaşım, danışanın madde kullanımıyla ilgili içsel çelişkilerini fark etmesine destek olan bir danışmanlık stildir. Madde kullanım bozukluğu çerçevesinde düşünüldüğünde, motivasyonel görüşme, danışanın madde kullanım bozukluğu ile ilgili kararsızlıklarını çözmesine ve değişim motivasyonunu artırmaya odaklanmaktadır. Bu yöntemin altında yatan temel ilke, değişim motivasyonunun bireyin gerçek bir değişim gerçekleştirebilmesi için hayati öneme sahip olmasıdır (DiClemente ve ark., 2017). Bu bağlamda, Tablo 1 (PCSS, 2021; Substance Abuse and Mental Health Services Administration, 2021), motivasyonel görüşme tekniklerinin ve soru örneklerinin nasıl uygulanabileceğini ve bu sürecin danışanın değişim motivasyonunu artırmaya nasıl katkı sağladığını göstermektedir.

Tablo 1. Motivasyonel Görüşme Stratejileri ve Soru Örnekleri

Soru Türü / Strateji	Açıklama / Örnek
İzin İstemek	- Danışanın rahat hissedebilmesi için izin istenmesi. - “Son zamanlarda çok sorun yaşadığınızı fark ettim. Eroin ya da reçeteli ağrı kesici kullanımı hakkında konuşabilir miyiz?”
Değişim İçin Nedenleri Keşfetmek	Artılar: “___ kullanmanın iyi yönleri nedir?” Eksiler: “Bunun dezavantajlarını anlatabilir misin?”
Geriye Bakmak	- Madde kullanımından önceki zamanları sorarak, geçmişteki farklılıkları anlamaya çalışmak. - “O dönemde her şey nasıl daha iyiydi/daha farklıydı?”
İleriye Bakmak	- Gelecekteki olası sonuçların değerlendirilmesi. - “Eğer şu anda bu durum devam ederse, neler olabilir?”

Örnekler İstemek	- Danışanla daha fazla detay konuşmak için örnek istenmesi. - “Bana birkaç tane daha örnek verebilir misiniz?”
Aşırılıkların Keşfetmek	- Değişimle ilgili olabilecek en iyi ve en kötü sonuçların keşfedilmesi. - “Eğer ____ kullanmaya devam ederseniz, başınıza gelebilecek en kötü şeyler nelerdir?”
Değişim İçin Motivasyon Bulma	- Danışanın mevcut durumu ile istediği durum arasındaki uyumsuzluğun fark edilmesine destek olunması. - “ ____ bağımlılığı, hayatınızdaki önemli değerlerle nasıl bir çelişki oluşturuyor?”
Çelişkileri Ortaya Çıkarmak	- Hedeflerle uyuşmayan davranışların vurgulanması. - “Eroinin size olumsuz sonuçlar yaşattığını söylüyorsunuz, değişmezseniz ne(ler) olur?”
Değişim İçin Nedenler	- Danışanın değişim için nedenler oluşturmasına destek olunması. - “Neden değişmeniz gerektiğini düşündünüz?”
Değişime Hazırlığın Keşfedilmesi	- 1-10 arası bir ölçekle değişime hazırlığın değerlendirilmesi. - “Bırakmanın sizin için ne kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz? Neden daha yüksek veya daha düşük bir cevap verdiniz?”
Özgüven / Korkuları Keşfetmek	- Bırakmaya karar verirken danışanın kendisine ne kadar güvendiğinin sorulması. - “Bırakmaya / azaltmaya / tedaviye gitmeye karar verirsiniz, bunu yapabileceğinize ne kadar güveniyorsunuz?”
Özetleme Yapmak	- Danışanın kararsızlıklarının özetlenmesi. - “Eroin kullanımı hakkında endişelisiniz çünkü çok para harcıyorsunuz ve ailevi problemler ortaya çıkıyor. Bu kolay bir seçim gibi görünmüyor.”
Kararsızlıkların Pozitif Tarafını Teşvik Etmek	- Kararsızlıkların pozitif bir şekilde değerlendirilmesi. - “Belki de eroin kullanmak sizin için o kadar önemli ki, her şeyin bedeli olsa da bırakmak istemiyorsunuz.”
Bir Karar Sormak	- Değişim için karar verilmesi noktasında destek olunması. - “Tedaviye gitmeye karar verirsiniz, bunu gerçekleştirmek için ne yapmanız gerekir?”
Hedefler Belirlemek	- Hedeflerin belirlenmesi için destek sağlanması. - “İlk adımınız ne olacak? Birkaç gün içinde ne yapmayı planlıyorsunuz?”
Onaylama Yapmak	- Danışanın güçlü yönlerinin vurgulanması ve desteklenmesi. - “Bunu yapmak çok büyük bir güç/cesaret/kararlılık gerektiriyor.”
Empati Göstermek	- Karar vermekte zorlanan danışanla empati kurulması. - “Bunların üstesinden gelmeniz için size nasıl yardımcı olabilirim?”

Motivasyonel görüşme, uzmanların danışan motivasyonunu artırmak için belirli klinik beceriler kullandığı bir danışmanlık yaklaşımıdır. Bu yaklaşımın etkili olabilmesi için uzmanların motivasyonel görüşmenin ruhunu (örneğin, uzman ve danışan arasında iş birliğini teşvik eden temel bir perspektif) benimsemeleri ve bu yaklaşımın beceri ve stratejilerinde yetkinlik kazanmaları gerekmektedir. Motivasyonel görüşme, birbiriyle bağlantılı dört süreçten (İş

Birliği, Kabul, Şefkat ve Ortaya Çıkarma (PACE) oluşmaktadır (Miller ve Rollnick, 2013):

- **İş Birliği (Partnership):** Uzman ile danışan arasında aktif bir iş birliğidir. Uzman empati gösterdiğinde ve danışanın bakış açısına gerçek bir merak duyduğunda, danışan endişelerini ifade etmeye daha istekli olur. Bu iş birliği çerçevesinde, uzman danışanı nazikçe yönlendirir; ancak konuşmanın yönünü belirleyen danışandır.
- **Kabul (Acceptance):** Danışana saygı ve onay gösterme eylemidir. Uzman, danışanın bakış açısını ve endişelerini anlamaya yönelik bir niyet sergiler. Kabul, motivasyonel görüşmenin dört temel bileşeni olan koşulsuz değer verme, doğru empati, özerklik desteği ve onaylama aracılığıyla, danışanın durumunu ve kararlarını anlamayı kolaylaştırır.
- **Şefkat (Compassion):** Uzmanın, danışanın refahını aktif olarak desteklemesi ve danışanın ihtiyaçlarını önceliklendirmesidir.
- **Ortaya Çıkarma (Evocation):** Danışanın mevcut motivasyonlarını, değerlerini, güçlü yönlerini ve kaynaklarını keşfetme ve ortaya çıkarma sürecidir.

Motivasyonel görüşmeyi uygulayan uzmanlar, danışanın kültürel farklılıklarına uyum sağlayarak bu yaklaşımı daha etkili hale getirebilirler. Bu uyum sağlama, danışanın ihtiyaçları hakkında kültürel varsayımlarda bulunmak yerine, potansiyel çatışma veya “uyumsuzluk” alanlarını tespit etmeyi ve müdahaleyi danışanın kültürel normlarına daha yakın bir şekilde uyarlamayı içermektedir. Bu uyarlama, kullanılan dil, içerik, kavramlar, hedefler ve/veya yöntemlerin danışanın kültürüne uygun hale getirilmesi yoluyla gerçekleştirilebilmektedir (Oh ve Lee, 2016).

Motivasyonel Görüşme Yaklaşımlarını Uygulamaya Dahil Etmek

Motivasyonel görüşmenin temel danışmanlık becerileri, OARS kısaltmasıyla tanımlanmaktadır. OARS, Açık Sorular Sormak (Open questions), Onaylamalar (Affirmations), Yansıtıcı Dinleme (Reflective listening), ve Özetleme (Summarization) süreçlerini içermektedir (Miller ve Rollnick, 2013). Uzmanların, danışanlarının hikâyelerini anlatmalarını ve onların hedeflerini, değerlerini ve inançlarını anlamalarını sağlamak için açık sorular sorması önemlidir. Örneğin, uzmanlar şu soruları sorabilir: “Her gün 12’lik bir bira kutusunu içtiğinde nasıl bir duygu hissettin?” ya da “Kokain kullanmanın evliliğine nasıl bir etkisi oldu, biraz daha anlatır mısın?”

Onaylamalar, danışanın gizli ya da açık güçlerini/kaynaklarını takdir etmek ve onlara bir saygı gösterdiğini ifade etmek için kullanılmaktadır. Örneğin, “Geçen

hafta cesaretin kırıldı ama AA (Adsız Alkolikler) toplantılarına gitmeye devam ettin. Ne kadar kararlısın!” ya da “İçki içmeye karşı duyduğun isteğini önlemek için düşündüğün bu fikir iyi bir fikir.”

Yansıtıcı dinleme, kişiye odaklanmış danışmanlığın temel bir unsurudur ve motivasyonel görüşmenin en önemli bileşenlerinden birisidir. Yansımalar, danışanın, uzmanın yorumunun, danışanın düşünce ya da niyetiyle uyumlu olup olmadığını doğrulamasına olanak tanımaktadır. Uzmanların empatik bir biçimde durumları ve olguları ifade etmeleri, madde kullanımını sonuçlarının iyileşmesine katkıda bulunmaktadır (Moyers ve ark., 2016). Motivasyonel görüşme konusunda yetkin uzmanlar, daha fazla soru sormaktan çok yansımalar kullanmaktadır. Örneğin, bir danışan şu şekilde bir ifade de bulunabilir: “Emre stresli olduğunda ve içki içtiğinde gerçekten çok zor oluyor. Oturuyor, yardım etmiyor ve ben ona bir şey söylesem sinirleniyor. Bazen çocukları okuldan almakta geç kalıyorum çünkü bana yardımcı olan kimse yok.” Uzman ise danışana yönelik şu şekilde anlamlı bir yansıma yapabilir: “Emre stresli olduğunda ve içki içtiğinde, evde size yardım etmiyor ve bu durum, çocukları okuldan zamanında almanıza engel oluyor.” ya da daha bir duygusal yansıma ile: “Emre stresli olduğunda ve içki içtiğinde, evde yardım etmiyor, bu durum çok sinir bozucu olabilir. Ayrıca, çocukları zamanında almadığınızda kötü bir ebeveyn gibi hissediyorsunuz.” Yansıtıcı dinlemeye örnek olarak, “Bu gerçekten zor olmalı.”, “Üzgün olduğunuzu görüyorum.”, “Söylediklerinizi şöyle anlıyorum...”, “Bir yandan, böyle görünüyor... Ama diğer yandan...” şeklindeki ifadeler de örnek olarak verilebilir.

Özetleme, bir danışmanlık oturumunda, danışanın ifadelerinin özel bir anlam taşıyan kısmını ayıklayıp, geri yansıtarak danışanın tam deneyimini doğru şekilde anlaşıldığını gösteren önemli bir yansıtıcı dinleme ögesidir. Özetlemeler, ifade edilenlerin kısa bir özetini sunabilir ya da tartışmanın temasındaki değişikliği yönlendirebilir. Bir özetleme örneği şöyle olabilir: “Tamam, anladığıma emin olmak istiyorum. AA (Adsız Alkolikler) toplantılarına katılmak istiyorsunuz ama tek boş zamanınız iş çıkışı, o zaman da birinin çocukları alması gerekiyor. Ayrıca, toplantılara düzenli katılabileceğiniz konusunda bazı endişeleriniz var. Çünkü arabanızda sorunlar olduğunu söylediniz. Doğru anlamış mıyım?” Klinik olarak uygun olduğunda, motivasyonel görüşmede yetkin olan uzmanlar, danışanın ifadelerini duyduklarını ve anlamını doğru bir şekilde kavradıklarını danışana iletme için oturum sırasında birden fazla kez özetleme yapabilmektedirler.

Uzmanlar, değişim konuşmalarını dinlerken DARN-CAT kısaltmasını kullanarak farklı türlerdeki değişim konuşmalarını hatırlayabilmektedirler. DARN-CAT modeli, Desire (İstek), Ability (Yetenek), Reason (Sebebi), Need (İhtiyaç), Commitment (Kararlılık), Activation (Harekete Geçirme), ve Taking

Steps (Adımlar Atma) süreçlerinden oluşmaktadır. Bu modeldeki sağlayıcı soruları Tablo 2’de özetlenmiştir (Miller ve Rollnick, 2013; Substance Abuse and Mental Health Services Administration, 2021). DARN-CAT, motivasyonel görüşme bağlamında, bir danışanın değişim yapma isteğini ve kararlılığını keşfetmek amacıyla kullanılan bir çerçevedir. Bu model, danışanın değişimle ilgili düşüncelerini ve ifadelerini anlamak ve bu ifadeleri kullanarak danışanı harekete geçirmeyi amaçlamaktadır.

Tablo 2. DARN-CAT Modeli Çerçevesinde Motivasyonel Görüşme

DARN-CAT Türü	Değişimle İlgili Konuşma Örnekleri
İstek (Desire)	- “İçki içme alışkanlığınızla ilgili neyin değişmesini istersiniz?” - “Birlikte çalışmamızın neyi başarmasını umuyorsunuz?”
Yetenek (Ability)	- “İçmeyi bırakmaya karar verirsiniz, hangi adımları atardınız?” - “Alkol kullanımınızda neyi değiştirebileceğinizi düşünüyorsunuz?” - “Sigara içmeyi bırakmak için düşündüğünüz yöntemler ya da planlar var mı?”
Nedenler (Reasons)	- “Sigara içmeyi bırakmanızın nedenleri nelerdir?” - “Alkol kullanımınızı durdurmak veya azaltmak istemenizin nedeni nedir?” - “Eroin kullanmaya devam etmenin olumsuz yönleri nedir?”
İhtiyaç (Need)	- “Kokaini bırakmaya karar vermek için neler olmalıdır?” - “Sigara içmeyi bırakmak sizin için ne kadar önemlidir?”
Kararlılık (Commitment)	- “Ben _____ yapmak istiyorum.” - “Ben _____ yapabilirim.” - “Ben _____ yapmalıyım.”
Harekete Geçirme (Activation)	- “Ben _____ yapmaya hazırım.” - “Ben _____ yapmaya kararlıyım.” - “Ben _____ yapmaya hazırım.”
Adımlar Atma (Taking Steps)	- “Bir destek grubuna katıldım.” - “Bu hafta akşamları sigara içmedim.”

Motivasyonel görüşme, değişimle ilgili konuşmaları (change talk) ortaya çıkarmak için çekirdek görüşme becerilerinin ötesinde bir dizi strateji de sunmaktadır (Substance Abuse and Mental Health Services Administration, 2021). Bu stratejiler, danışanın içsel motivasyonunu anlamak ve bu motivasyonu harekete geçirmek için kullanılmaktadır. Stratejiler, motivasyonel görüşmenin temel görüşme becerileri olan OARS’ın (Açık uçlu sorular, Onaylama, Yansıtıcı dinleme ve Özetleme) etkili bir şekilde kullanılmasının sonrasında daha da güçlenmektedir. Ayrıca, her stratejinin en verimli şekilde kullanılabilmesi için danışanın değişime hazır olup olmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Değişimle ilgili konuşmaları ortaya çıkarmak için kullanılan stratejiler şu şekildedir:

1. **Detaylı Açıklama İsteme:** Danışandan, belirli bir düşünce veya durumu daha ayrıntılı olarak açıklamasını istemek, değişimle ilgili daha derinlemesine bir anlayış kazanmayı sağlamaktadır. Örneğin, “Bu konuda biraz daha ayrıntılı bilgi verebilir misiniz?”
2. **Örnekler İsteme:** Danışanın belirli bir düşünceyi somut örneklerle desteklemesi, o düşüncenin gerçek hayatla ne kadar örtüştüğünü anlamaya yardımcı olmaktadır. Örneğin, “Alkolü bırakmanın size nasıl yardımcı olabileceğine dair bir örnek verebilir misiniz?”
3. **Geçmiş Bakma:** Danışanın geçmişteki deneyimlerine dönerek, geçmişteki olumlu değişim ve başarıları hatırlatmak, motivasyonu artırabilmektedir. Örneğin, “Geçmişte sigarayı bırakmayı denediğinizde neler işe yaradı?”
4. **Geleceğe Bakma:** Danışanın gelecekteki değişim hedeflerini ve hayallerini düşünmesini sağlamak, değişime dair daha net bir vizyon oluşturabilmektedir. Örneğin, “Alkolü bıraktıktan sonra hayatınızda ne gibi değişiklikler olacağını hayal ediyorsunuz?”
5. **Aşırı Düşünceleri Sorgulama:** Danışanın aşırı veya uç fikirlerini sorgulamak, genellikle karşıt düşünceler arasında denge bulmasına ve daha gerçekçi hedefler koymasına yardımcı olabilmektedir. Örneğin, “Sizce alkolü tamamen bırakmanın ne kadar gerçekçi bir hedef olduğunu düşünüyorsunuz?”
6. **Danışanın Değişim Konusundaki Güvenini Ölçme:** Danışanın, değişimi gerçekleştirebilme konusunda ne kadar güvende olduğunu ölçmek, değişimin olasılığını değerlendirmeyi sağlamaktadır. Örneğin, “Değişime ne kadar güveniyorsunuz? Bu konuda kendinizi ne kadar hazırlanmış hissediyorsunuz?”
7. **Hedefler ve Değerler Üzerine Keşif:** Danışanın hedefleri ve değerleri üzerinde derinlemesine bir keşif yapmak, değişim sürecinde neyin önemli olduğunu anlamaya yardımcı olmaktadır. Örneğin, “Bu değişikliği yapmanın sizin için anlamı nedir? Hangi değerleriniz sizi bu karara yönlendiriyor?”

Motivasyonel görüşmede kullanılan diğer bir yaklaşım ise FRAMES'dir (Substance Abuse and Mental Health Services Administration, 2021). FRAMES yaklaşımı, danışanların öz farkındalıkların geliştirilmesi ve değişimi gerçekleştirme konusundaki güvenlerini artırmak amacıyla tasarlanmış ve altı bileşenden oluşan bir yöntemdir. Bu yöntem, Geribildirim (Feedback), Sorumluluk (Responsibility), Tavsiye (Advice), Seçenekler Menüsü (Menu of

Options), Empati (Empathy), Öz-yeterlik (Self-efficacy) süreçlerinden oluşmaktadır:

- 1. Geribildirim:** Danışanlara, kişiselleştirilmiş geribildirimler verilmesidir. Böylece danışanların sorunlarının ciddiyetini diğer insanlarla karşılaştırarak daha iyi anlayabilmeleri mümkün olabilmektedir. Değerlendirmeler ve geribildirimler, standartlaştırılmış tarama veya değerlendirme araçlarından alınan sonuçları içerebilmektedir. Geribildirim, tedavi motivasyonunu etkileyebilmekte ve değişim aşamaları arasında ilerlemeyi teşvik edebilmektedir.
- 2. Sorumluluk:** Danışanların, madde kullanımıyla ilgili aldıkları kararların ve tedavi başlatma sürecine etkilerinin sorumluluğunu almaları için değişim sürecine dahil olmaları gerekmektedir.
- 3. Tavsiye:** Direktif veya eğitimsel tavsiyelerde bulunulması için danışanlardan izin istenmesi ve onların onayının alınması gerekmektedir. Bu tavsiyeler, olumlu değişimi teşvik eden öneriler ve/veya aktiviteler içerebilmektedir. Danışanlar, uzmanın önerileri hakkında geri bildirimde bulunabilmekte ve açıklama talep edebilmektedirler. Bu yaklaşım sabır ve dikkatli zamanlama gerektirmektedir.
- 4. Seçenekler Menüsü:** Danışanın tedaviye katılımını artırmak ve tedavi sürecini kolaylaştırmak amacıyla seçenekler sunulabilmektedir. Bu seçeneklerin terapötik ilişkiyi güçlendirdiği, terk etme oranlarını düşürdüğü ve sonuçları iyileştirdiği gösterilmiştir (Van Horn ve ark., 2015).
- 5. Empati:** Yansıtıcı dinleme kullanarak danışanın bakış açısını anlamaya yönelik aktif bir ilgi gösterilmesi gerekmektedir. Uzmanın empatisi, danışanın tedavi sürecindeki sonuçlarını tahmin etmede önemli bir rol oynayabilmektedir (Elliott ve ark., 2018).
- 6. Öz-yeterlik:** Danışanın desteklenmesi, geçmişteki başarılarının gözden geçirilmesi, kişisel güçlerinin belirlenmesi ve danışanın olumlu değişimler yapabilme konusundaki güveninin artırılması ile öz-yeterliğin artması sağlanabilmektedir (Kadden ve Litt, 2011). Öz-yeterlik, bağımlılık tedavisi sonuçlarında önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır (Kuerbis ve ark., 2013; Litt ve Kadden, 2015; Morgenstern ve ark., 2016).

Motivasyonel görüşme yaklaşımları, madde kullanım bozukluğu olan bireylerin daha iyi sonuçlar elde etmelerine yardımcı olabilmektedir. Madde kullanım bozukluğu üzerine yapılan araştırmalar, motivasyonel görüşmenin alkol, tütün ve uyuşturucu kullanımını azaltmada etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Madson ve ark., 2016). Motivasyonel görüşme müdahaleleri ile elde edilen diğer

olumlu sonuçlar arasında, detoksifikasyon sonrası tedaviye devam oranlarının artışı, metadon bakım programlarına katılımın artması ve HIV enfeksiyonu aktarım riskini azaltma davranışlarına daha fazla ilgi gösterilmesi yer almaktadır (Bachiller ve ark., 2015; D'Amico ve ark., 2015; Holstad ve ark., 2011; Navidian ve ark., 2016). Motivasyonel görüşme, bağımsız bir tedavi seçeneği olarak veya diğer kanıt dayalı tedavi yöntemlerinin bir parçası olarak etkili bir şekilde uygulanabilir. Motivasyonel görüşme, özellikle bilişsel-davranışçı terapi ile birleştirildiğinde, madde kullanım bozukluğu olan bireyler için uzun vadeli olumlu davranış değişikliklerini sürdürme şansını artırmaktadır (Copeland ve ark., 2016; Naar ve Safren, 2017). Ayrıca, motivasyonel görüşmenin madde kullanım bozukluğu tedavi süreçlerine dahil edilmesi, tedaviye devam oranlarını artırmakta ve iyileşme sürecini hızlandırmaktadır (Martino ve ark., 2016). Motivasyonel görüşmenin, ergenler, yetişkinler, HIV ile yaşayan bireyler, ceza adalet sisteminde yer alan bireyler, madde kullanım bozukluğu olan ve ruhsal sağlık sorunları yaşayan kişiler gibi geniş bir müracaatçı kitlesinde etkili olduğu gösterilmiştir (Madson ve ark., 2016; SAMHSA, 2019). Son olarak, araştırmalar madde kullanım bozukluğunun hem bireysel hem de grup formatlarında uygulanabileceğini ortaya koymakta, ancak grup formatları üzerinde daha fazla araştırma yapılması gerektiği vurgulanmaktadır (Madson ve ark., 2016).

Klinik Sosyal Hizmette Motivasyonel Görüşme Vaka Örnekleri

Klinik sosyal hizmet uygulamalarında motivasyonel görüşme, danışanların değişim sürecine katılımını artırmak ve onları daha olumlu bir yönelime teşvik etmek için etkili bir müdahale yöntemidir. Motivasyonel görüşme, özellikle madde kullanım bozukluğunun tedavisi, davranış değişiklikleri ve psikososyal destek alanlarında klinik uygulamalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu bölümde, motivasyonel görüşmenin madde kullanım bozukluğuyla ilgili farklı vaka örnekleri üzerinden nasıl uygulandığını, terapötik süreçlerdeki rolünü ve danışanların değişim motivasyonlarını nasıl artırdığı yer alacaktır.

Vaka Örneği 1

Özkan, 17 yaşında bir ergendir ve uyuşturucu bağımlılığı nedeniyle ailesi aracılığıyla sosyal hizmet kurumuna müracaat etmiştir. Özkan, birkaç yıl boyunca arkadaşlarıyla birlikte uyuşturucu kullanmış ve bu süreç sonunda ailesiyle ciddi sorunlar yaşamaya başlamıştır. Özkan, okulda başarısız olmuş, sosyal ilişkileri bozulmuş ve fiziksel sağlık sorunları yaşamaya başlamıştır. Ailesi, onun iyileşmesini sağlamak için profesyonel destek arayışına girmiştir. Özkan ile gerçekleştirilen müdahale sürecindeki en büyük zorluk, bağımlılık sürecine dair ambivalansı (kararsızlığı) ve değişime karşı direnç göstermesidir.

Ergenlerle yapılan motivasyonel görüşmeler, çoğunlukla daha fazla dirençle karşılaşma olasılığının yüksek olması nedeniyle, terapötik sürecin ilk aşamalarında daha fazla empati ve anlayış gerektirmektedir. Özkan ile yapılan ilk görüşmede, sosyal hizmet uzmanı onun bağımlılığı konusunda ambivalansını göz önünde bulundurarak şu şekilde açık uçlu sorular sormuştur: “Uyuşturucu kullanmanın hayatınızdaki olumlu yanları ne(ler) olabilir?”, “Kullanmayı bıraktığınızda neler kaybedebileceğini düşünüyorsunuz?”

Bu sorular sayesinde Özkan, madde kullanım bozukluğunun kendisine sağladığı kısa vadeli tatminleri anlatırken, bunun karşısında kaybettiği aile ilişkileri, okul başarıları ve sağlık sorunlarını da dile getirmeye başlamıştır. Sosyal hizmet uzmanı, yansıtma tekniği kullanarak, Özkan'ın söylediklerini tekrar etmiş ve onun hissettiklerini anlamaya çalışmıştır: “Uyuşturucu kullanmanın sizi rahatlattığını hissediyorsunuz ama aynı zamanda bunun sizi okulda başarısız yapıp, aileyle aranızı açtığını da söylüyorsunuz.”

Bu sayede Özkan, madde kullanım bozukluğuyla ilgili kararsızlıklarını daha net bir şekilde görmeye başlamıştır. Sosyal hizmet uzmanı, Özkan'ın değişim için içsel motivasyonunu keşfetmesine yardımcı olmak için değişim döngüsündeki hangi evrede olduğuna dair sorular yöneltmiştir: “Bu noktada uyuşturucuyu bırakmak sizin için ne kadar önemli?”, “Bunu ne zaman yapabileceğinizi düşünüyorsunuz?”

Sonraki seanslarda, Özkan'ın bağımlılıkla ilgili daha fazla bilgi edinmesi ve sosyal destek sistemleri üzerine düşünmesi teşvik edilmiştir. Ayrıca, Özkan'ın değişim planları netleştirilmiş, aileyi de sürece dahil etmek için adımlar atılmıştır. Özkan, başlangıçta uyuşturucuyu bırakmak istemediğini ifade etse de görüşmeler ilerledikçe içsel motivasyonunu keşfetmiş ve tedavi sürecine daha fazla dahil olmuştur.

Vaka Örneği 2

Berrin, 32 yaşında, evli ve iki çocuk annesi bir kadındır. Alkol bağımlılığı nedeniyle ailesiyle olan ilişkileri bozulmuş ve iş hayatında başarısızlıklar yaşamıştır. Berrin, alkolün hem ruhsal hem de fiziksel sağlığı üzerinde ciddi etkiler yarattığını bilmektedir. Ancak değişim konusunda kararsızdır. Alkol kullanımını sürdürmenin kendisine sağladığı rahatlık ve arkadaşlarıyla geçirdiği zaman, değişime karşı direnç göstermesine neden olmaktadır.

Berrin ile yapılan motivasyonel görüşmede, terapist önce açık uçlu sorular ile Berrin'in alkol kullanımını anlamaya çalışmıştır: “Alkol içmenin sizin için ne gibi faydaları var?”, “Alkol kullanmanın hayatınızdaki olumsuz yanları nelerdir?”

Berrin, alkol kullanmanın başlangıçta onu rahatlatan bir etki yarattığını ancak uzun vadede iş yaşamında, evde ve fiziksel sağlığında ciddi sorunlara yol açtığını

kabul etmiştir. Sosyal hizmet uzmanı, yansıtma yaparak, Berrin'in farkındalığını artırmayı amaçlamıştır: “Alkol sizi rahatlatıyor, ama sonrasında işlerinizi yaparken zorlanıyor ve çocuklarınızla vakit geçirmekten keyif alamıyorsunuz.”

Motivasyonel görüşmenin merkezinde yer alan değişim evreleri modeli kullanılarak, Berrin'in hazır olduğu evre tespit edilmiştir. Berrin'in düşünme evresinde olduğu fark edilmiştir. Berrin, alkolü bırakmanın gerekliliği hakkında düşünmekte ancak bunu yapmaya henüz hazır değildir. Sosyal hizmet uzmanı, Berrin'in içsel motivasyonunu artırmaya yönelik sorular yönelmiştir: “Alkolü bırakmanın sizi nasıl bir hayata götüreceğini düşünüyorsunuz?”, “Bu değişimi yapmak sizin için ne kadar önemli?”

Berrin, alkolü bırakmanın ailesiyle olan ilişkilerini iyileştirebileceğini ve sağlığını koruyabileceğini fark etmiş ve sürece dahil olma isteği göstermiştir. Sosyal hizmet uzmanı, Berrin'in bu kararını destekleyerek, hedefler belirlemesine yardımcı olmuştur: “Birkaç gün boyunca alkol kullanmamayı hedeflemek, sizin için mümkün mü?”, “Alkolü bırakmakla ilgili ilk adım olarak ne yapmayı planlıyorsunuz?”

Berrin, belirlediği hedeflere ulaşmak için gerektiğinde profesyonel destek alacağını ifade etmiş ve tedavi sürecine başlamak için randevu almıştır.

Vaka Örneği 3

Selim, 25 yaşındadır ve alkol bağımlılığı nedeniyle ailesiyle ciddi sorunlar yaşamaktadır. Ailesi, Selim'in alkol kullanımının sadece onun hayatını değil, tüm aileyi olumsuz etkilediğini fark etmiştir. Aile üyeleri, Selim'in tedavi sürecine katılmasını isteseler de Selim değişime karşı oldukça dirençlidir ve tedaviye katılmayı reddetmektedir. Aile üyeleri de Selim'in bağımlılığı hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak ve ona nasıl yardımcı olabileceklerini öğrenmek için sosyal hizmet uzmanından destek almıştır.

Aile temelli yaklaşımlarda, aile üyeleri ile yapılan motivasyonel görüşme danışanın değişim sürecine dahil edilmesini sağlamaktadır. Bu görüşmeler, ailenin, danışanın bağımlılığını ve bu bağımlılıkla ilgili duygusal tepkilerini anlamasına yardımcı olmaktadır. Selim'in ailesi ile yapılan ilk görüşmede, sosyal hizmet uzmanı, aile üyelerine, değişim sürecinin çok yönlü bir süreç olduğunu ve her bireyin bu sürece farklı hızda dahil olabileceğini anlatmıştır. Aile üyelerine, Selim'in değişim sürecine girmesi için gerekli olan motivasyonu nasıl artırabilecekleri konusunda rehberlik edilmiştir.

Sosyal hizmet uzmanı, aile üyelerine, açık uçlu sorular sorarak ve yansıtma tekniklerini kullanarak, Selim'in davranışlarının aileyi nasıl etkilediğini ve aile üyelerinin duygularını keşfetmelerini sağlamıştır:” Selim'in alkol kullanımı

ailenizde hangi sorunlara yol açıyor?”, “Selim’in iyileşmesini desteklemek için ne tür değişiklikler yapabileceğinizi düşünüyorsunuz?”, “Ailenin her bireyi, Selimin iyileşmesine nasıl katkı sağlayabilir?”

Aile üyeleri, alkol kullanımının ailedeki diğer bireylerin stresini artırdığını ve ailenin birbirine olan bağlarını zayıflattığını ifade etmişlerdir. Sosyal hizmet uzmanı, değişim evreleri modelini kullanarak aile üyelerinin, Selim’in değişim sürecine nasıl destek olabileceklerini anlamalarına yardımcı olmuştur. Ayrıca, Selim’i tedaviye ikna etme konusunda nasıl daha etkili olabilecekleri konusunda stratejiler geliştirilmiştir. Aile üyeleri, Selim’in tedavi sürecine katılmasını desteklemek için sosyal hizmet uzmanının rehberliğinde çeşitli olumlu pekiştireçler kullanmaya başlamışlardır. Öncelikle, Selim’in küçük bir adım attığında aile üyeleri ona teşekkür ederek ve yaptığı olumlu davranışları vurgulayarak övgüde bulunmuşlardır. Örneğin, “Bugün tedaviye gitmeyi kabul ettin, gerçekten çok cesurca bir adım attın.” şeklinde ifadelerle Selim’in motivasyonu artırılmıştır. Ayrıca, tedavi sürecine devam ettiğinde, aile üyeleri ona birlikte vakit geçirme gibi sosyal destek sunmuşlardır. Bu, Selim için motive edici bir rol oynamış ve onu tedaviye katılmaya teşvik etmiştir. Örneğin, “Tedaviye düzenli katıldığında, birlikte bir aktivite yapabiliriz” şeklinde bir öneri ile destek sunulmuştur. Aile üyeleri, Selim’in tedaviye katılımını sürdürmesi adına pozitif geri bildirimde de bulunmuşlardır. Selim her adımında takdir edilerek, “Yaptığın şey gerçekten değerli, bunun farkındayız ve seni destekliyoruz.” gibi ifadelerle cesaretlendirilmiştir. Ayrıca, tedaviye devam ederse Selim’e eğlenceli aktiviteler önerilerek, tedavi süreci daha çekici hale getirilmiştir. Aile üyeleri, “Tedaviye katılmaya devam edersen, birlikte bir tatil planı yapabiliriz” gibi motivasyonel cümleler kullanmışlardır. Son olarak, Selim’e duygusal destek de sağlanmıştır. Aile üyeleri, Selim’in tedaviye devam etmesi için ona güvence vererek, “Senin için her zaman buradayız, tedavi sürecinde seni yalnız bırakmayacağız.” şeklinde sözler söylemişlerdir. Bu tür olumlu pekiştireçler sayesinde, aile üyeleri Selim’in tedavi sürecine aktif katılımını sağlamış ve değişim sürecinde önemli bir rol oynamışlardır.

Sonuç ve Öneriler

Klinik sosyal hizmet uygulamalarında motivasyonel görüşme, bireylerin değişime yönelik isteklerini ve motivasyonlarını anlamaya yönelik güçlü bir araçtır. Madde kullanım bozukluğu gibi karmaşık ve direnç gösteren durumlarla başa çıkarken, motivasyonel görüşmenin sunduğu empatik ve güçlendirici yaklaşım, bireylerin değişim için içsel motivasyonlarını ortaya koymalarına yardımcı olmaktadır. Motivasyonel görüşme, bireylerin mevcut davranışları ile gelecekteki hedefleri arasındaki uyumsuzlukları fark etmelerini sağlamakta ve bu

farkındalık, değişim sürecinin başlatılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, motivasyonel görüşmenin bireyin kendi değerlerine ve hedeflerine odaklanması, müdahale sürecinin daha anlamlı ve sürdürülebilir olmasına olanak tanımaktadır.

Madde kullanım bozukluğu olan bireylerle yapılan motivasyonel görüşme, müdahale sürecinde bireylerin ambivalansını (kararsızlık) çözmelerine ve değişim yönünde kararlar almalarına yardımcı olabilmektedir. Klinik sosyal hizmet uzmanları, bu yaklaşımı kullanarak, bireylerin kendilerine duydukları güveni artırabilir, problem çözüme becerilerini geliştirebilir ve sosyal destek sistemlerini güçlendirebilir. Madde kullanım bozukluğu sadece bireyi değil, tüm aileyi etkileyen bir sorundur. Bu nedenle, aile üyelerinin tedavi sürecine dahil edilmesi, bireylerin değişim motivasyonunu artırabilir. Aile içindeki dinamiklerin değiştirilmesi, tedavi sürecinin başarısını destekleyen önemli bir faktördür. Aile temelli yaklaşımlar, tedavi sürecinin her aşamasında büyük bir rol oynar. Ayrıca, madde kullanım bozukluğu olan bireylerin tedavi sürecinde sosyal destek sistemleriyle de ilişkilidir. Bu nedenle, sosyal hizmet uzmanları tedavi sürecine psikolojik destek, rehberlik ve toplum temelli kaynakları dahil ederek, bireylerin yalnız hissetmelerinin önüne geçebilirler. Rehabilitasyon merkezlerinin, işyerlerinin ve okulların desteği de iyileşme sürecini güçlendirebilir.

Madde kullanım bozukluğu olan bireyler için klinik sosyal hizmet uygulamalarının etkili olabilmesi, multidisipliner bir yaklaşımı gerektirmektedir. Bu bağlamda, her bireyin ihtiyaçları ve tedaviye yaklaşımı farklı olduğundan, sosyal hizmet uzmanlarının kişiye özel tedavi planları oluşturması büyük önem taşımaktadır. Değişim süreçleri bireylerin hızlarına göre yönlendirilerek, terapötik sürecin hem etkili hem de sürdürülebilir olması sağlanabilir. Ayrıca, erken müdahale ile risk altındaki davranışlar daha etkili bir şekilde yönetilebilir ve tedavi sürecinin başarısı artırılabilir.

Madde kullanım bozukluğu tedavisinde, bireylerin uzun vadeli izlenmesi önemlidir. Tedavi süreci yalnızca ilk iyileşme dönemiyle sınırlı olmamalıdır. Uzun vadeli izleme, geri dönüşlerin önlenmesine ve sürdürülebilir iyileşme sağlanmasına olanak tanımaktadır. Bu noktada, gelecekte yapılacak araştırmalar ve uygulamalar, madde kullanım bozukluğu tedavisinde daha etkili ve erişilebilir stratejiler geliştirmek adına kritik öneme sahiptir. Yenilikçi terapötik yaklaşımlar ve müdahaleler üzerine daha fazla araştırma yapılması, tedavi süreçlerini geliştirebilir. Ayrıca, madde kullanım bozukluğunun tedavisinde multidisipliner bir yaklaşımın etkisi de araştırılmalı, psikologlar, tıp uzmanları ve sosyal hizmet uzmanlarının iş birliği ile daha bütüncül bir müdahale sağlanabilir.

Madde kullanım bozukluğunun tedavisinde kültürel ve toplumsal farklılıkların etkisi de göz önünde bulundurulmalıdır. Tedavi sürecinde

yerelleştirilmiş yaklaşımlar geliştirmek, daha etkili sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir. Aynı zamanda, madde kullanımının önlenmesi tedavi kadar önemli bir konu olup, özellikle genç yaşta başlayan alkol ve uyuşturucu kullanımı, ilerleyen yıllarda bağımlılığa dönüşebilir. Bu bağlamda okul ve toplum temelli önleyici ve koruyucu programların geliştirilmesi ve toplumda farkındalık yaratılması önemlidir.

Sonuç olarak, madde kullanım bozukluğu ile mücadelede motivasyonel görüşme, klinik sosyal hizmetin önemli bir aracı olarak öne çıkmaktadır. Bu yaklaşım, bireylerin içsel motivasyonlarını keşfetmelerini sağlamakta ve müdahale sürecini güçlendirmektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalar ve uygulamalar, bu alandaki bilgiyi genişletmek ve daha etkili müdahale yöntemleri geliştirmek adına kritik öneme sahiptir.

Kaynakça

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). American Psychiatric Publishing. <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Bachiller, D., Grau-López, L., Barral, C., Daigre, C., Alberich, C., Rodríguez-Cintas, L., Valero, S., Casas, M., & Roncero, C. (2015). Motivational interviewing group at inpatient detoxification, its influence in maintaining abstinence and treatment retention after discharge. *Adicciones*, 27(2), 109–118.
- Connors, G. J., DiClemente, C. C., Velasquez, M. M., & Donovan, D. M. (2013). *Substance abuse treatment and the stages of change: Selecting and planning interventions* (2nd ed.). Guilford.
- Copeland, J., Gates, P., & Pokorski, I. (2016). A narrative review of psychological cannabis use treatments with and without pharmaceutical adjunct. *Current Pharmaceutical Design*, 22(42), 6397–6408. <https://doi.org/10.2174/1381612822666160831094811>
- Cservenka A. (2016). Neurobiological phenotypes associated with a family history of alcoholism. *Drug and Alcohol Dependence*, 158, 8–21. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2015.10.021>
- D'Amico, E. J., Houck, J. M., Hunter, S. B., Miles, J. N., Osilla, K. C., & Ewing, B. A. (2015). Group motivational interviewing for adolescents: change talk and alcohol and marijuana outcomes. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 83(1), 68–80. <https://doi.org/10.1037/a0038155>
- Deak, J. D., & Johnson, E. C. (2021). Genetics of substance use disorders: A review. *Psychological Medicine*, 51(13), 2189–2200. doi:10.1017/S0033291721000969
- DiClemente, C. C., Corno, C. M., Graydon, M. M., Wiprovnick, A. E., & Knoblach, D. J. (2017). Motivational interviewing, enhancement, and brief interventions over the last decade: A review of reviews of efficacy and effectiveness. *Psychology of Addictive Behaviors*, 31(8), 862–887.
- Elliott, R., Bohart, A. C., Watson, J. C., & Murphy, D. (2018). Therapist empathy and client outcome: An updated meta-analysis. *Psychotherapy (Chicago, Ill.)*, 55(4), 399–410. <https://doi.org/10.1037/pst0000175>
- Gregor, C. (2015). Motivational interviewing in social work practice. *Journal of Social Work Practice*, 29(3), 371–373. <https://doi.org/10.1080/02650533.2015.1057113>
- Güngör, C., & Noyan, C. O. (2023). Madde bağımlılığı tedavisinde aile katılımının stigmatizasyon, algılanan sosyal destek ve tedavi

- motivasyonuna etkisi. *Current Addiction Research*, 7(2), 18–29. <https://doi.org/10.32739/car.2023.7.2.218>
- Haverfield, M. C., Ilgen, M., Schmidt, E., Shelley, A., & Timko, C. (2019). Social support networks and symptom severity among patients with co-occurring mental health and substance use disorders. *Community Mental Health Journal*, 55(5), 768–776. <https://doi.org/10.1007/s10597-019-00396-7>
- Hohman, M. (2021). *Motivational interviewing in social work practice* (2nd ed.). Guilford Press.
- Holstad, M. M., DiIorio, C., Kelley, M. E., Resnicow, K., & Sharma, S. (2011). Group motivational interviewing to promote adherence to antiretroviral medications and risk reduction behaviors in HIV infected women. *AIDS and Behavior*, 15(5), 885–896. <https://doi.org/10.1007/s10461-010-9865-y>
- Kadden, R. M., & Litt, M. D. (2011). The role of self-efficacy in the treatment of substance use disorders. *Addictive Behaviors*, 36(12), 1120–1126.
- Kuerbis, A., Armeli, S., Muench, F., & Morgenstern, J. (2013). Motivation and self-efficacy in the context of moderated drinking: Global self-report and ecological momentary assessment. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27(4), 934–943.
- Litt, M. D., & Kadden, R. M. (2015). Willpower versus “skillpower”: Examining how self-efficacy works in treatment for marijuana dependence. *Psychology of Addictive Behaviors*, 29(3), 532–540.
- Madson, M. B., Schumacher, J. A., Baer, J. S., & Martino, S. (2016). Motivational interviewing for substance use: Mapping out the next generation of research. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 65, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.jsat.2016.02.003>
- Martino, S., Paris, M., Jr, Añez, L., Nich, C., Canning-Ball, M., Hunkele, K., Olmstead, T. A., & Carroll, K. M. (2016). The effectiveness and cost of clinical supervision for motivational interviewing: A randomized controlled trial. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 68, 11–23. <https://doi.org/10.1016/j.jsat.2016.04.005>
- Miller, W. R., & Rollnick, S. (2013). *Motivational interviewing: Helping people change* (3rd ed.). Guilford.
- Morgenstern, J., Kuerbis, A., Houser, J., Muench, F. J., Shao, S., & Treloar, H. (2016). Within-person associations between daily motivation and self-efficacy and drinking among problem drinkers in treatment. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(6), 630–638.
- Moyers, T. B., Houck, J., Rice, S. L., Longabaugh, R., & Miller, W. R. (2016). Therapist empathy, combined behavioral intervention, and alcohol

- outcomes in the COMBINE research project. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 84(3), 221–229.
- Murase, H., Simons, R. M., & Simons, J. S. (2021). Distinct paths to alcohol problems: Impacts of childhood maltreatment, attachment insecurity, and interpersonal problems. *Addictive Behaviors*, 115, 106780. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106780>
- Naar, S., & Safren, S. A. (2017). *Motivational interviewing and CBT: Combining strategies for maximum effectiveness*. Guilford.
- National Association of Social Workers. (2013). *NASW standards for social work practice with clients with substance use disorders*. <https://www.socialworkers.org/Practice/NASW-Practice-Standards-Guidelines/NASW-Standards-for-Social-Work-Practice-with-Clients-with-Substance-Use-Disorders>
- Navidian, A., Kermansaravi, F., Tabas, E. E., & Saeedinezhad, F. (2016). Efficacy of Group Motivational Interviewing in the Degree of Drug Craving in the Addicts Under the Methadone Maintenance Treatment (MMT) in South East of Iran. *Archives of Psychiatric Nursing*, 30(2), 144–149. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2015.08.002>
- Oh, H., & Lee, C. (2016). Culture and motivational interviewing. *Patient Education and Counseling*, 99(11), 1914–1919.
- PCSS. (2021, June 11). *Motivational interviewing: Talking with someone struggling with OUD*. PCSS. <https://pcssnow.org/courses/motivational-interviewing-talking-with-someone-struggling-with-oud/>
- Saladino, V., Mosca, O., Petrucci, F., Hoelzlhammer, L., Lauriola, M., Verrastro, V., & Cabras, C. (2021). The Vicious Cycle: Problematic Family Relations, Substance Abuse, and Crime in Adolescence: A Narrative Review. *Frontiers in psychology*, 12, 673954. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.673954>
- Singwane, T. P., & Ramoshaba, D. J. (2023). Social workers' roles and contemporary responsibilities in addiction management: The case of selected treatment centres. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(2), 170–176. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i2.2286>
- Substance Abuse and Mental Health Services Administration. (2021). *Using motivational interviewing in substance use disorder treatment: Advisory*. <https://store.samhsa.gov/sites/default/files/PEP20-02-02-014.pdf>
- Substance Abuse and Mental Health Services Administration. (2019). *Enhancing motivation for change in substance use disorder treatment*. Treatment

Improvement Protocol (TIP) Series No. 35. SAMHSA Publication No. PEP19-02- 01-003.

- Van Horn, D. H., Drapkin, M., Lynch, K. G., Rennert, L., Goodman, J. D., Thomas, T., Ivey, M., & McKay, J. R. (2015). Treatment choices and subsequent attendance by substance-dependent patients who disengage from intensive outpatient treatment. *Addiction research & theory*, *23*(5), 391–403. <https://doi.org/10.3109/16066359.2015.1017570>
- Velasquez, M. M., Stephens, N. S., & Ingersoll, K. (2006). Motivational Interviewing in Groups. *Journal of Groups in Addiction & Recovery*, *1*(1), 27–50. https://doi.org/10.1300/J384v01n01_03
- Volkow, N. D., & Blanco, C. (2023). Substance use disorders: a comprehensive update of classification, epidemiology, neurobiology, clinical aspects, treatment and prevention. *World psychiatry : official journal of the World Psychiatric Association (WPA)*, *22*(2), 203–229. <https://doi.org/10.1002/wps.21073>
- Wells, E. A., Kristman-Valente, A. N., Peavy, K. M., & Jackson, T. R. (2013). Social workers and delivery of evidence-based psychosocial treatments for substance use disorders. *Social work in public health*, *28*(3-4), 279–301. <https://doi.org/10.1080/19371918.2013.759033>
- Williams, A. A., & Wright, K. S. (2014). Engaging families through motivational interviewing. *Pediatric Clinics of North America*, *61*(5), 907–921. <https://doi.org/10.1016/j.pcl.2014.06.014>
- World Health Organization. (2019). *International classification of diseases for mortality and morbidity statistics (11th ed.)*. World Health Organization. <https://icd.who.int/>

21. Bölüm

Siyasal İletişimde Kişisel Markalaşma ve Algı Yönetiminin Rolü: Erdoğan ve Kennedy Örneği

Abdulhamit AVŞAR¹

Erdoğan GÜL²

¹ Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim ve İnternet Enstitüsü Kurumsal İletişim

² Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim ve İnternet Enstitüsü Kurumsal İletişim Yüksek Lisans Programı

ÖZ

Bu makalenin amacı ve konusu siyasal iletişimde kişisel markasını, algı ve imaj yönetimini başarılı şekilde yürüten siyasi aktörlerin nasıl başarılı olduklarını araştıracaktır. Recep Tayyip Erdoğan ve John F. Kennedy örneği üzerinden incelenecektir.

Günümüz siyasal iletişimde algı yönetimi, kamuoyunun algılarını etkileyerek politik mesajların daha etkili bir şekilde iletilmesini sağlamaktadır. Doğru ve planlı iletişim stratejileri kullanılarak olumlu algılar oluşturulabilir veya olumsuz algılar profesyonelce yönetilebilmektedir. Bu da politikacıların veya partilerin halk nezdindeki itibarını güçlendirir. Bu nedenle, siyasal iletişimde algı yönetimi stratejik bir öneme sahiptir.

Siyasal liderlikte ise kişisel markalaşma, siyasi aktörlerin kendilerini ve politikalarını halka etkili bir şekilde tanıtmalarını ve farklılaştırmalarını sağlar. Kişisel markalaşma, politikacıların güvenilirliklerini, uzmanlık alanlarını ve değerlerini ön plana taşıyarak seçmenlerin gözünde güvenini kazanmalarına yardımcı olur. Ayrıca, politikacıların belirli bir imaj oluşturarak hedef kitlelerle duygusal bağ kurmalarına ve politikalarını daha çekici hale getirmelerine olanak tanır.

Anahtar Kelimeler: Kişisel Markalaşma, Algı Yönetimi, İmaj Yönetimi, Siyasal Kampanya

ABSTRACT

In contemporary political communication, perception management enables political messages to be conveyed more effectively by influencing public perceptions. By employing accurate and strategic communication strategies, positive perceptions can be created or negative perceptions can be professionally managed. This strengthens the reputation of politicians or parties in the eyes of the public. Therefore, perception management in political communication holds strategic importance.

In political leadership, personal branding allows political figures to effectively introduce and differentiate themselves and their policies to the public. Personal branding helps politicians gain trust from voters by highlighting their credibility, expertise, and values. Additionally, it enables politicians to emotionally connect with target audiences and make their policies more appealing by crafting a specific image. Therefore, personal branding in political communication is an important strategy for politicians to succeed in election campaigns and engage with the public.

Keywords: Personal Branding, Perception Management, Image Management, Political Campaign

GİRİŞ

Siyaset kelimesinin sözlükte geçen anlamı “bir nesneyi düzgün ve iyi durumda bulunması için özenle gözetip korumak; hayvanı ehlileştirmek, atı terbiye etmek” gibi anlamlara gelen **siyaset**, “toplumun işlerini üzerine alma, yürütme, yönetme işi, insan topluluklarını yönetme sanatı” şeklinde tanımlanır (Firuzabadi, *Ḳamüsü'l-muḥîṭ*, “svs” md.; *Tâcü'l-'arûs*, “svs” md.; *Kāmus Tercemesi*, II, 938-939). Siyaset, toplumların yönetimi ile ilgili olarak yapılan faaliyetlerin genel adıdır. Bu faaliyetler, devletin ve toplumun yönetimini, politikalarını ve kaynaklarını belirleme sürecini kapsar. Aziz'e (2013:15) göre siyasal iletişim, siyasal aktörlerin ideolojik amaçlarına ulaşmak adına grupların, kitlelerin, diğer ülkelerin veya blokların ikna edilmesi için iletişim araç ve tekniklerini kullanması olarak tanımlanmaktadır. Siyaset, çoğunlukla belirli bir coğrafi bölgedeki insanların ve grupların çıkarlarını, ihtiyaçlarını, sorunlarını ve değerlerini dengeleme ve yönetebilme sürecidir. Bu süreç, hükümetlerin oluşturulması, yasaların yapılması, toplumsal sorunların çözülmesi ve uluslararası ilişkilerin yönetilmesi gibi alanları kapsamaktadır.

Siyasal iletişim, modern demokrasilerin önemli yapılarından birisidir. Siyasi kişilerin halkla etkileşim kurduğu, politik mesajların iletilip alındığı bu süreç, toplumun siyasi katılımını şekillendirir ve demokratik süreçlerin işleyişine önemli bir katkı sağlamaktadır.

Siyasal iletişim, siyasi aktörlerin (siyasi partiler, politikacılar, hükümetler) birbirleriyle ve halkla iletişim kurma sürecidir. Bu süreç, politik mesajların oluşturulması, iletilmesi ve alınması olarak tanımlanabilir. Siyasal iletişim genellikle seçim kampanyaları, Halkla ilişkiler, politik tartışma faaliyetleri, medya ilişkileri ve sosyal medya kullanımı gibi çeşitli araçlar ve platformlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu iletişim süreci, siyasi liderlerin ve kurumların politikalarını tanıtmak, halkı bilgilendirmek, destek kazanmak, güven oluşturmak ve toplumu etkilemek için kullandıkları yöntemdir. Medya, siyaset arenasının ve dolayısıyla siyasal iletişim süreçlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. İletişim teknolojisinde meydana gelen gelişmeler medyanın etkisini önemli bir oranda arttırmıştır (Aziz, 2014:66). Siyasal iletişim, demokratik süreçlerde önemli bir rol oynayarak siyasi katılıma teşvik etmektedir. Siyasal iletişime genel olarak bakıldığında 2 dünya savaşı sonrası daha fazla güç kazandığını söylemek mümkündür. 1 inci dünya savaşına kadar iletişim araçlarından radyonun yaygın olarak kullanılması iletişimi sınırlı tutarken 2 inci dünya savaşı sonrası televizyonun kullanılmaya başlaması iletişim süreçlerinde daha stratejik daha kapsamlı planlamalara ve siyasal iletişim de daha fazla önem kazanmasına neden olmuştur.

Siyasal iletişim, günümüzde artık konusu siyaset olan her türlü iletişim sürecini içinde barındırmaktadır. Özellikle çağımız modern siyasetinde, siyasette konu olan sorunların ve aktörlerin sayısının artmasıyla birlikte siyaset sahasının genişlemesi medyanın giderek etki alanını genişletmesi ve kamuoyunun ağırlığının artması, siyasal iletişim alanının genişlemesine neden olmuştur. Farklı bir açıdan bakmak gerekirse televizyonda yayınlanan siyasi reklamlar, açık oturumlar, haber, panel gibi programlar, gazetede yer alan siyasi haberler makale ve yazıları içeren köşe yazıları siyasi posterler yazılı reklamlar, radyo internet siteleri ve bunlar gibi önemli siyasi mesajların yer aldığı önemli alanlar da siyasal iletişimin yapıldığı diğer alanlardır (Yavaşgel, 2022:20).

Günümüz dünyasında siyasal iletişim, geleneksel medyanın yanı sıra yeni medya ve dijital platformlar aracılığıyla da gerçekleştiğini görmekteyiz. Politikacılar ve siyasi partiler, halkı bilgilendirmek, destek kazanmak ve politikalarını anlatabilmek için televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medya araçlarıyla birlikte internet, sosyal medya ve diğer dijital iletişim platformlarını etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. “Demokratik sistemlerde medya hem siyasal iletişimin ileticisi hem de gazeteciler tarafından yapılan siyasal mesajların göndericisi fonksiyonuna sahiptir” (Mc Nair, 2003:12). Bu nedenle, siyasal iletişimde kişisel markalaşma, politikacıların seçim kampanyalarında ve kamuoyuyla etkileşimde başarılı olmaları için önemli bir stratejidir.

1. SİYASAL PAZARLAMA VE ETİK

Siyasal iletişim, (pek çok tanımı olması ile birlikte) siyasal aktörler tarafından belirli ideolojik amaçları toplum içinde hedef kitlelere, ülkelere, bireylere kabul ettirmek, gerekirse eyleme geçirmek, ikna ederek uygulamaya koymak amacıyla çeşitli iletişim tekniklerinin kullanılması ile gerçekleştirilen iletişim türüne denir (Aziz, 2007: 3). Siyasal pazarlama siyasi partilerin veya aktörlerin politikalarını ve hedeflerini kamuoyuna tanıtmak, desteklerini kazanmak ve seçimlerde başarılı olabilmeleri için kullandıkları stratejilerin ve tekniklerin bir bütünüdür. Bu stratejik çalışma seçmenlerin güvenini kazanmak, politikalarını duyurmak, rakiplerini eleştirmek ve toplumu etkilemek için iletişim araçlarını kullanmayı içermektedir.

Başka bir ifadeyle siyasal pazarlama, partilerin ve politikacıların seçmen kitlesini etkilemek için çeşitli araçları kullanmasıyla yakından bağlantılıdır. Bu araçlar arasında medya kampanyaları, mitingler, sosyal medya, afişler, broşürler, propaganda ve diğer iletişim araçları bulunur. Bunlar, siyasi mesajları yaymak, seçmenleri harekete geçirmek ve siyasi güç elde etmek için kullanılan yöntemlerdir.

"Devir, imaj devri" sözü son dönemlerde ağızlardan düşmez olmuş, siyasette de başarıya ulaşma yolu "imaj adamlığı" üzerinde çizilmiştir. Ancak yine de, "iletişimin temelinde bulunan karmaşık görüntü ve seslerin ağırlığı her gün biraz daha artsa bile, iletişimin duyurulması, değerlendirilmesi, kısacası sürebilmesi için hala basından destek alınır. Yüzeydeki bir iletişimden, algılayanın hacimlerinin ve bir biçimde yapısının daha iyi kavramasına yardımcı olacak çeşitli boyutları olan bir iletişime geçiş sağlanmış durumdadır. Siyasal pazarlamanın işlevi bir adayı diğer adaylardan farklı kılarak, seçmenlerin gözünde değerli gösterecek bir görünüm (image) oluşturmaktır. Siyasal pazarlamanın çıkış noktasında bilgi ve eylemi düzenleme gerekliliği vardır. Düzenleme işlemi öncelikle bir ön araştırma dönemini gerekli kılmaktadır. Seçim bölgesinin daha doğrusu seçmen kitlesinin gerçek sorunlarını tanımlama çalışmalarıyla başlayan bu düzenlemede daha sonra "durum saptamaları" yapılır, 'önergeler" oluşturulur ve strateji belirlenir (Yavaşgel, 2022:20).

Siyasal başarıda ekonomik politikalar, küresel ve bölgesel siyaset, eğitim, liyakat ve başarılı yönetim tarzı seçim sonuçlarında etki eden önemli faktörlerdir. Fakat yine de siyasi liderin imaj ve algıları profesyonelce yönetmesi etkili unsuru oluşturmaktadır. Seçim dönemlerinde siyasal partilerin ve adayların kamuoyuna tanıtılmasında siyasal reklamlar aktif rol oynamaktadır. Günümüzde siyasal reklamlar ve siyasal tartışmalar medyanın da etkisiyle seçim kampanyalarının yönünü belirlemede, hangi siyasi partinin veya hangi adayın seçimi kazanacağı açısından etkili olmaktadır (Tokgöz, 2010:517-518). Siyasal pazarlama çalışmaları yaparken etik kurallara dikkat etmek gerekmektedir. Siyasi aktörler, rakiplerini eleştirmek veya kendi politikalarını öne çıkarmak için zaman zaman yalan veya yanıltıcı bilgileri kullanmaktadırlar. Etik, Yunan dilinin "ethos" kelimesinden türeyen, insanın öncelikle kendisine sonrasında da içinde bulunduğu topluma iyimser, saygılı, demokratik, neyin doğru neyin yanlış olduğunu bilerek toplum kurallarına ve yasalara uyma eylemi anlamına gelmektedir. İnsan ilişkilerinde etik kavramı, ekonomik, siyasi, kültürel, teknolojik, hukuki, kısacası hayatın her evresinde bulunan ve insan davranışlarını ahlaki değerler üzerinden ölçüp biçen kural birliği şeklinde görülmektedir (Tayfur, 2013). Ancak, bu tekniklerin etik sınırları ve demokratik süreçlere olan etkileri konusunda sürekli tartışmalar bulunmaktadır. Siyasal pazarlama çalışmalarında seçmenleri etkilemek ve yönlendirmek için psikolojik ve duygusal manipülasyon tekniklerini kullanılır. Gerçeklerin çarpıtılması, algıların yönetilmesi ve seçmenlerin yanıltılması gibi uygulamalar, demokratik sürecin sağlıklı işleyişine zarar vererek güveni sarsabilmektedir.

Bu da seçmenlerin güvenini sarsılmasına ve demokratik sürecin şeffaflığına ve dürüstlüğüne zarar vermektedir. Siyasi pazarlama çalışmalarında kampanya

yöneticileri, seçmenler hakkında büyük miktarda veri toplayarak analiz ederler. Bu verilerin gizliliği ve korunması konusunda sorunlar ortaya çıkmaktadır. Özellikle, kişisel verilerin kötüye kullanılması veya izinsiz olarak paylaşılması, seçmenlerin güvenini sarsarak özel hayatlarının gizliliğine zarar vermektedir.

Dünyanın en büyük sosyal paylaşım sitesi Facebook'un 50 milyon kullanıcıya ait kişisel bilgilerin, kritik siyasi seçimleri etkilemek için usulsüz kullanıldığına yönelik iddialar, Avrupalı ve Amerikalı regülatörleri harekete geçirdi. Londra merkezli Cambridge Analytica adlı veri analiz firmasının, 50 milyon Facebook kullanıcısının hesaplarından izinsiz topladığı kişisel verileri, ABD'de Kasım 2016'da yapılan başkanlık seçimleri ile İngiltere'de Haziran 2016'da gerçekleşen Avrupa Birliği (AB) referandumunu etkilemek için kullandığına dair suçlamalar, küresel ölçekte bir krize yol açtı (Facebook'un Veri Skandalı, 2018). Amerikan başkanlık seçimlerinde Donald Trump'un Facebook krizi tüm dünyada yankılanan etik krizlerden bir tanesidir.

Vatandaşlar politikacıların etik dışı davrandıklarını hissetmeleri durumunda ne gibi sonuçlar ortaya çıkar? Ya politikacıların gerçeği söylemedikleri ya da gerçeği kavramaktan aciz oldukları inancının doğmasıyla politikacılara güven sorunu ortaya çıkmaktadır (Schmidt, 2002:7). Bu etik sorunlara dikkat edilmediği takdirde siyasal pazarlamanın demokratik süreçler üzerindeki potansiyel olumsuz etkilerini görmek kaçınılmazdır. Bu nedenle, siyasi aktörlerin ve siyasal iletişimcilerin siyasal pazarlama faaliyetlerini demokratik değerlere ve etik standartlara uygun şekilde yürütmeye özen göstermesi kamuoyu güveni açısından önemlidir. Ayrıca, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımcılık gibi ilkelerin siyasal pazarlama süreçlerine entegre edilmesi gerekmektedir. Siyasal iletişimde güven, siyasi aktörlerin elini güçlendiren önemli bir unsurdur. Seçmenler peşlerinden gittikleri siyasi liderlerin güvenilir olması, kriz zamanlarında samimi, sorunları göğüsleyen sorumluluk sahibi kişiler olmasını tercih ederler.

Siyasal pazarlamanın işlevi bir adayı diğer adaylardan farklı kılarak, seçmenlerin gözünde değerli gösterecek bir görünüm (image) oluşturmaktır. Siyasal pazarlamanın çıkış noktasında bilgi ve eylemi düzenleme gerekliliği vardır. Düzenleme işlemi öncelikle bir ön araştırma dönemini gerekli kılmaktadır. Seçim bölgesinin daha doğrusu seçmen kitlesinin gerçek sorunlarını tanımlama çalışmalarıyla başlayan bu düzenlemede daha sonra "durum saptamaları" yapılır, "önergeler" oluşturulur. Siyasal pazarlama siyasetçinin -özellikle fikirlerinin- pazarlaması olmakla birlikte unutulmaması gereken nokta siyasetçinin kendine özgü ve önceden belirlenemez bir varlığı olduğudur. Bu nedenle, siyasal pazarlamada önemli olan onun bu varlığının, içinde bulunduğu çevrede değerli olarak görülmesidir (Yavaşgel, 2022:20).

Kişisel markalaşmada esas olan özgün olmak taklitten uzak bir karakter yansıtılabilmektir.

Siyasi liderlerinde bir kriz karşısında ya da yeni bir kanun, yasa çıkartılmasında, ülkeyi ve sorumlusu olduğu vatandaşları yakından ilgilendiren konularda aldığı bağımsız ve güçlü kararlar kendinden emin bir şekilde politika izlemesi siyasal pazarlamada kişiye değer katmada etkili olacaktır. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın başarısına bakılacak olursa 20 yılda yapılan bir çok referandum ve atılımlarda cesur ve emin bir şekilde kararlar alması yatmaktadır. Seçmenlerin zor zamanlarda güçlü liderleri tercih ettiği ve o liderle yürümek istediği gözlenmektedir.

2. ALGI YÖNETİMİ

Türk Dil Kurumu sözlüğünde algı “bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma, idrak“ olarak tanımlanmaktadır (Karabulut, 2014:14). Algı yönetimi bir kişi, grup veya örgütün, başkalarının algılarını şekillendirme veya yönlendirme sürecidir. Bu çalışma genellikle belirli bir imajı oluşturmak, olumsuz algıları azaltmak, var olan olumsuz algıları pozitif çevirmek veya olumlu algıları artırmak amacıyla bilinçli olarak yapılan çalışmalar bütünüdür.

Algı ile imaj çoğu zaman birbiri ile karıştırılır. Algıların alınma sürecine ”algılama” algılama sürecinin sonucunda insan zihninde oluşan zihinsel yada bilişsel resme “imaj” denir (Karabulut, 2014:15). Söz konusu algı yönetimi, ABD siyasi kararlarını ülkede ve tüm dünya kamuoyunda benimsenmesi için kullanılan bir yöntem olarak ortaya atılmıştır (Saydam, 2012:78). Buradaki strateji elde edilen bilgi ve duygular vasıtasıyla kitlelerin duygularını ya değiştirmek ya da var olan durumu olduğundan farklı göstermektir. Algı yönetimi genellikle iletişim stratejileri, medya manipülasyonu ve psikolojik etkileme tekniklerini kullanarak gerçekleştirilir. Özellikle, reklamlar, basın bildirimleri, sosyal medya paylaşımları, basın toplantıları ve diğer iletişim araçları, algı yönetimi için sıkça kullanılan araçlardır. İletişim platformlarının yaygın hale gelmesi ile algı yönetimi, siyasetten kurumsal iletişime kadar birçok alanda önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, bu süreçlerin şeffaf, dürüst ve etik prensiplere uygun olarak yürütülmesi sürekli vurgulandığı gibi son derece önemlidir. Algı yönetimi, kişisel markalaşma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Bir bireyin kendisini nasıl gösterdiği ve nasıl algılandığı, marka imajını da belirlemektedir. Amerikalı Siyasetçi Henry Kissinger tarafından “Bir şeyin gerçek olması pek o kadar önemli değildir; fakat gerçek olarak algılanması çok önemlidir” şeklinde dile getirilmiştir (Öksüz, 2013:13). İnsanlar, bir kişiyi tanımadan önce onun hakkında algıladıkları şeylere göre yargıda bulunurlar. Dolayısıyla, bir kişinin ya da siyasi aktörün algılanma biçimi, kişisel markalaşmasının da temelini oluşturmaktadır. Algı yönetimi,

siyasetçinin kendisini nasıl sunacağını, hangi mesajları ileteceğini, hangi platformlarda aktif olacağını ve hangi etkileşimleri kuracağını belirleme süreci ile başarılı olmaktadır. Kişisel markalaşmada ise siyasal aktörün kendisini benzersiz bir şekilde sunmasını ve rakip siyasilerden farklılığını vurgulaması gerekmektedir. Bu noktada algı yönetimi, kişinin istenen imajını oluşturmaya ve korumasına yardımcı olmaktadır. Algı yönetimi ilk olarak askeri operasyonlar ve psikolojik harpler için kullanılan bir yöntemdir, işe yarayınca halkla ilişkilerin, siyasetin ve her türlü iletişim çalışmalarının önemli bir iş kolu halinde kullanılmaya başlanmıştır. Ancak halkla ilişkiler disiplini bu psikolojik yöntemi olduğu gibi kullanmayarak, kendi yapısına uygun bir şekilde forma sokarak biraz daha yumuşatarak ortaya muhteşem bir itibar yönetimi dali çıktığını görünmektedir.

Algı yönetimi ve imajdan bahsederken söz edilmesi gereken bir diğer konu ise imajı oluşturan öğelerdir. Bu öğeleri bilişsel ve görsel olmak üzere ikiye ayırabilmek mümkün gözükmektedir. Görsel öğelerle anlatılmak istenen de öne çıkan liderin görüntüsü, beden dilidir. Liderlerin görüntüleri kadar kullandıkları beden dili de önem arz etmektedir. Steven Chaffee, Political Communication adlı kitabında siyasal iletişimin iletişim ayağına vurgu yaparak siyasal iletişim kavramını, “siyasal süreç içinde iletişimin oynadığı rol” şeklinde tanımlamaktadır (akt. Tokgöz, 2008:109). Siyasal iletişim tarihinde ABD’de 1960 seçimlerinde başkan adayları Kennedy ve Nixon karşılaşması bu alandaki somut örneklerdendir. Televizyon programında Kennedy’in beden dilini profesyonel şekilde kullanarak oturuşu, rahatlığı ve yüz ifadesi ile sergilediği performansı, Nixon’un gergin tavırlar sergilemesi sonucunda ortaya çıkan başarısızlığı dengede giden seçim çekişmesinde, Kennedy’e seçimi kazanmasında büyük bir avantaj sağlamıştır.



Şekil 1. Başlık

Kaynak: <https://cla.purdue.edu/academic/history/debate/kennedynixon/index.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)



Şekil 2. Başlık

Kaynak: <https://www.cla.purdue.edu/academic/history/debate/kennedynixon/public/history.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)

Yukarıda gördüğümüz resimleri inceleyecek olursak soldaki Kennedy'nin kendinden emin bir şekilde rahat, özgüveni yüksek izlenimle seçmenlerin algısında pozitif bir izlenim bıraktığını görmekteyiz. Beden dilini etkili kullanmanın iletişimdeki etkisinin 3 ana ögesi vardır: Sözcükler %10. Ses tonu %30 Beden dilinin ise iletişime etki oranı %60 dır.

Sağ taraftaki Nixon ise beden dili jest ve mimikleri ile kendinden emin olmayan, özgüveni düşük hedef kitleye güçlü imaj vermeyen bir izlenim bırakmıştır. Yapılan araştırmada ise bu tv programı sonrasında Nixon'un oy oranının düştüğü tespit edilmiştir.

Bu analizi toparlamak gerekir ise siyasette algı yönetimi kamuoyunu yönlendiren psikolojik bilinçaltında seçmeni manipüle edebilen bir durumdur. Her insan algı yönetiminden etkilenebilir, insan psikolojisi manipülasyona açık ve bu alanda savunmasız kalabilmektedir.

3. SİYASETTE KİŞİSEL MARKALAŞMA VE İMAJ YÖNETİMİ

Siyaset bilimi ve uluslararası ilişkilerin temel öğelerinden olan siyasal partiler ve liderlerin algı ve imaj yönetimi, özellikle II. Dünya savaşı sonrası bilimsel araştırmalara konu olmuştur (Karabulut, 2014:331). Kişisel markalaşma, bir politikacının kendisini ve politikalarını halka sunma şeklidir. Bir politikacının kişisel markası, onun kimliği, değerleri, yetenekleri ve politikalarıyla ilişkilendirilir. Kişisel markalaşma süreci, siyasi aktörün kendisini hedef kitleye tanıtmayı, onlarla bağlantı kurmayı ve güven oluşturmaya anlamına gelmektedir. Bu süreç, siyasetçinin politikalarını etkili bir şekilde iletebilmesi ve seçmenlerin güvenini kazanabilmesi için önemlidir. Şeyhanlıoğlu'na (2014:334) göre Liderlik ve lider meselesi, sosyal psikolojinin ve siyaset biliminin en kapsamlı incelenen konularından biridir. Toplu halde yaşamak zorunda olan insanoğlu, her zaman bir yöneticiye ihtiyaç duymuştur.

Farklı bir ifade ile siyasette kişisel markalaşma siyasi figürün kendisini seçmenlere tanıttığı, algılandığı ve hatırlatıldığı bir süreçtir. Bu süreç, siyasi liderlerin ideolojilerini, değerlerini ve politikalarını vurgulayarak kendisini diğer adaylardan farklılaştırmasına yardımcı olur. Kişisel markalaşma aynı zamanda liderin kişisel özelliklerini, yaşam deneyimlerini ve topluma olan katkılarını vurgulayarak onların seçmenler tarafından daha yakın hissedilmesini sağlar. İmaj yönetimi ise, bir siyasi karakterin kamusal algısını şekillendirme ve yönetme sürecidir. Bir politikacının imajı, halkın onun hakkındaki algısını oluşturmaktadır.

İyi bir imaj, politikacının güvenilirlik, samimiyet ve etkinlik gibi özelliklerini vurgularken, kötü bir imaj ise politikacının itibarını zedeleyebilir. İmaj yönetimi, politikacının medya, iletişim stratejileri ve kamu etkileşimi yoluyla nasıl algılandığını kontrol etmesine yardımcı olmaktadır.

Kişisel markalaşma ve imaj yönetimi, bir politikacının siyasal başarısını önemli ölçüde etkiler. İyi bir kişisel marka ve olumlu bir imaj, politikacının seçmenler üzerinde olumlu bir etki bırakmasını sağlar. Bu, seçmenlerin politikacının mesajlarına daha olumlu tepki vermesini ve ona güvenmelerine neden olmaktadır. Ayrıca, iyi bir kişisel marka ve imaj, politikacının rakiplerine karşı avantaj sağlayarak seçimlerde daha başarılı olmasına yardımcı olmaktadır.

Başarılı bir kişisel markalaşma politikacının kendisini ve politikalarını tanımlayan benzersiz bir kimlik yaratma sürecidir. Bu süreç, hedef kitleyle bağlantı kurmasını, onların dikkatini çekmesini ve güven oluşturmalarını sağlamaktadır. İyi bir kişisel marka, siyasi kişiliğin değerlerini, tutumunu ve hedeflerini net bir şekilde iletebilmesine neden olmaktadır.

Örneğin, Adnan menderesin "Yeter söz milletin" mesajları, onun kişisel markasının temelini oluşturarak seçmenler üzerinde güçlü bir etki bırakmasına sebep olmuştur.

Türk siyasetinin tarihine baktığımızda gazi Mustafa Kemal Atatürk'ten başlayarak tarihe adına yazdıran başarılı siyasetçileri görmekteyiz. Adnan Menderes, Turgut Özal, Necmettin Erbakan ve cumhuriyet tarihinin en uzun süre görev yapma başarısını sağlayan Recep Tayyip Erdoğan'ı görmekteyiz.

Bir çok başbakan ve cumhurbaşkanı görev yapmasına rağmen bu isimlerin zihinlerde ön plana çıkması elbette ki tesadüfi değildir. En önemli kriter olan ileri görüş yenilikçi reform ve başarılı politikalarının yanı sıra kişisel markalarını başarılı bir şekilde yönetmeleri bunda başarı anahtarıdır. Siyasi aktörün kişisel markalaşmasını etkileyen bir çok konu vardır bunlardan iki tanesini incelemek gerekir ise retorik ve fiziksel görünümüdür.

4.1. Retorik

Retorik; yazılı, görsel ya da sözlü olarak insanları etkileme, ikna etme sanatıdır. Daha çok konuşma sanatı ya da güzel söz söyleme sanatı olarak bilinen retorik, kökeni Antik Yunan'a dayanan bir alandır. Yunanca *rhētorikos* (ῥητορικὸς) yani hitabet kelimesinden türeyen retorik; siyaset, felsefe, edebiyat, hukuk gibi pek çok alanda kullanılır.

Retorik anlamı, Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından “güzel söz söylemek” olarak tanımlanmıştır. İnsanların düşüncelerini değiştirmek, onlara belli bir ideolojiyi kabul ettirmek, hedef kitleyi etkilemek gibi amaçlarla retorik sanatına başvurulur.

Retorik sanatı, konuşmayı etkili kılıp bir fikri insanlara kabul ettirmeye yarar ancak manipülatif olmayı da beraberinde getirebilir. Bu sorunun önüne geçmek için ethosun (konuşmacının) ahlak ilkelerine bağlı kaldığından emin olmak gerekir.

Reklamcılık, edebiyat, siyaset, felsefe, hukuk gibi pek çok alanda kullanılan retorik, günlük yaşamda bireylerin fikirlerini etkilemek için de kullanılabilir. Retorik, kısaca ikna sanatı olarak da bilinir (İlgın, 2023).

4.2. Fiziksel Görünüm

Toplum biliminde “Halo” yada “Hale” etkisi olarak adlandırılan kuram bize, bir kişinin olumlu bir karakteristiğinin başkalarının o kişiye karşı bakış açılarını etkileyebileceğini söyler. Araştırmalar, güzel görünümlü kişilere otomatik olarak yetenek, incelik, dürüstlük ve zeka gibi gözde özellikler yakıştırdığımızı göstermektedir. Dahası biz bu kararları fiziksel çekimin süreçte oynadığı rolün farkında olmadan alırız. Kanada’da yapılan federal seçimlerle ilgili bir araştırmada, çekici görünümlü adayların, çekici olmayanlara oranla iki buçuk kat fazla oy aldıklarını göstermişlerdir. Yakışıklı politikacılara karşı bu eğilimin kanıtları olmasına rağmen seçimlerin ardından yapılan araştırmalarda seçmenlerin eğilimlerinin farkında olmadıkları belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına giren Kanadalı seçmenlerin %73’ü çok katı ifadelerle oylarının fiziksel görünümünden etkilenmiş olduğunu reddetmiş, ancak %14 kadarı böyle bir etkilenmenin söz konusu olabileceğini kabul etmiştir. Hukuk sistemiyle ilgili Pennsylvania’da yapılan başka bir araştırma ise fiziksel çekicilikleri ön planda olan sanıkların, daha az çekici kişilere göre iki kat oranında daha az ceza aldıklarını desteklemiştir (Cialdini, 2023).

Recep Tayyip Erdoğan’ın siyasi başarısındaki en önemli başlıklarından bir tanesi de retorik kuramını çok başarılı bir şekilde kullanması ve fiziksel görünümünün güçlü olmasıdır. Kongrelerde kitleleri etkileyebilen şiirler okuması, Mitinglerdeki hitabeti ve meclis görüşmelerindeki konuşmalarını inceleyecek olursak hedef kitleyi etkileyebilen bir konuşma tarzı ile kitleleri etkilemeyi başarmıştır.

Ayrıca uluslararası diplomatik görüşmelerde devlet başkanları ile fiziksel üstünlüğünü belirgin ve başarılı şekilde yansıtması da başarısının temel faktörlerindedir.



Şekil 3. Başlık

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/basbakan-erdogan-obama-ile-gorustu-96680.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)

Yukarı ki resimde Erdoğan'ın beden dilini inceleyecek olursak ABD başkanı Obama karşısında eşit bir şekilde oturması jest ve mimiklerini etkin kullanması ve koltuğa hakim şekilde oturması üstünlük ve özgüvenini göstermektedir. Özellikle geçmiş yıllarda Türk siyasilerinin ABD yetkilileri karşısında daha zayıf beden dili ile imaj sağlamasından sonra Erdoğan'ın bu tarz imaj yansıtması seçmen zihninde pozitif bir algıya dönüşmüştür.



Şekil 4. Başlık

Kaynak: <https://www.lidergazete.com/cumhurbaskani-erdogan-putin-ile-gorustu-h150482.htm> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)

Rusya devlet başkanı Putin ile Erdoğan'ın resmini inceleyecek olursak Erdoğan'ın uzun boyu ve güçlü fiziki görüntüsü kırmızı kravatı (gücün temsili) tebessüm etmesi, Putin'in elini tutarken diğer eliyle elini tutması beden dilinde üstünlük anlamına gelmektedir.



Şekil 5. Başlık

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cumhurbaskani-erdogan-27-gunde-35-miting-yapti-371122.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)

Yukarıdaki görsellerde görüldüğü gibi Recep Tayyip Erdoğan'ın retorik sanatını etkin kullanabilmesi ve fiziki görüntüsü araştırmaların sonucunu da destekler niteliktedir. Topluma hitap ederken fiziki duruşu beden dilini etkili kullanması ses tonunun profesyonelce yönetmesi seçmen algılarında pozitif yönelmeye neden olmaktadır.

Kişisel markasını başarılı bir şekilde yöneten ve dünya siyasi tarihinde kendisini kabul ettiren Cumhurbaşkanı Erdoğan uluslararası krizlerde Rusya Ukrayna savaşında arabuluculuk ve tahıl krizi konularında dünyayı ilgilendiren sorunlarda da etkin rol oynamıştır.

SONUÇ

Kişisel markalaşma ve algı yönetimi, günümüz siyasi iletişimde önemli bir rol oynamaktadır. Politikacılar, kendilerini etkili bir şekilde tanımlamak ve seçmenlerle bağlantı kurmak için bu stratejileri kullandıklarını görmekteyiz. Ancak, bu stratejilerin samimi ve güvenilir bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Aksi halde, politikacılar kamuoyunun güvenini kaybedebilirler ve imajları zarar görebilir. Siyasi iletişimde algı yönetimi, siyasi aktörlerin imajlarını şekillendirmek ve kamuoyunun algılarını yönlendirmek için kritik bir araçtır. Doğru stratejilerle kullanıldığında, algı yönetimi siyasi başarıyı

etkileyebilir ve toplumsal destek kazanmaya yardımcı olur. Ancak, yanlış veya manipülatif kullanıldığında, algı yönetimi güven kaybına neden olarak siyasal zararlara yol açmaktadır. Bu nedenle, siyasal aktörlerin algı yönetimi stratejilerini dikkatli bir şekilde planlaması ve uygulaması önemlidir. Siyasal iletişimdeki imaj yönetimi, politikacıların halk nezdindeki algısını şekillendirmek ve güçlendirmek için temel bir araçtır. Başarılı bir imaj yönetimi stratejisi, politikacıların seçmenler üzerinde pozitif bir etki bırakmalarına, itibarlarını korumalarına ve politik hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda siyasi hayatında sürdürülebilir bir gelecek bulmak isteyen siyasi aktörlerin algı yönetimi ve kişisel markasını başarılı bir imaj yönetimiyle devam ettirmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aziz, A. (2003). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nobel Yayınları.
- Aziz, A. (2014). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Cialdini, R. B. (2023). *İknanın Psikolojisi*. Mediacat Yayınları.
- Facebbok'un Veri Skandalı (2018). *Anadolu Ajansı*.
<https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/facebookun-veri-skandalı-regulatorleri-harekete-gecirdi/1094984> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)
- <https://cla.purdue.edu/academic/history/debate/kennedynixon/index.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)
- <https://www.cla.purdue.edu/academic/history/debate/kennedynixon/publichistory.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)
- <https://www.lidergazete.com/cumhurbaskani-erdogan-putin-ile-gorustu-h150482.htm>(Erişim Tarihi: 24.04.2024)
- <https://www.trthaber.com/haber/gundem/basbakan-erdogan-obama-ile-gorustu-96680.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)
- <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cumhurbaskani-erdogan-27-gunde-35-miting-yapti-371122.html> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)
- İlgin, S. (2023). Retorik nedir. İstanbul Boğaziçi Enstitüsü.
<https://istanbulbogazicienstitu.com/retorik-nedir> (Erişim Tarihi: 24.04.2024)
- Kāmus Tercemesi, II, 938-939
- Karabulut, H. (2014). *Algı Yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*, London: Routledge Publication
- Öksüz, H. (2013). Algı yönetimi ve sosyal medya. *İdarecinin Sesi Dergisi*, (156), 12-15.
- Saydam, A. (2012). *Algı Yönetimi*. Ankara: Remzi Kitapevi.
- Schmidt, H. (2002). *Toplumda Ahlak Arayışı: Yeni Yüzyılın Eşiğinde Almanya*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Tayfur, G. (2013). Radyo televizyon etiği. *İletişim ve Etik*, 219- 230.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*. İstanbul: İmge Kitabevi
- Yavaşgel, E. (2022). *Siyasal İletişim*.

22. Bölüm

Nobel Ödüllü Bilim İnsanlarının Davranışsal İktisat Yaklaşımına Katkılarının Değerlendirilmesi

Zeynep EZANOĞLU¹

¹ Dr., Orcid: 0000-0002-4601-7567

1. Nobel Ödülü ve Davranışsal İktisat

Nobel Ekonomi Ödülü, ekonomi biliminin teorik temellerine, analitik yaklaşımlarına ve pratik uygulamalarına katkıda bulunarak dünya genelinde önemli ekonomik sorunların anlaşılmasına ve çözümüne ışık tutan bilim insanlarına verilen prestijli bir ödüldür. İsveç Kraliyet Bilimler Akademisi tarafından 1969 yılında verilmeye başlanan bu ödül hem teorik yeniliklerin hem de ampirik araştırmaların ekonomik politika ve uygulamalara olan etkisini vurgulayan en yüksek akademik onurlardan biri olarak kabul edilir. Nobel Ekonomi Ödülü sahipleri, mikro ve makro ekonomik analizlerden finansal piyasaların işleyişine, kalkınma ekonomisinden davranışsal iktisada kadar uzanan geniş bir yelpazede, ekonomi biliminin ilerlemesine öncülük eden çalışmalarıyla tanınır.

Davranışsal iktisat, bireylerin ekonomik kararlarını alırken tam anlamıyla rasyonel davranmadığını, aksine sınırlı bilişsel yetenekler, duygusal faktörler ve sistematik yanlıgılar nedeniyle irrasyonel kararlar verebileceğini savunan bir disiplin olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel iktisadın varsaydığı idealize edilmiş “rasyonel birey” kavramına eleştiriler getiren bu yaklaşım, bireylerin karar alma süreçlerinde sezgisel düşünme (heuristics), bilişsel yanlıgılar (cognitive biases) ve çerçeveleme etkisi (framing effect) gibi faktörlerin etkili olduğunu öne sürer. Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin “beklenti teorisi” (prospect theory) bu alandaki önemli çalışmalardan biridir ve bireylerin kazanç ve kayıpları farklı şekilde değerlendirerek riskli durumlarda tutarsız kararlar alabildiğini göstermiştir. Davranışsal iktisat, deneysel ve ampirik yöntemlerle ekonomik teorileri test ederek, daha gerçekçi modeller geliştirilmesini hedefler. Ayrıca bu disiplin, bireylerin karar verme hatalarını azaltmaya yönelik politika önerileri sunarak, kamu politikaları ve işletme stratejileri üzerinde önemli etkiler yaratmıştır.

2002 yılında psikolog Daniel Kahneman, belirsizlik altındaki insan davranışlarını, kararları ve tercihlerindeki irrasyonelliği ele alarak iktisat ve psikoloji arasındaki ilişkiye yaptığı katkılarla Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görüldü. Kahneman ödülünü Vernon Smith ile paylaştı. Smith, iktisadi davranışları, kararları ve tercihleri anlamamıza yönelik laboratuvar deneylerinin öncüsü olarak ödüllendirildi. Bu iki bilim insanının katkılarıyla, Kahneman'ın öncülük ettiği Davranışsal İktisat ve Smith'in geliştirdiği Deneysel İktisat adlı iki yeni araştırma alanı ortaya çıkmıştır. Takip eden yıllarda, Davranışsal Finans alanının öncüsü kabul edilen Robert J. Shiller'e ödül verildi ve 2017 yılında Richard Thaler, davranışsal iktisada yaptığı katkılar nedeniyle Nobel Ekonomi Ödülü'nü kazanmıştır.

Kahneman ve Smith'in ödül kazanmalarından yaklaşık 20 yıl sonra, her iki alan da büyük bir ilgi ve gelişim göstermiştir. Günümüzde, davranışsal iktisadın en tanınmış isimleri Kahneman ve Thaler olsa da bu alana daha önce katkı yapan F.A. von Hayek ve Herbert Simon gibi isimlerin de önemli bir yeri bulunmaktadır. Ayrıca, 2001'de Nobel Ödülü kazanan George A. Akerlof ve Joseph E. Stiglitz'in asimetrik bilgi üzerindeki çalışmalarının, dolaylı olarak davranışsal iktisatla ilişkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel ana-akım iktisat, bireylerin karar alırken ve davranış sergilerken "tam bilgi"ye sahip olduklarını ve bu bilgiyi zihinlerinde doğru şekilde işleyerek rasyonel seçimler yaptıklarını varsayar. Başka bir deyişle, Homo economicus, mükemmel bir bilgiye ve kendi fayda-maliyet analizlerini eksiksiz yapabilecek zihinsel kapasiteye sahiptir. Bu "tam bilgi" ve "tam rasyonalite" anlayışı, uzun yıllar boyunca ana-akım iktisadın temelini oluşturmuştur. Enformasyon ve psikoloji ile iktisat arasındaki ilişkiyi derinlemesine inceleyen ilk bilim insanlarından biri Friedrich A. von Hayek'tir. 1974'te Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülen Hayek, davranışsal iktisadın öncülerinden biri olarak kabul edilir. 20. yüzyılın ikinci yarısında George Katona, Harvey Leibenstein, Tibor Scitovsky ve Herbert Simon gibi araştırmacılar, ekonomide psikolojik faktörlerin rolünü vurgulayan önemli çalışmalar yapmışlardır. Herbert Simon, 1978 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmüş ve 1950'lerde yazdığı makalelerde neo-klasik iktisatçıların rasyonalite anlayışını eleştirmiştir. Ekonomi bilimi içinde enformasyon konusunu daha sonra George Akerlof, Michael Spence ve Joseph Stiglitz farklı yönlerden ele almış ve 2002'de Nobel Ekonomi Ödülü kazanmışlardır. 2013 Nobel Ekonomi Ödülü'nün sahibi Robert J. Shiller ise davranışsal iktisat alanındaki araştırmalarını finans piyasalarına taşımıştır. Reinherd Selten (2016), Alvin Roth (2012), Oliver Hart (2016) ve Bengt Holmström (2016) gibi isimler, farklı çalışmalarıyla davranışsal ve deneysel iktisadın gelişimine katkıda bulunan önemli bilim insanlarıdır.

Davranışsal iktisat, klasik iktisat teorilerinin aksine, bireylerin karar alma süreçlerinin yalnızca rasyonel ve fayda-maximize etme temelinde şekillenmediğini, bunun yerine duygusal, psikolojik ve sosyal faktörlerden de etkilendiğini ortaya koymuştur. Bu yaklaşım, insanların günlük hayatta gerçekleştirdikleri ekonomik seçimlerin daha karmaşık ve öngörülemeyen olabileceğini göstermektedir. Nobel Ekonomi Ödülleri de bu yeni düşünsel paradigmaları destekleyen ve bu alandaki önemli teorileri geliştiren bilim insanlarına verilmiştir.

Daniel Kahneman, 2002 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nü kazanarak, kararlar ve risk almanın psikolojik yönlerini inceleyen araştırmalarını ödüllendirildi. Kahneman, özellikle insanların belirsizlik altında nasıl kararlar aldığını ve bu

kararların genellikle rasyonel olmayan bir şekilde şekillendiğini vurgulamıştır. Bu çalışmaları, iktisat dünyasında “davranışsal iktisat” alanının temel taşlarını atmıştır. Kahneman’ın geliştirdiği *prospect theory* (beklenti teorisi), bireylerin riskli durumlar karşısında nasıl karar verdiklerini ve bu kararların geleneksel rasyonel modellerden nasıl saptığını açıklamaktadır.

Vernon Smith ise, deneysel iktisat alanındaki öncülüğüyle Nobel Ekonomi Ödülü’ne layık görülmüştür. Smith, iktisadi teorilerin laboratuvar ortamlarında test edilebileceğini ve insanların ekonomik kararları nasıl aldığını gözlemek için deneysel yöntemlerin kullanılabilirliğini göstermiştir. Deneysel iktisat, gerçek dünya davranışlarını simüle ederek, iktisat teorilerinin geçerliliğini sınamaya yönelik önemli bir araç haline gelmiştir. Bu çalışmalar, iktisadın öngörülemeyen insan davranışlarını daha doğru şekilde modellemeye yönelik büyük bir adım olmuştur.

Bir diğer önemli Nobel sahibi, Richard Thaler, 2017 yılında ödül kazanarak davranışsal iktisadın finansal alanlara entegrasyonunu sağlamıştır. Thaler’in *nudge theory* (itici güç teorisi), insanların karar verme süreçlerinde küçük, stratejik müdahalelerle daha iyi seçimler yapmalarına olanak tanıyacağını savunur. Bu teori, özellikle devlet politikalarında ve şirket uygulamalarında insanları daha sağlıklı ve faydalı seçimlere yönlendirecek mekanizmaların tasarlanmasında büyük rol oynamıştır. Thaler’in çalışmaları, ekonomiyi sadece piyasa dinamiklerinden ibaret görmeyen ötesine geçerek, bireylerin psikolojik ve sosyal faktörlerle şekillenen davranışlarını da dikkate almayı mümkün kılmıştır.

Davranışsal finans alanındaki önemli bir figür olan Robert Shiller, 2013 yılında Nobel Ekonomi Ödülü’ne layık görülmüştür. Shiller’in finansal piyasalara dair geliştirdiği teoriler, insanların piyasa balonları, spekülasyonlar ve aşırı iyimserlik gibi psikolojik etkilerden nasıl etkilendiğini açıklamaktadır. Shiller’in bu alandaki en tanınmış katkısı, finansal krizlerin önceden tahmin edilmesi üzerine yaptığı çalışmalarıdır. O, piyasa hareketlerinin ve balonların çoğunlukla duygusal ve irrasyonel davranışlardan kaynaklandığını savunarak, finansal sistemlerin daha güvenli ve istikrarlı olabilmesi için psikolojik faktörlerin göz önünde bulundurulması gerektiğini vurgulamıştır.

Bu alandaki önemli bir diğer isim, Herbert Simon’dur. 1978 yılında Nobel Ekonomi Ödülü’nü kazanan Simon, rasyonalite kavramına getirdiği eleştirilerle tanınır. Simon, insanların karar verme süreçlerinde tamamen rasyonel olamayacaklarını, bunun yerine "yeterli rasyonalite" ile hareket ettiklerini öne sürmüştür. Simon’un bu görüşü, karar alıcıların çoğu zaman eksik bilgiyle, sınırlı zihinsel kapasiteyle ve kısıtlı zamanla karar vermek zorunda olduklarını ifade etmektedir. Bu görüş, daha sonrasında davranışsal iktisat ve deneysel iktisat alanlarında yapılan birçok çalışmaya ilham kaynağı olmuştur.

Son olarak, ekonomide enformasyonun rolüne dair önemli katkılar sunan George Akerlof, Michael Spence ve Joseph Stiglitz'in 2001 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nü kazanması, asimetrik bilgi ve eksik bilgi teorilerinin iktisat düşüncesinde nasıl büyük bir yer edindiğini göstermektedir. Akerlof'un *The Market for Lemons* adlı çalışması, piyasaların eksik bilgi nedeniyle nasıl verimsiz hale gelebileceğini ortaya koymuştur. Bu çalışmalar, piyasaların düzgün işlememesi durumunda ortaya çıkabilecek irrasyonel kararların ve davranışların ekonomi üzerindeki etkilerini anlamamıza yardımcı olmuştur.

Sonuç olarak, bu Nobel Ekonomi Ödülü sahiplerinin katkıları hem davranışsal iktisat hem de deneysel iktisat alanlarında önemli dönüm noktaları yaratmış ve geleneksel iktisat anlayışını daha geniş bir perspektife taşımıştır. Bu bilim insanlarının çalışmaları, ekonomik teori ve uygulamaların insan davranışını daha iyi anlama ve daha doğru bir şekilde modelleme yolunda büyük bir ilerleme kaydetmesini sağlamıştır.

2. Nobel Ödüllü Bilim İnsanlarının Davranışsal Yaklaşım Katkıları

Bu bölümde, davranışsal iktisat ve deneysel iktisat alanlarında çığır açıcı çalışmalar yaparak bu disiplinlerin gelişimine önemli katkılarda bulunmuş Nobel Ekonomi Ödülü sahiplerinin çalışmalarını detaylı bir şekilde incelenecektir. Nobel Ekonomi Ödülü, ekonomi bilimine yön veren teorileri ve uygulamaları ödüllendirmenin ötesinde, toplumun ekonomik işleyişini daha iyi anlamasına yardımcı olan yenilikçi yaklaşımları ön plana çıkaran bir değerlendirme sürecidir. Özellikle son yıllarda ödüllerin, klasik iktisat teorisinin temel varsayımlarını sorgulayan ve insan davranışlarını daha gerçekçi bir şekilde modellemeyi amaçlayan araştırmalara verilmesi dikkat çekmektedir.

2.1. FRIEDRICH AUGUST von HAYEK (1899-1992)

Friedrich A. Hayek, 1974 yılında "para ve ekonomik dalgalanmalar teorisindeki öncü çalışmaları ve ekonomik, sosyal ve kurumsal olguların karşılıklı bağımlılığına dair derinlemesine analizlerinden dolayı" Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmüştür (The Nobel Press Release, 1974). Hayek'in iktisadi alana katkıları, parasal genişlemenin tasarruflar ve sermaye yapısı üzerinde yarattığı olumsuz etkiler ve bunun sonucunda kaynakların yanlış dağılımına yol açması üzerine yoğunlaşmıştır. Aynı zamanda alternatif ekonomik sistemlerde bireyler arasında bilginin ve enformasyonun nasıl dağıldığını ve bu bilginin nasıl kullanılabilirliğini sorgulamıştır (The Nobel Press Release, 1974).

Hayek'in önemli katkılarından biri, Mises (1990) ile başlatılan "Sosyalizmde İktisadi Hesaplama Tartışması"na yaptığı katkılardır. Bu tartışmalar, piyasaların ve ekonomik sistemlerin düzgün işlemesi için bilginin nasıl organize edilmesi

gerektiğini vurgulamış ve Hayek'in çalışmalarında daha sonra "Hayek'in dönüşümü" olarak adlandırılan düşünsel bir evrime yol açmıştır (Hutchison, 1983, 1992). Hayek, iktisatla ilgili analizlerini yalnızca ekonomik düzeyle sınırlı tutmayarak, sosyal, politik ve psikolojik alanlara da taşımış ve bu çalışmalarından elde ettiği bulguların ekonomik analizlere nasıl entegre edilebileceğini göstermiştir.

Hayek'in önemli eserlerinden biri olan *Individualism and Economic Order*, özellikle davranışsal iktisadın ilk kuşak temsilcileri arasında sayılan Herbert Simon, George Katona, Harvey Leibenstein, Richard Nelson ve Sidney Winter'in çalışmalarına benzerlikler taşımaktadır (Frantz, 2013: 1). Hayek'in davranışsal iktisadın gelişiminde etkili olan çalışmaları, rasyonellik ve bilginin doğası hakkındaki derinlemesine düşünceleri ile doğa ve sosyal bilimler arasındaki ayırımı yaptığı vurguları içerir (Lueken, 2017: 19).

Hayek'in bilgi ve rasyonellik hakkındaki görüşleri, eleştirel rasyonalizm yaklaşımına dayanmaktadır. Bu, insanların sınırlı bilgiyle kararlar aldıkları ve piyasa gibi karmaşık sistemlerin, bu dağılmış bilgiyle işlediği anlayışına dayanır. Ayrıca, psikoloji ile ekonomik analiz arasındaki köprü, davranışsal iktisadın doğuşunda büyük rol oynamıştır. Hayek'in çalışmaları, ekonominin psikolojik yönlerini göz önünde bulundurarak, yalnızca rasyonel karar almanın değil, aynı zamanda insanların kararlarında psikolojik ve sosyal faktörlerin de önemli bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda, Hayek'in fikirleri, davranışsal iktisadın temellerinin atılmasında etkili olmuştur.

Hayek (1952), psikoloji ile iktisadı birleştirerek bilgi ve rasyonellik konusundaki fikirlerine bilişsel bir temel kazandırmıştır. Hayek'in bilgi ve bilişsel süreçlere dair görüşleri, Neo-klasik iktisadın kısıtlar altında optimizasyon modeline karşı bir eleştiri niteliğindedir ve bu yönüyle Herbert Simon'ın kısıtlı rasyonellik kavramına benzerlik gösterir (Becchio, 2019: 2). "Hayek'in bilişsel psikoloji bilgisi, çalışmalarını yürüttüğü dönemde, özellikle 1960'ların psikoloji anlayışına kıyasla sınırlı kalmasına rağmen, ilgilendiği mesele modern davranışsal iktisatçılardan ve nöro-ekonomistlerden farklıydı. Hayek, insan bilinçsizliğinin rolüne odaklanmıştır" (Rajagopalan, 2017: 191).

Psikolojiyi iktisat ile birlikte ele alan Hayek, iktisat teorisine daha gerçekçi bir bakış açısı sunmuştur. Zihni, kendini organize eden karmaşık bir dinamik sistem olarak değerlendirmesi, Neo-klasik iktisadın varsaydığı aşırı rasyonellik ve bireylerin sosyal ilişkilerden bağımsız olduğu fikrine yönelik bir eleştiri ortaya koymasına olanak tanımıştır (Di Lorio, 2015). Hayek'in insan algısına dair vurguladığı önemli noktalardan biri, bir bütünün yalnızca parçalarının toplamından ibaret olmadığıdır. Örneğin, "Bir sinema salonunda algıladığımız

şey yalnızca salonu oluşturan fiziksel materyaller değil, bu materyallerin ötesinde bir bütün olarak salonun kendisidir” (Frantz, 2013: 4).

Hayek’in bilişsel düzenle ilgili açıklamaları, kendiliğinden doğan düzen fikriyle doğrudan ilişkilidir. İnsanlar, bilişsel yapıları doğrultusunda kararlar alıp eylemde bulunarak birbirlerini etkiler ve bu etkileşim sonucunda davranış kuralları oluşur (Rajagopalan, 2017: 186). Böylece sosyal, ekonomik ve politik kurumların kendiliğinden ortaya çıkışı, insanların bilgi ve rasyonellik konusundaki sınırlılıkları ile serbestçe gerçekleştirdikleri eylemlerin sonucunda farkında olmadan girdikleri iş bölümü sayesinde şekillenmektedir.

Hayek, ana akım iktisat teorisinin temel dayanaklarından biri olan rasyonellik varsayımını sorgulamaktadır. Sosyal hayatın nasıl oluştuğunu açıklarken, bireycilik kavramını doğru bireycilik ve yanlış bireycilik olarak ikiye ayırarak değerlendirmektedir (Hayek, 1948a). Kartezyen rasyonalizmin, medeniyetin ve mevcut kurumların ortaya çıkışını akıl yoluyla açıklama çabasına karşılık, Hayek, Karl Popper’in etkisiyle eleştirel rasyonalizm yaklaşımını benimsemiştir.

Kendiliğinden doğan düzen kavramı, Bernard Mandeville, Adam Ferguson ve Carl Menger gibi düşünürlerin çalışmalarında yer almış ve Hayek tarafından da benimsenmiştir. Bu kavram, insan tasarımıyla ziyade, bireylerin eylemleri sonucunda ortaya çıkan ve niyet edilmemiş sonuçların önemini vurgulamaktadır (Hayek, 1948b). Hayek (2012), mevcut kurumların kökenini açıklamak için iki kategoriye ayırım yapıldığını belirtir: doğal olarak var olanlar ve insan aklıyla tasarlanmış olanlar. Ancak Hayek, bu ayırımın yanıltıcı olduğunu savunarak, tasarlanmış gibi görünen birçok yapının aslında insan eylemlerinin istenmeyen sonuçları olarak kendiliğinden doğduğunu ifade eder.

Yanlış bireycilik, bireylerin sınırsız bilgiye ve mükemmel muhakeme yeteneğine sahip olduğu varsayımına dayanmaktadır. Hayek’e göre, bu yaklaşım, insan aklını doğadan bağımsız bir bilgi ve muhakeme kaynağı olarak gören hatalı bir entelektüalizmin sonucudur (Hayek, 2013: 55). Buna karşın, doğru bireycilik, bireylerin sınırlı bilgiye, kısıtlı rasyonelliğe ve yanılabilir bir akla sahip olduğunu kabul eder. Anti-rasyonalist yaklaşım, insanı mükemmel bir rasyonellik kaynağı olarak görmemekte, aksine bireysel hataların sosyal süreçler yoluyla düzeltilmesi gerektiğini ve bu eksiklerden en iyi şekilde yararlanılabileceğini öne sürmektedir (Hayek, 1948a: 8-9). Bu bağlamda, kendiliğinden doğan düzenler, bilgi eksikliği ve sınırlı rasyonelite koşulları altında çok sayıda bilgi parçasından yararlanabildikleri ve değişen koşullara uyum sağlayabildikleri için daha verimli sonuçlar üretebilirler (Pennington, 2014: 31).

2.2.HERBERT A. SIMON (1916-2001)

1930'lu yıllarda diğer sosyal bilimlerde yürütülen örgütsel araştırmalardan etkilenen iktisatçıların şirketlerin yapısına ve karar verme sürecine tamamen yeni bir şekilde bakmasında Simon'un 1947 yılında yayınladığı "*Administrative Behavior*" (*Yönelimsel Davranış*) isimli kitabının etkisi büyük olmuştur. Simon adeta çığır açan kitabında ve sonraki birkaç çalışmasında şirketi, bir iç iletişim ağı ve üyelerinin işbirliği yapma ve ortak bir hedefe doğru çaba gösterme istekliliği ile bir arada tutulan uyarlanabilir bir fiziksel, kişisel ve sosyal bileşen sistemi olarak tanımladı. Simon'un fikirlerinde yeni olan şey, her şeyi bilen, rasyonel, karı maksimize eden bir girişimci şeklinde yapılan klasik firma teorisindeki varsayımı reddetmesidir. Simon, burada girişimciyi, hem kararlarının toplam sonuçlarına iliş-kin bilgi eksikliği hem de kişisel ve sosyal bağlar nedeniyle rasyonel eylem kapasiteleri sınırlı olan birlikte çalışan birtakım karar vericilerle yer değiştirir.

İsveç Kraliyet Bilimleri Akademisi, Herbert A. Simon'a 1978 Nobel Ekonomi Ödülü'nü, "iktisadi kuruluşlarda karar alma süreçlerine ilişkin öncü araştırmaları" nedeniyle vermiştir (The Nobel Prize, 2020b). Simon, davranışsal iktisat alanının en önemli öncülerinden biri olarak kabul edilmektedir. Organizasyonlarda karar alma konusundaki teorileri ve gözlemleri, modern iş dünyası ile kamu yönetiminde kullanılan planlama, bütçeleme ve kontrol sistemleri için geniş bir uygulama alanı bulmuştur. Simon'un bu teorileri, klasik iktisadın kâr maksimizasyonuna dayanan modellerine kıyasla daha az zarif görünse de pek çok alanda daha iyi anlam ve tahmin imkânları sunmaktadır. Bilgiye erişim ve kararların paylaşılması, sınırlı rekabet koşulları altında piyasa uyumu, yatırım portföylerinin seçimi ya da yabancı yatırımların yönlendirilmesi gibi farklı konularda başarıyla uygulanabilmiştir. Modern işletme iktisadı ve yönetim bilimleri, Simon'un fikirlerinden büyük ölçüde etkilenmiştir.

Simon'un Nobel ile ödüllendirilmesinin temel sebebi, ekonomik organizasyonlarda karar alma süreçleri üzerine yaptığı çalışmalardır. Bununla birlikte, iktisat bilimine sunduğu katkılar yalnızca bu alanda sınırlı kalmamıştır. Simon, karmaşık karar durumlarını basitleştirme ve anlamaya yönelik ilgisi sayesinde, karmaşık denklem sistemlerinin çözümünde önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Bu sistemlerdeki "nedensel düzen" kavramı üzerine yaptığı çalışmalar özel bir öneme sahiptir.

İktisat ile psikoloji disiplinlerinin kesişiminde yer alan Simon, davranışsal iktisadın doğuşuna önemli katkılar sağlamış ve bu alandaki çalışmalarıyla Daniel Kahneman gibi isimlerin yolunu açmıştır. Siyaset bilimi ve iktisat alanlarında eğitim almasına rağmen, psikolojik kavramları iktisadi teorilere uyarlayarak iktisat literatüründe yenilikçi bir yaklaşım geliştirmiştir. Ana akım iktisat,

bireylerin tam anlamıyla rasyonel olduğunu ve her zaman ekonomik çıkarlarını maksimize etmeye çalıştığını varsayarken, Simon bunun aksine insanların bilgiye ve rasyonel düşünme yeteneğine dair sınırlamaları olduğunu ve genellikle mükemmel değil, tatmin edici sonuçları aradıklarını savunmuştur. Bu bağlamda, Simon'un sınırlı rasyonalite yaklaşımı, kâr maksimizasyonu yerine bireylerin "yeterince iyi" çözümler arayışı üzerinde durmuştur (Aktan, 2020: 70). Simon'un "tatmin edici karar" kavramı, bireylerin mevcut alternatifler içinde en iyi sonucu değil, yeterli olanı seçmeye çalıştığını ifade etmektedir (Akdere & Büyükboyacı, 2015: 122).

Nobel Komitesi, Simon'a ödülü verirken klasik iktisadın işletmeler ile girişimciler arasında hiçbir fark gözetmediğine ve tüm girişimcilerin tek amacının kâr maksimizasyonu olduğuna dair geleneksel varsayımı eleştirmiştir (The Nobel Prize, 2020b). Simon'un yaklaşımı, bu geleneksel görüşün aksine, bireylerin gerçek yaşamda karar alırken tam bilgiye sahip olamayacaklarını ve bu nedenle de en iyiyi değil, yeterince iyi olanı aradıklarını ileri sürmüştür.

Simon'un sınırlı rasyonalite teorisi, tam bilgiye ve sınırsız hesaplama kapasitesine sahip olunamayacağı gerçeğini temel alır. Bu nedenle Simon'a göre, tam rasyonalite bir idealden ibarettir ve dolayısıyla maksimizasyon gibi kavramlar da gerçekçi değildir. Simon, karar alma süreçlerini daha iyi anlamak ve geliştirmek için bireylerin davranışlarını analiz etmenin önemini vurgulamış, bu bağlamda psikoloji ve iktisat alanlarında laboratuvar deneylerinin önemli bir role sahip olduğunu ifade etmiştir. Daha iyi sonuçlara ulaşmak adına daha fazla vaka çalışmasının yapılması gerektiğini de belirtmiştir (Schwartz, 2002: 185).

Simon'un rasyonalite anlayışında, prosedürel rasyonalite (procedural rationality) ve maddi rasyonalite (substantive rationality) olmak üzere iki önemli kavram yer almaktadır. Maddi rasyonalite, kararların içeriğiyle ilgilenirken, prosedürel rasyonalite karar alma süreçlerine odaklanmaktadır. Simon, karar alma süreçlerinde bireylerin tam bilgiye sahip olamaması ve hesaplama kapasitelerinin sınırlı olması nedeniyle prosedürel rasyonaliteyi esas almıştır. Ona göre, ekonomik karar alma süreçlerini anlamamanın ve geliştirmenin yolu, bu süreçlerde izlenen prosedürleri incelemekten geçmektedir. Prosedürel rasyonalite, Simon'un rasyonel davranış konusundaki düşüncelerinin en iyi şekilde sentezlendiği bir kavramdır (Barros, 2010: 470).

Sonuç olarak, Simon, iktisat ve psikoloji disiplinlerinin kesişiminde yaptığı çalışmalarla davranışsal iktisadın temellerini atmış ve bu alanın gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Özellikle sınırlı rasyonalite ve prosedürel rasyonalite kavramları, modern iktisat teorisinin insan davranışlarını daha iyi anlamasını mümkün kılmıştır.

2.3. DANIEL KAHNEMAN (1934-)

Daniel Kahneman, 2002 yılında "psikolojik araştırmaları iktisat bilimine entegre ederek, özellikle belirsizlik altında insan yargısı ve karar verme süreçlerine dair yeni bakış açıları kazandırdığı" gerekçesiyle Nobel Ekonomi Ödülü'nü kazananlar arasında yer almıştır (Nobel Press Release, 2002). İsveç Merkez Bankası tarafından yayımlanan basın bildirisinde Kahneman'ın Nobel'e layık görülmesinin nedenleri şu şekilde ifade edilmiştir (Nobel Press Release, 2002):

“Daniel Kahneman, psikolojiden gelen fikirleri iktisatla birleştirerek yeni bir araştırma alanının oluşmasına öncülük etmiştir. Kahneman'ın en önemli bulguları, insanların belirsizlik altında verdikleri kararların, klasik iktisat teorisinin öngördüğü karar davranışlarından sistematik olarak farklı olduğunu göstermesiyle ilgilidir. Amos Tversky (1996 yılında vefat eden) ile birlikte, gözlemlenen davranışları daha iyi açıklayan bir alternatif olarak beklenti teorisini geliştirmiştir. Ayrıca, insan yargısının, olasılık teorisinin temel ilkelerinden saparak nasıl sistematik bir şekilde belirli zihinsel kestirme yollar (heuristics) kullandığını ortaya koymuştur. Çalışmaları, bilişsel psikoloji ve içsel motivasyon gibi kavramlardan yararlanarak iktisat teorisini zenginleştirmiş ve iktisat ile finans alanındaki yeni nesil araştırmacılar için önemli bir ilham kaynağı olmuştur.”

2.4. VERNON SMITH (1919-)

Geleneksel olarak iktisat teorileri, mevcut “doğal” piyasalardan elde edilen istatistiksel verilerle test edilmiştir. Ekonometrik yöntemler kullanılarak değişkenler arasındaki ilişkiler incelenebilse de doğal veri kaynakları genellikle teorik önermelerin test edilmesine imkân tanımamaktadır (Davis ve Holt, 1993). Bu eksiklik, iktisat alanında deneysel yöntemlerin kullanılmaya başlanmasıyla giderilmiştir (Basılđan, 2013).

Deneysel iktisat araştırmalarının önemli öncülleri bulunmaktadır. 1948 yılında Chamberlin, neoklasik tam rekabet teorisini deneylerle test etmeye yönelik ilk girişimi gerçekteştirmiştir. 1959'da Reinhard Selten, oligopol piyasalarında fiyat oluşumu üzerine ilk deneysel çalışmaları yapmıştır. 1960'larda Siegel ve Fouraker, pazarlama alanında ortak deneysel araştırmalar yürütmüştür. Ancak deneysel iktisat alanında en önemli isim Vernon Smith olmuştur (RSAS, 2002). Smith'in öncü çalışmaları sayesinde deneysel iktisat, iktisadi sistemlerin analizinde ve tasarımında temel bir araç haline gelmiştir (Chapman, 2003). Bu çalışmaları, laboratuvar yöntemlerinin iktisatçılar tarafından yaygın olarak benimsenmesini ve standart bir araç olarak kullanılmasını sağlamıştır (Eckel, 2004).

2002 yılında Nobel Komitesi, "laboratuvar deneylerini ampirik iktisadi analizde, özellikle alternatif piyasa mekanizmalarının test edilmesinde etkili bir araç olarak yerleştirdiği" gerekçesiyle Vernon Smith'i Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görmüştür (Nobel Press Release, 2002).

Laboratuvar deneyleri, iktisatçılara kontrollü bir ortamda farklı kurumların performansını değerlendirme fırsatı sunmuştur. Bu performans değerlendirmeleri; verimlilik, fiyatların istikrarı, fiyat ayrımcılığının boyutu, yakınsama hızı ve değişen çevre koşullarına duyarlılık gibi çeşitli ölçütleri içermektedir (Smith, 1989).

İktisatta piyasa konusundaki ilk deneysel çalışmalar, Edward Chamberlin tarafından 1948'de gerçekleştirilmiştir (Basılğan, 2013). Chamberlin, Harvard Üniversitesi'nde öğrencileriyle yaptığı bu deneyleri neoklasik denge teorisinin, basit sınıf piyasaları gibi koşullarda bile doğru bir analiz çerçevesi sunamayacağını göstermek amacıyla pedagojik bir araç olarak kullanmıştır (Guala ve Salanti, 2001). 1960'ların başında Vernon Smith, Chamberlin'in deneylerinin temel sorununun, alıcı ve satıcıların mevcut tekliflere ilişkin kamuya açık bilgiye sahip olmamaları olduğunu öne sürmüştür. Smith, tüm alıcı ve satıcı tekliflerinin kamuya açık olarak kaydedildiği yeni bir dizi piyasa deneyi yapmıştır (Schmidt, 2009).

Smith, 1962 ve 1964 yıllarında gerçekleştirdiği deneysel çalışmalarda, çift müzayede tasarımına dayalı bir yöntem kullanarak, farklı piyasa yapılarının hızla dengeye ulaşabileceğini ve bunun neoklasik fiyat teorisi ile tutarlı sonuçlar verdiğini göstermiştir. 1965 yılında yaptığı bir başka deneyde ise katılımcılara nakit ödemeler yapıldığında dengeye ulaşma süresinin daha da kısalacağını gözlemlemiştir. İlerleyen dönemlerde Smith, yalnızca tam rekabet piyasalarını değil, diğer piyasa biçimlerini de inceleyen deneysel çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalar, çeşitli piyasa düzenlemeleri ve kurumlarının performansını test etme amacı taşımıştır. Smith'in geliştirdiği çift müzayede tasarımı, sonraki deneysel iktisatçılar tarafından yaygın olarak kullanılan bir model haline gelmiştir (Miłaszewicz, 2016).

Smith, posta yoluyla teklif verme ve kapalı zarf usulü müzayede gibi farklı kurumsal tasarımlarla da deneysel araştırmalar yürütmüştür (örn. Smith ve Williams, 1982, 1990; Smith vd., 1982). Bu çalışmalarda, posta yoluyla fiyat belirleme yönteminin, sözlü çift müzayede yöntemine kıyasla daha az verimli olduğu ve daha yüksek satış fiyatlarına yol açtığı bulunmuştur. Smith (1989), bu tür verilerin, farklı piyasa kurumları altında düzenlenen piyasalarda yapılan alan araştırmalarıyla test edilebilecek daha kapsamlı piyasa teorilerinin temelini oluşturduğunu belirtmiştir.

Deneysel piyasa araştırmaları, mevcut iktisat teorilerinin dayandığı temel ilkelerin deneysel olarak doğrulanmasına olanak sağlamış ve ticaret sũrecinin belirli kurallarla nasıl etkilendiğine dair ayrıntılı bilgiler sunmuştur (Smith ve Williams, 1992).

Deneysel iktisat, 20. yũzyılın ikinci yarısından itibaren hızla gelişmiş ve bu sũreçte kendine özgũ bir metodoloji oluşturmuştur. Bu metodoloji sayesinde, iktisatçılar bir deneyin nasıl yũrũtũlmesi gerektiği konusunda genel bir fikir birliğine ulaşmışlardır (Schram, 2005). Bu alandaki en önemli katkılardan biri de Vernon Smith'e aittir.

Hemen her deneyde, test edilen teori ya da hipotezin geçerliliğini sağlamak için katılımcıların tercihlerini kontrol edecek uygun araçların kullanılması bũyũk öneme sahiptir. Ancak deneylerde karşılaşılan temel sorunlardan biri, katılımcıların kazanç ve kayıpları değerlendirmelerinde ortaya çıkan kişisel önyargılardır (Miłaszewicz, 2016). Vernon Smith, bu tũr önyargıların etkisini azaltmak amacıyla 1976 yılında “uyarılmış değer teorisi”ni geliştirmiştir. Bu teori, bireylerin doğuştan getirdikleri özelliklerin deney sonuçlarını etkilemesini önleyecek bir yöntem sunmaktadır (Chytilova ve Maialeh, 2015). Smith'e göre, deneylerde kontrol sağlamak, katılımcıların kararlarına doğrudan etki edecek parasal teşviklerin önceden belirlenmesi ile mũmkũn olmaktadır. Bu bağlamda Smith, daha sonra “deneysel iktisadın ilkeleri” olarak bilinen beř temel řart ortaya koymuştur: tatmin olmama, dikkat çekicilik, baskınlık, gizlilik ve paralelizm (Smith, 1976, 1980, 1982).

- Tatmin olmama (monotonluk), katılımcıların daha yũksek dũlleri her zaman daha dũřũk dũllere tercih etmelerini sağlamak anlamına gelir.
- Dikkat ekicilik, deneyde sunulan teşviklerin katılımcılar açısından net ve anlaşılır olmasını ve doğrudan performansla ilişkilendirilmesini ifade eder (Friedman ve Cassar, 2004).
- Baskınlık, deneyde verilen dũllerin diğer faktörlerin etkisini ortadan kaldıracak kadar yũksek olmasını gerektirir.
- Gizlilik, her katılımcının dũllerinin ve donanımının diğer katılımcılardan gizli tutulmasını sağlar.
- Paralelizm, laboratuvar ortamında elde edilen bulguların benzer koşullar altında gerçek dũnyaya da uygulanabileceğini ifade eder (Smith, 1982, 1989).

Smith'in geliştirdiği uyarılmış değer teorisi, Nobel Komitesi tarafından da deneysel iktisat alanında önemli bir metodolojik başarı olarak değerlendirilmiştir (RSAS, 2002: 9). Bu teori, deneylerde katılımcıların tercihlerini etkin bir şekilde kontrol etmenin standart bir yolu haline gelmiştir (Santos, 2010). Deneysel iktisatta temel ilke, belirli bir hipotezi test edebilecek uygun bir deney tasarımının

oluşturulmasıdır. Smith, bu ilkeleri ortaya koyduktan sonra iktisatçılara, teorilerin öngörülleri ile deneysel gözlemler arasındaki ilişkinin nasıl yorumlanması gerektiği konusunda yol göstermiştir. Ona göre, iktisat alanında kurumlar ve insan davranışını gözlemek için laboratuvar ortamında bir mikro ekonomik çevre oluşturulmalıdır (Smith, 1982, 1989, 1994). Bu mikro ekonomik çevre üç temel unsurdan oluşmaktadır: çevre, kurum ve davranış.

- Çevre, tüm katılımcıların özelliklerini içerir. Geleneksel iktisatta fayda veya tercih fonksiyonları ile temsil edilen zevkler, teknoloji, kaynak donanımları ve maliyet fonksiyonları çevrenin bileşenleridir. Deneysel iktisatta çevre, deneyci tarafından sabitlenen ve katılımcılar tarafından değiştirilemeyen kontrol değişkenlerinden oluşur (Smith, 1982: 924).

- Kurum, piyasa iletişim kurallarını belirler. Alıcı ve satıcı teklifleri, kabul koşulları ve ticaret kuralları gibi unsurlar bu kapsama girer.
- Davranış, çevre ve kurumların bir fonksiyonu olarak katılımcıların gözlemlenen kararlarını içerir. Bu davranışlar, katılımcıların mesaj veya eylem seçimleri ile kurumsal kuralların etkileşiminden oluşur.

Smith (1994), iyi tasarlanmış teorilerin çevreyi ve ticaret kurallarını formel olarak modellediğini ve deneycinin görevinin bu unsurları laboratuvar ortamında yeniden üreterek teoriyi test etmek olduğunu ifade etmiştir. Ona göre, laboratuvarda oluşturulan bu mikro ekonomik çevre hem teorik modeller hem de doğal olarak oluşan küçük ve büyük ölçekli ekonomiler için geçerli bir çerçeve sunmaktadır. Mikro ekonomik çevre, teoriyi gerçek dünya ile ilişkilendirerek ekonomik sistemlerin daha iyi kavranmasına ve sistemin davranışı ile çevre ve kurumların özellikleri arasındaki bağlantının anlaşılmasına olanak sağlamaktadır (Starmer, 1999). Smith'in çalışmaları, iktisat için anlamlı bilgi üretme sürecinde deneysel yöntemin etkili bir araç olduğunu kanıtlamıştır (Santos, 2010).

2.5.RICHARD H. THALER (1945-...)

İsveç Kraliyet Bilimleri Akademisi, 2017 yılında Richard H. Thaler'i "davranışsal iktisat alanına yaptığı katılardan dolayı" Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görmüştür (The Nobel Prize, 2017). Thaler, "akıl hocam" olarak nitelendirdiği Daniel Kahneman'dan sonra, iktisat ve psikolojiyi birleştiren bu alanda Nobel Ödülü alan ikinci bilim insanı olmuştur. Thaler'in ödülü kazanması, davranışsal iktisadın saygın bir iktisadi düşünce ekolü olarak kabul edilmesine önemli bir işaret olmuştur. Akademi, Thaler'in davranışsal iktisat alanındaki katkılarını dört temel başlık altında özetlemiştir (The Nobel Prize, 2017b: 2):

- İlk katkı, bireylerin rasyonel davranıştan sistematik olarak sapmalarının ekonomik karar alma süreçlerini nasıl şekillendirdiğine ilişkin çalışmalarıdır. Thaler, bireylerin sahip oldukları bir nesneye yalnızca ona

sahip oldukları için daha yüksek bir değer biçme eğilimlerini açıklamak üzere “sahiplenme etkisi” (endowment effect) kavramını ortaya atmıştır. Bu kavramın, Kahneman ve Tversky’nin “beklenti teorisi”ndeki kayıptan kaçınma kavramı ile bağlantısını kurmuştur. Ayrıca, bireylerin ekonomik kararlarını organize etmek için kullandıkları bilişsel süreçleri inceleyen “zihinsel muhasebe” (mental accounting) teorisini geliştirmiştir. Thaler’in bu teorisi, bireylerin karmaşık ekonomik durumları bilişsel sınırlamalarını aşmak için nasıl basitleştirdiğini ve bu basitleştirmenin bazen hatalı kararlara yol açabileceğini ortaya koymaktadır.

- İkinci katkı, bireylerin optimal kararlarını gerçekleştirmelerini engelleyen öz denetim problemleri üzerine yaptığı çalışmalardır. Thaler ve iş birliği yaptığı araştırmacılar, bireyin hem kısa vadeli çıkarları önceleyen “eylemci” hem de uzun vadeli faydayı gözeten “planlayıcı” olarak hareket ettiğini varsayan “planlayıcı-eylemci modeli”ni geliştirmişlerdir. Bu model, çağdaş psikoloji ve nörobilimde sıkça kullanılan iki sistemli davranış modellerinin erken bir örneğidir. Thaler, bu modeli bireylerin ve hane halklarının tasarruf davranışlarını analiz etmek için de kullanmıştır. Akademi, Thaler’in sınırlı bilişsel yetenekler ve öz denetim üzerine çalışmaları ile emeklilik tasarruflarını artırmaya yönelik minimal müdahaleci politikalar geliştiren “özgürlükçü paternalizm” anlayışına önemli katkılarda bulunduğunu vurgulamıştır.
- Üçüncü katkı, sosyal tercihlerin ekonomik kararlar üzerindeki etkisini göstermesidir. Thaler, sosyal tercihleri ölçmek amacıyla “diktatör oyunu” gibi etkili laboratuvar deneyleri tasarlamış ve yürütmüştür. Bu deneyler aracılığıyla adalet kaygısının bireylerin tüketim ve işgücü piyasalarındaki davranışlarını ve dolayısıyla firma kararlarını nasıl etkilediğini ortaya koymuştur.
- Son katkı, piyasa koşullarında bile bireysel psikolojik faktörlerin ortadan kalkmadığını gösteren ampirik bulgular sağlamasıdır. Thaler, Robert J. Shiller ile birlikte, yatırımcı psikolojisinin finansal piyasalardaki fiyatlara nasıl etki ettiğini analiz etmiş ve böylece davranışsal finans alanının temelini atmıştır. Thaler’in çalışmaları pazarlama ve hukuk gibi iktisada yakın akademik alanlarda da geniş bir uygulama alanı bulmuştur.

Thaler, davranışsal iktisadın ana akım teoriden ayrıldığı üç temel sınırlamayı “sınırlı rasyonalite”, “sınırlı irade” ve “sınırlı çıkarıcılık” olarak tanımlamıştır (Thaler, 2019: 302). Sınırlı rasyonalite, bireylerin karar alma süreçlerini bilişsel kapasitelerinin sınırlı olması nedeniyle etkili bir şekilde yürütememeleriyle ilgilidir. Sınırlı irade, bireylerin uzun vadeli çıkarlarına uygun olmayan kararlar alabileceklerini ifade eder. Sınırlı çıkarıcılık ise bireylerin her zaman kendi

çıkarlarını maksimize etmeye çalışmadığını, aksine başkalarına yardım etmek amacıyla kendi çıkarlarını feda etmeye istekli olduklarını belirtir (Mullainathan & Thaler, 2000: 2).

Thaler, ana akım iktisadın temel varsayımı olan homo economicus kavramına güçlü eleştiriler getirmiştir. Ona göre homo economicus, kusursuz rasyonaliteye sahip hayali bir varlıktır ve gerçek insan davranışlarını yansıtmamaktadır. Thaler, bu varsayımı ele alırken insanların, hesap makinesi olmadan uzun bölme işlemleri yapamayan, bazen eşlerinin doğum günlerini unutan ve yılbaşı akşamı fazla içtiklerinde baş ağrısı çeken gerçek varlıklar olduğunu vurgulamış ve bunları “insan” olarak adlandırmıştır. Homo economicus için ise “ekon” (econ) terimini kullanmıştır. Ona göre, ana akım iktisat, hayali bir dünyada yaşayan “ekon”lara dayanarak modeller geliştirmiş ve bu modeller gerçek insan davranışlarını açıklamakta yetersiz kalmıştır (Thaler & Sunstein, 2017: 18).

Thaler, davranışsal iktisadın ana akım iktisada getirdiği bu yeni yaklaşımı şekillendiren en önemli isimlerden biri olmuş ve Akademi tarafından son kırk yılda bu alandaki gelişime yaptığı katkılar nedeniyle Nobel Ödülü’ne layık görülmüştür.

2.6. JOSEPH EUGENE STIGLITZ (1943-)

2001 yılında, asimetrik bilgi içeren piyasalar üzerine yaptığı analizler nedeniyle Nobel İktisat Ödülü’ne layık görülen Joseph Stiglitz, aynı zamanda 1995 Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli Raporu’nun baş yazarlarından biri olarak 2007 Nobel Barış Ödülü’nü paylaşmıştır. Time dergisi tarafından 2011 yılında dünyadaki en etkili 100 kişi arasında gösterilen Stiglitz, ters seçim ve ahlaki risk gibi temel kavramları geliştirerek iktisatta “Bilgi Ekonomisi” düşüncesine öncülük etmiştir. Bu çalışmalar yalnızca teorik olarak değil, politika analizi açısından da önemli bir araç haline gelmiştir. Stiglitz, küresel ekonomi üzerine yaptığı çalışmalarla da dikkat çekmiş ve uluslararası alanda geniş yankı uyandıran birçok kitabı kaleme almıştır. "Küreselleşme: Büyük Hayal Kırıklığı" (2002) adlı kitabı 35 dile çevrilmiş olup, küreselleşmenin uluslararası finans kurumları tarafından yönetiliş biçimini eleştirmektedir. "Doksanların Yükselişi" (2003) adlı kitabında ise finansal piyasaların deregülasyon sürecini ve bu süreçte bir sonraki krize zemin hazırlayan politikaları açıklamaktadır. Ayrıca, Bruce Corman ve Norbert Greenwald ile birlikte kaleme aldığı "Para Ekonomisinde Yeni Bir Paradigmaya Doğru" (2003) kitabında mevcut para politikalarının eksikliklerini ele alarak aşırı finansal bağımlılık riskini ve kredi kullanılabilirliğinin merkezi önemini vurgulamaktadır.

Stiglitz’in 2010 yılında yayımlanan "Serbest Düşüş: Amerika, Serbest Piyasalar ve Dünya Ekonomisinin Batışı" adlı eseri, 2008 küresel finans krizinin

kökenlerini derinlemesine incelemekte ve bu krizden güçlü bir şekilde çıkabilmek için uygulanması gereken politikaları sıralamaktadır. Ayrıca, 2008 yılında Linda Bilmes ile birlikte yayımladığı "Üç Trilyon Dolarlık Savaş: Irak Savaşı'nın Gerçek Maliyeti" başlıklı çalışması, savaşların ekonomik maliyetini gözler önüne sererek bu konuda yürütülen tartışmaların çerçevesini değiştirmiştir. Son dönemde yayımlanan eserleri arasında "Eşitsizliğin Bedeli" (2012), "Büyük Ayrılık" (2015) ve "Euro: Ortak Para Birimi Avrupa'nın Geleceğini Nasıl Tehdit Ediyor?" (2016) gibi önemli kitaplar yer almaktadır. Stiglitz'in çalışmaları dünya genelinde geniş yankı uyandırmış ve aralarında Cambridge ile Oxford üniversitelerinin de bulunduğu 40'tan fazla üniversite tarafından fahri doktora unvanıyla onurlandırılmıştır (Columbia University, 2020).

Stiglitz, asimetrik bilgi üzerine yaptığı çalışmalarıyla modern iktisatta önemli bir çığır açmıştır. Akerlof'un "Limonlar Piyasası" (1970) ve Spence'in "İş Piyasası Sinyalleri" (1973) adlı eserleri, asimetrik bilgi konusunda temel taşlar niteliğindedir. Stiglitz ve Michael Rothschild'in "Rekabetçi Sigorta Piyasalarında Denge: Eksik Bilgi Ekonomisi Üzerine Bir Deneme" (1976) başlıklı çalışması ise Akerlof ve Spence'in analizlerini tamamlayıcı nitelikte olup, asimetrik bilginin piyasa dengesi üzerindeki etkilerini açıklamaktadır. Bu çalışmada, taraflar arasındaki bilgi eşitsizliğinin yarattığı sorunlar ele alınmış ve özellikle sigorta sektöründe bu tür sorunların nasıl çözülebileceği gösterilmiştir. Rothschild ve Stiglitz, sigorta şirketlerinin müşterilerinin risk düzeyini doğru şekilde belirleyebilmesi için teşvik edici mekanizmalar geliştirilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Bu kapsamda, sigorta şirketlerinin müşterileri risk gruplarına ayırarak farklı prim ve muafiyet oranları içeren alternatif sözleşmeler sunabileceğini öne sürmüşlerdir. Böylece, taraflar arasındaki bilgi dengesizliği sonucu ortaya çıkan sorunların, uygun teşviklerle hafifletilebileceği belirtilmiştir (Rothschild & Stiglitz, 1976).

Stiglitz'in çalışmaları, asimetrik bilginin yalnızca sigorta piyasasında değil, kredi piyasalarında da önemli sorunlara yol açtığını ortaya koymuştur. Stiglitz'e göre piyasalar, ancak istisnai durumlarda etkin işleyebilir ve bu istisnai durumların dışında piyasa etkinliğinin sağlanabilmesi için devlet müdahalesi gereklidir. Stiglitz, bu noktada etkinliğin Pareto değil, Cournot-Nash dengesi çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Geleneksel iktisatta sıkça atıfta bulunulan "görünmez el" mekanizmasının, asimetrik bilgi bulunan piyasalarda geçerli olmadığını ifade eden Stiglitz, piyasa başarısızlıklarının devlet müdahalesi ile düzeltilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Stiglitz ve Greenwald, 1986 yılında yayımladıkları "Eksik Bilgiye ve Eksik Pazarlara Sahip Ekonomilerde Dışsallıklar" başlıklı makalelerinde, "ayırt etme" kavramını daha da geliştirerek bilgi eşitsizliğinin neden olduğu dışsallıkları

açıklamışlardır. Bu çalışmada, asimetrik bilginin yaygın olduğu sigorta sektöründe bilgi eksikliğini gidermek amacıyla hazırlanan farklı tarife ve sözleşme türleri ele alınmıştır. Sigorta şirketleri, müşterilerinin risk durumlarını daha iyi anlayabilmek için sözleşmelerde çeşitli teşvikler ve yaptırımlar kullanarak doğru bilginin sağlanmasını hedeflemektedir. Bu strateji sayesinde sigorta şirketleri, farklı risk profillerine sahip müşterileri doğru şekilde sınıflandırarak her gruba uygun fiyatlandırma yapmayı amaçlamaktadır (Rothschild & Stiglitz, 1976).

Stiglitz'in piyasa başarısızlıkları ve bilgi ekonomisi üzerine yaptığı araştırmalar, işsizlik ve kredi sınırlaması gibi ekonomik olguları daha iyi anlamaya yönelik çözüm yolları sunmuştur. Nobel Komitesi, Stiglitz, Akerlof ve Spence'in asimetrik bilgi teorisine yaptığı katkıları, "geleneksel tarım piyasalarından modern finans piyasalarına kadar geniş bir uygulama alanı olan ve bilgi ekonomisinin temellerini atan çalışmalar" olarak değerlendirmiştir (The Nobel Prize, 2001).

2.7. GEORGE ARTHUR AKERLOF (1940-)

Geleneksel ana akım iktisadın temel varsayımlarından biri olan rasyonellik, bireyin iktisadi davranışlarını akılcı bir şekilde gerçekleştirerek, tüketici olarak faydasını ve üretici olarak kârını maksimize etmesini ifade eder. Bu süreç, belirsizliğin bulunmadığı ve bireylerin tam bilgiye sahip olduğu varsayımı altında işler. Rasyonel davranışın iktisadi bağlamda tutarlı, istikrarlı ve geçişli olması beklenir. Ancak gerçek dünyada iktisadi bireyler, karar alma süreçlerinde eksik bilgi ve belirsizliklerle karşı karşıya kalır. Ayrıca psikolojik faktörler de bu süreçlerde önemli bir rol oynar. Bu durum, rasyonel karar almanın maliyetini artırır ve birey ile toplum arasında tam bir uyum sağlanmasını zorlaştırır. İktisadi karar alma sürecinde bireyin tümleme yanlılığına düşmeden hareket etmesi önem taşır (Yılmaz Genç, 2017: 127-128).

İktisat teorisinin tarihsel gelişiminde rasyonellik varsayımı her zaman temel kabul görmüştür. Ancak bireylerin karmaşık iktisadi problemlerle karşılaştıklarında her zaman tutarlı ve mantıklı davranması mümkün değildir. Geleneksel iktisadın rasyonellik anlayışına yönelik eleştirilerin en önemlisi, iktisat ile psikoloji arasındaki ilişkinin göz ardı edilmesidir. Davranışsal iktisat, geleneksel iktisadın rasyonellik varsayımını sorgulayan ve alternatif açıklamalar getiren bir yaklaşım olarak öne çıkmıştır. Bu yaklaşım, belirsizliklerin ve duygusal beklentilerin iktisadi karar alma sürecine etkilerini inceleyerek önemli katkılar sunar.

Geleneksel iktisatta bilginin kusursuz olduğu varsayımı altında modeller oluşturulurken, gerçek dünyadaki belirsizlik durumları göz ardı edilmiştir.

Belirsizlik kavramı ilk olarak 18. yüzyılda Richard Cantillon'un risklere vurgu yapmasıyla iktisat literatürüne girmiştir. Daha sonra, Karl Menger, 1871'de yayımladığı “*İktisadın İlkeleri*” adlı eserinde belirsizliğe merkezi bir rol atfetmiş ve tam bilgi varsayımının analizleri kısıtladığını savunarak belirsizlik kavramını iktisadi modellere dahil eden ilk iktisatçı olmuştur. Piyasalarda eksik bilginin neden olduğu sorunları ilk kez kapsamlı bir şekilde ele alan ise George Akerlof olmuştur. Akerlof, sınırlı rasyonelliğin dikkate alınmasının daha gerçekçi ve tutarlı sonuçlar doğuracağını savunarak bilgi ekonomisi alanında yeni bir çağır açmıştır (Fidan, 2013: 98-101).

Asimetrik bilgi teorisi, son 20 yılda önemli ve aktif bir araştırma alanı haline gelmiştir. Bu teori, gelişmekte olan ülkelerdeki geleneksel tarım piyasalarından gelişmiş ülkelerdeki modern finans piyasalarına kadar birçok farklı alanda uygulama bulmuştur. 1970'lerde George Akerlof, Michael Spence ve Joseph Stiglitz tarafından temelleri atılan bu teori, 2001 yılında bu üç araştırmacıya Nobel İktisat Ödülü kazandırmıştır. Nobel Komitesi, bu ödülü verirken, asimetrik bilginin ekonomik süreçlerdeki uygulamalarına yönelik katkıları vurgulamış ve bu çalışmaların modern bilgi ekonomisinin temelini oluşturduğunu belirtmiştir (Nobel Press Release, 2001).

Tam bilgi varsayımı, geleneksel ana akım iktisatta sıkça eleştirilen bir kavramdır. Akerlof'un 1970 yılında yayımladığı “*Limonlar Piyasası: Kalite Belirsizliği ve Piyasa Mekanizması*” başlıklı çalışması, eksik bilgi nedeniyle piyasalarda ortaya çıkan sorunları sistematik olarak ele alan ilk çalışmadır. Akerlof, piyasadaki bilgi eksikliğinin ters seçim sorununa yol açtığını ve bunun piyasa etkinliğini olumsuz etkilediğini belirtmiştir. İkinci el araç piyasası üzerinden yaptığı analizde, alıcıların otomobilin kalitesi hakkında satıcılar kadar bilgi sahibi olmadığını ve bu durumun düşük kaliteli araçların piyasaya hakim olmasına neden olduğunu göstermiştir (Ersoy, 2015: 727-728).

Akerlof'un bu teorisi, daha sonra Paul Krugman tarafından, “Bir kez duyduğunuzda zaten bildiğinizi sanacağınız kadar temel ve etkili bir teori” olarak tanımlanmıştır (Krugman, 2002: 210). Akerlof'a göre, asimetrik bilginin yol açtığı sorunlar, piyasa içinde güven ve kaliteyi sağlayan kurumların varlığı ile hafifletilebilir. Örneğin, otomobil garantileri veya sigorta poliçelerindeki belirli koşullar, taraflar arasındaki bilgi eşitsizliğinden kaynaklanan sorunları azaltmayı amaçlayan araçlardır.

Asimetrik bilgi sorunları yalnızca ürün piyasalarıyla sınırlı kalmaz; finansal piyasalarda da ciddi sonuçlara yol açar. Borç verenlerin borç alanların risk durumunu tam olarak bilememesi, ortalama faiz oranlarının uygulanmasına ve düşük riskli borç alanların piyasadaki çekilmesine neden olur. Bu durum, Akerlof'un teorisinde açıkladığı “ters seçim” sorununun bir örneğidir (Mishkin,

1990: 3). Benzer şekilde, sigorta piyasasında da sigorta şirketleri, müşterilerin risk durumları hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarında ortalama prim belirlemek zorunda kalır. Ancak bu durum düşük riskli bireylerin sigorta yaptırmaktan vazgeçmesine ve piyasada yalnızca yüksek riskli bireylerin kalmasına neden olur (Dinler, 2013: 617).

Asimetrik bilgi sorunu iki temel probleme yol açar: ters seçim ve ahlaki risk. Ters seçim, işlem öncesinde ortaya çıkar ve düşük kaliteli ürünlerin piyasada baskın hale gelmesine neden olurken, ahlaki risk işlem sonrasında, daha fazla bilgiye sahip tarafın diğer tarafı manipüle etmesiyle ortaya çıkar. Ahlaki risk durumunda, örneğin düşük kaliteli bir malın yüksek fiyata satılması gibi, aldatıcı davranışlar gözlemlenir (Aktan ve Dileyici, 2007: 84).

Akerlof, sosyal normların ve kimliğin bireylerin ekonomik kararları üzerindeki etkisini vurgulayan çalışmaları ile sosyoloji ve antropoloji alanlarında da yankı uyandırmıştır. İşgücü piyasalarındaki verimlilik üzerine yaptığı çalışmalarda, işveren-çalışan ilişkilerinde karşılıklılık duygusunun ve sosyal sözleşmelerin iktisadi sonuçlar üzerindeki etkisini göstermiştir. Bu çalışmaları sayesinde Akerlof, diğer sosyal bilimlerde de tanınan ve saygı duyulan bir iktisatçı haline gelmiştir (Nobel Press Release, 2001).

SONUÇ

Davranışsal iktisat, ekonomik birimlerin karar alma süreçlerinde eksik bilgiye sahip olmaları ve zihinsel kapasitelerinin sınırlı olması gibi nedenlerle rasyonel olmayan (irrasyonel) davranışlar sergileyebildiklerini açıklamaya çalışan bir araştırma alanıdır. İktisat ve psikoloji bilimlerinin kesişim noktasında doğan bu disiplin, bireylerin sistematik şekilde hata yapma eğilimlerini incelemektedir. Davranışsal iktisat, klasik iktisat teorilerinin tam bilgi ve tam rasyonalite varsayımlarını sorgulayarak, bireylerin gerçek hayatta nasıl karar verdiklerini daha iyi anlamayı amaçlamaktadır.

Bu disiplin, bireylerin bilişsel yanılıklar (cognitive biases) ve sezgisel karar verme mekanizmaları (heuristics) nedeniyle ekonomik kararlarında sistematik hatalar yapabileceklerini öne sürer. Davranışsal iktisat teorisyenleri, bireylerin zihinsel süreçlerini etkileyen faktörleri anlamak amacıyla teorik, analitik, ampirik ve deneysel çalışmalar yürütmektedir. Özellikle sınırlı rasyonalite kavramını öne çıkararak, bireylerin ideal koşullar altında değil, mevcut bilgi ve bilişsel sınırlamalarla hareket ettiklerini vurgular.

Bu kapsamda davranışsal iktisat, bireylerin gerçek hayattaki karar alma süreçlerini analiz edebilmek için laboratuvar deneyleri, saha deneyleri ve çevrim içi deneyler gibi yöntemleri yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Deneysel yöntemler, bireylerin farklı koşullar altında nasıl davrandıklarını gözleme ve

bu davranışları modellerle karşılaştırma imkânı tanımaktadır. Dolayısıyla, deneysel araştırmalar, davranışsal iktisat teorilerinin geliştirilmesi ve test edilmesinde önemli bir rol oynar.

Ancak deneysel iktisat, yalnızca davranışsal iktisadın bir parçası olarak görülmemelidir. Her ne kadar deneysel iktisat başlangıçta davranışsal teorilere duyulan ihtiyaçtan doğmuş olsa da zamanla bağımsız bir iktisat araştırma programı haline gelmiştir. Günümüzde deneysel iktisat, çeşitli piyasa koşullarını, kurumsal yapıları ve politikaların etkilerini değerlendirmek için kullanılan bağımsız bir yöntemsel yaklaşımdır. Bu nedenle, deneysel iktisadı davranışsal iktisadın bir alt dalı olarak sınıflandırmak yerine, daha geniş bir disiplin olarak ele almak doğru olacaktır.

Bu çalışmada, davranışsal ve deneysel iktisat alanlarının gelişiminde önemli rol oynayan bilim insanlarının katkıları incelenmektedir. Özellikle bu alanların kurucuları ve öncüleri olarak kabul edilen Nobel Ekonomi Ödülü sahiplerinin çalışmaları, söz konusu disiplinlerin teorik temellerinin oluşumunda ve gelişiminde büyük bir öneme sahiptir.

Davranışsal iktisat alanında ilk önemli adımlar, Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin çalışmalarına dayanmaktadır. Bu iki bilim insanı, bireylerin karar alma süreçlerinde rasyonel olmadıklarını ve sistematik yanlılıklar sergilediklerini gösteren beklenti teorisini geliştirmiştir. Bu teori, bireylerin kararlarını değerlendirirken kazanç ve kayıplara farklı şekilde tepki verdiklerini ve kayıpların psikolojik etkisinin kazançlardan daha büyük olduğunu ortaya koymuştur. Daniel Kahneman, bu çalışmalarıyla 2002 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmüş ve davranışsal iktisat alanının temel taşlarından biri olarak kabul edilmiştir.

Deneysel iktisat alanında ise Vernon Smith öncü bir rol oynamıştır. Smith, piyasa davranışlarını analiz etmek için laboratuvar deneylerini kullanarak, piyasaların neoklasik teorilerle tutarlı bir şekilde işleyip işlemediğini test eden ilk araştırmacılardan biridir. 1960'larda gerçekleştirdiği çift müzayede deneyleri ile piyasa mekanizmalarını ve farklı kurumların performansını incelemiştir. Bu deneyler, gerçek dünyada piyasaların işleyişiyle ilgili önemli bulgular sunmuş ve deneysel iktisadın bağımsız bir disiplin olarak gelişmesine katkı sağlamıştır. Vernon Smith, bu çalışmaları nedeniyle 2002 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nü Daniel Kahneman ile paylaşmıştır.

Richard Thaler ise davranışsal iktisat alanına yaptığı katkılarla 2017 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmüştür. Thaler, bireylerin irrasyonel davranışlarını açıklamak için geliştirdiği sahiplenme etkisi (endowment effect), zihinsel muhasebe (mental accounting) ve sınırlı irade (bounded willpower) gibi kavramlarla davranışsal iktisadın temelini oluşturan teorilere önemli katkılarda

bulunmuştur. Ayrıca, bireylerin öz denetim eksikliğinden kaynaklanan sorunları çözmeye yönelik politikalar geliştirilmesine öncülük etmiş ve “özgürlükçü paternalizm” (libertarian paternalism) kavramını ortaya atmıştır. Thaler’in çalışmaları, bireylerin karar alma süreçlerinde nasıl yönlendirilebileceğini gösteren uygulamalı politikalar geliştirilmesine de zemin hazırlamıştır.

Sonuç olarak, davranışsal ve deneysel iktisat, geleneksel iktisat teorisinin eksikliklerini tamamlayan ve gerçek dünyadaki ekonomik davranışları daha iyi açıklamayı amaçlayan iki önemli disiplindir. Davranışsal iktisat, bireylerin karar alma süreçlerinde psikolojik faktörlerin ve bilişsel yanlıgıların etkilerini analiz ederken, deneysel iktisat bu teorileri test etmek için kontrollü ortamlar sunar. Her iki disiplin de iktisat biliminde yeni perspektifler sunarak, politikaların daha etkili ve gerçekçi bir şekilde tasarlanmasına olanak sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akdere, Ç. & Büyükboyacı, M. (2015). Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı. içinde: İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar. (der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse & E. Ruben). Ankara: İmge Kitabevi. ss. 105-137.
- Aktan, C. C. (2020). Davranışsal Politik İktisat -Kamu Tercihi ve Davranışsal İktisat Perspektiflerinden: Politikada Rasyonelite ve İrrasyonelite, Millet İradesi ve Milletçilik İdeolojisinin Eleştirisi-. Konya: Literatürk Academia.
- Aktan, C. Can, Dileyici D. (2007), Siyasal Süreçte Enformasyon Sorunları ve Demokrasinin Başarısızlığı', Modern Politik İktisat, Ka-mu Tercihi, Editörler: Coşkun Can Aktan, Dilek Dileyici, Seçkin Yayın-cılık, Ekonomi Kitapları Dizisi: 30, ss.81-121.
- Barros, G. (2010). Herbert A. Simon and the Concept of Rationality: Boundaries and Procedures. Brazilian Journal of Political Economy, 30 (3): 455-472.
- Basılğan, M. (2013). İktisat ve Deneysel Yöntem: Deneyler, Tar-tışmalar vee Gelecek. I.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi,48, 61-89.
- Becchio, G. (2019). Behavioral Economics, Gender Economics, And Feminist Economics: Friends Or Foes? Journal of Economic Methodology, 26(3), 259-271.
- Chapman, T. (2003). Profile: Vernon L. Smith, Quantitative Finance, pp.58-60.
- Chytilova, H., & Maialeh, R. (2015). Internal and external validity in experimental economics. World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, 9, 1944-1951.
- Columbia University (2020). <https://www.sipa.columbia.edu/faculty-research/faculty-directory/joseph-e-stiglitz> Erişim Tarihi: 20.12.2024.
- Davis, D.D. and Holt, C.A. (1993). Experimental Economics. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press.
- Di Lorio, F. (2015). Cognitive Autonomy And Methodological Individualism, Heidelberg: Springer.
- Dinler, Z. (2013). *Mikro Ekonomi*, 24. Baskı, Ekin Yayıncılık, Bursa.
- Eckel, C. C. (2004). Vernon Smith: Economics as a Laboratory Science, Journal of Socio-Economics, 33(1), 15-28.
- Ersoy, A. (2015). İktisadi Teoriler ve Düşünceler Tarihi. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Fidan, H. (2013). İktisadi Açıdan Bilgi Kavramı ve Bilgi Kav-ramına Yaklaşımlar Üzerine Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniver-sitesi Vizyoner Dergisi, 4(9), 94-104.

- Frantz, R. (2013). Frederick Hayek's Behavioral Economics in Historical Context. In: Ed., Roger Frantz and Robert Leeson, Hayek and Behavioral Economics, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Friedman, D., and Cassar, A. (2004). Economics Lab, An Intensive Course in Experimental Economics, London: Routledge.
- Guala, F., and Salanti, A. (2001). Theory, Experiments, and Explanation in Economics. *Revue Internationale de Philosophie*, 55 (217), 327-349.
- Hayek, (1948a).
- Hayek, F. A. (1948a). Individualism: True and False. In: F. A. Hayek (Ed.), Individualism and Economic Order, pp. 1-32, Chicago: The University of Chicago Press.
- Hayek, F. A. (1948b). The Use of Knowledge in Society. In: F. A. Hayek (Ed.), Individualism and Economic Order (1948), pp. 77-91, Chicago: University of Chicago Press.
- Hayek, F. A. (1952). The Sensory Order An Inquiry into the Foundations of Theoretical Psychology. Chicago: University of Chicago Press.
- Hayek, F. A. (2012). Hukuk, Yasama ve Özgürlük. (Çev. Atilla Yay-la, Mustafa Erdoğan ve Mehmet Öz), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kül-tür Yayınları.
- Hayek, F. A. (2013). Özgürlüğün Anayasası. (Çev. Y. Z. Çelikkaya), Ankara: Big Bang Yayınları.
- Hutchison, T. W. (1983). Austrians on Philosophy and Method since Menger. In: T. W. Hutchison (Ed.), The Politics and Philosophy of Economics: Marxians, Keynesians, and Austrians, pp. 203-232, London: Basil Blackwell.
- Krugman, P. (2002). Politika Taşeronları: Azalan Beklentiler Çağında İktisadi Eğilimler ve Önemsizleşen Refah. *Domaniç (Çev.), Literatür Kitabevi*, İstanbul.
- Lueken, M. (2017). A Methodological Consideration of Behavioral Economics. <http://austrianstudentconference.com/wp-content/uploads/2018/02/ASSC-2018-Lueken-Melissa.pdf> Erişim Tarihi: 10.11.2024.
- Miłaszewicz, D. (2016). Preface to the Theory of Experimental Economics. In K. Nermend, M. Łatuszynska (Eds.), Selected Issues in Experimental Economics (pp. 5-14), Switzerland: Springer.
- Mishkin, F. (1990) Asymmetric Information and Financial Crises: a Historical Perspective *NBER Working Paper*, No:3400.
- Mullainathan, S. & Thaler, R. H. (2000). Behavioral Economics. NBER Working Papers 7948. National Bureau of Economic Research, Inc.

- Nobel Press Release. (2002). The Bank of Sweden Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel. <http://www.nobel.se/economics/laureates/2002/>.
- Pennington, M. (2014). Sağlam Politik Ekonomi. (Çev. Atilla Yay-la), Ankara: Liberte Yayınları.
- Rajagopalan, Shruti (2017). Misbehaving: The Making Of Behavioral Economics. *The Review of Austrian Economics*, 30, 137-141.
- Rothchild, M. and Stiglitz, J. (1976). Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information, *Quarterly Journal of Economic*, 90, 629-649.
- RSAS - The Royal Swedish Academy Of Sciences (2002). Advanced Information on the Prize in Economic Sciences - Foundations of Behavioral and Experimental Economics: Daniel Kahneman and Vernon Smith.
- Santos, A. C. (2010). *The Social Epistemology of Experimental Economics*. London: Routledge.
- Schmidt, K. M. (2009). The Role of Experiments for the Development of Economic Theories. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 10 (Special Issue), 14-30.
- Schram, A. (2005). Artificiality: The Tension between Internal and External Validity in Economic Experiments. *Journal of Economic Methodology*, 12 (2), 225–237.
- Schwartz, H. (2002). Herbert Simon and Behavioral Economics. *Journal of Socio-Economics*, 31: 181-189.
- Smith, V. L. (1982). Microeconomic Systems as an Experimental Science. *The American Economic Review*, 72 (5), 923-955.
- Smith, V. L. (1989). Theory, Experiment and Economics, *The Journal of Economic Perspectives*, 3 (1), 151-169.
- Smith, V. L. (1989). Theory, Experiment and Economics, *The Journal of Economic Perspectives*, 3 (1), 151-169.
- Smith, V. L. (1994). Economics in the Laboratory. *The Journal of Economic Perspectives*, 8(1), 113-131.
- Smith, V. L., & Williams, A. W. (1992). Experimental market economics. *Scientific American*, 267(6), 116-121.
- Smith, V. L., Williams, A., Bratton, W. and Vannoni, M. (1982). Double Auctions vs Sealed Bid-Offer Auctions. *American Economic Review*, 72, 58-77.
- Smith, V.L. (1980) Relevance of Laboratory Experiments to Testing Resource Allocation Theory. J. Kmenta and J. B. Ramsey (Eds.), *Evaluation of Econometric Model*(pp.345-377). New York: Academic Press.

- Starmer, C. (1999). Experiments in Economics ...(Should We Trust The Dismal Scientists in White Coats?). *Journal of Economic Methodology*, 6, 1-30.
- Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2017). *Dürtme: Sağlık, Zenginlik ve Mutlulukla ilgili Kararları Uygulamak.* (Çev: E. Günsel). İstanbul: Pegasus Yayıncılık.
- Thaler, R. H. (2019). *Akıllı İnsanların Mantıksız Kararları.* (Çev: Z. Akın). İstanbul: Pegasus Yayıncılık.
- The Nobel Prize (2001). Press Release
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2001/press-release/>
Erişim Tarihi:05.12.2024
- The Nobel Prize. (1974), Press Release.
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/1974/press-release/>, Erişim Tarihi:05.12.2024
- The Nobel Prize. (2017). Richard H. Thaler.
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2017/thaler/facts/>
Erişim Tarihi:05.12.2024
- The Nobel Prize. (2020b). Herbert A. Simon, The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 1978.
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/1978/press-release/>
- Yılmaz Genç S. (2017). The Impact of “Uncertainty” and “Expectations on the Functionality of Rationality: An Evaluation of Behavioral Economics, 3rd International Conference on Applied Economics and Finance abstract book, Girne, Kıbrıs (KKTC), 6-7 Aralık.

23. Bölüm

Meksika Bağlamında Ekonomik Büyüme ile Teknoloji Odaklı İhracat Arasındaki Uzun Dönem Dinamikleri: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı

Can APAYDIN¹

¹ Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İİBF, ORCID ID: 0000-0003-0341-2548

ÖZET

Bu çalışma, ekonomik büyümenin orta ve yüksek teknoloji ihracatı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Analiz kapsamında, Meksika ekonomisi için orta ve yüksek teknoloji ihracatının imalat ihracatındaki payı ile kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişki, 1990-2021 dönemine ait yıllık veriler kullanılarak Gecikmesi Dağıtılmış Ardışık Bağlanım (ARDL) modeli ile test edilmiştir. İlgili değişkenlerin durağanlıkları için genelleştirilmiş Dickey-Fuller, Phillips-Perron ve Lee-Strazicich birim kök testleri kullanılmıştır. ARDL sonuçları, ekonomik büyümede meydana gelecek %1'lik artışın orta ve yüksek teknoloji ihracatını %0,0015 artıracığı yönündedir. Ayrıca, hata düzeltme modelinin katsayısı olan -0,68 kısa dönemli dalgalanmaların uzun dönemli dengeye uyum hızını göstermektedir. Çalışma, ekonomik büyüme ile teknolojik ihracat arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamak için teorik ve ampirik katkılar sağlamayı amaçlamaktadır. Sonuçlar, politika yapıcılara ekonomik büyüme yoluyla teknoloji tabanlı ihracatı artırmak için stratejik öneriler geliştirmede kullanılabilir.

Anahtar Kelimeler: Orta ve Yüksek Teknoloji İhracatı, Ekonomik Büyüme, ARDL Modeli, Eş bütünleşme Analizi

1. GİRİŞ

Orta ve yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, ülkelerin ekonomik kalkınma hedeflerine ulaşmalarında belirleyici bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu tür bir ihracatın, yalnızca ticaret hacminin artırılmasına değil, aynı zamanda üretim süreçlerinde yenilikçi teknolojilerin kullanılması yoluyla katma değer yaratılmasına imkân sağladığı bilinmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, teknolojik ürünlerin ihracatı hem yerel sanayilerin dönüşümüne hem de uluslararası piyasalarda rekabet avantajı elde edilmesine katkıda bulunmaktadır.

Ekonomik büyümenin, teknoloji odaklı ihracat üzerindeki uzun dönemli etkilerinin anlaşılmasına yönelik analizlerin önemi giderek artmaktadır. Bu ilişkinin doğru bir şekilde değerlendirilmesiyle, sürdürülebilir büyüme dinamiklerinin oluşturulmasına ve teknolojik yeniliklerin teşvik edilmesine yönelik daha etkin politikaların geliştirilmesine olanak tanınmaktadır. Ayrıca, ekonomik büyümenin hızlandırılmasıyla, teknoloji tabanlı sektörlerde yatırımların artması ve küresel değer zincirlerinde daha güçlü bir konum elde edilmesi mümkün hale getirilmektedir.

Meksika ekonomisinde, orta ve yüksek teknoloji ihracatının geliştirilmesi, ülkenin ekonomik büyüme sürecinde sanayileşme stratejilerinin merkezinde yer almaktadır. Meksika, imalat sektöründe düşük ve orta teknoloji ürünlerinin ağırlıklı olduğu bir yapıya sahip olmakla birlikte, ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği açısından orta ve yüksek teknoloji ihracatının artırılmasının gerekliliği sıklıkla vurgulanmaktadır. Özellikle NAFTA ve USMCA gibi ticaret anlaşmalarından elde edilen avantajlar, Meksika'nın bu alandaki potansiyelini ortaya koymakta; ancak ekonomik büyümenin bu ihracat türleri üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerinin daha detaylı incelenmesi ihtiyacını gündeme getirmektedir. Meksika'nın üretim yapısında daha yüksek katma değerli ürünlere yönelmesi, sadece uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü artırmakla kalmayıp, iç ekonomik kalkınmayı da destekleyecek bir dönüşüm yaratacaktır.

Bu çalışmada, giriş bölümünün ardından, ekonomik büyüme ile orta ve yüksek teknoloji ihracatı arasındaki ilişkiye dair önceki literatürün bulgularının özetlendiği bir yazın taraması yer almaktadır. Daha sonra, modelin yapısı ile analizde kullanılan verilerin tanımlandığı ve kaynaklarının açıklandığı bir metodoloji bölümü sunulmaktadır. Ampirik bulguların ele alındığı bölümde, birim kök testlerinden ARDL eş bütünleşme analizine kadar kullanılan yöntemler ve elde edilen sonuçlar detaylandırılmıştır. Son olarak, sonuç ve tartışma bölümünde, analizlerden elde edilen bulgular ışığında çıkarımlarda bulunulmuş ve politika yapıcılar için çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

2. YAZIN TARAMASI

Orta ve yüksek teknolojiye dayalı ihracat ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik çalışmalar, aşağıda Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Yazın Taraması

Çalışma	Aralık	Periyot	Ülke	Yöntem	Sonuçlar
Romero & McCombie (2016)	1984-2007	Yıllık	14 Avrupa Ülkesi	VECM, Çapraz Ürün Panel Verisi, IV Tahmini	Yüksek teknoloji ihracatları için pozitif, yüksek gelir esnekliği talebi yüksek teknoloji sektörlerinde daha belirgin.
Ekananda & Parlinggoman (2017)	1992-2014	Yıllık	50 Ülke (Küresel Örneklem)	FGLS, Panel Veri Regresyonu	Düşük teknoloji ihracatları için pozitif; yüksek teknoloji ihracatları için anlamlı bir etki yok.
Fotros & Ahmadvand (2017)	2002-2012	Çeyrek	İran	ARDL	Yüksek teknoloji ihracat ve ithalatlarının GSYH büyümesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkileri söz konusu.
Demir (2018)	1995-2015	Yıllık	34 Üst-Orta Gelirli Ülke	PMG, MG, DFE	Yüksek ve orta teknoloji ihracatları için pozitif; düşük teknoloji ihracatları için uzun vadede negatif etki var.
Erkişi & Boğa (2019)	1998-2017	Yıllık	AB-15 Ülkeleri	Dumitrescu-Hurlin Granger Panel Nedensellik, Westerlund ECM Panel Eş bütünleşme, MG Tahmini	Kısa ve uzun vadede pozitif ve anlamlı etkiler.
Domazet vd. (2022)	2008-2018	Yıllık	Sırbistan, Bulgaristan, Macaristan, Romanya	Basit Doğrusal Regresyon	Bulgaristan’da pozitif; Sırbistan ve Macaristan’da

					negatif, Romanya'da anlamlı bir etki yok.
Costantiello vd. (2022)	2010-2019	Yıllık	36 Avrupa Ülkesi	WLS, Pooled OLS, Panel Veri (Sabit ve Rastgele Etkiler), Makine Öğrenimi	Orta/yüksek teknoloji ihracatları ile GSYH büyümesi arasında genel olarak pozitif bir ilişki.
Khan vd. (2024)	1990-2021	Yıllık	Pakistan	ARDL, ECM, Sınır-F Testi	Kısa vadede pozitif ve anlamlı; uzun vadede pozitif ancak anlamlı değil.
Handoyo vd. (2024)	2010-2015	Yıllık	Endonezya	Stokastik Sınır Analizi, Lojistik Regresyon	Orta ve yüksek teknoloji ihracatları için pozitif; düşük teknoloji ihracatları için karma sonuçlar söz konusu.

Romero ve McCombie (2016), 1984-2007 yıllarını kapsayan çalışmasında, 14 Avrupa ülkesinde yüksek ve orta teknoloji ihracatının gelir esnekliklerinin düşük teknolojiye kıyasla daha yüksek olduğunu bulmuştur. Bu durum, yüksek teknoloji ihracatına geçişin GSYH büyümesini desteklediğini göstermektedir. Ancak, bu geçiş uzun dönemli büyüme için gerekli fakat tek başına yeterli değildir.

Ekanvea ve Parlingoman (2017), 1992-2014 yılları arasında 50 ülkenin verilerini inceleyerek düşük teknoloji ihracatının GSYH üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu, ancak yüksek teknoloji ihracatının GSYH üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını tespit etmiştir.

Fotros ve Ahmadvve (2017), 2002-2012 yılları arasını kapsayan çalışmalarında, İran'da yüksek teknoloji ithalatı ve ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini incelemiştir. ARDL yöntemi kullanılarak yapılan analiz sonuçları, yüksek teknoloji ithalatı ve ihracatının GSYH üzerinde pozitif ve anlamlı etkileri olduğunu göstermektedir. Yüksek teknoloji ithalatındaki %1'lik bir artış GSYH'yi %0,018 oranında, ihracatındaki %1'lik artış ise GSYH'yi %0,009 oranında artırmaktadır. Bu bulgular, yüksek teknoloji ürünlerinin ithalat ve ihracatının İran'ın ekonomik büyümesine katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Demir (2018), 1995-2015 yıllarını kapsayan çalışmasında, 34 üst orta gelirli ülkenin ihracat kompozisyonunun GSYH üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Yazar, dinamik panel veri analiz yöntemlerini kullanarak, yüksek teknoloji ihracatının GSYH büyümesi üzerinde uzun vadede pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Orta teknoloji ürünlerinin ihracatı da pozitif bir etki gösterirken, düşük teknoloji ürünlerinin ihracatı GSYH üzerinde uzun vadede negatif bir etki yaratmaktadır. Ayrıca, yüksek teknoloji ihracatının orta teknolojiye kıyasla büyüme üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Erkişi ve Boğa (2019), 1998-2017 yıllarını kapsayan çalışmalarında, AB-15 ülkelerinde yüksek teknoloji ihracatının GSYH üzerindeki etkilerini incelemiştir. Panel veri analizi yöntemleri (Dumitrescu & Hurlin Granger Panel Nedensellik Testi ve Westerlund ECM Panel Eşbütünleşme Testi) kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçları, yüksek teknoloji ihracatında %1'lik bir artışın kısa vadede GSYH'yi %0,49, uzun vadede ise %0,34 oranında artırdığını göstermektedir. Yüksek teknoloji ihracatının uzun vadede ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin kısa vadeye göre daha güçlü olduğu tespit edilmiştir.

Domazet ve diğerleri (2022), 2008-2018 yıllarını kapsayan çalışmalarında, Sırbistan, Bulgaristan, Macaristan ve Romanya'daki yüksek teknoloji ihracatının GSYH üzerindeki etkilerini incelemiştir. Basit doğrusal regresyon kullanılarak yapılan analizde, yüksek teknoloji ihracatının GSYH büyümesi üzerindeki etkisinin ülkeler arasında farklılık gösterdiği bulunmuştur. Bulgulara göre, Bulgaristan'da yüksek teknoloji ihracatının GSYH büyümesine pozitif ve anlamlı bir etkisi tespit edilirken, Sırbistan ve Macaristan'da negatif bir ilişki gözlenmiştir. Romanya için ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Costantiello, Laureti ve Leogrvée (2022), 2010-2019 yılları arasında Avrupa'da orta ve yüksek teknoloji ürünleri ihracatını incelemiştir. Çalışmada, WLS, Panel Veri (Sabit ve Rastgele Etkiler), Pooled OLS gibi ekonometrik yöntemler kullanılmıştır. Sonuçlar, orta ve yüksek teknoloji ürünleri ihracatının GSYH büyümesi ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ortalama yıllık GSYH büyümesi, inovasyon kapasitesi ve girişimcilik faaliyetleri gibi faktörlerin bu ihracat türlerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışma, yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeyi desteklediğini vurgulamaktadır.

Khan ve diğerleri (2024), 1990-2021 yılları arasını kapsayan çalışmasında, Pakistan'da GSYH büyümesi, AR-GE harcamaları ve orta-yüksek teknoloji ihracatının teknolojik yenilik üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmada kullanılan ARDL modeline göre, kısa vadede orta-yüksek teknoloji ihracatı ve GSYH büyümesi teknolojik yenilik üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki

göstermektedir. Ancak uzun vadede, GSYH büyümesinin etkisi anlamlı bulunmamış, orta-yüksek teknoloji ihracatının ise negatif ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular, kısa vadede teknolojik yeniliği destekleyen orta-yüksek teknoloji ihracatının, uzun vadede yapısal sorunlar nedeniyle ekonomik büyümeyi olumsuz etkileyebileceğini göstermektedir.

Handoyo ve diğerleri (2024), 2010-2015 yılları arasında Endonezya'da yaptığı çalışmada, orta ve yüksek teknoloji ihracatının GSYH üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu, düşük teknoloji ihracatında ise sonuçların ham madde ithalatı ve teknik verimliliğe bağlı olarak karmaşık bir yapı sergilediğini tespit etmiştir.

3. MODEL ve VERİ SETİ

3.1. Model

Bu çalışmada kullanılan model, kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla (GDPPC) ile orta ve yüksek teknoloji ihracatı (MHEXP) arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Denklem (1) ile gösterilmektedir.

$$MHEXP_t = \alpha_{0a_t} + \alpha_{1a_t}GDPPC_t + \epsilon_{0a_t} \quad (1)$$

Denklem (1) aşağıdaki değişkenleri içermektedir: MHEXP, orta ve yüksek teknoloji ihracatı temsil etmektedir, GDPPC kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasılayı temsil etmektedir, α 'lar en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilen katsayılardır ve ϵ rastgele hata terimidir.

Modelin logaritmik biçimi Denklem (2) ile ifade edilmektedir.

$$mhexp = \alpha_{0b_t} + \alpha_{1b_t}gdppc_t + \epsilon_{0b_t} \quad (2)$$

Denklem (2)'de yer alan $mhexp$ orta ve yüksek teknoloji ihracatının imalat logaritmasını, $gdppc$ kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasılanın logaritmasını temsil etmektedir; α 'lar en küçük kareler yöntemi ile elde edilen tahminlerdir ve ϵ rastgele dalgalanmaları temsil eden hata terimidir.

3.2. Veri Seti

Bu çalışmada kullanılan veri seti, 1990-2021 yılları arasında yıllık zaman serilerinden oluşmakta, Meksika ekonomisine ilişkin orta ve yüksek teknoloji ihracatının imalat ihracatına oranı ile kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasılayı içermektedir.

4. YÖNTEM ve AMPİRİK BULGULAR

Bu çalışmada kullanılan metodoloji analiz sürecinin iki ana aşamasından oluşmaktadır. İlk aşamada, serinin durağanlık özelliklerini değerlendirmek için birim kök testleri uygulanmıştır. İkinci aşamada, birim kök testlerinden elde edilen bulgular doğrultusunda seriler arasındaki ilişkiyi analiz etmek için en uygun ekonometrik teknik belirlenmiştir. Bu yaklaşım, kısa dönemli ve uzun dönemli dinamikleri doğru bir şekilde incelemek için gerekli teorik ve ampirik zemini sağlamaktadır.

4.1. Durağanlık Testleri

Değişkenlerin durağanlık özelliklerini incelemek ve sahte regresyonu önlemek için genelleştirilmiş Dickey-Fuller, Phillips Perron ve Lee-Strazicich birim kök testleri uygulanmıştır. ADF birim kök testi sonuçları Tablo 2 ve 3'te, PP birim kök testi sonuçları Tablo 4 ve 5'te ve LS birim kök testi sonuçları Tablo 6 ve 7'de sunulmuştur.

Tablo 2. ADF² Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Sabit	Sabit & Trend
<i>mhexp</i>	-1,81 (3)	-5,65*** (0)
<i>Δmhexp</i>	-3,95*** (0)	n/a
<i>gdppc</i>	-2,05 (0)	-2,59 (0)
<i>Δgdppc</i>	-5,79*** (0)	-4,52*** (4)

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde durağan olduklarını göstermektedir.

ADF test sonuçlarını gösteren Tablo 2'de, yalnızca sabit içeren modelde, *mhexp* düzey değeri için test istatistiği -1,81 olarak hesaplanmış ve seçilen gecikme uzunluğu 3'tür. Yalnızca sabit ve trend içeren modelde, test istatistiği -5,65 olarak elde edilmiş ve gecikme uzunluğu 0 olarak seçilmiştir. Yalnızca sabit içeren modelde, *mhexp*'nin birinci farkı için test istatistiği -3,95 olarak hesaplanmış ve seçilen uzunluk 0'dır. Bununla birlikte *gdppc* için, yalnızca sabit içeren modelde, test istatistiği -2,05 olarak hesaplanmış ve seçilen gecikme uzunluğu 0'dır. Yalnızca sabit içeren modelde, test istatistiği -2,59 olarak bulunmuş ve gecikme uzunluğu 0'dır. Yalnızca sabit içeren modelde, *gdppc*'nin birinci farkı için test istatistiği -5,79 olarak hesaplanmış ve seçilen gecikme

²ADF birim kök testi (Dickey ve Fuller, 1979) için maksimum gecikme uzunluğu 4 gecikme olarak belirlenmiş ve optimum gecikme uzunluğu Akaike Bilgi Kriteri (Akaike, 1973, 1998) kullanılarak seçilmiştir. Parantez içindeki değerler seçilen gecikme uzunluklarıdır.

uzunluğu 0'dır. Sadece sabit ve trend içeren modelde test istatistiği -4.52 olarak elde edilmiş olup gecikme uzunluğu 4 olarak seçilmiştir.

Tablo 3. Durağanlık Düzeyi (ADF Test)

Değişken	Sabit	Sabit & Trend
<i>mhexp</i>	I (1) ***	I (0) ***
<i>gdppc</i>	I (1) ***	I (1) ***

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde durağan olduklarını göstermektedir.

Tablo 3'e göre, bağımlı değişken *mhexp*, sabit modelde birinci farkta %1 anlamlılık düzeyinde ve sabit ve trend içeren modelde düzeyde durağandır. Bağımsız değişken *gdppc*, sabit modelde birinci farkta ve sabit ve trend içeren modelde %1 anlamlılık seviyesinde durağandır.

Tablo 4. PP³ Test Sonuçları

Değişken	Sabit	Sabit & Trend
<i>mhexp</i>	-5,05*** (1)	-7,44*** (8)
$\Delta mhexp$	n/a	n/a
<i>gdppc</i>	-2,03 (9)	-2,33 (5)
$\Delta gdppc$	-6,73*** (13)	-9,39*** (20)

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde durağan olduklarını göstermektedir.

Tablo 4'te PP test sonuçlarına göre, sadece Sabit terimli modelde *mhexp* için test istatistiği -5,05 olarak hesaplanmıştır ve seçilen bant genişliği 1'dir. Sabit terimli ve trendli modelde ise test istatistiği -7,44 olarak hesaplanmıştır ve bu model için seçilen bant genişliği 8'dir. Bununla birlikte *gdppc* için sabit terimli modelde test istatistiği -2,03 olarak hesaplanmış ve bant genişliği 9'dur. Sabit terimli ve trendli modelde test istatistiği -2,33 olarak hesaplanmış ve seçilen bant genişliği 5'tir. Ayrıca *gdppc* için birinci fark, Sabit terimli modelde test istatistiği -6,73 olarak hesaplanmıştır ve bant genişliği 13'tür. Sabit terimli ve trendli modelde test istatistiği -9,39 olarak hesaplanmıştır ve seçilen bant genişliği 20'dir.

³Bartlett çekirdeği (Bartlett, 1948, 1950) spektral kestirim yöntemi olarak kullanılmış ve Newey-West (Newey ve West, 1986) bant genişliği ise P-P (Phillips ve Perron, 1988) birim kök testi için bant genişliği olarak kullanılmıştır; parantez içindeki değerler seçilen gecikme uzunluklarıdır.

Tablo 5. Durağanlık Seviyesi (PP Test)

Değişken	Sabit	Sabit & Trend
<i>mhexp</i>	I (0) ***	I (0) ***
<i>gdppc</i>	I (1) ***	I (1) ***

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde durağan olduklarını göstermektedir.

Bu sonuçlar, *mhexp* değişkeninin hem sabit hem de sabit ve trend içeren model için %1 anlamlılık seviyesinde düzeyde durağan olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte *gdppc* değişkeni hem sabit hem de sabit ve trend içeren modelde %1 anlamlılık seviyesinde birinci farkta durağandır.

Tablo 6. LS⁴ Test Sonuçları

Değişken	Crash		Break	
	Test İstatistiği	Kırılma Yılı	Test İstatistiği	Kırılma Yılı
<i>mhexp</i>	-0,47 (8)	2015	-11,79*** (10)	2006
Δ <i>mhexp</i>	-5,67*** (10)	2006	n/a	n/a
<i>gdppc</i>	-3,4* (7)	2007	-4,22*** (4)	2002
Δ <i>gdppc</i>	n/a	n/a	n/a	n/a

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde durağan olduklarını göstermektedir.

Lee-Strazicich birim kök testi sonuçları serideki yapısal kırılmaların varlığı göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Tablo 6'daki değişkenler için *mhexp* crash ve break test istatistiği sırasıyla -0,47 ve -11,79 iken gecikme uzunlukları sırasıyla 8 ve 10'dur. Bunun yanı sıra birinci farkı alınmış *mhexp* değişkeni için crash test istatistiği -5,67 olarak hesaplanmış, gecikme uzunluğu 10 ve yapısal kırılma yılı 2006 olarak belirlenmiştir. Öte yandan birinci farkı alınan *gdppc* için crash ve break test istatistiği sırasıyla -3,4 ve 4,22 iken gecikme uzunlukları sırasıyla 7 ve 4'tür.

⁴Maximum lag length for LS unit root test (Lee & Strazicich, 2003) is determined as 10 lags.

Tablo 7. Durağanlık Düzeyi (LS Test)

Değişken	Crash	Break
<i>mhexp</i>	I (1)***	I (0)***
<i>gdppc</i>	I (0)*	I (0)***

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde durağan olduklarını göstermektedir.

Tablo 7, *mhexp* değişkeninin crash için %1 anlam düzeyinde birinci farkta, break için %1 anlam seviyesinde düzeyde durağandır. Bununla birlikte *gdppc* değişkeni ise crash için %10 anlam seviyesinde birinci farkta, break için %10 anlam seviyesinde yine birinci farkta durağan olmaktadır. Buna göre, yapısal kırılma yılı 2006 olarak belirlenmiştir. Bu sebeple modele kukla değişken olarak dahil edilmiştir.

Birim kök testlerinin sonuçlarına göre, *mhexp* ve *gdppc* değişkenleri birim kök testleri için hem I(0) hem de I(1) özelliği gösterdiğinden ARDL modeli uzun dönemli ilişkiler için tahmin edilmiştir.

4.2. ARDL⁵ Analizi

Bu çalışmada kullanılan ARDL yaklaşımı, Özaydın ve Dağdemir (2023)'de belirtildiği gibi, seriler hem I(0) hem de I(1) seviyelerinde durağan olduğunda uygulanabildiği için tercih edilmiştir. ARDL modeli, aynı modelde hem kısa dönemli hem de uzun dönemli ilişkileri tahmin edebildiği ve küçük örneklem boyutlarında sağlam sonuçlar sağladığı için öne çıkmaktadır. Çalışmada kullanılan ARDL modeli, Denklem (3) ile temsil edilmektedir ve bu model, değişkenler arasındaki dinamik etkileşimleri incelemeyi olanaklı kılmaktadır.

$$\Delta gdppc_t = \alpha_{0c} + \sum_{i=1}^{c_1} \alpha_{1c} gdppc_{t-i} + \sum_{i=0}^{c_2} \alpha_{2c} \Delta mhexp_{t-i} + \alpha_{3c} d_{2006} + \alpha_{4c} T + \beta_{1c} gdppc_{t-1} + \beta_{2c} mhexp_{t-1} + \epsilon_{0ct} \quad (3)$$

Denklem (3) içinde, *gdppc* kişi başına gayri safi yurtiçi hasılayı ve *mhexp* orta ve yüksek teknoloji ihracatını temsil etmektedir. Modelde, *c*'ler seriler arasındaki gecikmeli etkileri en iyi yansıtan gecikme uzunluklarını temsil ederken, *T*, bir trend değişkeni olarak modelin zaman içindeki genel eğilimlerini temsil etmektedir. Kukla değişkeni olan *d2006*, yalnızca sabit sağlayan Lee-Strazizich birim kök testi modeline göre 2006'da tespit edilen yapısal kırılmayı yansıtan bir kukla değişkendir. α 'lar ve β 'ler modelin parametrelerini temsil ederken, bu parametreler değişkenler arasındaki ilişkiyi nicel olarak açıklamaktadır. Son

⁵ Pesaran & Pesaran (1997), Pesaran & Smith (1998), Pesaran & Shin (1995,1998,1999) ve Pesaran vd. (2001).

olarak, ε modeldeki açıklanamayan dalgalanmalarını temsil eder ve modelin hata terimidir.

Seçilen ARDL modeli, Akaike Bilgi Kriteri (AIC) kullanılarak ARDL (2,0) olarak belirlenmiştir. Modelin istatistiksel güvenilirliğini sağlamak için, daha ileri analize geçmeden önce çeşitli tanı testleri uygulanmıştır. Bu bağlamda, hata terimlerinin normalliği Jarque-Bera testi ile, otokorelasyon Breusch-Godfrey testi ile, değişen varyans ARCH testi ile ve modelin doğru tanımlanıp tanımlanmadığı Ramsey RESET testi ile değerlendirilmiştir. Tanı testlerinin sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur. Ayrıca, modelin parametre kararlılığını değerlendirmek için CUSUM ve CUSUMSQ testleri uygulanmıştır. Bu testler, model parametrelerinin sabit kalıp kalmadığını analiz etmek için kritik öneme sahiptir. CUSUM ve CUSUMSQ test sonuçları Şekil 1'de görselleştirilmiştir.

Tablo 8. Tanısal Denetim Testleri

Test	Test İstatistiği	Olasılık
Jarque-Bera ⁶	1,3	0,51
Breusch-Godfrey ⁷	0,22	0,64
ARCH ⁸	1,77	0,19
Ramsey RESET ⁹	2,28	0,14

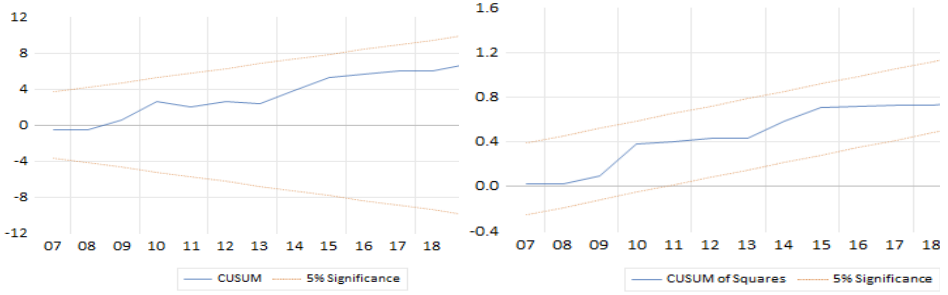
Tablo 8'de sunulan tanısal test sonuçlarına göre, Jarque-Bera testi istatistiği 1,3 ve olasılık değeri 0,51 olarak hesaplanmış olup, hata terimlerinin normalliğini desteklemektedir. Breusch-Godfrey testi istatistiği 0,22 ve olasılık değeri 0,64 olup, modelde otokorelasyon olmadığını göstermektedir. ARCH testi istatistiği 1,77 ve olasılık değeri 0,19 olarak bulunmuş olup, hata terimlerinde değişen varyans olmadığını göstermektedir. Ramsey RESET testinin test istatistiği 2,28 ve olasılık değeri 0,14 olarak bulunmuş olup, modelin herhangi bir spesifikasyon hatası içermediğini ve doğru bir şekilde belirtildiğini göstermektedir. Bu sonuçlar modelin istatistiksel güvenilirliğini ve sağlamlığını desteklemektedir.

⁶ (Jarque & Bera, 1980)

⁷ (Breusch & Godfrey, 1981)

⁸ (Engle, 1982)

⁹ (Ramsey, 1969).



Şekil 1.CUSUM¹⁰ ve CUSUMSQ¹¹ Testleri

Şekil 1’de sunulan CUSUM ve CUSUMSQ test sonuçlarına göre, modelin parametre kararlılığını değerlendiren bu grafiklerde her iki testin de %5 anlamlılık düzeyi sınırları içerisinde kaldığı görülmektedir. Bu durum model parametrelerinin zaman içinde sabit kaldığını ortaya koymaktadır. CUSUM testi modelin genel kararlılığını doğrularken, CUSUMSQ testi de varyans kararlılığının sağlandığını göstermektedir.

Çalışmada, seriler arasında uzun dönemli ilişkinin varlığını test etmek için sınır testi yaklaşımı kullanılmıştır. Bu yöntem, ARDL modelleri bağlamında hem kısa dönemli hem de uzun dönemli ilişkilerin analizine olanak sağlamaktadır. Sınır testi prosedüründe, hesaplanan F ve t istatistiğinin önceden belirlenmiş kritik üst ve alt sınırlarla karşılaştırılması yoluyla uzun dönemli ilişkinin varlığına ilişkin hipotez test edilmektedir.

Tablo 9. Sınır Testi

Test	<i>F</i>	<i>t</i>
Hesaplanmış Test İstatistiği	19.78***	-5.97***
Üst Sınır	11.65	-4.26
Alt Sınır	9.63	-3.96

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde anlamlı olduklarını göstermektedir.

Tablo 9’da sunulan sınır testi bulguları, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) ile orta ve yüksek teknoloji ihracatı (MHEXP) arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını analiz etmektedir. Hesaplanan F-istatistiği 19,7 olup ve %1 anlamlılık düzeyinde 11,65’lik üst sınırı aşmaktadır. Benzer şekilde, hesaplanan t-istatistiği -5,97 olup ve %1 anlamlılık düzeyinde -4,26’lık kritik değerin

¹⁰ (Page,1954)

¹¹ (Brown et.al, 1975)

altındadır. Bu bulgular, GSYİH ile MHEXP arasında istatistiksel olarak anlamlı uzun dönemli bir ilişkiyi desteklemektedir.

4.3. Hata Düzeltme Modeli

Çalışmada, modelin sağlamlığı ve değişkenler arasındaki eş bütünleşme ilişkisi doğrulandıktan sonra Hata Düzeltme Modeli (ECM) kullanıldı. Bu yaklaşım, kısa dönemli dalgalanmaların uzun dönemli denge üzerindeki etkilerini analiz etmek için tercih edildi. ECM sonuçları, kısa dönemli ve uzun dönemli ilişkilerin dinamiklerini ortaya koymak için Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10. Hata Düzeltme Modeli

Değişken	Katsayı	Standart Hata	T-istatistiği	Olasılık Değeri
γ_{t-1}	-0.68	0.10	-6.42	0.00***
$\Delta mhexp_{t-1}$	0.16	0.10	1.48	0.14
d_{1987}	0.22	0.60	0.36	0.71
C	40.556	6.104	6.64	0.00***
T	0.14	0.05	2.69	0.01**
Önemli İstatistikler				
$\overline{R^2}$	0.68		RSS	14.55
F	16.72***		DW^{12}	1.99

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde anlamlı olduklarını göstermektedir.

Tablo 10'da sunulan Hata Düzeltme Modeli (ECM) bulgularına göre, hata düzeltme teriminin katsayısı -0,68 olup, %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu, kısa dönemli dengesizliklerin her dönemde yaklaşık %68 oranında uzun dönemli dengeye düzeltildiğini göstermektedir. Ayrıca, sabit terim (C) ve trend değişkeni (T) de modelde %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

4.4. Uzun Dönem Modeli

Çalışmada ARDL (2,0) modelinin uzun dönemli formu tahmin edilmiş ve bulgular Tablo 11'de sunulmuştur. Bu analiz, kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) ile orta ve yüksek teknoloji ihracatı (MHGTP) arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığını ve büyüklüğünü değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

¹² (Durbin & Watson, 1950)

Tablo 11. Uzun Dönem Modeli

Değişken	Katsayı	Standart Hata	T-istatistiği	Olasılık Değeri
$gdppc_t$	0,0015	0,0006	2,37	0,02**

***, **, * serilerin sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerinde anlamlı olduklarını göstermektedir.

Tablo 11'de sunulan uzun dönemli model bulgularına göre, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değişkeninin katsayısı 0,0015 olarak hesaplanmıştır. Bu katsayı %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuç, kişi başına GSYİH değişkeninde %1'lik bir artışın uzun vadede orta ve yüksek teknoloji ihracatında %0,0015'lik bir artışa yol açacağını göstermektedir.

5. SONUÇ

Çalışmada 1990-2021 yılları arasındaki Meksika ekonomisini kapsayan bu çalışmada, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla ile orta ve yüksek teknoloji ihracatı arasındaki uzun dönemli ilişki ele alınmıştır. Bu bağlamda kullanılan ekonometrik metodoloji kapsamında değişkenlerin durağanlık düzeyleri birim kök testleri ile değerlendirilmiş, farklı model sonuçlarına göre her iki değişkenin de hem birinci farkta hem de düzeyinde durağanlık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farklılıklar göz önüne alınarak ARDL (2,0) modeli seçilmiş ve hem tanısıl denetim kontrollerini hem de parametre kararlılık testlerini geçtiği doğrulanmıştır. Hata Düzeltme Modeli (ECM) sonuçları, hata düzeltme teriminin katsayısının -0,68 olduğunu göstermiş olup ve bu değer %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu da kısa dönemli dengesizliklerin uzun dönemli dengeye yaklaşık %68 oranında düzeltildiğini ortaya koymaktadır. Uzun dönemli model bulgularına göre, GDPPC katsayısı 0,0015'tir ve bu %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuç, kişi başına düşen gelirden %1'lik bir artışın uzun vadede orta ve yüksek teknoloji ihracatını %0,0015 oranında artırdığını göstermektedir.

Bulgulara göre, Meksika ekonomisinde orta ve yüksek teknoloji ihracatını artırmak için kişi başına düşen gelir düzeyini destekleyen politikalar uygulanmalıdır. Bu bağlamda, ekonomik büyümeyi sürdürülebilir kılacak şekilde yenilikçi teknolojilere yatırımı teşvik etmek ve bu yatırımları hem özel sektör hem de kamu tarafından desteklemek esastır. Ayrıca, uzun vadede ihracatı güçlendirmek için teknoloji odaklı sektörler için altyapı geliştirilmeli ve bu sektörlerin uluslararası rekabet gücü artırılmalıdır. Çalışmada sunulan sonuçlar, yüksek teknoloji ihracatına yönelik stratejik planların ekonomik büyümeyi destekleyecek şekilde entegre edilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu bağlamda,

inovasyonu, eğitimi ve Ar-Ge yatırımlarını artırmaya yönelik politikalara öncelik verilmesi, uzun dönemli finansal hedeflere ulaşmak açısından faydalı olacaktır.

Çalışmanın bulguları temel sonuçları ortaya koymaktadır, ancak bazı sınırlamalar da dikkate alınmalıdır. Analiz yalnızca Meksika ekonomisiyle sınırlı olup ve farklı ülkelerden verilerle karşılaştırmalı bir çalışma bulguların genelleştirmesine katkı sağlayabilmektedir. Gelecekteki çalışmalarda sektörel bazda ayrıntılı veriler kullanılması teknoloji odaklı ihracatın ekonomik büyüme üzerindeki etkilerinin daha derinlemesine incelenmesine olanaklı kılmaktadır. Ayrıca, yapısal kırılmaların etkisinin daha kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi ve farklı ekonometrik yöntemlerle elde edilen sonuçların karşılaştırılması da bu alandaki literatüre yeni bir bakış açısı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Akaike, H. (1973). Information Theory and an Extension of the Maximum Likelihood Principle. In Proceedings of the 2nd International Symposium on Information, Bn Petrow, F. Czaki, Akademiai Kiado, Budapest.
- Akaike, H. (1998). Information Theory and an Extension of the Maximum Likelihood Principle. In Selected Papers of Hirotugu Akaike (pp. 199-213). Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-1694-0_15
- Bartlett, M. S. (1948). Smoothing Periodograms from Time-Series with Continuous Spectra. *Nature*, 161(4096), 686-687. <https://doi.org/10.1038/161686a0>
- Bartlett, M. S. (1950). Periodogram Analysis and Continuous Spectra. *Biometrika*, 37(1/2), 1-16. <https://doi.org/10.1093/biomet/37.1-2.1>
- Breusch, T. S., & Godfrey, L. G. (1981). A Review of Recent Work on Testing for Autocorrelation in Dynamic Simultaneous Models. In D. Currie, R. Nobay, & D. Peel, (Eds.), *Macroeconomic Analysis: Essays in Macroeconomics and Econometrics* (pp. 63-105). Croom Helm.
- Brown, R. L., Durbin, J., & Evans, J. M. (1975). Techniques for Testing the Constancy of Regression Relationships Over Time. *Journal of the Royal Statistical Society Series B (Methodological)*, 37(2), 149-163. <https://doi.org/10.1111/j.2517-6161.1975.tb01532.x>
- Costantiello, A., Laureti, L., & Legrande, A. (2022). The export of medium and high-tech products manufactured in Europe. Preprints, [Online First], 1-41. <https://doi.org/10.20944/preprints202208.0300.v1>
- Demir, O. (2018). Does high-tech exports really matter for economic growth? A panel approach for upper middle-income economies. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 9(30), 43-54. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.1.003.x>
- Domazet, I., Marjanović, D., & Ahmetagić, D. (2022). The impact of high-tech products exports on economic growth: The case of Serbia, Bulgaria, Romania and Hungary. *Ekonomika preduzeća*, 70(4), 191-205. <https://doi.org/10.5937/EKOPRE2204191D>
- Durbin, J., & Watson, G. S. (1950). Testing for Serial Correlation in Least Squares Regression: I. *Biometrika*, 37(3/4), 409-428. <https://doi.org/10.2307/2332391>
- Ekananda, M., & Parlinggoman, D. J. (2017). The role of high-tech exports and foreign direct investments (FDI) on economic growth. *European Research Studies Journal*, 20(4A), 194-212. <https://doi.org/10.35808/ersj/873>

- Engle, R. F. (1982). Autoregressive Conditional Heteroscedasticity with Estimates of the Variance of United Kingdom Inflation. *Econometrica*, 50(4), 987-1007. <https://doi.org/10.2307/1912773>
- Erkişi, K., & Boğa, S. (2019). High-technology products export and economic growth: A panel data analysis for EU-15 countries. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 669–683. <https://doi.org/10.29029/busbed.571892>
- Fotros, M. H., & Ahmadvand, N. (2017). Impact of import and export of high technology industries on economic growth of Iran. *Quarterly Journal of Quantitative Economics*, 14(2), 1–24. <https://doi.org/10.22094/JOQE.2017.22173>
- Handoyo, R. D., Ibrahim, K. H., Rahmawati, Y., Faadhillah, F., Ogawa, K., Kusumawardani, D., See, K. F., Kumaran, V. V., & Gulati, R. (2024). Determinants of exports performance: Evidence from Indonesian low-, medium-, and high-technology manufacturing industries. *PLOS ONE*, 19(1), e0296431. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296431>
- Jarque, C. M., & Bera, A. K. (1980). Efficient Tests for Normality, Homoscedasticity and Serial Independence of Regression Residuals. *Economics Letters*, 6(3), 255-259. [https://doi.org/10.1016/0165-1765\(80\)90024-5](https://doi.org/10.1016/0165-1765(80)90024-5)
- Khan, T., Wei, L., Khan, A., Fahlevi, M., Aljuaid, M., & Ali, S. (2024). Economic expansion and innovation: A comprehensive analysis of Pakistan's path to technological excellence. *PLOS ONE*, 19(4), e0300734. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300734>
- Lee, J., & Strazicich, M. C. (2003). Minimum Lagrange Multiplier Unit Root Test with Two Structural Breaks. *Review of Economics and Statistics*, 85(4), 1082-1089. <https://doi.org/10.1162/003465303772815961>
- Newey, W. K., & West, K. D. (1986). A Simple, Positive Semi-Definite, Heteroskedasticity and Autocorrelation Consistent Covariance Matrix. *Econometrica*, 55(3), 703-708. <https://doi.org/10.2307/1913610>
- Özaydın, Ö., & Dağdemir, A. (2023). Capital formation as a driver of industrial production in India: An empirical analysis using ARDL methodology. In *Academic Research ve Reviews in Social, Humanities ve Administrative Sciences* (pp. 221–236). Platanus Publishing.
- Page, E. S. (1954). Continuous Inspection Schemes. *Biometrika*, 41(1/2), 100–115. <https://doi.org/10.2307/2333009>
- Perron, P. (1989). The great crash, the oil price shock, and the unit root hypothesis. *Econometrica*, 57(6), 1361-1401. <https://doi.org/10.2307/1913712>

- Pesaran, M. H., & Pesaran, B. (1997). *Working with Microfit 4.0: Interactive Econometric Software Package (DOS and Windows Versions)*. Oxford University Press.
- Pesaran, M. H., & Shin, Y. (1995). An Autoregressive Distributed Lag Modeling Approach to Cointegration Analysis. Department of Applied Economics, University of Cambridge.
- Pesaran, M. H., & Shin, Y. (1998). Generalized Impulse Response Analysis in Linear Multivariate Models. *Economics Letters*, 58(1), 17-29. [https://doi.org/10.1016/S0165-1765\(97\)00214-0](https://doi.org/10.1016/S0165-1765(97)00214-0)
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289–326. <https://doi.org/10.1002/jae.616>
- Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a Unit Root in Time Series Regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346. <https://doi.org/10.1093/biomet/75.2.335>
- Ramsey, J. B. (1969). Tests for Specification Errors in Classical Linear Least-Squares Regression Analysis. *Journal of the Royal Statistical Society Series B (Methodological)*, 31(2), 350-371. <https://doi.org/10.1111/j.2517-6161.1969.tb00796.x>
- Romero, J. P., & McCombie, J. S. L. (2016). The Multi-Sectoral Thirlwall's Law: Evidence from 14 developed European countries using product-level data. *International Review of Applied Economics*, 30(3), 301–325. <https://doi.org/10.1080/02692171.2015.1102207>