

Uluslararası Akademik

ISSN 2757-6469

Birikim Dergisi

31 MAYIS 2023 Cilt /6 Sayı/3

International Journal of ACADEMIC Accumulation

Uluslararası Hakemli E-Dergi

<https://akademikbirikimdergisi.com>

YIL: 2023 CİLT: 6 SAYI: 3
JENERİK / GENERIC PAGE

ULUSLARARASI AKADEMİK BİRİKİM DERGİSİ (UABD) uluslararası hakemli bir dergidir. Dergimiz 2021 yılına kadar yılda bir yayın yapmakta iken 2021 yılından itibaren Mayıs ve Aralık ayları olmak üzere yılda iki kez 2022 yılından itibaren ise Ocak-Mart-Mayıs-Ekim ve Aralık ayları olmak üzere yılda 5 kez yayınlanmaktadır.

UABD, sosyal bilimlerin her alanından yazı yayınlayan bir dergidir. Bu çerçevede özgün bilimsel makaleler, çeviriler, çeviri-yazılar, röportajlar, kitap, makale, sempozyum, panel ve bilimsel etkinlik tanıtma çalışmaları ile nekroloji metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirimleri de yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanması için UABD Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

UABD Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayınlatabilir. UABD Dergisi'ne gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez.

UABD Dergisi'nin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.

SAHİBİ/OWNER

Doç.Dr. Vedat YILMAZ

GENEL EDİTÖR / GENERAL EDITOR

Doç.Dr. Vedat YILMAZ

Malatya Turgut Özal Üniversitesi

BİLİM VE DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Adnan ÇELİK	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. Erdiñ TUTAR	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Hasan Güner BERKANT	Yozgat Bozok Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA	Gazi Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Murat TUNCER	Fırat Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mücahit KAĞAN	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Şafak KAYPAK	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Yakup BULUT	Gaziantep Üniversitesi / TÜRKİYE

YAYIN KURULU / PUBLICATION BOARD

Prof. Dr. Abdullah ÇELİK	Harran Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. A.Menaf TURAN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. Ferit İZCİ	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Şafak KAYPAK	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Veysel EREN	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Yakup BULUT	Gaziantep Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Abdullah AYDIN	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Abdulsemet YAMAN	Ardahan Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Ahmet ŞİT	Malatya Turgut Özal Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Aziz BELLİ	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Berat AKINCI	Alpaslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Oktay KIZILKAYA	Malatya Turgut Özal Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Yıldız ATMACA	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Habibe POLAT	Malatya Turgut Özal Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Kürşad ÖZKAYNAR	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi / TÜRKİYE
Öğr. Gör. Mehmet MECEK	Afyon Kocatepe Üniversitesi / TÜRKİYE

İNDEKSLER / INDEXED & IN LISTED

Index Copernicus, Rsearchbip, Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Google Scholar, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), RootIndexing, Crossref

YEAR: 2023 VOLUME: 6 ISSUE: 3

GENERIC PAGE

INTERNATIONAL ACADEMIC ACCUMULATION JOURNAL (IJAA) is an international refereed journal. While our journal is publishing once a year until 2021, it is published twice a year, in May and December, from 2021 on, and 5 times a year, as January-March-May-October and December from 2022.

IJAA is a journal that publishes articles from all areas of social sciences. In this context, it publishes original scientific articles, translations, translation-texts, interviews, books, articles, symposiums, panels and scientific events promotion works and necrology texts. In addition, symposium papers can be published, provided that the place, meeting and date of the presentation is recorded and not published elsewhere. However, the responsibility of any problem likely to arise from this publication activity belongs to the author. The printing and publication rights of the articles sent to the IJAA Journal for publication will be transferred to the journal. These articles cannot be published, reproduced or used without reference to any other publication without the permission of the journal management.

IJAA Journal can publish the texts it has published in various media. Any legal, legal, economic and ethical responsibility that may arise from the articles submitted to the IJAA Journal belongs to the authors even if the article in question has been published. The journal does not accept any liability.

The language of publication of IJAA Journal is Turkish and English.

OWNER

Assoc.Prof. Vedat YILMAZ

GENERAL EDITOR

Assoc.Prof. Vedat YILMAZ

Malatya Turgut Ozal University

SCIENCE AND ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Adnan ÇELİK	Selçuk University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. Erdiñ TUTAR	Niğde Ömer Halisdemir University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Hasan Güner BERKANT	Yozgat Bozok University / TÜRKİYE
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA	Gazi University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Murat TUNCER	Fırat University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mücahit KAĞAN	Erzincan Binali Yıldırım University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI	Selçuk University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Şafak KAYPAK	Hatay Mustafa Kemal University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Yakup BULUT	Gaziantep University / TÜRKİYE

PUBLICATION BOARD

Prof. Dr. Abdullah ÇELİK	Harran University / TÜRKİYE
Prof. Dr. A.Menaf TURAN	Van Yüzüncü Yıl University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. Ferit İZCİ	Van Yüzüncü Yıl University / TÜRKİYE
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Şafak KAYPAK	Hatay Mustafa Kemal University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Veysel EREN	Hatay Mustafa Kemal University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Yakup BULUT	Gaziantep University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Abdullah AYDIN	Niğde Ömer Halisdemir University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Abdulsemet YAMAN	Ardahan University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Ahmet ŞİT	Malatya Turgut Özal University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Aziz BELLİ	Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Berat AKINCI	Alpaslan Türkeş Bilim ve Teknoloji University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Oktay KIZILKAYA	Malatya Turgut Özal University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Yıldız ATMACA	Van Yüzüncü Yıl University / TÜRKİYE
Asistant Prof. Habibe POLAT	Malatya Turgut Ozal University / TÜRKİYE
Asistant Prof. Kürşad ÖZKAYNAR	Sivas Cumhuriyet University / TÜRKİYE
Lecturer Mehmet MECEK	Afyon Kocatepe University / TÜRKİYE

INDEXED & IN LISTED

Index Copernicus, Rsearchbip, Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Google Scholar, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), RootIndexing, Crossref

ULUSLARARASI AKADEMİK BİRİKİM DERGİSİ

International Journal of Academic Accumulation

Open Access Refereed e-Journal

TABLE OF CONTENTS / İÇİNDEKİLER

s. 290-307	Dr. Kadir Caner DOĞAN & Muhammet SEVER Türkiye’de Postmodern Kamu Yönetiminin Yansıması Olarak Kent Konseyi Analizi
s. 308-324	Dr. Öğr. Gör. Murat YOLSAL & Dr. Emine Banu BİLGİSEVEN & Dr. Öğr. Ü. Ahmet ERKASAP Müşteri Sadakatine Etki Eden Faktörler: Sosyal Medya Kanallarını Kullanarak Çevrimiçi Alışveriş Yapan Beyaz Yakalı Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma
s. 325-335	Nouraldın A. M. ALAYDI Kemalizm’in Demokrasi Tasavvuru: Feroz Ahmad ile Levent Köker’in Kemalizm-Demokrasi Analizleri Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme
s. 336-353	Şebnem YAMAN & Dr.Öğr.Ü. Orhan SEVİNDİK Social Gender Construction Under the Effect of Visual Culture and Its Manifestation in Graphic Design
s.354-368	Dr.Öğr.Ü. A. Esra PEKER & İrem ŞANLI GÜLENGÜL Türkiye’de Tarım Sektörü Bitkisel Üretim Değeri Belirleyicileri Üzerine Mekânsal Bir Analiz
s. 369-397	Eda KARLIDAĞ & Dr.Öğr.Ü. Makbule Tuba BOSTANCI BAŞKAN Sergileme Mekânlarında Işığın Etkisi ve Video Haritalama Uygulaması
s. 398-412	Doç. Dr. Vedat YILMAZ & Ozan GERÇEKER Doğu Batı Eksenindeki Konum Analizi Kapsamında Van’da Göçe Karşı Alınan Tedbirlerin Değerlendirilmesi
s. 413-423	Öznur AK & Dr.Erdal HARUNOĞULLARI Why is Mudaraba not Practiced by Islamic Banks? How can Islamic Banks Apply Mudaraba Financing Method through Models?
s. 424-433	Dr.Öğr.Gör. Saadet KARAKUŞ & Dr.Öğr.Gör. Fatma KANTAŞ YILMAZ Sağlık Tesislerinde Kişisel Koruyucu Ekipman Kullanımının Değerlendirilmesi



Türkiye’de Postmodern Kamu Yönetiminin Yansıması Olarak Kent Konseyi Analizi¹

Kadir Caner DOĞAN

Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
kadircanerdogan@gumushane.edu.tr,
https://orcid.org/0000-0002-3476-8865

Makale Başvuru Tarihi : 02.04.2023

Makale Kabul Tarihi : 19.05.2023

Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Muhammet SEVER

Bilim Uzmanı, Gümüşhane Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
muhammettsvrr@gmail.com,
https://orcid.org/0000-0002-8071-2205

Özet

Anahtar Kelimeler:

Kent Konseyi,
Postmodern Kamu
Yönetimi,
Yerelleşme,
Yerel Katılım,
Yönetişim

20. yüzyılın sonlarına doğru benimsenen piyasa odaklı işletmecî bir mantıkla yönetsel sürecin etkileşimini savunan postmodern kamu yönetimi, yerel düzeyde katılımçılık ve demokrasi ilkeleri etrafında şekillenmiştir. Yerelde; demokrasinin ve katılımçı yaklaşımın geliştirilmesinin yansıması olarak beliren kent konseyleri, hem şehri bilincinin artırılması, sorunlara karşı bütünlük bir fikrin oluşturulması, belirlenen sorun ve ihtiyaçlara yönelik ortak temel bir politika oluşturulması adına ortaya konulan yerel katılımçı bir uygulama örneğidir. Çalışmada ortaya konulması hedeflenen içerik; postmodern kamu yönetimi kapsamında kent konseylerinin yerel katılım ve demokrasi kültürü üzerinden İzmir, Antalya, Balıkesir, Eskişehir, Şanlıurfa, Erzurum ve Trabzon büyük şehirleri üzerinden değerlendirilmesi yoluyla analizidir. Kent konseylerinin, postmodern kamu yönetimi ilkeleri çerçevesinde yapısal ve işlevsel yönleri bölgesel farklılıklar esas alınarak değerlendirilmiştir. Postmodern kamu yönetimi anlayışıyla gündeme gelen ve Yerel Gündem 21 ile meşru bir konum edinen kent konseylerinin sahip olduğu özellikler nedeniyle sürdürülebilir, uygulanabilir ve verimli olması çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre Türkiye’de postmodern kamu yönetimi anlayışının bir uzantısı olarak kent konseylerinin olumlu faaliyet gösterdiği anlaşılmıştır.

City Council Analysis As A Reflection of Postmodern Public Administration in Turkey

Abstract

Keywords:

City Council,
Postmodern Public
Administration,
Decentralization,
Local Participation,
Governance

Postmodern public administration, which advocates the interaction of the administrative process with a market-oriented managerial logic adopted towards the end of the 20th century, has been shaped around the principles of participation and democracy at the local level. locally; City councils, which emerged as a reflection of the development of democracy and participatory approach, are an example of local participatory practice put forward in order to increase the awareness of citizens, to create an integrated idea against problems, and to create a common basic policy for the identified problems and needs. The content aimed to be revealed in the study; it is the analysis of city councils within the scope of postmodern public administration through the culture of local participation and democracy through the evaluation of the metropolitan cities of İzmir, Antalya, Balıkesir, Eskişehir, Şanlıurfa, Erzurum and Trabzon. The structural and functional aspects of the city councils were evaluated on the basis of

¹ Bu çalışma, 2022 yılında Gümüşhane Üniversitesi’nde Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nde Doç. Dr. Kadir Caner Doğan danışmanlığında ve Muhammet Sever tarafından “Türkiye’de Postmodern Kamu Yönetiminin Yansıması Olarak Kent Konseyi Analizi” adıyla yazılan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

regional differences within the framework of postmodern public administration principles. The main problem of the study is that the city councils, which came to the agenda with the understanding of postmodern public administration and acquired a legitimate position with the Local Agenda 21, are sustainable, applicable and efficient due to their characteristics. According to the results of this study, it has been understood that city councils operate positively as an extension of the postmodern public management approach in Turkey.

GİRİŞ

Küreselleşme adımlarının yoğunlaşması ve bilgi toplumu argümanlarının uluslararası alanda yaygınlık göstermesi, kamu yönetimi alanında reformist bir düşünce akımının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Toplumsal ve yönetsel ihtiyaç ve amaçlar etrafında bütünleşen kamu yönetimi, yeni düşünceler etrafında yasal ve idari olarak düzenlemeleri de beraberinde getirmiştir. Geleneksel kamu yönetimi yaklaşımının katı, hantal, sert, merkezîyetçi ve bürokratik-hiyerarşik özelliklerinin yozlaşma, yolsuzlaşma, hizmet kalitesinde eksiklik, kaynak dağılımında verimsizlik ve ihtiyaçlara cevap veremez sonuçlarının yarattığı olumsuzlukları ortadan kaldırmayı, bu sonuçların lehe sonuç vermesini ve ulusun tümünü kalkındıracak hamlelere dönüştürmeyi amaçlayan yeni yaklaşımlar kamusal düzeyde postmodern yönetimin ortaya çıkmasında etkili olmuştur.

Yönetişim yaklaşımının 1990 dönemi sonrası için yaygınlık göstermesi, yerel düzeyde postmodern kamu yönetimi ilkeleri etrafında yeni yönetim ve karar alma birimlerinin oluşturulmasında etkili olmuştur. Sivil toplumun yönetsel süreçlerde etkili olmasının öngörüldüğü bu dönemde küresel ve ulusal gelişmelere paralel olarak hayat geçirilen kent konseyleri de yerel demokrasi ve yerel katılım değerlerinin etrafında bütünleşik olarak kamu, özel, sivil kesimlerin çok yönlü olarak işbirliğini savunan mekanizmalar olarak görülmüştür. Türkiye için bu adımlar postmodern kamu yönetimi çerçevesinde özellikle 2000 yılı sonrası dönemde gelişme göstermiş ve yerel düzeyde örgütlenme fırsatı bulmuştur. Bu çalışma kent konseylerinin postmodern kamu yönetimi ile ilişkisini İzmir, Antalya, Eskişehir, Balıkesir, Şanlıurfa, Erzurum ve Trabzon kent konseyleri üzerinden bölgesel farklılık ve benzerlikleri de içerecek şekilde değerlendirilmesini kapsamaktadır. Örnek kent konseylerinin örgütsel yapılanmalarının, faaliyetlerinin, yaklaşımlarının, raporlarının incelediği ve belediye ile ilişkisi kapsamında görev ve yetkilerinin kente yönelik ne gibi etkileri barındırdığının değerlendirilmesi üzerine hazırlanmıştır. Genel olarak amaç; geleneksel kamu yönetimi üzerine inşa edilen ve küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan postmodern kamu yönetimi anlayışının getirdiği yenilikler ve ilkeler itibarıyla katılımcı kültür üzerindeki etkilerini kent konseyleri özelinde ortaya koymaktır. Yerelleşme ve yönetim kavramlarının postmodern kamu yönetimi dahilinde önemini ve bu çerçevede oluşturulan kent konseylerinin etkilerinin hukuksal, sosyal, ekonomik, yönetsel ve kültürel analizlerini ifade edebilmektir. Postmodern kamu yönetimi reformunu, yerelleşme, yönetim ve katılım argümanları ile ilişkilendirerek kent konseylerinin eksi ve artılarını değerlendirmektir. Kent konseylerinin temel program, faaliyetler, yapılanma ve hedefleri esas alındığında yerel katılımı destekleyici rolünün ifade edilmesi ve bu konuda mevcut potansiyeli ortaya koyarak durum analizi yapmaktır.

Çalışmanın temel sorunu, postmodern kamu yönetimi anlayışı ile gündeme gelen ve Yerel Gündem 21 ile meşru bir vaziyet alan kent konseylerinin ulusal mevzuat ve toplumsal ayrışmadan kaynaklı sürdürülebilir, uygulanabilir ve verimli olma konusunda tartışmalı bir yapısının mevcut olması ile yerel demokrasi konusunda güçlü bir görünüm sergilemekte belirsiz olarak kalmasıdır. Çalışmanın temel hipotezi de; postmodern kamu yönetimi ve kent konseylerinin kuruluş, görev, amaç ve ilkeleri ile pozitif anlamda uyumlu olduğu yönündedir.

Çalışmanın yöntemi ise nitel olarak belirlenmiş, veriler ilgili dokümanlar aracılığıyla sağlanmıştır. Bu kapsamda kent konseylerinin örgütsel özelliklerinin ve yapısının belirlenebilmesi, yasal çerçevede değerlendirilebilmesi için web siteleri, kent konseyi faaliyet raporları, internet ve gazete haberleri incelenmiştir. Kent konseyleri düzeyinde etkinlikler, projeler, kararlar, gündem başlıkları ve örgüt yapısı

incelemesi yoluyla İzmir, Antalya, Balıkesir, Eskişehir, Şanlıurfa, Erzurum ve Trabzon kent konseylerinin postmodern kamu yönetimi ilişkisi analiz edilmiştir. Buna ek olarak kent profilinin tespit edilebilmesi, kent konseylerinin kurumsal ilişkisinin yansıtılabilmesi, kent konseylerinin üretkenliklerinin ve postmodern kamu yönetimi ile yönetim ilkeleri kapsamında değerlendirilmesi yoluyla analizini mümkün kılmak için de her bir büyük şehrin faaliyet raporları incelenmiştir. Bu yöntem ve dokümanlar; bölgesel farklılıkları ele alarak kent konseylerinin kent düzeyinde yoğunlaştıkları alanların, örgüt düzeyinde temsil karakterinin, üretkenlik seviyelerinin, merkez-yerel ilişkisinin, kent konseyinin sağladığı katkının ve sonuç doğurucu özelliklerinin saptanabilmesi için tercih edilmiştir.

YÖNETİMİN BİÇİMSEL-İÇERİKSEL DEĞİŞİMİ VE YERELLEŞME BAĞLANTISI

Yönetim

Yönetim (Fr. Qestion, management; İng. Management; Tr. Sevk ve idare); “mevcut yer ve zamanda alt gruba bağlı kişilerin davranışlarını bir şekilde etkileyerek, onların çıkar ve çabalarını ortak bir hedef doğrultusunda yönlendirme süreci veya en az iki bireyin çaba ve çıkarlarının eşgüdümü olarak yönelten bir dizi işlevden oluşan toplumsal bir süreç” olarak tanımlanabilmektedir (Bozkurt vd., 2008).

Yönetimin Kamusal İçeriği

Kamu yönetimi; toplum, devlet ve hükümetle ilişkili kamu hizmetini esas alan, devlet olmanın gereklerini hem etik hem de anayasal olarak yerine getirmek, bir disiplin olarak kurallar bütününe hitap etmek, politikalar üretmek ve bu konulara kaynaklık etmeyi öngören bilim alanıdır. Kamusal alana ve faaliyetlere ilişkindir ve kamu gücünden yararlanır (Aydın, 2013). Bu yönüyle özel yönetimden ayrılmakta, daha genel ve spesifik bir alanı işaret etmektedir.

Modern (Geleneksel-Bürokratik) Kamu Yönetimi Anlayışı

Geleneksel yönetim anlayışı; temelinde Weber’in bürokrasi anlayışını barındırmakla birlikte kamu yönetimi anlayışının yapısal, işlevsel, akademik disiplin ve meslek yönünü ortaya koyan temel prensipleri içermektedir. Weberyen bürokrasi ile geleneksel kamu yönetimi anlayışı hem biçim hem yöntem açısından uyumludur. Ancak bürokrasinin problemleri ile kamu yönetimi anlayışının kültürel ve sosyolojik bağdaşıklığı eksiktir (Hughes, 2014). Bu çerçevede birlikte değerlendirilseler dahi belirgin bir ayrılık da barındırdıkları açıktır. Geleneksel kamu yönetimi anlayışında rasyonellik ve etkililik önemli bir araç olarak görülmekte, katı bir hiyerarşi modeline ve profesyonel iş görme araçlarına sahiptir. Denetim ve kuralcılığın ana prensipler olarak ifade edildiği, bağımsız ve özgün bir anlayış olarak dışsal etkilerden uzak bir mekanizmaya sahiptir. Tek tiplik ve merkezîyetçilik (özek yönetim) kamu yönetimi disiplinini kişisellikten ve duygusallıktan uzaklaştırmaktadır. Ortak bir çabanın ürettiği bilginin metodolojik ve epistemolojik yaklaşımıdır (Raadschelders, 2005).

Bürokratik yönetim; profesyonelliğin ve sıkı sıkıya bağlılığın örgütlenme düzeyinde yönetimini nesnellik üzerinde yoğunlaştırmaktadır. Emir komuta zinciri dikinedir. Hiç kopmaması ve zarara uğramaması gereken en önemli halka hiyerarşidir. Merkezîyetçi-Modern yapılanmanın getirdiği mevcut işlevselliğin temel ilkesidir. Modernizmin ortaya koyduğu bu değişim, aydınlanma ve dinamizm, kamu yönetimi anlayışının bir bilim alanı olarak ortaya çıkışından sonraki süreçte geleneksel (bürokratik) yönetim anlayışını karşılayacak ölçüde dayanaklara sahiptir. Dolayısıyla yönetim anlayışının 19. ve 20. Yüzyıl öncesine göre her ne kadar geleneksel olarak tanımlanmıyor olsa da sanayi devriminin getirdiği toplumsal devinimi ifade edebilecek bir bakışa sahiptir. Değişen ve gelişen şartlara uygun olarak dönüşüme uğrayan geleneksel kamu yönetimi anlayışı güncel paradigmalara karşılaştırıldığında modern olarak nitelendirilebilecek özelliklere ve erişilebilirliğe sahiptir. Bu durum da modern-geleneksel kavramlarının yönetim anlayışı çerçevesinde

ayrıştırılmasının ve eleştirilebilir olmasını geçersiz kılmaktadır. Modernizmin ve geleneksel anlayışın ortak özellikleri olan nesnellik, olguculuk, süreç odaklılık ve katılık esas alındığında bu ayrımın pek olası olmadığı görülmektedir.

Postmodern (Yeni) Kamu Yönetimi Anlayışı

Postmodern kamu yönetimi, postmodernitenin yenilikleri çerçevesinde biçim ve içerik olarak köklü değişikliklere sahip bir anlayış olmuştur. Bu değişim ile birlikte mevcut unsurları çerçevesinde yenilenmenin ve yerleşmenin motive edici öznesi haline gelmiştir. Kamu yönetiminin ve dolayısıyla devletin bu rolü yeni anlayışın amaç, araç ve unsurlarında pek çok değişikliği de beraberinde getirmiştir. Küresel gelişmelere ve yeniden düzenlenen politika ve stratejilere bağlı olarak özgün ilkeler belirlemiştir.

Postmodern kamu yönetimi unsurlarını ve amaçlarını postmodern ilkeler ve onun özellikleri ile bütünleşik sıralayacak olursak genel olarak şunlar söylenebilir (Çiçek, 2011: 65-66):

- Kamu yöneticisine geniş yetki ve sorumluluklar veren,
- Sonuç odaklı ve düzenleyici (hâkim) misyon sahibi,
- Rekabetçi ve uzmanlaşma esaslı,
- Kamu hizmeti kaynaklarının kullanımında disiplinli ve özverili,
- İşletmeci mantığın kamu yönetimi üzerinde pratikleştirilmesini öngören,
- Performans esaslı personel yönetim biçimine sahip,
- Çok aktörlü fonksiyonelliği benimseyen,
- Toplumsal gelişimi sağlamaya yönelik eğilime sahip,
- Esnek, şeffaf, hesap verebilir ve etkin bir yönetim mekanizması oluşturma amacı taşıyan,
- Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişime paralel politikalar ve hizmet sunumu gerçekleştirilmeyi amaçlayan,
- Devletin görevini asli sorumluluklara kadar asgari düzeye indiren adem-i merkeziyetçi yönetim anlayışını benimseyen bir içerik barındırmaktadır.

Postmodern kamu yönetimi, normatifliğin ve rasyonalitenin, merkeziyetçilik ve Weberyen bürokrasinin postmodernite ile uyumlaştırıldığı, yeniden düzenlendiği ve çok yönlü olarak sınırsızlaştırıldığı yönetim anlayışını yansıtmaktadır (Doğan, 2016: 31). Otoriterliğe daha az meyilli, açık ve şeffaf, daha az kuralcı ve çağ üstüdür. Aynı zamanda belirli sınırlar içerisinde sistematize edilmiş politikaların yürütülmesini değil, hayat kalitesinin ve insani niteliğin idari erkler üzerinden geliştirilmesini savunmaktadır (Frederickson, 2004: 452-453).

Postmodern Kamu Yönetimi Perspektifinde Yerelleşme ve Yerel Yönetimler (Sivil Toplum-Yerel Demokrasi ilişkisi)

Yerel demokrasi-yerel katılım bağdaşıklığının ortaya koyduğu en önemli kavramlardan biri sivil toplumdur. Aynı zamanda yerel paydaşlardan olan bu kesim için ifade edile gelen önemli özellik; sosyo-ekonomik tasarruf sahipleri olmalarıdır. Sivil toplum; katılımın esas alındığı, hak ve özgürlüklerin korunduğu, özerkliğin savunulduğu sivil kümelenmeyi ifade etmektedir (Keleş, 2012: 91). Yerel demokrasinin gelişim ve değişim süreci ele alındığında dinamik bir yapıya kavuşmasında sivil toplumun önemi açıktır. Bundan hareketle Montesquie ve Machiavelli sivil toplum için; “ana tabaka-ana yapılar”, Hegel; “örgütlenme özgürlüğüne sahip merkezi yönetimden ayrı yapılar”, Marx; “tarihin gerçek kaynağı”, Durkheim; “ikinci gruplar”, Weber ise; “özel yetkili tüzel kuruluşlar” tanımlamalarını kullanmıştır (Ökmen ve Parlak, 2013: 61). “Yerel yönetimler sivil toplum mudur?” sorusunun cevabı da bu tanımlamalar ışığında; demokrasinin fonksiyonelliğinin sağlanmasının gereği olarak ortaya çıkmalarından dolayı “evet” olarak ifade

edilebilmektedir (Ökmen, 1999: 73). Yerel yönetimlerin sivil toplum olarak algılanmasından arkasında yerelde politik grupların, seçmenlerin ve politik bir sürecin varlığı yatmaktadır (Güneş, 1996: 90; Doğan ve Uğur, 2018).

Postmodern kamu yönetimi anlayışı çerçevesinde ortaya koyulan çalışmalar, yirmi birinci yüzyıla geçişte yerleşmenin, yerel demokrasinin, sürdürülebilir yerel kalkınma anlayışının, insan hak ve özgürlüklerinin, kentleşmenin ve çevre yönetiminin hem ulusal hem de küresel olarak ele alınmasını sağlamıştır. Toplumun yerelde başlayan bir hareketle bütüncül ve sürekli biçimde sosyal ve ekonomik olarak kalkınmasını amaçlayan bu çabalar özellikle 20. yüzyıl sonuna doğru postmodern kamu yönetiminin yerelde dönüşüm çabalarına karşılık gelmiştir. Dönemin siyasal ve sosyal bilimcilerine göre de bu çabalar, küreselleşme ve bilgi çağına geçişte postmodern kalıpların yerelde kamu yönetimi içeriğini dönüşüme uğrattığı konusunda hemfikirdir. Yerelde paydaşların tümü için özgün sosyal, siyasal ve ekonomik bir biçimlendirmeyi ifade eden bu dönüşüm ise yerel kesimin geleceğini bu alanlarda şekillendirmenin ve yerelde başlayan bir devinime bağlı olarak topyekûn kalkınmanın sağlanması için de fırsat oluşturmaktadır. Bireyden başlayan ve genele hitap eden bu yaklaşım çeşitli alanlarda uygulama düzeyine sahiptir. Karar alıcı konumundaki yerel aktörler için yerleşmenin ve yeni yönetim anlayışının ürünü olarak sunulan imtiyazlar çerçevesinde gelişmesini, değişmesini ve etkili kararlar alabilecek nitelikli bir yerel kesim olmasının önünü açmaktadır (Başkurt vd., 2014: 105).

POSTMODERN YERELLEŞME ÇERÇEVESİNDE YÖNETİŞİM VE KENT KONSEYLERİ

Yönetişim; vatandaşların ortak karar alma, hizmet uyumu, kaynak tahsisi, dengeli ve sürdürülebilir kalkınma vb. menfaatlerinde, çeşitli sorumluluklarında ve problemlerin çözümünde araç olarak kullanılan yönetim biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Yöneten-yönetilen dikotomisinin karşılıklı bağımlılık bilinci ile hareketi ve diyalog kültürü doğrultusunda dönüşümü ifade eden yönetişim, toplumsal yönetimin siyasal, iktisadi ve idari boyutunu da açıklamaktadır (Akatay ve Harman, 2014: 356). Nitekim yönetişim; postmodern kamu yönetimi yaklaşımı çerçevesinde neo-liberal fikirlerin bilgi toplumuna geçişte sağduyusuna ve önemine işaret etmektedir. Küreselleşmenin ve bilgi toplumuna geçişin gerekliliklerini yerine getirebilme arzusu ile postmodernizm ve yeniden yönetimselleşme çerçevesinde vatandaş odaklı ilkeselliğinin bütünleştirilebilme çabası olarak da dikkat çekmektedir.

Konu ile ilgili yerel yönetişim ise; yerel düzeyde toplu eylem ve işlemlerin formüle edilmesi ve yürütülmesini ifade eder. Bununla birlikte yerel resmi kurumların ve merkezi hiyerarşinin; resmi olmayan normlar, topluluk, örgütler ve tanımlanan diğer ağlar ile birlikte vatandaş-vatandaş ve vatandaş-devlet ilişkisinde bütün olarak hareketini ve karar alımını ifade eder. Bu yönüyle de dinamik ve sistematik bir süreci işaret eder. Yalnızca hizmetin yürütülmesi ve etkin bir kaynak tahsisi amacı taşımaz, aynı zamanda yerleşiklerin hak ve hürriyetlerinin korunmasında sivil diyalog ve demokratik katılım gibi unsurları ön plana çıkarmaktadır (Shah ve Shah, 2006). Yerel yönetişimde öne çıkan temel kurumsal mekanizma yerel yönetimler iken; temel kavramlar da katılım, temsil ve sivil toplumdur (Yılmaz ve Telsaç, 2021: 246).

Yerel yönetimler, demokrasi ve katılım aracı olarak, insanın özgürleşebilmesinde, halkın katılımının sağlanabilmesinde, demokrasinin yaşatılabilmesinde ve bunlara bağlı olarak etkin bir karar ve eylem mekanizması oluşturulmasında birincil kaynaklardır. Yerel yönetimlerde halkın katılımı merkeze göre daha yoğun, doğrudan ve etkilidir. Bu kapsamda öne çıkan grup ise sivil toplumdur (Kaypak, 2012: 176; Yılmaz vd., 2021: 2300; Doğan ve Kalkışım, 2015). Postmodern kamu yönetimine geçişle birlikte güçlü bir merkezi yönetim anlayışı yerini katılımcılık, esnek ve şeffaflık, hesap verebilirlik gibi ilkeler etrafında yerelliğe ve ortak hareket anlayışına bırakmıştır. Sivil toplum da devlet baki kalmak kaydıyla onun tahakkümünden toplumu arındıran alternatif bir örgütlenme biçimidir.

Postmodern yerleşme çerçevesinde kent konseyleri; yerel yönetimlerde sivil toplumun gücünün ve etkinliğinin artırılabilmesi içinde çeşitli organizasyonlar olarak ortaya koyulmuştur. Klasik yönetim anlayışının temel ilkelerinin yerini alan katılım ve çok aktörlü ortaklık, söz konusu anlayışın hayata geçirilebilmesi için en etkin ve geniş tabanlı organizasyon olan kent konseylerini yerelde hükümet dışı en önemli yapılanmalar olarak ortaya koyulmasına katkı sağlamıştır. Yerel demokrasinin güçlendirilmesini ve halkın kesintisiz olarak katılımı yaklaşımını benimseyen postmodern kamu yönetimi, yönetim ve demokrasi değerlerinin müzakere ortamını doğuracağı gerçeğinden hareketle sivil topluma ve dolayısıyla bu reformu temsil eden en önemli mekanizmalar olarak kent konseylerini içermektedir (Şahnagil, 2019: 1152).

TÜRKİYE'DE POSTMODERN KAMU YÖNETİMİ BAĞLAMINDA YEREL KATILIM-YEREL DEMOKRASİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE KENT KONSEYLERİ ANALİZİ

Türkiye'de Postmodern Kamu Yönetimi Dönüşümü ve Kent Konseylerinin Yeri/Önemi

Türkiye'de 1980 sonrası dönemde; ekonomide neo-liberal politikaların benimsenmeye başlanması, AB'ye giriş sürecinde yönetsel bütünlük ve uyum sağlanması, kamuda etkin ve verimli kaynak tahsisinin sağlanması ve geleneksel yönetim argümanlarının eksikliklerini gidermek gibi amaçlar çerçevesinde bir dönüşüm görülmeye başlanmıştır. Ülke olarak geleneksel yönetim anlayışındaki bürokratik, hiyerarşik ve mevzuatçı katı yönetim ve yürütme yaklaşımı gibi unsurlar, hem yöneticilerde hem de yönetilen olarak halkta pasifliğe, hantallığa ve verimsizliğe neden olmaktadır. Hem küresel gelişmelere ayak uydurmak hem bölgesel bir kazanım (AB) elde etmek hem de ulusun bütünü için sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi kalkınmayı bütünleşik bir anlayışla gerçekleştirmek için bürokratik yapılanmanın engelleri, verimsizlikleri, sınırlı ve katı yapısı silinmeye başlanmıştır. Bu çerçevede Türkiye'de de benimsenmeye başlayan postmodern kamu yönetimi yaklaşımı 1990'lara gelince daha ilkesel ve bütüncül olarak Türk kamu yönetim anlayışına yavaş yavaş entegre edilmeye başlanmıştır. Yerleşme ve demokrasi eğilimlerinin yoğun olarak hissedildiği bu dönemde ülkeler; merkez-yerel ilişkisini daha sağlam bir zeminde yeniden oluşturacak dengenin yeni yönetim anlayışını pekiştireceğini öngörmüşlerdir (Çevikbaş, 2012: 40-41).

Postmodernizm fikrinin kamu yönetimi reformuna uzandığı yolda ve yönetim anlayışının evrimsel periyodu göz önüne alındığında katılımcılığın, insan haklarının ve demokrasinin önemi açık bir şekilde görülmektedir (Göçoğlu ve Gündüz, 2020). Türkiye'de yerel yönetimlere ilişkin 2004-2005 yıllarında yapılan yasal düzenlemeler içerisinde yer alan ve postmodern fikirlere ve çağdaş kriterlere göre uyarlanan belediye kanunu da; katılımcı, insan hak ve özgürlüklerine önem veren ve demokratik ilkeler etrafında bütünleşmiş ve buna yönelik çeşitli yenilikleri içinde barındırmıştır. Yerleşme bağlantılı ve postmodern fikir esaslı olarak belediye birimi; içerisinde katılımcılığı ve doğrudan demokrasi aracı olarak kent konseylerini barındırmaktadır. Kent konseyleri, 1980'den itibaren gelişen idari reform anlayışının 1990'larda uluslararası çalışmalar neticesinde öngörülmüş ve hayata geçirilmiş önemli bir mekanizmadır. Türkiye'de önce 1996 Habitat II ardından 5393 sayılı Belediye Kanunu ve nihayetinde 2006'da Kent Konseyleri Yönetmeliği ile postmodern kültürde önemli bir yere sahip uygulama, karar alma, ortaklık, uzlaşma, diyalog, bütünleşiklik gibi değerlemelerin odak noktası haline gelmiştir. Kent konseyleri, postmodern yaklaşımın kamu yönetimi entegrasyonunda, kent düzeyinde ortak karar alma ve müzakere araçları olarak tüm paydaşların katılımı ile oluşturulan uygulama alanlarıdır. Sosyal hizmetlerin giderilmesinde ve yeniden yapılanma sürecine giren kamu yönetiminde yerel aktörlerin ve paydaşların desteklerinin kazanılmasında önemli bir yer edinen kent konseyleri, özellikle kadın, çocuk ve engellilerin toplumsal ve yönetsel aidiyeti kazanmalarına da katkı sağlamaktadır (Kalaycı ve Akın, 2021: 194; Zeren, 2017).

Türkiye'de Kent Konseyi Örnekleri ve Bazı Özellikleri

Aşağıda; dar boyutuyla bilgi toplumuna geçiş ve teknolojik gelişmeler ile birlikte artan nüfus ihtiyaçları ve bunu karşılayacak olan hizmetlerin yetersiz oluşunun neticesi olarak ortaya çıkan postmodern kamu yönetimi

anlayışının, küreselleşme temalı geniş çerçevesinde yerleşme-katılım-yönetişim ilişkisi ortaya koyulmuştur. Bu bağlamda ortaya çıkan yerel katılım örneği olan kent konseylerinin yapısal ve işlevsel değerlendirmeleri yapılacak olup, İzmir, Antalya, Eskişehir, Balıkesir, Şanlıurfa, Erzurum ve Trabzon büyükşehirleri özelinde, bu fonksiyonelliğin analizi yapılacaktır. Bu analiz ile kent konseylerinin postmodern kamu yönetimi anlayışı çerçevesinde mevzuata ve vizyona uygun olarak gelişme gösterip göstermediği, uygulamada yaşanan olumlu-olumsuz görünüm ve yerel demokrasi ölçütleri ile bütünleşikliği kapsamında değerlendirme yapılacaktır.

İzmir Kent Konseyi

08/10/2006 tarihli Kent Konseyi Yönetmeliği'nin 10. maddesine dayanılarak yasal olarak 08/06/2010 tarihinde kurulmuş olan İzmir Kent Konseyi; merkezi yönetim ve yerel yönetimlerin yanında üniversite temsilcilerinin, sendikaların, meslek örgütlerinin, insan hak ve sorumlulukları bilincine sahip her sivil toplum örgütü üyesinin ve İzmir'de yaşayan sosyal sorumlu her gönüllünün ortaklığını barındıran katılımcı ve demokratik bir sivil oluşumdur. Kent konseyi yönetmeliği çerçevesinde belirli amaçlara özgülenen İzmir Kent Konseyi, esas olarak; "İzmir'in ortak aklı, uzlaşma merkezi, birlikte çalışma, eylemde gücü olmayı" amaçlayan bir misyona sahiptir (İzmir Kent Konseyi, 2022a). İzmir kent konseyi; başkan, yürütme kurulu ve genel sekreterlik dışında çalışma grupları ve engelli, çocuk, gençlik, kadın, tarım, ekoloji ve muhtarlar meclislerinden oluşmaktadır (İzmir Kent Konseyi, 2022b).

Sürdürülebilir bir kent yaklaşımının esas alındığı yapılanma içerisinde var olan İzmir Kent Konseyi, genel olarak bu anlayış çerçevesinde İzmir özelinde belirtilen engeller ve eksikliklere rağmen daha çok vatandaşın bilinçlendirilmesine ve eğitilmesine yönelik olmak üzere yönergede belirtilen alanlarda faaliyet yürütmekte, etkinlikler, projeler üretmektedir. Küreselleşme eğilimli bir faaliyet alanı çizen kent konseyi yoğunlukla büyükşehir belediyesi gündemine bağlı olarak çalışmaktadır (İzmir Büyükşehir Belediyesi, 2020). Postmodern kamu yönetimi yaklaşımını esas alan bir örgütlenme düzeyi olarak yönetişim yaklaşımı çerçevesinde ve İzmir özelinde kısmı dahi olsa etkinlik ve verimlilik sağlamaktadır.

Antalya Kent Konseyi

YG 21 projesi kapsamında 03/03/1997 tarihinde kurulan ve aktif olarak faaliyetlerini yürüten Antalya Kent Konseyi, kentin sorunlarını öncelikli olarak ele alan YG 21 kapsamında; kenti ve kentlileri 21. Yüzyıla ortaklık anlayışı içinde hazırlayan ve geliştirmeyi amaçlayan bir yapıya sahiptir. Yapısal çalışmalar ile sürdürülebilir bir kent profilinin kalkınma, demokrasi, katılım gibi değerler etrafında şekillendirilmesi amaçlanmaktadır (Antalya Kent Konseyi, 2022).

Antalya Kent Konseyi'nin konsey katılım sürecini etkileyecek gelişmelere örnek olarak iletişim, medya ve tanıtım konularındaki ortalama üzeri performansı verilebilir (Atvur, 2009). Gelişen teknolojik yenilikler ve iletişim tekniklerine paralel olarak diyaloga dayalı kültürünü demokratik araçlarla birleştiren konsey, başta kendi web sitesi olmak üzere yerel basında da etkili bir görünüm sergilemektedir. Kurumsal ve şeffaf bir siteye sahip konsey, basınla olan ilişkileri kapsamında kent sorunlarına dikkat çekme ve kamuoyunun bilgisine sunma amacıyla yerel düzeyde etkin bir profile sahiptir. Konsey etkinliklerinin duyurulması ve farkındalık yaratma amacıyla bu kanalları kullanan konsey vatandaşın ilgisini çekme konusunda sağlam ve iyi bir nitelik barındırmaktadır. Ancak temel problem, vatandaşın bu konuya karşı duyarlılığıdır. Konseyin vatandaş algısına yönelik son çalışması 2012 yılında gerçekleştirilmiş ve geçen 10 yılda konsey çalışmalarının yönünü belirleyecek bir araştırma yapılmamıştır.

Şanlıurfa Kent Konseyi

Şanlıurfa Kent Konseyi, “Kendimiz İçin Değil Kentimiz İçin” sloganıyla 2005 tarihinde 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun 76. Maddesine dayanılarak YG 21 kapsamında kurulmuştur. Yürütme kurulu doğal üyeler dışında 20 asil ve 20 yedek üyenin gizli oy açık sayım esaslarıncı, seçim ile belirlenir. Şanlıurfa Kent Konseyi meclisleri 12 asıl, 12 yedek üye ile temsil olunur. Çalışma grupları, kent konseyi yürütme kurulunun uygun görüşü ve en az beş kişiden oluşur. Genel sekreter belediye başkanının uygun gördüğü üç aday arasından yürütme kurulunca seçilir. Şanlıurfa Kent Konseyi Yönergesi’ndeki görevlerin yerine getirilmesini gözetir ve konsey yürütme kurulu ve başkanına karşı sorumludur. Kent konseyi hizmet ve çalışmaları belediyece önerilen görevlilerce yürütülür. Bu görevliler ise konsey genel sekterine bağlıdır. Kent konseyi amaç ve hedeflerine yönelik ilgili kurumlarla proje işbirliği ve ortaklık yapabilir (Şanlıurfa Kent Konseyi, 2022).

Genel profile bakıldığında katılımcı sayısının düşük kaldığı ancak mevcut üye ve deneyim ile farkındalık ve bilinç düzeyi boyutunda ciddi gelişmeler sağladığı ve kente değer kattığı gözlemlenmiştir.

Şanlıurfa Kent Konseyi, gençlere yönelik olarak kent yaşamının her alanında etkinlik, kent sorunlarının ve çözümlerinin belirlenmesi ve kentin daha yaşanabilir bir hale getirilmesi hedefleri çerçevesinde “gençlik buluşmaları” kapsamında etkinlikler düzenlemiş, gençlerin fikirlerinin önemine işaret etmiştir. Ayrıca kentlilik bilincinin ve aidiyet duygusunun kozmopolit bir şehir olan bu kentte nasıl sağlanması gerektiği üzerine önerileri katılımcı, özgürlükçü, çok yönlü ve dayanışmacı bir anlayış ile dikkate almıştır.

Şanlıurfa Kent Konseyi, genel itibarıyla belirtilen çalışma ilkeleri ve yönergesi kapsamında yönetim anlayışının geliştirilmesi katılım ve demokrasi bilincinin artırılması ile çok ortaklı ve çok aktörlü bir yönetim anlayışının varlığı hususunda temsil oranı nispetinde eksik kalmıştır. Ayrıca katılımcı diğer ortaklara dair konsey sitesinde ve faaliyet raporlarında herhangi bir bilgiye yer verilmemesi, bu kesimin temsilinin değerlendirilmesini de imkânsız hale getirmektedir.

Balıkesir Kent Konseyi

23/07/2019 tarihinde “Şehir Birleştirir” sloganıyla Türkiye Cumhuriyeti 1982 Anayasası’nın 58. Maddesi, 5216 Büyükşehir Belediye Kanunu’nun 7/v maddesi, 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun 76.maddesi, Kent Konseyi Yönetmeliği’nin ilgili maddelerinin, “Türkiye’de Yerel Gündem 21’lerin Teşviki ve Geliştirilmesi Projesi” kararının ve “Türkiye’de Yerel Gündem 21’lerin Uygulamaya Geçirilmesi Projesi” kararının dayanak olduğu platformu ifade etmektedir (Balıkesir Kent Konseyi, 2022: 1).

Genel itibarıyla Balıkesir Kent Konseyi, üzerinde sıkça durulan sosyal yardımlaşma ve dayanışma, çevre, imar ve restorasyon ile sosyo-kültürel gelişim ve bilinç konularında hem teorik hem de pratik düzeyde kente ciddi kazanımlar sağlamıştır. Bahsi edilen diğer alanlarda projelendirme ve uygulama düzeyinde üretkenlik yetersiz de olsa bilinç ve farkındalık artırıcı, eğitsel çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Basın ile ilişkiler kapsamında da işbirliğini esas alan bir yaklaşım sergileyen kent konseyi, etkinlik, verimlilik, şeffaflık, hesap verebilirlik, etiklik, yerellik, katılımcılık vb. değerleri de benimseyen ve çalışmalarına yanıştan bir görünüm barındırmaktadır. Balıkesir Kent Konseyi, dijital ortamı da (web sitesi vb.) etkin olarak kullanabilmektedir.

Şeffaf bir yönetim anlayışı çerçevesinde kent değerlerine katkı sağlayan ve Türkiye ortalaması üzerinde bir performans sergileyen kent konseyi örneklerindedir.

Eskişehir Kent Konseyi

YG 21 kapsamında 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 2006 tarihli Kent Konseyi Yönetmeliği etrafında şekillenen ve “Şehir Birleştirir” sloganıyla 2009’dan itibaren faal bir biçimde çalışmalarını yürüten Eskişehir

Kent Konseyi; Genel Kurul, Yürütme Kurulu, Kent Konseyi Başkanı ve Genel Sekreteri ile meclisler ve çalışma gruplarından oluşmaktadır. Meclisler; Kadın ve Mahalle Meclisi'nden oluşmaktadır (Eskişehir Kent Konseyi, 2022).

Çalışma ilkeleri kapsamında eşitlikçi ve şeffaf bir anlayış yönelimi olan Eskişehir Kent Konseyi, mevcut veriler ışığında ve yürüttüğü faaliyetler kapsamında eşitlikçi ve çok aktörlü bir bilince sahip olup olmadığı anlaşılamamaktadır. Kadın meclisi bünyesinde yürütülen faaliyetler, kadınların da kent yönetiminde ve toplumsal yaşamda etkinliklerinin artırılması yönünde eşitlikçi olduğuna işaret etmektedir. Ancak kent konseyinin sadece cinsiyet yönelimli bir eşitlikçiliğe değil aynı zamanda dil, din, ırk, kültür, eğitim vb. özelliklerde de eşitlikçi ve katılımcı bir yaklaşım sergilemesi gerekmektedir. Halkın daha çok paydaş ile temsilinin önemsendiği bu organizasyonda, toplumun tümünü kapsayacak bir katılım ve yönetişim anlayışının varlığından söz edilememektedir.

Katılım konusunda dönemler itibariyle farklılık olsa da genel kanı yıldan yıla artan (2020-2021 hariç) çalışmalar ve deneyimler çerçevesinde olumlu yöndedir (Akman, 2018).

Erzurum Kent Konseyi

2006 yılında 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 26313 sayılı Kent Konseyi Yönetmeliği çerçevesinde “açıklık ve şeffaflık, görünürlük, hesap verebilirlik, katılımın farklı ölçeklerine ilişkin ve kent konseyine ilişkin farkındalık, kurumsallaşma, paydaşlar arası ve paydaşlarla ve sonuç odaklı etkileşim, sosyal fayda, tarafsızlık, yaygın etki ve yenilikçi” ilkeler etrafında aktif şekilde faaliyetler yürüten katılımcı demokratik anlayışın ürünü olarak kurulmuştur (Erzurum Kent Konseyi, 2021).

Kent konseyi, kent sınırları öncelikli olmak üzere diğer kent konseyleri de esas alındığında engellilere yönelik çalışmalarda ve kentin değerleri, avantajları ve varlıklarının korunması konusunda oluşturduğu öneriler dikkate alındığında öncü bir konumdadır. Yaşam standartlarının artırılması ve sürdürülebilir bir kent profilinin oluşturulmasında kente pozitif yönlü bir katkı sağlamıştır.

Küresel ve yenilikçi yaklaşımlar çerçevesinde çalışma grupları oluşturan kent konseyleri, hayata geçirilen faaliyetler kapsamında üretkenlik konusunda yetersiz olarak görülmektedir. Bunun yanında küresel bir problem haline gelen ve başta yerel düzeyde olmak üzere ulusun bütünü kapsayan çevre ve enerji konusunda yalnızca eğitsel düzeyde olmak üzere etkinlikler yapan bu gruplar, projelendirme ve uygulama düzeyinde verimlilikten uzak bir konumdadır. Vatandaşın bilinçlenmesine ve kent olarak yerel düzeyde farkındalık yaratılmasına sınırlı düzeyde katkı sağlayan kent konseyi, çalışma ilkeleri ve vizyon çerçevesinde sürdürülebilir kent çevresi yaklaşımından uzak bir performans sergilemektedir. Daha çok vatandaşın sosyo-kültürel yaşamına ve yerel düzeydeki sorunlarına eğilim gösteren kent konseyi, postmodern çağın gereklilikleri kapsamında küresel öncelikleri göz ardı etmiştir. Uluslararası gelişmeler ve ülke koşulları göz önüne alındığında çalışma yönergesi kapsamında sosyal yardımlaşma ve dayanışma, yoksulluğu azaltıcı politikalar, katılım, kente sahip çıkma, hemşerilik, yerindenlik, ortak akıl oluşturma ve sonuç odaklı bir yaklaşımı esas alan ilkeler etrafında sürdürülebilir bir gelişim sağlayan ve kente değer katan kent konseyi; çevreye duyarlılık, yerel kalkınma, şeffaflık, hesap sorma, hesap verme, hemşerilik bilinci oluşturma, kentin hak ve hukukun korunması ile yenilikçi ilkeler etrafında eksik olarak değerlendirilebilecek düzeyde sınırlı katkı sağlamıştır. Nihai olarak Erzurum Kent Konseyi, çalışma yönergesi kapsamında konsey vizyonunun ve misyonunun birer parçası olan bu ilkeler etrafında orta-yüksek düzeyde paralellik ve performans göstermiştir. Yerel ölçekte kente pozitif katkılar sağlamıştır.

Trabzon Kent Konseyi

Trabzon Kent Konseyi Yürütme Kurulu'nun 2021 yılı kapsamında yaptığı 11'i çevrimiçi olmak üzere toplam 27 toplantısı mevcuttur. Bu toplantıların tamamında kararlar "oybirliği" ile alınmıştır (Trabzon Büyükşehir Belediyesi, 2021: 122). Buradan anlaşılacak olan ise çok aktörlü bir yapıya sahip kent konseyinin etkili bir biçimde diyalog kültürünü esas alan ve iletişimi geliştirmeyi amaçlayan uzlaşma makamı olmasıdır. Oybirliği ile alınan kararlar mevcut potansiyelde Trabzon Kent Konseyi'ni siyaset-üstü bir yapılanma olarak tanımlayabilmektedir. Demokratik bir örgütlenme düzeyi olarak genellikle kent profiline uygun çalışma alanlarına ve faaliyetlerine sahip kent konseyi, yönetim yaklaşımı ve üretkenlik konusunda eksiklikler barındırır da gelişime ve yeniliklere açık bir yapılanma olarak değerlendirilmektedir.

Katılımcılığın kent konseyinin her düzeyinde artırılması hem çalışmaların üretkenliğini hem de etkinlik ve verimliliğini doğru yönde etkileyecektir. Bu kapsamda Trabzon kent konseyinin aktif halde var olan her örgüt düzeyinden somut çıktı beklenilmektedir. Kentin sürdürülebilirliği ve kalkınması için katılımcı sayısının, kent konseyinin bilinirliğinin, çok aktörlü yaklaşımın ve bu konulara ilişkin bilincin artırılması gerekmektedir (Erdoğan, 2018).

Postmodern Kamu Yönetimi Çerçevesinde Kent Konseyi Yapılanmaları İle İlgili Genel Değerlendirme

İkinci Dünya Savaşı sonrası küresel ilişkilerde meydana gelen yapısal dönüşümler geleneksel yönetim anlayışının geçerliliğini yitirmesine; yenilikçi ve karşılıklı etkileşime dayalı postmodern bir sürecin başlamasına sebep olmuştur. Özellikle 1980 sonrası hızla dönüşen ve gelişen kamu yönetimi, postmodern ilkeler etrafında adem-i merkezîyetçi, esnek, şeffaf, hesap verebilir, piyasa odaklı, demokratik, katılımcı, etik ve vatandaş odaklı bir yapıya kavuşmuştur (Doğan, 2016: 82).

Postmodern kamu yönetimi yaklaşımı kapsamında ortaya çıkan yerinden yönetimleşme adımları ise yönetim yaklaşımını esas alacak; demokratik ve katılım ilkeleri kapsamında mevcut karar verme düzenini bütünü ile tabana indirmenin, hizmet kalitesini artırmanın, kaynak tahsisinde ve bölüşümünde etkinliğin ve verimliliğin, yönetsel bütün süreçlerde şeffaflığın ve hesap verebilirliğin yerine getirilmesine olanak sağlamıştır.

Daha önce kabul görmeyen sivil toplumu katılım sürecine dahil edecek yönetim yaklaşımı, bu ilkeler etrafında diyalog, işbirliği, müzakere ve uzlaşma kültürünün de gelişmesine doğrudan katkı sağlamıştır. Geleneksel kamu yönetimi anlayışının katı hiyerarşik bürokratik yapılanmasının olumsuzluklarını gidermek ve vatandaş odaklı bir anlayışla sorunların ve ihtiyaçların tam anlamıyla belirlenebilmesi ve giderilebilmesi için ortaya atılan bu yaklaşım, esasında, küreselleşme çabaları karşılığında yerel bir nitelik kazanan yerel katılım olgusu etrafında şekillenmiştir (Özer vd., 2012: 250).

Kamu yönetiminde yaşanan reformist yaklaşımların yerel düzeye aktarılmasının, 21. yüzyıla girerken ulusların sürdürülebilirlik yaklaşımları çerçevesinde ele aldığı kent, çevre, toplum ve ekonomi başlıkları ile doğrudan bağlantısı bulunmaktadır. Bu kapsamda yerelden başlayacak sürdürülebilir kalkınma hareketlerinin ulusun hatta küresel dünyanın tamamına yayılabileceği hedeflenmektedir. Bu nedenle yönetim anlayışı, yerel yönetimlerde vatandaşın haklarına, yönetimde bulunmasına, hizmetlerin, ihtiyaçların ve sorunların belirlenmesine, çevrenin korunmasına ve geliştirilmesine, denetim yetkisi kapsamında yöneten ile ilişkisine, vatandaşın yereldeki bütüncül konumuna önem vermektedir.

Yerel düzeyde yöneten-yönetilen ikilemini ortadan kaldıran ve egemen olanın yönetim işi içinde olmasını öngören yerel yönetim yaklaşımı, bu kapsamda çok aktörlü ve çok yönlü olarak siyaset yapım sürecinin bütünlük olarak işlerlik kazanmasını amaçlamaktadır. Çok aktörlü bir siyaset sürecinin etkin, verimli, denetime açık, hesap verebilir, demokratik ve vatandaş odaklı olması beklenmektedir (Özkan, 2017). Yerel yönetim yaklaşımı kapsamında da bu ilkelerin hayata geçirilmesi; kentlerin ve vatandaşların sürdürülebilir

bir geleceğin paydaşı olabildiğini ve kendi sorunlarına çözüm bulabilecek yönetsel birer aktör olabildiklerini sağlayan mekanizma olarak kent konseyleri fikrini ortaya çıkarmıştır.

YG 21 kapsamında Türkiye’de de faaliyet alanına sahip olan kent konseyleri; yerel katılım ve yerel demokrasi ilkeleri etrafında yönetim yaklaşımının birer yansıması olarak hayata geçirilmiş, yerel düzeyde faaliyet alanı bulmuş, sivil halkı kamu ve özel kesim dışında yönetim sürecine dahil etmiş, çok aktörlü, paydaşlı, esnek ve yerinden yönetimi bir anlayışa sahip örgütlenmelerdir. Türkiye’de daha çok danışma organı niteliğindeki kent konseyleri yerel yönetimlerde belediye bünyesinde yapılaşmış fonksiyonel birer katılım kanalıdır. Müzakereci demokrasinin ve ortak aklın işlerlik kazanmasında en önemli araçtır (Şen, 2012: 4606).

Merkez, yerel ve vatandaş arası iletişim köprüsünü kuran kent konseyleri nitelik artışı ile birlikte makul geri dönüşler ve karşılıkların bulunmasına olanak sağlamaktadır. Hem merkezi yönetimin hem de yerel yönetimlerin vatandaşlara yönelik faaliyetlerini daha akılcı, mantıklı ve kabul edilebilir bir şekilde sunmalarına ve merkez-vatandaş ve yerel-vatandaş ilişkisinin daima canlı tutulabilmesine önemli bir fırsat olmaktadır. Aynı zamanda vatandaşın istekleri, düşünceleri ve önerileri çerçevesinde faaliyetlerin yürütülmesine, yönetsel deneyim kazanmasına, bilinç ve farkındalık düzeyinin artmasına katkı sağlamaktadır (Deniz, 2013: 396).

Kent konseyi yapılanmaları, belediye kanunu ve kent konseyi yönetmeliği çerçevesinde temel olarak şunları amaçlamaktadır; Belediyeler, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının, sendikaların, noterlerin, üniversitelerin, ilgili sivil toplum örgütlerinin, siyasi partilerin, kamu kurum ve kuruluşlarının ve mahalle muhtarlarının temsilcileri ile diğer ilgililerin katılımı çerçevesinde kentlerin sürdürülebilir kalkınmasını, çevreye olan duyarlılıklarının artırılmasını, sosyal yardımlaşma ve dayanışma kültürünün geliştirilmesini, hemşerilik bilincinin ve kent vizyonunun geliştirilmesini, kentin hak ve hukukunun korunmasını, ortak yaşam ve ortak akıl bilincinin geliştirilmesini kent kimliği ve etkinlik, şeffaflık, hesap verebilirlik, hesap sorma ve yerindelik ilkeleri etrafında sağlamayı amaçlamaktadır (5393 Sayılı Belediye Kanunu, md. 76).

Kent kimliğinin ve kent yaşamının kent konseyi düzeyinde ortaya çıkarılabilmesi, faaliyet ve ilkeler etrafında bütünleşik olarak değerlendirilebilmesi, katılımcı ve demokrasi kültürünün benimsenme ve benimsetilme düzeyinin anlaşılabilmesi, etkinlik, verimlilik ve üretkenlik seviyelerinin belirlenmesi vb. amaçlar kapsamında ifade edilen il kent konseyleri de bu amaçlara özgülenmiş ve bu kapsamda değerlendirilmiştir.

Postmodern kamu yönetimi anlayışı, yönetim, yerel katılım ve yerel demokrasi ilkeleri etrafında ortaya koyulan il kent konseylerine dair genel değerlendirme şöyle yapılmaktadır; Türkiye kapsamında ele alınan 7 büyükşehir kent konseyi genel itibarıyla belediye kanunu ve kent konseyi yönetmeliği ile paralellik göstermektedir. Aynı zamanda kısmi olarak kendi çalışma yönergeleri ile aynı doğrultudadır. Zaman zaman eksiklikler görülmekle birlikte ele alınan kent konseyleri yerel demokrasinin ve yerel katılımın geliştirilebilmesi için avantajlı bir konumdadır. Bölgesel olarak ele alınan kent konseyleri bölge esaslı olarak çalışma alanları ve örgütlenme düzeyleri ile farklılık göstermektedir. Bu kapsamda ülkenin Ege, Akdeniz, Marmara ve Karadeniz Bölgesi toplumsal cinsiyet eşitliğine, batı turizmine, çevre, ulaşım ve afetlere yönelik faaliyetlere ağırlık verdiği görülmekte iken Doğu ve Güneydoğu Bölgesi; sosyo-kültürel gelişime, imar, çevre ve doğu turizmine ağırlık vermektedir.

Kentlilik ve hemşeri bilincinin oluşturulmasında genel itibarıyla eksiklikler bulunmaktadır. Bunun yanında sürdürülebilir bir kent oluşumuna faaliyetleri kapsamında sınırlı düzeyde katkı sağlamaktadırlar. Çevrenin korunması ve geliştirilmesine yönelik faaliyet alanlarında da, bütün kent konseylerinin faaliyet gösterdiği ve bu kapsamda yerel düzeyde katılımcılığın yansıtıldığı görülmektedir.

Sosyal yardımlaşma ve dayanışma kültürünün geliştirilmesine yönelik bilinç ve farkındalık düzeyini artırıcı faaliyetlerin bütün kent konseylerinin temel amaçları arasında yer aldığı gözlemlenmektedir. Ayrıca diyalog ve uzlaşma kültürü benimsenmiş, ortak akıl üzerinde mutabık kalınmıştır. Yerel demokrasinin güçlendirilmesi adına toplumsal paydaşların kent konseyi bünyesinde katılım göstermelerini öngörmüş ancak sayı bakımından ciddi eksiklikler göstermişlerdir. Bunun nedeni olarak siyaset-üstü bir mekanizma olarak varlığını sürdüren kent konseylerinin, vatandaş tarafından siyasi ve bürokratik engellerle kısıtlandığının düşünülmesi gelmektedir. Ayrıca kent konseyinin bölgesel farklılıklar da esas alınarak tanınırlığının ve benimsenmesinin yeterli düzeyde olmaması da belirgin bir sebep olarak göze çarpmaktadır.

İncelenen kent konseylerinin tamamında çalışma ilkeleri göz önüne alındığında yönetim anlayışının yansımaları olarak çok aktörlü ve çok yönlü bir yaklaşımın esas alındığı söylenebilmektedir. Ancak şeffaf bir yönetim anlayışının varlığı konusunda bazı kent konseyleri soyut bir niteliğe sahiptir. Gerek kent konseylerinin örgütsel yapısı gerekse katılımcı profiline ilişkin açıklamalarının, bilgi ve belgelerinin eksik olması çok paydaşlı bir anlayışı ilkesel olarak benimseyen kent konseylerini bu alanda tartışmalı hale getirmektedir.

İncelenen kentlerin tamamı büyükşehir belediyesi olarak örgütlenmiştir. Bu kapsamda nüfusları da ülkenin diğer kentlerine kıyasla çok daha fazladır. Yani kent konseylerine katılımın ve temsilin çok daha fazla olması, kent bünyesinde genele hitap eden çalışmaların yapılması ve kentin bütüncül olarak kalkınmasına belirli oranda destek vermesi beklenmektedir. Ancak mevcut veriler ışığında bütün kent konseylerinin katılımcı sayısının yönergeleri ile paralel olduğu ancak kentin bütünü temsilinde yeteriz kaldıkları tespit edilmiştir. Kent konseylerinin etkinlik ve verimlilikleri katılımcı, meclis ve çalışma grubu sayıları ile paralellik göstermektedir. Bunun yanında katılımcıların farklı kesimlerden oluşması ve ortak akıl bilincini oluşturan çok yönlü bir yaklaşımla faaliyetlere yansımaları üretkenlikte ciddi ilerlemeleri beraberinde getirmektedir. Kent konseylerinin buna yönelik örgütlenme düzeyleri incelendiğinde Trabzon Kent Konseyi dışında hiçbirinin bu farklılığı veri şeklinde ifade etmediği görülmektedir. Ancak ilkesel olarak tamamının ele aldığı ve buna yönelik çalışmaların yapıldığı gözlemlenmiştir.

Kent konseylerinin toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında ele aldığı düzenlemelere bakıldığında genel bir profilde ve kısmi düzeyde, İzmir dışında hiçbir kent konseyinin kadın temsili konusunda yeterli bir performans sergilemediği görülmüştür. İnsan hakları konusunda kadının yerinin ve öneminin tam olarak belirlenmediği, kadına yönelik bilinç düzeyinin hem kent konseyi düzeyinde hem de vatandaş düzeyinde eksik kaldığı görülmektedir.

İnsan hak ve özgürlüklerinin korunması hususunda kent konseylerinin tamamının eğitsel düzeyde çalışmalar yaptığı ancak bunun kentin bütününde yeterli düzeyde farkındalık yaratmadığı belirlenmiştir. Bu değerlendirmeyi açık hale getirecek dayanak ise; ele alınan hiçbir kent konseyinin bu eşitsizliği ve eksikliği giderecek üretkenlikte bulunmaması ve buna yönelik hiçbir kent konseyinin meclis ve çalışma grubu örgütlenme düzeyine sahip olmaması olarak belirlenmiştir. Belirli kent konseyleri bu alana yönelik eğitsel etkinlikler düzenlese de bu konu etkin ve verimli olmaktan uzaktır.

Kent konseylerinin bütünü incelendiğinde Türkiye’de danışma niteliğinde bir yapı olarak var olan bu birimlerin, yönetsel süreçlerde etkili olmasına karşın alınan kararların hayata geçirilmesinde ve kente yönelik sonuç doğurmasında eksikliği göze çarpmaktadır. Erzurum, Trabzon ve Antalya dışında ele alınan diğer hiçbir kent konseyinin tavsiye kararlarının (faaliyet raporları ve kurum sitesi verileri dikkate alındığında) belediyece ve yerel birimlerce dikkate alınmadığı ya da en azından buna yönelik bir girişimde bulunmadığı görülmüştür. Sayılan bu üç ilde kent konseyince değerlendirilip tavsiye niteliğine dönüştürülen kararları, belediye meclisince incelenmiş, değerlendirilmiş ve kabul edilerek hayata geçirilmiştir. Kent konseyinin işlevselliği açısından iyi bir performans gösteren bu kent konseyleri kuruluş amaçları ile de paralellik

göstermektedir. Ancak her ne kadar hayata geçirilen kararları olsa da beklenen üretkenlikten sayıca uzak bir konumdadırlar.

Belediye bünyesinde oluşturulan kent konseylerinin tamamı kent konseyi-belediye ilişkileri kapsamında belirli bir kademeye sahiptir. Ancak bu ilişkinin somut veriler ışığında hayata geçirilmesi hususunda belirtildiği üzere eksiklikler vardır. Merkez-vatandaş ve yerel-vatandaş ilişkisi arasında köprü vazifesi gören kent konseyleri, bu ilişkinin yansıtılması ve güvenin tazelenmesi adına verimlilikten uzak bir performansa sahiptir. Daha çok kent sorunlarına eğilen ve belediye ile çoğunlukla paralellik gösteren bu mekanizmalar, yöneten-yönetilen ilişkisini kaldırma boyutunda kısmi olarak etkinlik gösterebilmişlerdir.

Kent konseyleri kamu, özel ve sivil işbirliğine dayanan yönetim anlayışın yerel bir yansımasıdır. Ele alınan kent konseylerine bu açıdan bakıldığında belirgin ve şeffaf şekilde bu işbirliğini yansıtan tek kent konseyinin Trabzon olduğu görülmektedir. Kent konseyi yürütme kurulu üyelerinin yönetmelik kapsamında oluşması gereken kişilerden meydana geldiği ve profiline ilişkin bilginin sağlandığı tek yer olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kent konseylerinin çoğunda faaliyetleri kapsamında dezavantajlı ve kırılgan gruplara yönelik eşitlikçi ve farkındalık düzeyini artırıcı faaliyetlerin mevcut olduğu görülmektedir. Ancak bu gruplar başta olmak üzere toplumun bütününde refah düzeyini artırıcı ve yoksulluğu azaltıcı eylemlerin, projelerin ve etkinliklerin eksik olduğu belirlenmiştir.

Kent konseylerinin genel profili incelendiğinde faaliyet alanlarının kentin öncelikli sorunlarına eğilim gösterdiği ancak bazısının da kendi belirlediği alanlarda çalışmalar yürüttüğü görülmektedir. Kent vizyonu çerçevesinde kentin öncelikli sorunlarının ve ihtiyaçlarının belirlenmesinin önemine işaret edecek şekilde faaliyetler yürüten bu kent konseyleri genel olarak bu alanda belirli bir yetkinliğe sahiptir. Bu eğilim ise benimsenen şekilde ortak akıl çerçevesinde uzlaşa ve diyalog kültürü esas alınarak gerçekleştirilmektedir.

Kent konseylerinin örgütsel yapısı incelendiğinde nüfuslarına oranla temsil oranı, meclis ve çalışma gruplarının üye ve çeşitlilik sayısı, vatandaşın kent konseyi faaliyetlerine katılımı ve benimsenmesi yetersiz olarak saptanmıştır. Buna kapsamda da çalışma alanlarının çeşitliliği, çok yönlülüğü ve üretkenliği aynı doğrultuda paralellik göstermiştir.

Kent konseylerinin resmi olarak kuruluş tarihleri ve faaliyete başlama tarihleri değişkenlik göstermektedir. Özellikle bu konuya ilişkin ifade edilecek olan ise kuruluş tarihi ile kent konseyinin faaliyet etkinliklerinin paralellik göstermediğidir. Yani daha önce kurulan kent konseyi daha sonra kurulan kent konseyinden daha aktif veya daha üretken değildir. Kent konseylerinin kente yönelik verimlilikleri ve etkinlikleri tamamen çalışma ilkelerinin ve bilincinin benimsenmesi ve hayat geçirilmesi ile alakalıdır. Aynı zamanda bu üretkenlik kent konseylerinin belediye, kamu kurum kuruluş, STK, sendika, üniversite, odalar ve diğer paydaşlar ile olan işbirliğinin gelişmiş olmasına da bağlıdır.

Belediyenin ve diğer paydaşların verdiği desteğin çalışmaların etkinliğinde ve kent düzeyinde kattığı değerle belirleyici olduğu gözlemlenmiştir. Kent ve vatandaş odaklı yaklaşımla bütünleşik olarak ele alınan ve değerlendirilen konsey çalışmaları, destek ve karşılık bulduğu sürece verimli hale gelmektedir.

Kent konseylerinin faaliyetleri ve yapısal içerikleri incelendiğinde genel bir nitelikte kentin tamamına hitap edecek şekilde varlıklarını sürdürdüğünü ancak vatandaşın sorunları ve ihtiyaçlarını göz önüne alma konusunda eksikliklerin olduğu görülmüştür. Ayrıca kent konseyi bünyesinde oluşturulan proje sayısı ile verimlilik arasında mantıklı ve doğru yönlü bir ilişki kurulmuştur.

Postmodern kamu yönetiminin kent konseyleri bağlamında örgütsel özellikler ve ilkeleri etrafında değerlendirilmesi: Yeni kamu yönetiminin örgütsel özellikleri kapsamında;

- Yeni yönetim argümanlarının resmiyetin azaltıldığı, diyaloga dayalı, yatay ve düz kademeleşmeyi esas alan olarak ifade edildiği durumda kent konseylerinin yapısı incelendiğinde; diyalog ve uzlaşmacı kültür ile bütünleşik olduğu, resmiyetin azaltıldığı her kademe düzeyinde işbirliğinin ve ortak bir aklın oluşturulduğu görülmüştür.
- Kaynakların ve performansın bütünleşik yönetiminin gerçekleştirildiği alan olarak kent konseylerinin; örgüt düzeyinde kente dair sorunların çözülmesinde ve vatandaşların ihtiyaçlarının belirlenmesinde yönetim anlayışı çerçevesinde kamu, özel ve sivil aktörleri barındırdığı ve ilişkilendirdiği görülmüş, mevcut insan kaynağı esas alınarak kente yönelik sınırlı bir performans gösterdiği anlaşılmıştır. Kentte kaynakların etkin, adil ve verimli olarak bölüşülmesinde yeni kamu yönetimi anlayışıyla paralellik sağlanamamıştır.
- Bilgi ve tecrübenin idare etmede öncelikli kaynak olarak kullanıldığı (siyasi ve ideolojik fikirlerden bağımsız) bir alan olarak kent konseyleri; siyaset-üstü bir mekanizma olarak teorik boyutta var olmalarına karşın belediye ve diğer paydaşlar ile olan ilişkileri kapsamında politik bir nitelik de taşıdıkları, ancak yer alan katılımcılar ve aktörlerin bilgi, tecrübe ve bakış açılarından yararlanan, yönetsel süreçleri etkileme de öncelikli bir tavır benimseyen platformlar olarak algılanmaktadır.
- Geniş hareket alanının ve sorumluluğun olduğu, esnek çalışma vakitlerinin ve hiyerarşinin olduğu motive edici alan olarak kent konseyleri; yerel düzeyde kente dair tüm konuları ele alabilen, değerlendirebilen ve fikir üretebilen birer mekanizma oldukları, yetki ve sorumluluk paylaşımında katılımcı sayısı esas alınarak sınırlı eksik bir düzeyde faaliyet gösterdikleri, meclis-çalışma grupları ve yürütme kurulları çerçevesinde her düzeyde karar alıcı mekanizmaların varlığı ile esnek bir hiyerarşik yapı oluşturdukları görülmüştür.
- Takım çalışması ve girişimin prensip haline getirildiği, riskli ama faydacı, kaliteli alan olarak kent konseylerinin; işbirliğine ve ortak bir akla önem veren, girişim ruhuna sahip faydacı ama nitelik yönünden eksik oldukları anlaşılmıştır. Riskli bir yapılanma olarak görülme sebepleri ise bünyesinde buldukları partili belediye ile olan ilişkileri ve kendi örgütlenme düzeylerinde seçim aşamalarının belirsizliğidir.
- İletişim ve etkileşimin bütün alana yayıldığı, dostane, yardımsever ve iş bitirici çalışan ve yöneticilerin olduğu alan bağlamında kent konseyleri; diyalog ve uzlaşma kültüründen doğan iletişim ve etkileşimin her alana yayıldığı, çalışmaların dostane şekilde ortaklık ve takım arkadaşlığı çerçevesinde geliştiği, çalışmalar kapsamında sosyal yardımlaşma ve dayanışmaya yüksek oranda önem veren ancak iş bitirici, sonuç odaklı ve uygulayıcı bir örgüt performansından uzak olduğu görülmektedir.

Postmodern kamu yönetimi ilkeleri çerçevesinde;

- Kamu yöneticisine geniş yetki ve sorumluluklar veren yeni kamu yönetimi anlayışı bağlamında kent konseylerinin; kamu, özel ve sivil bütünleşikliğine önem verdiği, kamuyu sadece birer paydaş olarak gören yaklaşımla benimsediğini ve bu kapsamda yetki ve sorumlulukların paylaşıldığı görülmüştür.
- Sonuç odaklı ve düzenleyici (hakim) misyon sahibi bir anlayış çerçevesinde kent konseylerinin; sonuç odaklı üretkenlikten çok bireysel ve kolektif bilinci ve farkındalığı artırmanın sağlandığı, kendi örgüt düzeyinde düzenleyici (hakim) ancak kente dair böyle bir yetkisinin ve algısının olmadığı görülmüştür. Kent sorunlarına ve ihtiyaçlarına yönelik genellikle kabul edici ve benimseyici bir yaklaşıma sahip olduğu, buna paralel olarak da kamu kurumlarının işleyişi ile çalışma alanları arasında paralelliğin olduğu görülmüştür.
- Rekabetçi ve uzmanlaşma esaslı bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; rekabetçi bir algı oluşturmadıkları ve rekabetçiliğin getirmiş olduğu üretkenlikten uzak olduğu ancak bünyesinde barındırdığı katılımcılar çerçevesinde uzmanlaşmayı esas alan bir yaklaşımı benimsedikleri ve buna paralel olarak kent sorunlarına yönelik nitelikli araştırmalar yaptıkları görülmektedir. ancak bu araştırmalar çözüm üretmekten çok sorunun belirlenmesine ve tespit edilmesine yönelik olmuştur.
- Kamu hizmeti kaynaklarının kullanımında disiplinli ve özverili bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; incelenen kent konseyleri kapsamında tamamının kamu kaynaklarına ilişkin herhangi bir

tasarrufta bulunmadıkları ancak tavsiye niteliğinde kararlar alabildikleri görülmüştür. Bunun yanında kaynakların etkili, dengeli ve verimli tahsisi konusunda pasif oldukları belirlenmiştir.

- İşletmecî mantığın kamu yönetimi üzerinde pratikleştirilmesini öngören bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; nitelikli beşeri sermayenin oluşturulması ve böylelikle kentin sürdürülebilir bir anlayış ile geliştirilmesinin önünü açan eğitsel faaliyetleri bağlamında performans esaslı bir yaklaşıma sahip oldukları görülmüştür. Zira kent konseylerinin çalışma alanları çoğunlukla vatandaşın gelişimi ve bilinçlenmesi üzerinedir.
- Performans esaslı personel yönetim biçimine sahip bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; uzmanlaşma esaslı anlayışları bağlamında kent sorunlarının ve ihtiyaçlarının çözümü için konsey yapılanması içerisinde performans esaslı bir personel yönetiminden çok ihtiyaç üzere oluşturulan birimlerin varlığı dikkat çekmektedir. Katılımcının veya üyenin performansı dikkate alınmamakta, belirlenen alanlara yönelik meclis ve çalışma grupları oluşturulmaktadır.
- Çok aktörlü fonksiyonelliği benimseyen bir yaklaşım olarak kent konseylerinin; örgütsel yapılanmaları dikkate alındığında oluşumlarının temel aktörleri olan kamu, özel ve sivil paydaşların tamamının katılımını öngören bir anlayışı barındırmaktadırlar. Ancak bu durumun tespiti bazı kent konseyleri için mümkün olmamaktadır.
- Toplumsal gelişimi sağlamaya yönelik eğilime sahip bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; tamamının buna yönelik bir anlayışı benimsedikleri ve hayata geçirdikleri görülmektedir.
- Esnek, şeffaf, hesap verebilir ve etkin bir yönetim ve denetim mekanizması oluşturma amacı taşıyan bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; tamamının esnek bir yönetim sergilediği ancak çoğunluğunun şeffaf, hesap verebilir, hesap soran ve etkin bir düzeye erişemedikleri görülmektedir. Yönetim sürecine ilişkin yerel demokratik katılımcı anlayışı geliştiren bir yapı olmalarına karşın etkin bir denetim aracı olamadıkları anlaşılmıştır.
- Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişime paralel politikalar ve hizmet sunumu gerçekleştirilmeyi amaçlayan bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; yenilikçi adımlara sahip ancak pratikte sonuç doğurmayan bir görünüme sahip olduğu görülmektedir. kent konseylerindeki katılımcı sayısının düşük olması ve faaliyet alanlarının (kendilerince) çoğunlukla sınırlandırılması, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yeterince faydalanamadıkları ve bu alanın gelişimine yeterli düzeyde katkı sağlayamadıkları görülmüştür. İncelenen kent konseyleri arasında buna yönelik adımların sadece bir kent konseyince görüldüğü ancak sadece bilinç düzeyinin geliştirilmesine yönelik olduğu saptanmıştır. Politika ve hizmet sunumunda yetersiz olarak değerlendirilmektedir.
- Devletin görevini asli sorumluluklara kadar asgari düzeye indiren adem-i merkeziyetçi yönetim anlayışını benimseyen bir yaklaşım çerçevesinde kent konseylerinin; yerel düzeyde hem kente hem de vatandaşlara yönelik faaliyetler düzenledikleri, bunu çok aktörlü ve çok yönlü olarak gerçekleştirdikleri, merkezin hiyerarşisinden ayrı bir yapılanma olarak yerel düzeyde örgütlendikleri görülmüştür. Yerinden yönetim anlayışı çerçevesinde yönetişim yaklaşımı ile hem yönetsel süreçlere hem de hizmet sunumuna sınırlı düzeyde katkı sağlamışlardır. Merkeziyetçiliğin olumsuzluklarını engellemede önemli bir yapı olarak var olsalar da bunu nitelikli üretim çerçevesinde gerçekleştiremedikleri anlaşılmıştır. Tavsiye niteliğinde karar alıcı bir mekanizma olarak önerilerin hayata geçirilmesini birkaç kent dışında başaramamış örgütlenmelerdir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Küreselleşme ve bilgi-iletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak gelişen postmodern kamu yönetimi anlayışının ortaya çıkardığı yönetişim yaklaşımı, çeşitli düzeylerde demokratik ve katılım değerlerini esas alan örgütlenme düzeyleri meydana getirmiştir. 1992 Rio Deklarasyonu'nun çıktısı olan Yerel Gündem 21 kapsamında dünyanın her yerinde yerel düzeyde faaliyet alanına kavuşan ve bu kapsamda oluşturulan kent konseyleri de yönetişim yaklaşımı çerçevesinde ortaya çıkan çok aktörlü bir yapılanmadır.

Yerel yönetimlerin yerel demokrasiyi güçlendireceği ve yönetsel ortaklığı sunacağı algısından hareketle ortaya koyulan şeffaflık, hesap verebilirlik, esneklik, yerindelik, katılım, özgürlük, denetime açıklık vb. postmodern ilkeler, kent konseylerinin oluşturulma sürecinde temel değerler olmuştur. Halkın halk tarafından yönetimini ifade eden demokrasi ile egemen olan halkın yönetsel süreçlere katılımını ifade eden katılım değerleri etrafında gelişen bu yapılanmalar, her alanda sürdürülebilir bir yaklaşımın hayata geçirilmesini ve benimsenmesini sağlayacak örgütlenmeler olarak görülmüştür.

Postmodern kamu yönetimi yaklaşımın esas aldığı bir diğer nokta da insan hak ve özgürlüklerinin benimsenmesi yoluyla gelişiminin sağlanmasıdır. Kent konseylerinin ise bu alanda mevcut bilincinin örgüt içerisinde var olduğu ancak kentin bütününe hitap edecek şekilde üretkenlikten uzak olduğu görülmektedir. İnsan hak ve özgürlüklerine yönelik meclis ve çalışma gruplarının eksikliği gözlemlenmektedir. Bu alanda yapılacak düzenlemeye öneri ise şu şekildedir; özellikle yürütme kurulu bünyesinde katılımcıların veya üyelerin en az birinin insan hakları hukuku kapsamında uzman; meclis ve çalışma grupları kapsamında ise öncelikle bu alana yönelik meclis veya çalışma grubunun oluşturulması daha sonrada bu kapsamda üyelerin en az birinin insan hakları konusunda eğitim almış, bilinçli ve ispat edilebilir şekilde başarı sağlamış olması gerekmektedir. Kent konseyi olarak insan hak ve özgürlükleri kapsamında ele alınacak ilk konu hak ve özgürlüklerin sınırlarının belirlenmesi daha sonra da buna yönelik çerçeve çalışmalar yapıp kentin öncelikli alanlarına dahil etmektir. Bu konuda kentin öncelikli yapıları haline getirilmelidirler.

Yerel düzeyde kamu, özel ve sivil işbirliğini, ortaklığını, ilişkisini ve etkileşimi savunan kent konseyleri, Türkiye’de özellikle 2000 sonrası dönemde uygulama alanı bulmuş ve 2005 sayılı 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun 76. maddesine dayanılarak yasal hale getirilmiştir. Türkiye’de yerel demokrasinin uygulama alanı olarak algılanan kent konseyleri, Postmodern kamu yönetimi anlayışının yönetsel süreçlere entegre edilmesinin doğal bir sonucu olarak görülmektedir.

Sonuç olarak Türkiye’de kent konseyleri bu yedi kent konseyi özelinde; belirli konulara yoğunlaşmış, çok aktörlü ve katılımcı, demokrasi önemseyen, çoğunlukla bilinçlenme ve farkındalık üzerine çalışmalara sahip, pratik uygulamalar konusunda yetersiz, yönetsel süreçlerde sınırlı düzeyde etki sağlayan, hizmet ve kalitenin artırılmasında verimsiz, denetim aracı olmaktan uzak, şeffaflık ve hesap verebilirliği kısmi olarak yansıtan, sosyal yardımlaşma ve dayanışmayı önceleyen, uzlaşmacı, diyalog kültürünün ve ortaklık anlayışının gelişmesine katkı sunan ancak katılımcı kazanmakta etkili olamayan birer yapılanmalardır.

Kent konseylerinin mevcut genel değerlendirmeler neticesinde ilkesel eksikliklerine yönelik öneriler ise şu şekilde ifade edilebilir: Pratik düzeyde üretkenliği artırmak ve yönetsel süreçlerde etkinlik sağlayabilmek için, özellikle örgüt düzeyinde, aktörlere yönelik eğitimlerin yaygınlaştırılması ve katılımcılar özelinde saha çalışmalarının artırılması gerekmektedir. Yine bu kapsamda kent konseyinin hem Postmodern Kamu Yönetimi hem de yönetim ilkeleri etrafında bütünleşikliği ve fonksiyonelliği açısından birer denetim aracı olmasını sağlayacak şeffaf ve hesap verebilir görünümünün faaliyetler düzeyinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Hesap iş ve eylemlerinin kamuoyuna duyurulması çerçevesinde etkinliği sağlayacak yasal düzenlemelerin hem Kent Konseyi Yönetmeliği hem de konsey yönergeleri kapsamında düzenlenmesine yönelik önerilerdir.

KAYNAKÇA

5393 Sayılı Belediye Kanunu. Resmi Gazete: Tarih: 13/7/2005 Sayı: 25874.

Akatay, A. ve Harman, S. (2014). *Sivil toplum kuruluşları: Yönetim, yönetim ve gönüllülük*. Bursa: Ekin Yayıncılık.

Akman, Ç. (2018). Kent konseylerini yeniden düşünmek: Kent Konseyleri Birliği’ne üye olan kent konseyleri üzerinden bir değerlendirme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 740-764.

- Antalya Kent Konseyi (2022). Kuruluş Amacı, Antalya Kent Konseyi, Erişim Tarihi: 17/11/2022, <http://antalyakentkonseyi.org.tr/kurulus-amaci>.
- Atvur, S. (2009). Yerel Gündem 21 ve çevre: Antalya Kent Konseyi örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35(2), 231-241.
- Aydın, A. H. (2013). *Kamu yönetimine giriş: Temel konular yeni yaklaşımlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Balıkesir Kent Konseyi (2022). Balıkesir Büyükşehir Kent Konseyi Teşkilat, Görev ve Çalışma Esasları Yönergesi, Balıkesir.
- Başkurt, M., Zengin, E. ve Es, M. (2014). Yerel yönetimler ve yerel kalkınma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 95-124.
- Bozkurt, Ö., Ergun, T. ve Sezen, S. (2008). *Kamu yönetimi sözlüğü*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayını.
- Çevikbaş, R. (2012). AB'ye uyum sürecinde Türk kamu yönetiminin dönüşümü. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 33-60.
- Çiçek, A. C. (2011). Neoliberalizmin YKY anlayışını meşrulaştırma aracı olarak "Yönetişim" ve Türkiye kamu yönetimi üzerine yansımaları. *Kamu yönetimi: Yönetim-siyaset ekseninde yeniden yapılanma*. (Editör: Atıl Cem Çiçek ve Yüksel Koçak), Ankara: SFS Grup yayınevi, 62-78.
- Deniz, T. (2013). Kentleşme, Yerel Gündem 21 ve kent konseyleri. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(12), 391-402.
- Doğan, K. C. (2016). Postmodern kamu yönetimi, yerel yönetimler ve katılım: Yerel yönetim odaklı bir yaklaşım. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 73-99.
- Doğan, K. C. ve Kalkışım, H. M. (2015). Türkiye'de yerel siyasete katılım açısından kent konseyleri: gümüşhane kent konseyi örneği. *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 11(2), 118-136.
- Doğan, K. C. ve Uğur, Ö. (2018). Avrupa Birliği'nin temel kuruluş mantığı çerçevesinde yerel yönetimler perspektifi: Fransa ve İngiltere örnekleri. *Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(30): 4521-4531.
- Erdoğan, O. (2018). Yerel yönetimlerde katılımcı mekanizmalar ve Trabzon büyükşehir belediyesi örneği. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 4(2), 295-310.
- Erzurum Kent Konseyi (2021). Erzurum Kent Konseyi sunumu, Erişim Tarihi: 27/11/2022, <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj o1pq8s37AhVJVPEDHUuGDFUQFnoECCMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.lar.org.tr%2Fwp-content%2Fuploads%2F2021%2F06%2F2-Haziran-Erzurum-Kent-Konseyi-Sunumu.pptx&usq=AOvVaw3WEtZrzGRhrCkqHWGharHj>.
- Eskişehir Kent Konseyi (2022). Eskişehir Kent Konseyi organizasyon şeması. Kurumsal, Erişim Tarihi: 24/11/2022, http://www.eskisehirkentkonseyi.org.tr/org_sema.php.
- Frederickson, H. G. (2004). Whatever happened to public management? Governance, governance everywhere. *Institute of Governance Public Policy and Social Research*. 27 Kasım 2022 tarihinde citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.537.8624rep=rep/type=pdf adresinden erişildi.
- Göçoğlu, V. ve Gündüz, O. (2020). Kamu yönetimi reformlarını yeni kamu işletmeciliği bağlamında okumak. *Ekonomi İşletme Siyaseti ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 6(1), 1-16.
- Güneş, İ. (1996). Yerel yönetimler ve siyasal faktörler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4), 83-92.
- Hughes, O. (2014). *Kamu işletmeciliği*. (Çev. Buğra Kalkan, Bahadır Akın ve Şeyma Akın), (Haz. Selçuk Durgut). Ankara: Bigbang Yayınları.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2020). İzmir Büyükşehir Belediyesi stratejik planı (stratejik plan raporu), İzmir. 12 Kasım 2022 tarihinde https://www.izmir.bel.tr/CKYuklenen/Dokumanlar_2020/Stratejik%20Plan2024.pdf adresinden erişildi.

- İzmir Kent Konseyi (2022a). İzmir Kent Konseyi; Neler Yapıyoruz?, Erişim Tarihi: 15/11/2022, <https://www.izmirkentkonseyi.org.tr/tr/neleryapiyoruz/1/17>.
- İzmir Kent Konseyi (2022b). İzmir Kent Konseyi Organizasyon Şeması, Erişim Tarihi: 15/11/2022, <https://www.izmirkentkonseyi.org.tr/tr/OrganizasyonSemasi/18>.
- Kalaycı, S. ve Akın, A. (2021). Sosyal hizmetlerin yerelleşmesine kent konseylerinin katkıları. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(1), 189-210.
- Kaypak, Ş. (2012). Yerel yönetimlerde katılımcı/müzakereci demokrasi sürecinde sivil toplum kuruluşlarının önemi. *International Journal of Management Economics and Business*, 8(17), 171-196.
- Keleş, R. (2012). *Yerinden yönetim ve siyaset*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Ökmen, M. ve Parlak, B. (2013). *Kuram ve uygulamada yerel yönetimler: Kavramlar, yaklaşımlar, yapılar ve mevzuat*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Ökmen, M. (1999). Ekonomik dönüşüm sürecinde adem-i merkeziyetçi eğilimler ve kentleşme. *Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi*: İstanbul.
- Özer, B., Baştan, S. ve Ortanca, M. (2012). Kamu politikası yapımı ve kimlik-tabanlı siyasa yapımı süreçleri: Türk kamu yönetimine dair genel değerlendirmeler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 237-263.
- Özkan, A. (2017). Postmodern dönemde çok aktörlü yönetim ve yeni kamu yönetimi anlayışı. 15. *Uluslararası Türk dünyası sosyal bilimler kongresi tebliğler el kitabı*, (Editör: Ahmet Vecdi Can, Köksal Şahin, Kamil Taşkın, Suat Kol ve Ali Kırksekiz), İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, 295-303.
- Raadschelders, J. C. N. (2005). Government and public administration: Challenges to and need for connecting. *Knowledge*, 27(4), 602-627.
- Shah, A. and Shah, S. (2006). The new vision of local governance and the evolving roles of local governments. *Local Governance and Developing Countries*, (Editör: Anwar Shah), USA: The World Bank, 1-46.
- Şahnagil, S. (2019). Postmodern kamu yönetimi çerçevesinde yönetsel katılım: Yerel hizmet sunumunda katılım olgusu. *Journal of International Social Research*, 12(66), 1146-1157.
- Şanlıurfa Kent Konseyi (2022). Şanlıurfa Kent Konseyi çalışma yönergesi, Erişim Tarihi: 22/11/2022, <https://www.sanlıurfakentkonseyi.org.tr/icerik/118/mevzuat>.
- Şen, A. F. (2012). Müzakereci demokrasi ve halkla ilişkiler: Kamu yönetiminde alternatif bir halkla ilişkiler arayışı. *Journal of Yasar University*, 27(7), 4589-4610.
- Trabzon Büyükşehir Belediyesi (2021). Trabzon Büyükşehir Belediyesi faaliyet raporu (Faaliyet raporu) (s. 168), Trabzon. 5 Aralık 2022 tarihinde https://webdata.trabzon.bel.tr/EskiWeb/2021_FALIYET_RAPORU/mobile/index.html#p=123 adresinden erişildi.
- Yılmaz, V., Günay, M. C. ve Belli, A. (2021). Malatya kent konseyinin faaliyetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(73), 2297-2306.
- Yılmaz, V. ve Telsaç, C. (2021). Yerel yönetimler ve katılım. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(40), 235-254.
- Zeren, H. E. (2017). *Kent konseyleri, Dünyadaki görünümü ve Türkiye analizi*. Bursa: Ekin Kitabevi.



Müşteri Sadakatine Etki Eden Faktörler: Sosyal Medya Kanallarını Kullanarak Çevrimiçi Alışveriş Yapan Beyaz Yakalı Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma

Murat YOLSAL

Dr. Öğr. Gör. İstanbul Kent Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme (İng.)
muratyolsal@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-5446-7683>

Makale Başvuru Tarihi : 02.04.2023
Makale Kabul Tarihi : 19.05.2023
Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023
Makale Türü : Araştırma Makalesi

Emine Banu BİLGİSEVEN

Dr.
e.banubilgiseven@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4228-5764>

Ahmet ERKASAP

Dr. Öğr. Üyesi. İstanbul Gedik Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
ahmet.erkasap@gedik.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-6239-1700>

Özet

Anahtar Kelimeler:

Çevrimiçi Alışveriş,
Müşteri Sadakati,
Kurumsal Sosyal Sorumluluk,
Halka İlişkiler,
Sosyal Medya Pazarlama

Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki sürekli gelişim, insanların alışveriş yapma alışkanlıklarını kökten değiştirmiştir. 2000'lerde ilk ortaya çıktığında, sadece arkadaşlık etme amacıyla kullanılan sosyal medya, günümüzde, kurumsal şirketler tarafından e-ticarete entegre edilmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya kanalları kullanılarak yapılan çevrimiçi alışveriş, ortalama müşteriler için hayatın bir parçası haline gelmiştir. Çevrimiçi alışveriş, şirketlerin sadık müşteriler oluşturmak adına giriştikleri kıyasıya rekabeti, sosyal medya platformlarına taşımıştır. Bu platformları kullanarak alışveriş yapan müşterilerin beklenti- ve talepleri, yüz yüze alışveriş yapan klasik müşterilerden, doğal olarak, farklılaşmaktadır. Bu farklılıkları incelemek adına, bu çalışmada, sosyal medya kanalları kullanarak çevrimiçi alışveriş yapan beyaz yakalı çalışanların müşteri sadakatine etki eden faktörler üzerine odaklanılmıştır. Bu çalışma, çevrimiçi müşterinin sadakatini mercek altına alması açısından; müşteri sadakati üzerine yapılmış klasik çalışmalardan ayrılmaktadır. Bu doğrultuda, pazarlama uzmanları tarafından bilinçli müşteri segmentlerine dâhil edilen beyaz yakalı 384 çalışana anket formları doldurtulmuş ve hipotezler geliştirilmiştir. . Elde edilen veriler ışığında, hipotezlerin üçü, çoklu regresyon modeli, sonuncusu ise ortalama farklarını ölçen tek yönlü ANOVA, Levene, Welch ve Games-Howell Testleri ile sınanmıştır. Bulgular, kurumsal sosyal sorumluluk, web sitesi hizmet kalitesi ve halka ilişkiler algılarının, çevrimiçi müşterilerin kuruma duydukları sadakati arttırdığını göstermektedir. Ayrıca, çevrimiçi müşterilerin alışveriş yapma sıklığı ile müşteri sadakatleri arasında da pozitif bir korelasyon tespit edilmiştir. Bu bulguların, pratik sonuçları ise son bölümde tartışılmıştır.

Redefining Implementation of Economic Regulation: Independent Regulatory Authorities and Governance

Abstract

Keywords:

*Online Shopping,
Customer Loyalty,
Corporate Social
Responsibility,
Public Relations,
Social Media
Marketing,*

The continuous development in information and communication technologies has radically changed people's shopping habits. Social media, which was used only for friendship when it first appeared in the 2000s, is now being integrated into e-commerce by corporate companies. In this context, online shopping using social media channels has become a part of life for average customers. Online shopping has brought the fierce competition of companies to create loyal customers to social media platforms. The expectations and demands of customers who shop using these platforms naturally differ from those who shop face-to-face. In order to examine these differences, this study focuses on the factors affecting the customer loyalty of white-collar employees who shop online using social media channels. This study focuses on the loyalty of the online customer. It differs from classical studies on customer loyalty. In this direction, 384 white-collar employees, who were included in conscious customer segments by marketing experts, filled out questionnaires and hypotheses were developed. . In the light of the data obtained, three of the hypotheses were tested with the multiple regression model, and the last one was tested with one-way ANOVA, Levene, Welch and Games-Howell Tests measuring the mean differences. The findings show that corporate social responsibility, website service quality and public relations perceptions increase the loyalty of online customers to the institution. In addition, a positive correlation was found between the frequency of online shopping and customer loyalty. The practical implications of these findings are discussed in the last section.

GİRİŞ

Rekabetin yoğun olarak yaşandığı günümüz koşullarında sadık müşteriler yaratmak ve bu durumu sürdürülebilir kılmak, işletmeler için oldukça önem arz eden bir konudur. Fiyatı düşük ve kalitesi yüksek ürünler üreterek bu ürünleri daha çok sayıda müşteriye ulaştırmayı hedefleyen klasik pazarlama anlayışı, günümüzde yerini artık, müşteri odaklı pazarlama anlayışına bırakmıştır. İşletmeler farklılaşarak müşterileri ile uzun süreli ilişki kurmayı, bu durumu sürdürerek nihayetinde müşteri sadakatini oluşturmayı hedeflemektedirler. Günümüzde, “Müşteri İlişkileri Yönetimi” (MİY) önem kazanmıştır.

MİY'nin özünde, işletmelerin sahip oldukları müşterilerinden kârlı olan müşterileri tespit ederek o müşterilere sahip oldukları değer ölçüsünde yatırım yapmak vardır. Böylelikle müşterinin yaşam boyu değerini arttırarak sadık müşteriler oluşturmak hedeflenir. Müşteri merkezli bu pazarlama anlayışı aynı zamanda teknoloji ağırlıklı bir anlayıştır. Dijital pazarlama faaliyetlerinin ağırlık kazandığı günümüz koşullarında doğal olarak web sitesi kalite algısının ve sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin müşteri bağlılığı ve müşteri sadakati oluşturma ve sürdürme süreci üzerindeki etkisi kuşkusuz çok önemlidir.

Diğer taraftan halkla ilişkiler çalışmaları sayesinde doğru olarak yürütülen itibar algısı, marka ve kurum imajına önemli katkılar sağlar. Marka bağlılığındaki artış, sadık müşteri sayısında artış sağlayarak müşteri sadakatinin pekişmesine yol açar. Günümüzde doğru olarak planlanan ve yürütülen halkla ilişkiler stratejilerinin pazarlama alanında işletmelere sağladığı fayda yadsınamaz. Klasik dönemde, işletmelerin kâr elde etmek, bu kârı maksimize ederek sürekli hale getirmek şeklinde ifade edilen hedefleri vardı. Artık modern dünyada bütün bunların yanında işletmelerin çevreye ve topluma karşı olan sorumlulukları da ön plana çıkmaktadır. İşletmelerin bu sorumluluklarını yerine getirmeye yönelik gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) çalışmaları modern çağda tüketici nezdinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Modern çağın bilinçli tüketicileri artık KSS projelerine ağırlık veren ve hatta bu projeleri iş modellerine başarılı bir şekilde entegre ederek kurumsal sürdürülebilirliği gerçekleştiren kurum ve markalara daha fazla talep göstermektedirler. Söz konusu işletmelerin marka bilinirliği, markalarına olan bağlılık ve marka sadakati de bu talebe paralel olarak artış göstermektedir.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALGISI VE MÜŞTERİ SADAKATI

Sanayi Devrimiyle birlikte makineleşmenin başlaması, büyük üretim tesislerinin kurulması, seri üretime geçilmesi, modern işletme ve yönetim uygulamalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Diğer taraftan çalışanların ve tüm paydaşların haklarının korunması, işletmenin çevre ve toplumla olan ilişkilerinin artması sonucu işletme faaliyetlerinin toplum ve çevre üzerindeki etkilerinin gündeme gelmesi, Kurumsal Sosyal Sorumluluk uygulamalarının da gelişmesine yol açmıştır.

Kurumsal işletmelerin önem kazandığı 1950'li yıllar kurumsal sosyal sorumluluk kavramının sıklıkla kullanılmasına neden olmuştur. Bowen'ın 1953 yılında yayınladığı "İş Adamının Sosyal Sorumlulukları" isimli makalesi, "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" kavramının yerleşmesine öncülük etmiştir (Carroll, 1999: 270). Kurumsal sosyal sorumluluk genellikle bir işletmenin büyüme ve kâr elde etme hedefini sürdürülebilir kılarken, aynı zamanda doğayı da koruyacak tedbirler olarak üretim yapması şeklinde yorumlanmaktadır. Hâlbuki bir işletmenin hem çevreye ve topluma karşı; hem de işletmenin karar ve faaliyetlerinden etkilenen bütün paydaşlarına karşı sorumlulukları vardır (Aktan, 2007: 9). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile ilgili alan yazında çok sayıda kapsamlı tanımlama mevcuttur. Carroll (1979)'a göre işletmelerin sosyal sorumlulukları, toplumun işletmeden ekonomik, kanuni ve etik beklentileridir (Herrera ve Heras-Rosas, 2020: 2). Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Van Marrewjik (2003:102) ise, "işletmenin ticari faaliyetlerine ve paydaşlarıyla olan etkileşimlerine, toplumsal ve çevresel kaygıların da dâhil edilmesidir" şeklinde tanımlamıştır. Kotler ve Lee (2006: 2-3) ise Kurumsal Sosyal Sorumluluğun, "gönüllü ticari uygulamalar ve sahip olunan kurumsal kaynakların desteğiyle toplumun refahını arttırmaya yönelik bir taahhüt" olduğunu ifade etmişlerdir. Bu bilgiler ışığı altında Kurumsal Sosyal Sorumluluğu, geniş perspektifte:

1. İşletmenin kendi müşteri, çalışan ve tüm paydaşlarının menfaatlerini korurken eş zamanlı olarak, toplum kurallarına uygun, etik davranışlar sergilemesi,
2. Toplumun sosyal gelişimine katkı sağlaması,
3. Çevreye ve doğaya saygılı üretim uygulamaları ve stratejiler geliştirmesi ve
4. Bütün bu faaliyetleri gönüllülük esası ile gerçekleştirilmesi olarak tanımlayabiliriz.

İşletmeler rakiplerine üstünlük sağlamak, müşterileri nezdindeki itibarlarını arttırmak ve marka imajlarını iyileştirmek amacıyla işletmenin hedefleriyle uyumlu, sosyal problemlere yönelik çalışma ve faaliyetlerde bulunmaktadır (Akkoyunlu ve Kalyoncuoğlu, 2014: 127-128). İşletmelerin sosyal, kültürel faaliyetleri ve yardımseverliği desteklemeleri, çalışanların haklarını korumaları sosyal sorumluluk sahibi işletme özelliği olarak algılanmaktadır. Bunların yanı sıra işletmelerin doğayı korumaları, ekolojik dengeye saygılı üretimde bulunmaları, kalite, uygun fiyat, satış sonrası hizmet faaliyetlerinde etik davranışları tüketici nezdinde olumlu bir imaj sahibi olmalarına yol açar. Algılanan bu değer artışı müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatinde de artışa neden olur (Lervik ve Johnson, 2003:186).

Alan yazında kurumsal sosyal sorumluluk ile müşteri sadakati arasında ilişkinin var olduğunu ortaya koyan araştırmalar mevcuttur. Ashraf vd. (2017) Pakistan'ın Gujranwala şehrinde faaliyet gösteren bankaların müşterileri olan 318 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmada, Kurumsal Sosyal Sorumluluğun müşteri sadakati üzerinde direkt ve güçlü bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir (s. 1363). Araştırmacılara göre, ilgili banka Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetlerine giriştiğinde, müşterinin bankaya duyduğu güven artmakta, bu faaliyetler, müşterilerin genel tatmin seviyesini yükseltmekte; bu durum da müşterilerin sadakatini arttırarak onların örgütsel bağlılık seviyelerini yükseltmektedir (Ashraf vd., 2017:1369). Cuesta-Valiño vd.'nin (2018) İspanya'da 667 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışma, katılımcıların farklı süpermarket markaları üzerindeki algılarını ölçmeyi hedeflemiştir. Araştırma sonuçları, katılımcıların Kurumsal Sosyal Sorumluluk algılarının müşteri sadakati üzerinde belirgin bir pozitif etki yarattığını göstermektedir (s. 763). Araştırmacılara göre, katılımcıların Kurumsal Sosyal Sorumluluk algısı, onların marka imajlarını ve kalite algılarını doğrudan olumlu yönde etkilemekte, bu durum da ortalama müşteri tatmini düzeylerini yükselterek ilgili kuruma (markaya) duydukları sadakati arttırmaktadır (s. 767).

Çalışmanın ilk hipotezi yukarıdaki örnekler göz önüne alınarak geliştirilmiştir. Bu doğrultuda:

H1: Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile müşteri sadakati arasında anlamlı bir ilişki vardır. Şöyle ki, müşterilerin, alışveriş yaptıkları kuruma dair kurumsal sosyal sorumluluk algısı arttıkça, daha fazla müşteri sadakati sergilemeleri beklenmektedir.

WEB SİTESİ HİZMET KALİTESİ ALGISI VE MÜŞTERİ SADAKATI

Son yıllarda çevrimiçi pazarlama faaliyetlerindeki artış, covid pandemi süreciyle birlikte büyük bir hız kazanmıştır. Artık müşterilerin çoğu çevrimiçi alışverişi tercih etmektedirler. Bu durum işletmelerin web sitesi kalitesinin de önem kazanmasına yol açmaktadır. Joines vd. (2003)'ne göre giderek artan internet kullanıcılarının sayısı, çevrimiçi satın almanın gelişimiyle de örtüşmektedir. Çevrimiçi alışveriş, kullanıcıların internet ekonomisi üzerinden ürün veya hizmet satın almaya karar verme sürecidir (Puranik ve Bansal, 2014). Günümüzde çevrimiçi pazarlama, gerek müşteri ve şirketlerin, gerekse sektör ve değer zincirlerinin değişiminden çok daha hızlı ve farklı bir değişim süreci yaşamaktadır. Yaşanan bu değişim, şirketlerin ürün ve hizmetlerinde, müşterileriyle geliştirmiş oldukları ilişkilerinde, karar süreçlerinde, örgüt yapıları ve stratejilerinde, başka işletmelerle kurmuş oldukları iş birliklerinde gözlenmektedir. Teknolojik gelişim hızı; ürün, hizmet ve bilgiye çok daha çabuk ve farklı kanallardan erişim imkânları sağlamaktadır. Akıllı telefon ve tabletler ile kullanım alanı bulan sosyal medya ve çok sayıda mobil uygulama, tüketicilerin satın alma sürecinde ihtiyaç duydukları sınırsız bilgiye erişimlerini mümkün kılmaktadır (Smith, 2011: 492).

Polities vd. (2012)'ne göre web sitesi kalitesi, tüketicinin belirli bir sitenin genel mükemmelliği ve çevrimiçi satın alma amacı doğrultusunda kullanım uygunluğu hakkındaki yargısı olarak ifade edilebilir (Giao vd., 2020: 354). Elektronik hizmet kalitesi, mevcut ve potansiyel hedef pazar müşterilerine önemli bilgiler sağlar. Bu nedenle sunulan hizmetin web sitesinde kullanıcıların isteklerine ulaşım ulaşamadığı önemli bir araştırma konusudur (Chang vd., 2009: 423). Yapılan araştırma sonuçlarına göre web sitesi hizmet kalitesinin başlıca dört kıstası mevcuttur. Bu kriterler aşağıdaki gibidir (Chang vd., 2009:425, Giao vd., 2020: 354):

1. Web sitesi tasarımı: Tasarımla ilgili beklenen özelliklerin yanı sıra kişiselleştirme ile ilgili öğeler,
2. Güvenilirlik: Ürünün doğru bir şekilde sunumunu, zamanında teslimatı ve doğru siparişler,
3. Gizlilik/ Güvenlik: Güvenli hissetmek ve siteye güvenmek,
4. Müşteri hizmetleri: Problem çözmeye olan ilgiyi ve personelin yardım etme istekliliğini birleştirme.

Alan yazın incelendiğinde, web sitesi kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkisini araştıran çalışmaların mevcut olduğu görülmektedir. Chang vd. (2009) Tayvan'da Chungwa Telecom şirketinin %85'i Y kuşağı (1976-1985 arası doğumlu) mensubu 330 çalışanı ile gerçekleştirdikleri araştırmada, web sitesi hizmet kalitesinin müşteri sadakatini doğrudan arttırdığını tespit etmişlerdir (s. 431). Araştırmacılar, web sitesi sahiplerinin yüksek kalite e-hizmet sunarak, müşterilerin e-hizmete erişim maliyetini düşürdüklerini, böylelikle de onların sadakatinin arttığına dikkat çekmişlerdir. Bu bağlamda, web sitesi hizmet kalitesinin artışı, müşteri memnuniyet düzeylerini yükselterek ilgili kurumun daha fazla sadık müşteri edinmesini sağlamıştır (Chang vd., 2009: 440). Giao vd.'nin (2020) Vietnam'da, 16 yaş ve üstü en az bir defa çevrimiçi alışveriş yapmış 594 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışma da web sitesi hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerinde anlamlı ve güçlü bir pozitif etkisi olduğunu ortaya koymuştur (s. 359). Araştırmacılara göre, müşterilerin algıladıkları çevrimiçi risk algısı düşük olduğunda (çevrimiçi alışverişi güvenilir bulduklarında), çevrimiçi alışveriş davranışını tekrarlama olasılığı artmaktadır. Bu bağlamda çevrimiçi alışveriş hizmeti sunan firmalar, sanal mağazanın güvenliğini sağladıkları (güvenilir e-ticaret altyapısı kurdukları takdirde) ve müşterilerinin siparişlerini de taahhüt ettikleri zamanda ve kalitede sunabildikleri ölçüde müşterilerinin kuruma duyduğu sadakat de o ölçüde artmaktadır (Giao vd., 2020:365).

Çalışmanın ikinci hipotezi yukarıdaki örnekler göz önüne alınarak geliştirilmiştir. Bu doğrultuda:

H2: Web sitesi hizmet kalitesi ile müşteri sadakati arasında anlamlı bir ilişki vardır. Şöyle ki, müşterilerin, alışveriş yaptıkları kuruma dair algıladıkları web sitesi hizmet kalitesi arttıkça, daha fazla müşteri sadakati sergilemeleri beklenmektedir.

HALKLA İLİŞKİLER ALGISI VE MÜŞTERİ SADAKATI

Günümüz koşullarında kurum ve marka itibarı işletmelerin rakiplerine rekabet üstünlüğü sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır. Halkla ilişkiler çalışmaları da söz konusu itibarın artmasına katkı sağlayan önemli uygulamalardır. Cultip vd. (1985) halkla ilişkileri; bir kuruluş ile kuruluşun başarısının bağlı olduğu halk toplulukları arasında karşılıklı yarar sağlayan, ilişki kuran ve sürdüren yönetim işlevi olarak tanımlanmıştır (Hsieh ve Li, 2008: 27). Örgütlerin gerek örgüt içinde, gerekse dış çevreyle olan iletişimlerinde önemli bir yere sahip olan halkla ilişkiler uygulamaları, hedef kitleyi tanıma ve kurumu hedef kitleye tanıtmaya amacına yöneliktir ve bu süreç itibar yönetimi olarak da ifade edilebilir.

Halkla ilişkiler uygulamaları itibar algısını ve iletişimi doğru yöneterek, kurum ve markaları birçok olumsuzluğa karşı uyararak, sürece olumlu katkı sağlamaktadırlar (Uzunoğlu ve Öksüz, 2008: 112). Söz konusu uygulamalar, stratejik kurumsal iletişim çalışmalarının da en önemlilerindedir, zira kuruma, ürüne, hizmete ve markaya ilişkin tüketici nezdinde gerek olumlu gerekse olumsuz algı ve tutum oluşturabilme gücüne sahiptirler. Bu doğrultuda, kuruma ve markaya yönelik oluşan güçlü ve güvenilir itibar hem marka değerinde hem de müşteri sadakatinde önemli ölçüde artışa yol açabilmektedir (Diker ve Koçyiğit, 2017: 575).

Tüketicilerin bir markayı; kişi, yer, ürün gibi diğer varlıklarla ilişkilendirme eğilimlerini anlamak çok önemlidir. Bir markayı bir ürüne bağlama açısından, halkla ilişkiler stratejisi, marka bilgisini arttırabilir, hatırlama ve tanınma yoluyla da marka farkındalığı oluşturabilir (Keller, 2003). Benlik imajı ile ürün imajı arasındaki yüksek uyum, tüketicilerin marka tercihlerini, markaya yönelik tutumlarını, ürünü satın alıp almama kararlarını, dolayısıyla da genel memnuniyet düzeylerini ve yeniden satın alma niyetleri ile ilgili tutum- ve davranışlarını etkilemektedir (Ekinci ve Riley, 2003). Tüketici açısından başarılı bir halkla ilişkiler uygulamasına yönelik oluşan algı, hem sadık müşterilerin sayısının artmasına hem de mevcut müşterilerdeki sadakat duygusunun pekişmesine vesile olabilmektedir.

Alan yazında halkla ilişkiler algısı ile müşteri sadakati arasındaki ilişkiyi irdeleyen çok sayıda araştırmaya rastlamak mümkündür. Hsieh ve Li (2008) Tayvan’da 367 katılımcı ile gerçekleştirdikleri, katılımcıların güncel sigorta poliçesi satın alma deneyimlerini ölçtükleri araştırmada, halkla ilişkiler algısının katılımcıların müşteri sadakatine doğrudan pozitif etki ettiğini saptamışlardır. Bu bağlamda, ilgili sigorta şirketinin gerçekleştirdiği halka ilişkiler faaliyetlerinin, doğrudan ve bariz bir şekilde müşterilerinin kuruma olan sadakatlerini arttırdığı gözlemlenmiştir (s. 34 – 35). Araştırmacılar, müşterilerin (katılımcıların), marka imajını olumlu bir şekilde algılamaları durumunda, bu durumun bir tür hale etkisi yaratarak, marka ile ilgili diğer mesajlara olumlu yaklaşımlarına yol açtığına dikkat çekmişlerdir (Hsieh ve Li, 2008: 29). Orta vadede bu olumlu yaklaşımlar, müşterilerde, kuruma ilişkin pozitif bir izlenim yaratmakta ve onları kurumun halka ilişkiler faaliyetleri hakkında daha ilgili olmaya yönlendirebilmektedir (s. 35). Rahi ve Ghani’nin (2016), Pakistan’ın Lahor ve İslamabad şehirlerinden toplam 437 ticari banka müşterisi ile gerçekleştirdikleri çalışmada da, ticari banka müşterilerinin halkla ilişkiler algısının; bankanın marka imajıyla birlikte; banka müşterilerinin kurumsal sadakati üzerinde bariz bir olumlu etkisi olduğunu tespit etmişlerdir (s. 15). Araştırmacılar, halka ilişkiler faaliyetlerinin hedefinin müşterinin kendini konforlu ve huzurlu hissetmesi olduğuna ve bu faaliyetlerin bir kazan – kazan (müşteri için memnuniyet; firma için olumlu geribildirim) döngüsü yaratmayı arzuladığına da önemle dikkat çekmişlerdir (s. 3).

Çalışmanın üçüncü hipotezi yukarıdaki örnekler göz önüne alınarak geliştirilmiştir. Bu doğrultuda:

H3: Halkla ilişkiler algısı ile müşteri sadakati arasında anlamlı bir ilişki vardır. Şöyle ki, müşterilerin, alışveriş yaptıkları kuruma dair halka ilişkiler algısı arttıkça, daha fazla müşteri sadakati sergilemeleri beklenmektedir.

SOSYAL MEDYA PAZARLAMA FAALİYETLERİ VE MÜŞTERİ SADAKATI

Teknolojinin gelişmesi ve dijitalleşmenin yaygınlaşması, birçok disiplinde olduğu gibi pazarlama alanında da önemli değişikliklere yol açmıştır. Dijital pazarlamayı; geleneksel medyadan farklı yöntemleri kullanarak; hem markanın hem de işin tanıtımını yaparak; bütün pazarlama faaliyetlerini desteklemek adına internette ve mobil & interaktif yapılardan faydalanarak gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri olarak ifade edebiliriz. Burada gözden kaçırılmaması gereken husus, internetin uygun fiyatla çok büyük kitlelere ulaşarak klasik pazarlama stratejilerini kökten değiştirmesidir (Chaffey vd. 2013:102).

Sosyal medya pazarlaması ile ilgili alan yazında çok sayıda tanım mevcuttur. Barefoot ve Szabo (2010) tarafından sosyal medya pazarlama; e-posta bültenleri ve çevrimiçi reklam kampanyaları gibi geleneksel web tabanlı tanıtım stratejilerini tamamlayan çevrimiçi pazarlama faaliyetlerinin bir alt kümesi olarak tanımlanmıştır (s. 13). Chi'ye göre (2011) ise, sosyal medya pazarlama, markalar ile tüketicilere arasında bağ kurma ve anlam oluşturmaktır (s. 46).

Sosyal medya pazarlaması Facebook, Twitter, Spotify vb. sosyal ağları kullanarak içerik paylaşımını, tavsiye ve yorum yolu ile bilginin yayılmasını, karşılıklı etkileşim ile ilişki kurmayı ve hayran kitlesi bütünleşmesini gerçekleştirir (Chang vd. 2015: 777). Algılanan sosyal medya pazarlama faaliyetleri, müşterilerle ilişki geliştirmek ve marka sadakati oluşturmak için etkili bir araçtır (Ismail, 2017:137). Zira yazılım, e-portallar veya sosyal medya teknolojilerinin kullanılması sayesinde, farklı bilgilerin başkalarına iletilmesi, değiş tokuş edilmesiyle tüm menfaat sahipleri tatmin edilmiş olur (Tuten ve Solomon, 2017). Sosyal medya pazarlamanın beş boyutu mevcuttur. Bu boyutlar aşağıdaki gibidir (Yadav ve Rahman, 2018: 3885 – 3886):

Karşılıklı etkileşim: Diğer kullanıcılar ile tanışma ve ürünler hakkında tartışma,

Bireysel kullanım: Sosyal medyanın, kullanıcının bireysel tercihlerine uyumlu bir şekilde hizmet sağlayabilmesi,

Bilgilendirici olma: Ürün hakkında doğru, faydalı ve kapsamlı bilgiler, kullanıcıların ürün hakkındaki yorumları ve puanlamaları,

Eğilimleri takip etme: Promosyonlu fırsat ürünler veya yeni ürünler, şok kampanyalar hakkında kullanıcıları anında bilgilendirme

Ağızdan ağıza pazarlama: Ürünler/hizmetler hakkında çevrimiçi yorumlar/puanlamalar, kullanıcıların en çok etkilendikleri/en beğendikleri ürünler üzerine yazdıkları tavsiyeler vb. Ağızdan ağıza pazarlamanın, müşteri sadakati ve satın alma davranışı üzerinde doğrudan ve güçlü bir etkisi vardır

Sosyal medya pazarlamanın müşteri sadakati üzerindeki etkisini ele alan çok sayıda araştırma alan yazında mevcuttur. Yadav ve Rahman tarafından (2018) Hindistan'da faaliyet gösteren büyük ölçekli bir devlet üniversitesinin 371 öğrencisi ile yapılmış araştırmada, katılımcıların, i) sosyal medyayı günlük olarak kullanmaları, ii) en az iki yıllık çevrimiçi alışveriş hesabına sahip olmaları ve iii) sosyal medyayı kullanarak, web sitesinden satın aldıkları hizmet/ürün hakkında, yorum/tavsiye/puanlama yapıyor olmaları şart koşulmuştur (s. 3890). Araştırma sonuçları, ilgili kurumun sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin, yukarıdaki kıstaslara uyan öğrencilerin (katılımcıların) müşteri sadakatini bariz bir şekilde arttırdığını ortaya koymaktadır (Yadav ve Rahman, 2018: 3882).

Ebrahim tarafından (2020), Mısır'da faaliyet gösteren telekomünikasyon şirketlerinin 287 aktif müşterisi ile gerçekleştirilen çalışmada ise, katılımcılara, Mısır'ın belli başlı dört telekomünikasyon şirketinden hangisinin fanı oldukları/hangisini sosyal medyada kanallarında takip ettikleri sorulmuştur (s. 299). Araştırma sonuçlarına göre, sosyal medya pazarlama faaliyetleri, müşterilerin marka sadakatini doğrudan

arttırmaktadır. Kurumun markasına yönelik olumlu duygular besleyen sadık müşteriler, çevrimiçi platformlarda gittikçe daha fazla zaman geçirmekte; kurumun ürünlerine/hizmetlerine yönelik bloglara, tartışma forumlarına daha fazla katılmakta; ürünler veya hizmetlerle ilgili, gittikçe daha fazla yorum/tavsiye/puanlama yapmaktadırlar. Bu durum, zamanla, müşterinin kurumun dijital içeriğe güven duygusu geliştirmekte; artan güven duygusu da müşteri sadakatini pekiştirmektedir (Ebrahim, 2020: 303).

Çalışmanın dördüncü hipotezi yukarıdaki örnekler göz önüne alınarak geliştirilmiştir. Bu doğrultuda:

H4: Sosyal medya pazarlama faaliyetleri ile müşteri sadakati arasında anlamlı bir ilişki vardır. Şöyle ki, müşterilerin; sosyal medya pazarlama faaliyetlerinden faydalanarak, çevrimiçi alışveriş yapma sıklığı arttıkça, daha fazla müşteri sadakati sergilemeleri beklenmektedir

METODOLOJİ

Bu araştırma, 1 Eylül – 21 Eylül 2022 tarihleri arasında, İstanbul ili sınırları içinde yaşayan ve sosyal medya kanallarını kullanarak çevrimiçi alışveriş yapma alışkanlığı bulunan beyaz yakalı işgörenler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak anket formu kullanılmıştır. Anketlerin bir kısmı yüz yüze görüşmelerle; bir kısmı ise Google Forms üzerinden çevrimiçi olarak doldurulmuştur. Başlangıçta toplanan 457 anketin, 73 tanesi eksik doldurulduğu için veya katılımcının çevrimiçi alışveriş yapma alışkanlığı bulunmaması sebebiyle elenmiştir. Bu bağlamda, toplanan anketlerin geçerlilik oranı %84,03'tür. (384/457). Geçerli anketlerdeki katılımcıların %56,8'i kadın (218); %43,2'si (166) ise erkektir. Katılımcıların %21,1'i (81) 18 – 25 yaş aralığında iken; %25,5'i (98) 26 – 35 yaş; %27,6'sı (106) 36 – 45 yaş aralığında olup; %25,8'i (99) ise 46 yaş ve üstündedir. Katılımcıların %48,2'si (185) lise veya ön lisans derecesine sahipken; %51,8'i ise (199) lisans ve üstü bir dereceye sahiptir. Katılımcıların %20,1'i (77) asgari ücret olan 5.500 TL ile 7.500 TL arasında bir aylık gelire sahipken; %28,9'u (111) 7.501 TL – 10.000 TL; %31,8'i (122) 10.001 TL – 15.000 TL; % 19,3'ü (74) ise 15.001 TL ve üstü aylık gelire sahiptir. Sosyal medya kanallarını kullanarak çevrimiçi alışveriş yapma alışkanlığı söz konusu olduğunda ise, katılımcıların %24,7'si (95) ayda bir defa; %40,1'i (154) ayda iki – üç defa; %35,2'si (135) ise ayda en az dört defa sosyal medya kanallarını kullanarak çevrimiçi alışveriş yaptıklarını beyan etmişlerdir. Bu çalışmada, tüm analizler için SPSS 25 sürümü kullanılmıştır.

Araştırmada faydalanan tüm ölçekler, 5'li Likert tipi tutum ölçeğidir. Müşteri sadakati maddeleri için Dehghan ve Shahin'in (2011, s. 11) 5 maddelik ölçeği kullanılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk maddeleri için Maignan (2001, s. 67) tarafından geliştirilmiş 5 maddelik ölçekten yararlanılmıştır. Web sitesi hizmet kalitesi maddeleri için Rasli vd.'nin (2018, s. 41) 5 maddelik ölçeğine başvurulmuştur. Halka ilişkiler algısı maddeleri ise, Gonzalez (2014, s. 51) tarafından geliştirilmiş olan 5 maddelik ölçekten alınmıştır. Sosyal medya pazarlamanın müşteri sadakati üzerindeki etkisi ise sosyal medyayı kullanarak alışveriş yapma davranışı üzerinden, ortalama farklarının istatistiksel anlamlılığı bağlamında incelenmiştir.

Araştırmanın modeli, ilk üç hipotezi (H₁, H₂ ve H₃) içermekte olup, H₄ hipotezi; gruplar arası ortalama farklarının istatistiki olarak anlamlı olup olmadığına dair olduğundan; tek yönlü Varyans analizi, Levene Testi, Welch Testi ve Games – Howell Çoklu Karşılaştırma Testi kullanılarak sınanmıştır. Bu bağlamda modelde kullanılan bağımsız ve bağımlı değişkenler aşağıdaki gibidir:

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (CSR): 5 maddeli bağımsız değişken (CSR1, CSR2, CSR3, CSR4 ve CSR5).
Web Sitesi Hizmet Kalitesi (WQ): 5 maddeli bağımsız değişken (WQ1, WQ2, WQ3, WQ4 ve WQ5).
Halka İlişkiler Algısı (PRP): 5 maddeli bağımsız değişken (PRP1, PRP2, PRP3, PRP4 ve PRP5).
Müşteri Sadakati (CL): 5 maddeli bağımlı değişken (CL1, CL2, CL3, CL4 ve CL5).

Tablo 1. Karakteristik Değerler

Statistics	Kurumsal Sos. Sorumluluk	Web Sitesi Hizmet Kalitesi	Halkla İlişkiler Algısı	Müşteri Sadakati
N	384	384	384	384
Aritmetik Ortalama (μ)	3,89	3,91	3,98	4,08
Medyan (Me)	4,00	4,00	4,20	4,25
Mod (Mo)	4,20	4,00	4,20	4,50
Standart Sapma (σ)	0,71	0,73	0,74	0,84
Çarpıklık	-2,446	-2,270	-2,309	-1,846
Basıklık	5,946	5,270	5,265	3,267

Tablo 1’de görülebileceği gibi tüm değişkenlerin aritmetik ortalaması birbirine çok yakın olup, hepsi 3,89-4,08 bandında bulunmaktadır. Bu bağlamda, katılımcıların genel olarak, tüm anket maddelerine olumlu yanıtlar verdikleri söylenebilir. SPSS veri çıktılarında, normal dağılım söz konusu olduğunda, çarpıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında, basıklık değerlerinin ise -7 ile +7 arasında olması (Fuey ve Idris, 2017, s. 286) gerekmektedir. *Çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde, özellikle çarpıklık değerlerinin bu aralığın dışında kaldığı gözlemlenmiştir. Bu noktada dağılımın normal olup olmadığına karar verebilmek için Kolmogorov – Smirnov testine başvurulmuştur.*

Tablo 2. Normallik Testi

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		df	Sig. (p)	Statistic	df	Sig. (p)
Kurumsal Sos. Sorumluluk	,314	384	,000	,659	384	,000
Web Sitesi Hizmet Kalitesi	,270	384	,000	,706	384	,000
Halkla İlişkiler Algısı	,276	384	,000	,699	384	,000
Müşteri Sadakati	,215	384	,000	,782	384	,000

Yukarıdaki veriler incelendiğinde, tüm değişkenlerin normal dağıldığı (Sig = $p < 0,5$) görülmektedir. Bir sonraki aşamada veriler önce Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ile Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Bartlett Küresellik Testine tâbi tutulmuştur. Tüm ölçeklerin tek faktör altında toplanması beklenmektedir. AFA’da, verilerin daha kolay yorumlanabilmesi için döndürme işlemine başvurulur. Bu sayede, her bir ölçeğin temsil ettiği maddelerin yüksek oranda; diğer ölçeklerin temsil ettiği maddelerin ise düşük oranda açıklanması sağlanır. Bu işlemi gerçekleştirmek için kullanılan Döndürülmüş Bileşen Matrisi (Rotated Component Matrix), döndürme öncesinde büyük olan faktör yüklerini iyice büyütüp, küçük olanları ise iyice küçültür (Turanlı vd., 2012, s. 53-54). Bu çalışmada da faktör analizi yapılırken, Döndürülmüş Bileşenler Matrisi tercih edilmiştir

Tüm ölçeklerin KMO ve Bartlett Küresellik Testlerinin sonuçlarını içeren AFA sonuçları, Cronbach's Alpha güvenilirlikleri ve açıklanan toplam varyans değerleri, Tablo 3'te gösterildiği gibidir.

Tablo 3. AFA, Cronbach Alfa (α) Güvenilirliği ve Açıklanan Toplam Varyans Sonuçları

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (CSR)	
Madde	Faktör Yüğü
CSR 1	0,838
CSR 2	0,845
CSR 3	0,830
CSR 4	0,845
CSR 5	0,839
<hr/>	
KMO Uyum Değeri	0,886
Bartlett Küresellik Testi ($p<0.05$)	0.000
Cronbach's Alpha (α) Güvenilirliği	0,895
Toplam Açıklanan Varyans (%)	70,49

Web Sitesi Hizmet Kalitesi (WQ)	
Madde	Faktör Yüğü
WQ 1	0,812
WQ 2	0,823
WQ 3	0,855
WQ 4	0,864
WQ 5	0,844
<hr/>	
KMO Uyum Değeri	0,890
Bartlett Küresellik Testi ($p<0.05$)	0.000
Cronbach's Alpha (α) Güvenilirliği	0,895
Toplam Açıklanan Varyans (%)	70,53

Halkla İlişkiler Algısı (PRP)	
Madde	Faktör Yüğü
PRP 1	0,859
PRP 2	0,839
PRP 3	0,826
PRP 4	0,848
PRP 5	0,837
<hr/>	
KMO Uyum Değeri	0,887
Bartlett Küresellik Testi ($p<0.05$)	0.000
Cronbach's Alpha (α) Güvenilirliği	0,897
Toplam Açıklanan Varyans (%)	70,89

Müşteri Sadakati (CL)	
Madde	Faktör Yüğü
CL 1	0,901
CL 2	0,899
CL 3	0,888
CL 4	0,895
CL 5	0,868
<hr/>	
KMO Uyum Değeri	0,887
Bartlett Küresellik Testi ($p<0.05$)	0.000
Cronbach's Alpha (α) Güvenilirliği	0,935
Toplam Açıklanan Varyans (%)	79,26

Tabachnik ve Fidell (2001), araştırmada kullanılacak tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,32 ve üzerinde olması gerektiğini belirterek, *faktör yükleri 0,32'nin altında olan maddelerin analizden çıkarılması* tavsiye etmişlerdir (Costello ve Osborne, 2005, s. 4-5). Nunnally (1978) “*Psikometri Kuramı*” adlı eserinde – çalışmasının başlangıç aşamasındaki araştırmacılar için – *0,70 ve üzeri Cronbach Alfa (α) güvenilirlik değerinin yeterli olduğunu* vurgulamıştır (s. 245). Çokluk vd.’ ne (2012) göre, *toplam açıklanan varyansların %40 ile %60 arasında olması “yeterli ve iyi” olarak görülürken, %60 veya üzeri bir oran, “çok iyi” olarak değerlendirilmektedir* (s. 245). Analiz sonuçlarında tüm ölçeklerin tek faktör altında toplandığı görülmüştür. Tüm maddelerin faktör yükleri, eşik değer olan 0,32’in çok üzerindedir. Tüm ölçeklerin Cronbach Alfa güvenilirlikleri 0,80’in üzerindedir. Ayrıca, tüm ölçeklerin açıkladıkları toplam varyans oranları da “çok iyi” olarak değerlendirilebilir.

AFA’dan sonra, çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizin ilk adımı ANOVA tablosudur. Modelin SPSS’teki ANOVA tablosu çıktısı Tablo 4’teki gibidir:

Tablo 4. ANOVA Tablosu

ANOVA^a

Model		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Sig. (p)
1	Regresyon	190,468	3	63,499	310,627	,000^b
	Artık	77,681	380	,204		
	Total	268,180	383			

a. Bağımlı Değişken: müşteri sadakati

b. Bağımsız Değişkenler: (Sabit), kurumsal sosyal sorumluluk, web sitesi hizmet kalitesi, halkla ilişkiler algısı.

ANOVA sonucunda, Sig. (p) < 0.05 ise, yokluk hipotezi (H₀) reddedilir. Bu, bağımsız değişkenlerden en az bir veya daha fazlasının bağımlı değişkeni, istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı anlamına gelir. Bu bağlamda, *3 bağımsız değişkenden en az birinin bağımlı değişkeni açıkladığı görülmektedir*. Bir sonraki adımda, üç bağımsız değişkenden hangisinin veya hangilerinin regresyon modelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu test edilerek araştırmanın ilk 3 hipotezi Tablo 5’te sınanmıştır:

Tablo 5. H₁, H₂ ve H₃ Hipotezlerinin Sınanması

Coefficients^a

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar B ₀	Std. Sapma	Standard Katsayılar Beta (β)	t	Sig. (p)
1	Sabit (B ₀)	,083	,133		0,621	,535
	Kurumsal Sorumluluk Sosyal	-,284	,069	,373	6,426	,000
	Web Sitesi Hizmet Kalitesi	-,284	,084	,250	3,454	,001
	Halkla İlişkiler Algısı	-,309	,080	,257	3,592	,000

a. Bağımlı Değişken: müşteri sadakati

Regresyon analizi sonucunda modele dâhil edilen 3 bağımsız değişkenin de (kurumsal sosyal sorumluluk algısı, web sitesi hizmet kalitesi algısı ve halkla ilişkiler algısı), bağımlı değişken olan müşteri sadakatini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı ($p_{CSR} = p_{PRP} = 0,000$ & $p_{WQ} = 0,001 < 0,05$) görülmüştür.

Bu bağlamda: Y = Bağımlı değişken (Müşteri Sadakati); B_0 = Sabit = 0,083; X_1 = Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı (CSR); β_1 = Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı katsayısı = 0,373; X_2 = Web Sitesi Hizmet Kalitesi Algısı (WQ); β_2 = Web Sitesi Hizmet Kalitesi Algısı katsayısı = 0,250; X_3 = Halkla İlişkiler Algısı (PRP); β_3 = Halkla İlişkiler Algısı katsayısı = 0,257 ise, araştırmanın çoklu regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

Araştırma Modeli Çoklu Regresyon Denklemi

$$\text{Müşteri Sadakati} = 0,083 + 0,373 \{CSR\} + 0,250 \{WQ\} + 0,257 \{PRP\}$$

Bu doğrultuda, H_1 , H_2 ve H_3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Standartlaştırılmış β katsayılarına baktığımızda, modeli açıklayan bağımsız değişkenlere ait tüm katsayıların pozitif (+) olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasında aynı yönde bir ilişki söz konusudur: Şöyle ki, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algısı, web sitesi hizmet kalitesi algısı ve alışveriş yaptıkları kuruma ilişkin halka ilişkiler algısı arttıkça, bu durum onların müşteri sadakatini arttırmaktadır.

Regresyon katsayılarını incelediğimiz zaman, en yüksek β katsayısının kurumsal sosyal sorumluluk algısına ($\beta_{CSR} = 0,373$); en düşük β katsayısının ise web sitesi hizmet kalitesi algısına ($\beta_{WQ} = 0,250$) ait olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, beyaz yaka çalışanların, çevrimiçi alışveriş yaptıkları kuruma sadık kalmalarındaki en önemli faktör, kurumsal sosyal sorumluluk algılarıdır.

Modelin gücü de, regresyon analiziyle birlikte gerçekleştirilen R^2 istatistiğine dayanmaktadır. Bu istatistik, Y-bağımlı değişkeni ile X-bağımsız değişkenleri arasındaki doğrusal korelasyon katsayısının karesine eşit olan belirleme katsayısına (R^2) dayanır. Bu katsayı, *regresyon denkleminin verilerle ne ölçüde uyumlu olduğunu* gösterir (Günel, 2003, s. 205).

R^2 değeri 0 ile 1 arasında bir değere sahip olup, değer 0'a yakın olması modelin uyum gücünün zayıf, 1'e yaklaşması ise güçlü olduğunu göstermektedir. R^2 değerinin yorumlanmasına ilişkin araştırmacılar arasında yorum farkları mevcut olsa da, en çok kabul gören yaklaşıma göre, $R^2 < 0,25$ ise, model çok zayıf; $0,25 \leq R^2 < 0,50$ ise model zayıf; $0,50 \leq R^2 < 0,75$ ise, model orta/yeterli güçte; $R^2 > 0,75$ ise, model oldukça güçlü olarak kabul edilmektedir (Hair vd., 2011, s. 145). Modelin gücü, Tablo 6'da gösterildiği gibidir:

Tablo 6. Modelin Gücü (R^2 İstatistiği)

Model Summary ^b				
Model	R	R^2	Uyarlanmış R^2	Tahminin Standart Hatası
1	,843 ^a	,710	,708	,45213

a. Bağımsız Değişkenler: kurumsal sosyal sorumluluk algısı, web sitesi hizmet kalitesi algısı, halka ilişkiler algısı

b. Bağımlı Değişken: müşteri sadakati

Yukarıdaki R^2 değeri araştırma modelinin orta/yeterli güçte olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, *çalışanların, çevrimiçi alışveriş yaptıkları kuruma ilişkin, kurumsal sosyal sorumluluk algıları, web sitesi hizmet kalitesi algıları ve halka ilişkiler algıları, onların kuruma dair müşteri sadakati geliştirmelerini %71 oranında açıklamaktadır.*

Araştırma modelini oluşturan hipotezlerin sınanmasından sonra, sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi (H_4), ortalama farklarının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı üzerinden incelenmiştir. İki den fazla bağımsız grubun ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığı, tek

yönlü varyans analizi ile sınıranır (Durmuş vd., 2013, s. 124). Sosyal medyayı kullanarak çevrimiçi alışveriş yapanlar üç grupta toplandıği için (ayda 1, ayda 2-3, ayda 4 ve üzeri) bu analiz yapılmıştır.

Tablo 7. Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Ayda 1 kez	95	2,93	,906
Ayda 2-3 kez	154	4,23	,211
Ayda 4 kez ve üzeri	135	4,70	,171
Toplam	384	4,08	,837

Yukarıdaki tek yönlü ANOVA tablosundan, 3 gruba ait katılımcıların müşteri sadakatlerinin birbirlerinden farklı oldukları söylenebilir. Zira sosyal medya vasıtası ile ayda 1 kez çevrimiçi alışveriş yapanların müşteri sadakati ortalaması 2,93 iken; ortalama alışveriş sıklığı ayda 2-3'e çıktığında müşteri sadakati 4,23'e; 4 ve üzerine çıktığında ise 4,70'e yükselmektedir.

Bu noktada bağımsız grupların varyanslarının homojen (eşit) olup olmadığını test etmek adına *Levene Testi*'ne başvurulur.

Tablo 8. Levene (Varyansların Eşitliği) Testi

Levene Statistic		df1	df2	Sig.(p)	
Customer	Based on Mean	275,102	2	381	,000
Loyalty	Based on Median	81,172	2	381	,000
	Based on trimmed mean	232,649	2	381	,000

Tablo 8'de görüleceği üzere, Levene Testi sonucu istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$). Bu bağlamda, bağımsız grupların varyanslarının birbirine eşit olmadığı, gruplarının dağılımının homojen olmadığı ($p < 0,05$), *en az bir grubun ortalamasının diğer grup ortalamalarından ayrılarak farklılaştığı* görülmektedir. Bu gibi ANOVA testinin uygun olmadığı durumlarda; *F* testinin alternatifi olarak; gürbüz (*robust*) bir test olarak kabul edilen *Welch testi* uygulanır (Durmuş vd., 2013, s. 133).

Tablo 9. Welch Testi

Statistic a	df1	df2	Sig.(p)	
Welch	351,055	2	191,269	,000

a. Asymptotically F distributed.

Hem Levene hem de Welch testleri p değerleri 0,05'ten küçük olduğu için, farklı çevrimiçi alışveriş sıklığına sahip katılımcıların, müşteri sadakatlerinin farklılık gösterdiğine karar verilmiştir. Bu noktada, hangi gruplar arasında farklılık olduğunu görebilmek adına post hoc analizlere başvurulur. Post hoc analiz seçenekleri arasından ise, varyans (σ) ve örneklem (N) eşitliklerinin söz konusu olmadığı durumlarda araştırmacıların sıklıkla kullandıkları *Games-Howell* testi (Games ve Howell, 1976, s. 113) tercih edilmiştir.

Tablo 10. Games-Howell Çoklu Karşılaştırma Testi

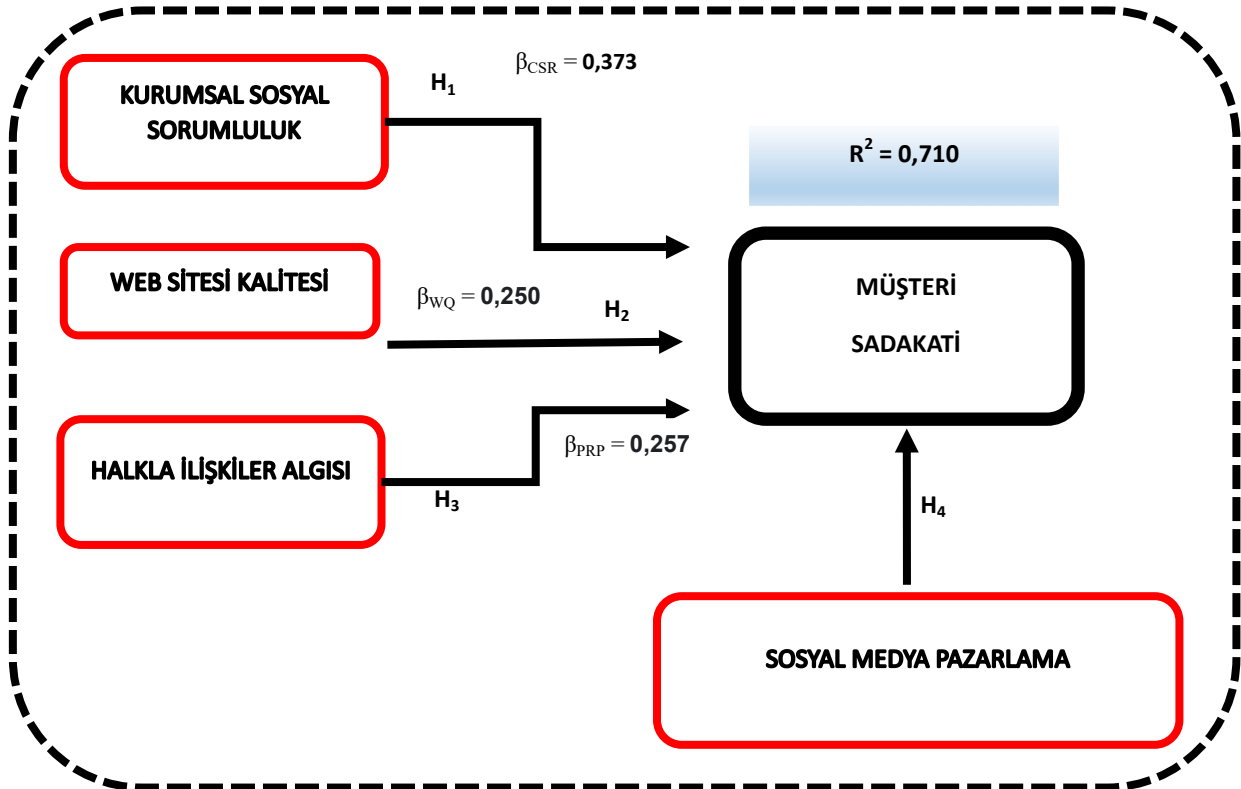
Games-Howell Test	(J) Sosyal medya pazarlama faaliyetleri vasıtasıyla çevrimiçi alışveriş yapma sıklığınız nedir?	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig. (p)
Ayda 1 kez	Ayda 2-3 kez	-1,30*	,095	,000
	Ayda 4 kez ve üzeri	-1,77*	,094	,000
Ayda 2-3 kez	Ayda 1 kez	1,30*	,095	,000
	Ayda 4 kez ve üzeri	-0,46*	,023	,000
Ayda 4 kez ve üzeri	Ayda 1 kez	1,77*	,094	,000
	Ayda 2-3 kez	-0,46*	,023	,000

*Ortalama farkları, 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 10'daki Games-Howell testinin sonuçlarına bakıldığında, *bağımsız gruplar olan çevrimiçi alışveriş yapma sıklığı ortalamalarının hepsinin birbirinden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. Bu bağlamda, ilk tabloda görülen ortalama farkları anlamlıdır (H₄ hipotezi kabul edilir).*

Sonuç olarak, sosyal medya pazarlama faaliyetleri ile müşteri sadakati arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki söz konusudur. Şöyle ki, katılımcıların, sosyal medya pazarlama faaliyeti vasıtasıyla, çevrimiçi alışveriş yapma sıklığı arttıkça, alışveriş yaptıkları kuruma duydukları sadakat seviyesi (müşteri sadakati) de artmaktadır.

Tüm hipotezlerin sınanmasından sonra ortaya çıkan, araştırmanın nihai modeli Şekil 1'deki gibidir:



Şekil 1. Araştırmanın Nihai Modeli

TARTIŞMA VE SONUÇ

Elde edilen bulgulara göre sosyal medya kanallarıyla çevrimiçi alışveriş yapan beyaz yakalı çalışanların, müşteri sadakatlerine en çok etki eden faktör, alışveriş yaptıkları çevrimiçi platformların kurumsal sosyal sorumluluk projelerine verdikleri önemdir. Bu bulgu, bizleri şaşırtmamıştır, zira günümüz beyaz yaka çalışanları genel olarak bilinçli tüketici segmentlerine dâhil edilirler. Diğer taraftan ülkemizdeki belli başlı çevrimiçi alışveriş platformlarının da eğitim seferberliğine destek vererek, evcil hayvanları koruma duyarlılığı sergileyerek, spor kulüplerine sponsor olarak, kadınları dijital ekonomiye kazandırmaya çalışarak ve kadın girişimciler yaratma çalışmalarında bulunarak, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yürüttükleri de kamuoyunda (çevrimiçi müşteriler nezdinde) bilinmektedir. Bu bağlamda, çevrimiçi alışveriş kanalları, yürüttükleri kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle, müşterilerine “dokunmakta”; onların güvenlerini kazanarak kurumsal imajlarını güçlendirmekte, böylelikle de sadık müşteriler edinmekte zorlanmamaktadırlar.

Çevrimiçi müşterilerin müşteri sadakatinin oluşmasında; kurumsal sosyal sorumluluk algısı kadar güçlü olmasa da ilgili kurumun web sitesi hizmet kalitesine ve yaptıkları halka ilişkiler çalışmalarına da önem verdikleri görülmektedir.

Web sitesi hizmet kalitesi, müşteri sadakatine iki yönden katkı sağlayabilir: Bunlardan ilki müşterinin kişisel verilerinin korunmasıdır. Her ne kadar Kişisel Verileri Koruma Kurumu (KVKK), çevrimiçi sosyal medya satış kanallarını ve e-ticaret platformlarını sıkı denetim altında tutsa da, başarılı bir e-ticaret altyapısı kur(a)mayan veya müşteri verilerini üçüncü kişiler ile paylaşan platformlar yüzünden, müşteriler mağdur olabilmektedir. Bu bağlamda kişisel verilerin korunduğu ve üçüncü kişiler ile kesinlikle paylaşılmadığı algısı, müşterinin sadakatini olumlu yönde etkileyebilmektedir. İkinci unsur, ürünün/hizmetin taahhüt edilen sürede ve kalitede müşteriye ulaştırılması konusunda web sitesinin ne ölçüde bilgilendirici olduğudur. Bu bağlamda, ürün/hizmet, müşterinin eline, web sitesinde taahhüt edilen sürede ve kalitede geçerse, bu durum, müşterinin web sitesinin verdiği hizmete güven duymasına yol açar. Bu güven duygusu, müşteriye, aynı web sitesinden başka alışverişler de yapmaya yönelterek (tekrarlama davranışı), müşteri sadakati geliştirmesine vesile olabilir.

Sosyal medya satış platformları ve e-ticaret dijital satış kanalları için, müşterilere hitap etmenin en doğrudan yolu, halka ilişkiler faaliyetleridir. Bu faaliyetler, kurumun kendisini müşterilerine tanımasına dayanır. Günümüzde bu tanıtım faaliyetleri hem dijital platformlarda hem de televizyon ekranında; reklamlarla yürütülmektedir. Reklamlar vasıtasıyla hem kurumsal imaj oluşturulmakta; hem de hedef kitleye doğru mesaj verilmektedir. Bu faaliyetler çevrimiçi platformlarda satış yapabilmek için elzemdir, zira günümüzde, hiçbir çevrimiçi müşteri, adını sanını bilmediği bir platformda, kişisel verilerini ve banka/kredi kartı numarasını girerek alışveriş yapmak istemez. Bu bağlamda, kurumun müşteri tarafından bilinir/tanınır olması, müşterinin algısını olumlu yönde etkileyerek onun kuruma duyduğu sadakat seviyesini yükseltebilmektedir.

Araştırma bulguları, çevrimiçi alışveriş yapma sıklığı ile müşteri sadakati arasında da doğru orantılı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada karşılıklı etkileşimin (reciprocal interaction) önemine dikkat çekmek gerekir. Müşterinin çevrimiçi alışveriş sıklığı arttıkça, müşteri hem ilgili ürüne/hizmete hem de bu hizmeti sunan kuruma karşı bir aidiyet geliştirmektedir. Diğer taraftan günümüzde en sık başvuru alan inovasyon türlerinden biri olan müşteri kontrolünde inovasyonda (customer driven innovation), sadık müşteriler ürün/hizmet geliştirme sürecine aktif olarak dâhil edilmektedirler. Danimarkalı oyuncak üreticisi Lego firmasının Lego Factory uygulaması, Alman spor giyim eşyaları üreticisi Adidas firmasının miAdidas uygulaması (Tidd ve Bessant, 2016: 254), bilgisayar oyunu geliştiren firmaların oyunun “fan”ı olan lise öğrencilerini istihdam etmeleri (Desouza vd., 2008: 40), sadık müşterilerin kendilerini güvende ve rahat

hissedebilecekleri (dijital) platformlar oluşturmak ve onların orijinal, sıradışı ve yaratıcı fikirlerini, örgütsel inovasyona çevirmek içindir. Sonuç itibariyle, sadık müşterilerini fikir/ürün/hizmet geliştirme süreçlerine dâhil edenler, geleceğin kazananları olacaklardır.

KAYNAKÇA

- Akkoyunlu, G. S., Kalyoncuoğlu, S. (2014). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Algısı Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 125-144.
- Aktan, C. C., Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. C. C. Aktan (Ed.) Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk. (7-25). ResearchGate.
- Arı, E., Yılmaz, V. (2015). Banka Hizmet Kalitesi Boyutları ile Banka Sadakati Arasındaki İlişkilerin Servqual ve Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi: İ.İ.B.F Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20(3), 121-135.
- Ashraf, S., Ilyas, R., Imtiaz, M., Tahir, H. M. (2017). Impact of CSR on Customer Loyalty: Putting Customer Trust, Customer Identification, Customer Satisfaction and Customer Commitment into Equation-A study on the Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Multidisciplinary and Current Research*, 5(6), 1362-1372.
- Ball, D., Coelho, P. S., Machas, A. (2004). The Role of Communication and Trust in Explaining Customer Loyalty an Extension to the ECSI Model. *European Journal of Marketing*, 38(9/10), 1272-1293.
- Barefoot, D., Szabo, J. (2010). *Friends with Benefits: A Social Media Marketing Handbook*. San Francisco/USA: No Starch Press.
- Beba, A. (2018). *Başıma Ticat Çıkar*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.
- Carroll, Archie B. (1999). CSR Evolution of a Definitional Construct. *Business&Society*, 38(3), 268-295.
- Chaffey, D., Smith, P. R., Smith, P. R. (2013). *E-marketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Oxford Shire/UK: Routledge Publishing.
- Chang, H. H., Wang, Y-H., Yang, W-Y. (2009). The impact of e-service quality, customer satisfaction and loyalty on e-marketing: Moderating effect of perceived value. *Total Quality Management*, 20(4), 423-443.
- Chang, Y., Yu, H., Lu, H. (2015). Persuasive Messages, Popularity Cohesion and Message Diffusion in Social Media Marketing. *Journal of Business Research*, 68(4), 777-782.
- Chi, H. (2011). Interactive Digital Advertising vs. Virtual Brand Community: Exploratory Study of User Motivation and Social Media Marketing Responses in Taiwan. *Journal of Interactive Advertising*, 12(1), 44-61.
- Costello, A.B., Osborne, J. W. (2005). Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting The Most From Your Analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 10(7), 1-9.
- Cuesta-Valiño, P., Rodríguez, P. G., Núñez-Barriopedro, E. (2018). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty in hypermarkets: A new socially responsible strategy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 761-769.
- Çatı, K., Koçoğlu, C. M. (2008). Müşteri Sadakati ile Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, s.167-188.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Çankaya/Ankara: Pegem Akademik Yayıncılık.
- Dehghan, A., Shahin, A. (2011). Customer Loyalty Assessment: A Case Study in MADDIRAN, the Distributor of LG Electronics in Iran. *Business Management and Strategy*, 2(1) E2, 1-24.
- Desouza, K. C., Awazu, Y., Jha, S., Dombrowski, C., Papagari, S., Baloh, P., Kim, J .Y. (2008). Customer-Driven Innovation. *Research Technology Management*, 51(3), 35-44.

- Diker, E., Koçyiğit, M. (2017). Halkla İlişkiler Algısı ve Marka İtibarı Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 574-590.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. Çağaloğlu/ İstanbul: Beta Yayınları.
- Ebrahim, R. S. (2020). The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty. *Journal of Relationship Marketing*, 19(4), 287-308.
- Ekinci, Y., Riley, M. (2003). An Investigation of Self-Concept: Actual and Ideal Self-Congruence Compared in the Context of Service Evaluation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10(4), 201-214.
- Fuey, G. S., Idris, N. (2017). Assessing the Validity of the Elements of Pre-Service Mathematics Teacher Education Curriculum. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(12), 284-295.
- Games, P. A., Howell, J. F. (1976). Pairwise Multiple Comparison Procedures With Unequal N's And/Or Variances: A Monte Carlo Study. *Journal of Educational Statistics*, 1(2), 113-125.
- Giao, H.N.K., Vuong, B.N., Quan, T.N. (2020). The Influence of Website Quality on Consumer's E-Loyalty through the Mediating Role of E-Trust, E-Satisfaction and Perceived Enjoyment: An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 351-370.
- Gonzalez, R. M. (2013). Organization Public Relationships on Social Media: The Experience of Those Who "Like" Oreo on Facebook. (Master's Thesis). University of South Florida, Department of Mass Communication.
- Günel, A. (2004). Regresyon Denkleminin Başarısını Ölçmede Kullanılan Belirleme Ktsayısı ve Kritiği. C. T. Gürsoy (Ed.), Prof. Dr. Zeyyat Hatiboğlu'na Armağan içinde (s. 199-211.). İstanbul: Lebib Yalkın Yayınları.
- Hair J. F., Ringle C. M., Sarstedt M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Herrera, J., Heras-Rosas, C., (2020). Corporate Social Responsibility and Human Resource Management: Towards Sustainable Business Organizations. *Business Sustainability*, 12 (3), 841, 1-24.
- Hsieh, A-T., Li, C-K. (2008). The Moderating Effect of Brand Image on Public Relations Perception and Customer Loyalty. *Marketing Intelligent & Planning*, 26(1), 26-42.
- Ismail, A. R. (2017). The Influence of Perceived Social Media Marketing Activities on Brand Loyalty.: The Mediation Effect of Brand and Value Consciousness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(1), 129-144.
- Joines, J., Scherer, C., Scheufele, D. (2003). Exploring Motivations for Consumer Web use and their Implications for E-commerce. *Journal of Consumer Marketing*, 20(2), 90-108.
- Kandampully, J. ve Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. (6)12, s. 346-351.
- Keller, K. L. (2003). Understanding Brands, Branding and Brand Equity. *Interactive Marketing*, 5(1), 7-20.
- Kotler, P., Lee, N. (2006). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. S. Kaçamak (Çev.). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Lervik, O. L., Johnson, M. D. (2003). Service Equity, Satisfaction and Loyalty: From Transaction-Specific to Cumulative Evaluations. *Journal of Service Research*, 5(3), 185-195.
- Maignan, I. (2001). Consumer's Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross – Cultural Comparison. *Journal of Business Ethics*, 30(1), 57-72.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. NY/USA: McGraw-Hill Book Company.
- Oyman, M. (2002). Müşteri Sadakati Sağlamada Sadakat Programlarının Önemi. *Kurgu Dergisi*, 19, s. 169-185.

- Puranik, R., Bansal, A. (2014). A Study of Internet Users' Perception Towards E-Shopping. *Pacific Business Review International*, 6(9), 37-44.
- Rahi, S., Ghani, M. A. (2016). Customer's Perceptions of Public Relation in E-Commerce and Its Impact on E-Loyalty with Brand Image and Switching Cost. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(3), 1-19.
- Rasli, S., Khairi, N., Ayathuray, H., Sudirman, M. S. (2018). The Effects of E – Business Website Quality on Customer Satisfaction. *Selangor Business Review*, 3(1), 37-45.
- Smith, K. T. (2011). Digital marketing strategies that Millennials find appealing, motivating, or just annoying. *Journal of Strategic Marketing*, 19(6), 489-499.
- Tidd, J., Bessant, J. (2016). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, Organizational Change*. West Sussex/UK: Wiley & Sons Ltd.
- Turanlı, M., Taşpınar Güriş, D., Bozkır, Ö. (2012). Faktör Analizi ile Üniversiteye Giriş Sınavlarındaki Başarı Durumuna Göre İllerin Sıralanması. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 8(17), 45-68.
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Greenwood-Santa Barbara/USA: Praeger Publishers.
- Uzunoğlu, E., Öksüz, B. (2008). Kurumsal İtibar Risk Yönetimi: Halkla İlişkilerin Rolü. *Selçuk İletişim*, 5(3), s. 111-123.
- Van Marrewjik, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics* 44(2), 95-105.
- Yadav, M., Rahman, Z. (2018). The Influence of Social Media Marketing Activities on Customer Loyalty: A study of e-commerce industry. *Benchmarking An International Journal*, 25(9), 3882-3905.



Kemalizm'in Demokrasi Tasavvuru: Feroz Ahmad ile Levent Köker'in Kemalizm-Demokrasi Analizleri Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme

Nouraldin A. M. ALAYDI

Sakarya Üniversitesi SBKY Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

am.alaydi@ogr.sakarya.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-3645-7355>

Makale Başvuru Tarihi : 13.04.2023

Makale Kabul Tarihi : 20.05.2023

Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Özet

Anahtar Kelimeler:

Kemalizm,
Demokrasi,
Feroz Ahmad,
Levent Köker

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucu ideolojisi olan Kemalizm'in incelenmesi, hayatın çeşitli yönleri üzerindeki açık etkileri nedeniyle modern Türkiye'yi anlamamızın en önemli araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Ayrıca Kemalizm ile demokrasi arasındaki tartışmalı ilişkiyi ele almak, bu ülkedeki demokrasi deneyimini ve meydan okumalarını anlamamızın en önemli yollarından biridir. Bu makale, Türkiye'de Kemalizm ve demokrasi arasındaki ilişki üzerine uzun süredir devam eden tartışmanın bir portresini çizmeyi amaçlamaktadır. Makale, Kemalizm'in tarihsel ve ideolojik gelişimini ele alan genel bir teorik çerçeve sunduktan sonra Feroz Ahmad ve Levent Köker'in Kemalizm ile demokrasi ilişkisi hakkındaki tezlerini ayrıntılı olarak ele almaktadır. Bir yandan Ahmad'ın, Kemalizm-demokrasi ilişkisine olumlu bakan ve Kemalizm'in Batı modeli bir Türk demokrasisinin kurulmasının önünü açmaya çalışan bir ideoloji olduğuna inanan vesayet/önderlik akımı adı verilen geleneksel bir akımın temsilcisi olarak seçilmiştir. Diğer yandan Köker ise, Kemalizm-demokrasi ilişkisine olumsuz bakan ve bunun Türkiye'de demokrasinin kurucu anahtarı olmadığına inanan bir karşı-eleştirel tez sunan akımın temsilcisi olarak seçilmiş ve hatta Kemalizm'in demokrasiyi ikincil bir mesele haline getiren otoriter ve elitist bir eğilim taşıdığını savunmuştur.

Kemalism's Conception of Democracy: A Comparative Evaluation of Feroz Ahmad's and Levent Köker's Analysis of Kemalism-Democracy Relation

Abstract

Keywords:

Kemalism,
Democracy,
Feroz Ahmad,
Levent Köker

Analyzing the founding ideology of the Turkish Republic - Kemalism, is regarded as one of the most important tools for understanding modern Turkey, due to its clear effects on various aspects of life. Also, addressing the controversial relationship between Kemalism and democracy is one of the most important ways to understand the experience and challenges of democracy in Turkey. This article aims to paint a portrait of the long-standing debate on the relationship between Kemalism and democracy in Turkey. After presenting a general theoretical framework dealing with the historical and ideological development of Kemalism, the article elaborates on Feroz Ahmad and Levent Köker's theses on the relationship between Kemalism and democracy. On the one hand, Ahmad was chosen as the representative of a traditional movement called the tutelage/leadership movement, which views the Kemalism-democracy relationship positively and believes that Kemalism is an ideology that tries to pave the way for the establishment of a Western model of Turkish democracy. On the other hand Köker, was chosen as the representative of a counter-critical thesis that views the Kemalism-democracy relationship negatively and believes that this is not the founding key of democracy in Turkey, and even argued that Kemalism has an authoritarian and elitist tendency that makes democracy a secondary issue.

GİRİŞ

Kemalist düşünce sistemi, cumhuriyetin kurucu ideolojisi olarak Türkiye'nin farklı siyasal tartışmalarında her zaman etkisini bırakan ve yerini koruyan merkezi bir düşünce anlayışı olmuştur. Bu anlamda Kemalizm, Türkiye'nin karşı karşıya kaldığı çeşitli siyasal sorun ve meseleleri düşünsel ve tarihsel açıdan yorumlayıp analiz etmekte önemli bir anahtar olarak görülmüştür. Bununla birlikte Türk demokrasi serüvenini ve yaşadığı çeşitli sorunları Türkiye tarihinde çeşitli değerlendirmelerin yapıldığı çok tartışmalı bir konu temsil etmektedir. Türk demokrasi serüvenini ve sorunlarını daha derinlikli bir şekilde incelemek adına çeşitli araştırmacılar, Kemalizm-demokrasi ilişkisini analiz etme yoluna başvurarak Kemalizm'in kavramsal ve ideolojik temellerini incelemiş ve bunların Türkiye iç siyaset yapısına ve demokrasi deneyimine etkisini araştırmıştır.

Bu anlamda elinizdeki çalışmada, ilk başta kökenleri, İttihat ve Terakki Cemiyeti (İttihatçılık) fikirleri ile olan ilişkisi, tarihsel gelişimi ve temel ilkeleri gibi çeşitli açılardan Kemalist ideoloji ele alınıp genel bir ideoloji çerçevesi sunulacaktır. Bu kavramsal çerçeveden sonra çalışmada, Kemalizm'in demokrasi ile ilişkisi bağlamında Feroz Ahmad ile Levent Köker olmak üzere birbirinden farklı iki analiz incelenecektir. Böylece çalışmada, Kemalizm'in Türkiye'de demokrasi için zemin hazırladığını savunan ve bu ilişkiyi olumlu değerlendiren akımın bir temsilcisi olarak Feroz Ahmad'ın Kemalizm-demokrasi analizi özellikle "İttihatçılıktan Kemalizme" adlı kitabı üzerinden ele alınacaktır.

Bundan sonra çalışmada, Kemalizm-demokrasi ilişkisini vesayet veya öncülük kavramları üzerinden ele alınmasına karşı çıkan ve bu ilişkiye olumsuz bakan Levent Köker'in Kemalizm-demokrasi analizi özellikle "Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi" adlı kitabı üzerinden incelenecektir. Son olarak çalışmada, Kemalizm-demokrasi ilişkisi bağlamında ele alınan yazarların farklılıklarının sunulduğu ve karşılaştırmalı bir analize tabi tutulduğu karşılaştırma ve sonuç kısmı ile bitirilecektir.

KEMALİZM: GENEL BİR İDEOLOJİ ÇERÇEVESİ

"Kemalizm, Kamalizm, Atatürkçülük, Atatürkçü Düşünce Sistemi ve Atatürk Yolu" gibi farklı dönemlerde çeşitli isimler ile adlandırılan bu düşünce sistemi, ilk kez 1920 yılında "Kemalizm" kavramı şeklinde Türkiye'de Atatürk ve yoldaşlarının giriştiği milli mücadeleyi anlatmak için İngilizler tarafından kullanılmıştır (İnan, 2004: 109; Kayıran ve Metintaş, 2013: 580). Sonraki yıllarda görülen Atatürkçülük-Kemalizm tartışmasına rağmen Kışlalı gibi (1997: 15) çeşitli araştırmacılar, artık "Kemalizm" kavramının uluslararası literatüre girdiğini savunarak bu kavramın 1930'lu yıllardan beri Türkiye'de İçişleri Bakanlığı'nın yayınladığı La Turquie Kemaliste (Kemalist Türkiye) Fransızca dergisi örneğinde olduğu gibi devlet ve özel yayın organlarında yaygın bir şekilde kullanıldığını ileri sürmektedirler (Albayrak, 2010: 312).

Köken meselesine gelince farklı araştırmacılar, Kemalizm'in kökeni Tanzimat dönemine kadar getirilebilen ve İkinci Meşrutiyet döneminde ciddi bir ivme kazanan Modernleşme ve Batılılaşma akımların Kurtuluş Savaşı sonrasında şekillenmeye başlayan "radikal bir biçimi" olduğunu ileri sürmektedirler (Köker, 2007: 211). Bu anlamda Kemalizm'in düşünce yapısında, Genç Osmanlılar ve Jön Türkler gibi yıkılmakta olan Osmanlı Devleti'ni ve Osmanlı-Türk milli varlığını kurtarma derdini taşıyan farklı modernleşmeci fikri akımların çeşitli izlerini bulmak mümkündür. Ancak kuşkusuz ki İttihatçılık düşünceleri, Kemalizm'in düşünsel altyapısını hazırlamakta ve tarihsel gelişimini sağlamakta göz ardı edilemeyecek bir rol oynamıştır (Öztürk, 2013: 10; Şahin, 2010: 271).

Böylece Kemalizm, önemli farklılıklara sahip olmasına rağmen İttihatçılık deneyimi başta olmak üzere Osmanlı modernleşme akımlarından ciddi bir şekilde etkilenerek Batıcılık, pozitivism, milliyetçilik, merkezîyetçilik ve halkçılık gibi temel ilkeleri miras alıp geliştirmiştir (Yurttaş, 2008: 75-76). Aslında Kemalist düşünce sistemi, İkinci Meşrutiyet ile uygulanmaya başlanan ve pozitivist, merkezîyetçi, tepeden

inmecı, seçkinci ve otoriter unsurlar barındıran Ahmed Rıza İttihatçılık anlayışının bir devamı olarak değerlendirilmektedir (Çiftçi, 2020: 2335). Ancak Kemalizm, İttihatçılığın pozitivist Comte felsefesinden ödünç aldığı düzen (order) ve ilerleme (progress) gibi temel öğeleri almasına rağmen bu öğeleri yeni ve daha radikal bir şekil vererek “topyekûn ve ödünsüz bir Batılılaşma programına” dönüşmüştür (Köker, 2007: 234).

Kemalizm ideolojisi, Albayrak’a göre (2010: 308) Atatürk liderliğindeki Kurtuluş Savaşı sırasında başlayan “Türk devriminin bir ürünü” olmakla birlikte yeni kurulan cumhuriyetin kurucu ideolojisini temsil etmektedir. Bu anlamda söz konusu ideoloji, farklı alanlarda yoğun bir reform hareketiyle Batılı düşünce ve değerleri Türkiye devleti ve toplumuna yerleştirmeyi ve dolayısıyla Türkiye’yi “muasır medeniyetler seviyesine”, yani Batı medeniyeti düzeyine, ulaştırmayı hedefleyen bir düşünce sistemidir (Erşan, 2006: 39). Böylece Türk milletini modern, türdeş ve uyumlu bir topluluk haline getirmeyi hedefleyen Kemalizm, değişimi ve gelişimi engelleyerek Batı medeniyetine yetişme sürecini geciktiren geleneksel düşüncelerin farklı unsurlarını ortadan kaldırarak Türkiye’de laiklik, pozitivism ve Türk milliyetçiliği temelinde modernleşmeci bir ideoloji görevini yerine getirmeyi amaçlamaktadır (Beriş, 2006: 53). Bu süreç, Cumhuriyet Halk Partisi’nde (CHP) önemli bir isim olan Nihat Erim tarafından "aklın diktatörlüğü" sözleri ile açıklanmıştır (Aktaran: Bora, 2017: 119).

Öte yandan Şerif Mardin’in (1969: 7) “Din ve İdeoloji” adlı kitabında ele aldığı sert ve yumuşak ideolojiler ayrımı bağlamında Kemalizm, “şekilsiz, müphem ve sınırları katı bir şekilde belirlenmemiş inanç sistemleri” olan esnek yumuşak ideolojiler kategorisinde yer almaktadır. Zira Kemalizm, liberalizm ve Marksizm gibi hayatın tüm alanlarını açıklamaya çalışan evrensel bir düşünce sistemi sunmaya çalışmayıp Türkiye bağlamında yerel ve özgün bir ideoloji temsil etmektedir (Aktaran: Yurttaş, 2008: 73).

Bununla birlikte Kemalizm’in İttihatçı arka planını bir tarafa koyarsak aslında bu ideoloji Kurtuluş Savaşı sırasında meydana gelen ve "tam bağımsızlık", "ulusal birlik" ve "anti-emperyalizm" gibi konular bağlamında alevlenen yoğun siyasal ve ideolojik tartışmalar içinde oluşmaya başlamış ve ancak 1930’lu yılların başında net bir şekil kazanmıştır (Köker, 2007: 234). Zira cumhuriyetin kuruluşu ile ilkeleri ve düşünceleri gittikçe belirginleşen Kemalizm, Atatürk’ün kurduğu Cumhuriyet Halk Partisini (CHP) 1931 yılındaki Üçüncü Büyük Kurultay’ı sırasında parti programına dâhil edilen -ve sonrasında 1937 yılında anayasaya eklenen- “Altı Ok” ilkeleri ile birlikte Kemalizm’in ideolojileşme sürecinin tamamlandığı ileri sürmek mümkündür (Öztürk, 2013: 135).

1920’li yıllar boyunca kapsamlı bir ideolojik programı olmayan Kemalist ideoloji, 1930’lu yılların başında kurulan Serbest Cumhuriyet Fırkasının (SCF) sunduğu liberal ideoloji programı karşısında kapsamlı bir program sunma ihtiyacı gibi iç etkenler nedeniyle Kemalist seçkinlerin kendi kapsamlı ideolojik programını oluşturma yoluna gitmesi ile olgunlaşmıştır. Aynı zamanda Faşizm, Nazizm ve Komünizm gibi aynı dönemde dünyada yükselen ve Türkiye’yi etkileyen baskın ideolojilerin etkisi gibi dış etkenler nedeniyle Kemalist seçkinler, bu ideolojilere karşı koyma zorunluğunu hissederek kendini korumak ve farklı göstermek istemesi Kemalizm’in olgunlaşmasında önemli bir rol oynamıştır (İnan, 2004: 113-114; Balcı, 2016: 93). Böylece tüm önceki farklı büyük reformlara rağmen Kemalizm’in ideolojileşme sürecinde kabul edilen Cumhuriyetçilik, Milliyetçilik, Halkçılık, Devletçilik, Laiklik ve İnkılapçılık ilkeleri üzerinde temellendirildiği CHP’nin Üçüncü Büyük Kurultay’ı ayrı bir önemi ve etkisi bulunmaktadır (Albayrak, 2010: 311).

Kemalizm’in özünü oluşturan ve çeşitli yorumlara ve uygulamalara yol açan bu altı ilkenin “teorik” genel anlamlarına kısaca ele alındığında Cumhuriyetçilik ilkesi, egemenliğin millete ait olduğunu ve devletin millet tarafından yönetildiğini ifade etmektedir. Milliyetçilik ilkesi, temel hedefi milli bir devletin inşası olan hegemonyacı bir anlayış ifade ederken Halkçılık ilkesi, toplumu sınıfsız algılayan ve milletin refahı ve mutluluğunu gerçekleştirmekte devletin rolünü önemseyen bir ilke olarak değerlendirilmektedir (Dinç,

2008). Devletin ekonomik kalkınmada ve halkı eğitilmede oynayacağı rolleri vurgulayan Devletçilik ilkesinin yanında Laiklik ilkesi, devletin din üzerinden herhangi bir ayırım yapmamasını ve din ve devlet işlerinin birbirinden ayrılmasını ifade etmektedir. Bu bağlamda Kemalist elitler, tıpkı saltanat ve hilafetin lağvedilmesi ve resmi din maddesini anayasadan çıkarılması gibi, dinin devletten özellikle siyasi ve hukuki anlamda tamamen ayrılmasına dayanan katı bir laiklik yorumunu benimsemiştir.

Bundan öte Kemalizm'in en tartışmalı ilkelerinden biri olarak kabul edilen bu ilke, Fransız sert laiklik deneyiminden ilham almıştır. Burada bazı Yetkin gibi yazarlar (2013: 61), Kemalizm'in din-devlet ayırımının ötesine geçerek pozitivist bir bakış açısıyla dini Türkiye'nin geri kalmışlığının en önemli nedeni olarak değerlendirip kamusal alandan dışlayarak özel alanda sınırlandırmaya çalıştığını ileri sürmüştür. Son ilke olan İnkılapçılık ilkesi ise, modernleşme yolunda atılan reform adımlarını koruyarak sürekli bir gelişmenin sağlanmasını temsil etmektedir (Kayıran ve Metintaş, 2013: 581-610)

Ayrıca Kemalizm, Çeşitli dönemlerde sadece farklı isimler kazanan bir ideoloji değil, Türkiye'de devlet ile birleşerek siyasal hayatın alanını belirleyen bir düşünce sistemi haline gelmiştir (Osmanbaşıoğlu, 2017: 235). Aynı zamanda esnek yumuşak bir ideoloji olması nedeniyle bu ideoloji, zamanla birbirleriyle çatışan farklı yorumlara sahip olmuştur. Örneğin Kemalizm'i siyaset tartışmaları üstünde üçüncü bir yol olarak yorumlayanlar görmek mümkündür. Bunun yanında Kadro Hareketi gibi çeşitli dönemlerde Kemalizm'i solcu bir yorum yükleyenler akımlar bulunmaktadır (Kazancı, 2009: 41). Ayrıca 12 Eylül rejimi gibi sağcı Kemalist söylemlere sahip akımlar bulunmaktadır. Böylece Türk Siyasal hayatında tüm siyasal akımlar Kemalizm'i kendine göre yorumladığı için, Tunaya'nın tespit ettiği gibi Türkiye'de tek bir Atatürkçülük/Kemalizm olmadığı ve çeşitli Atatürkçülükler/Kemalizmler bulunduğu düşüncesi ileri sürülebilmektedir (Aktaran: Yurttaş, 2008: 73).

FEROZ AHMAD: DEMOKRASİNİN ZEMİNİNİ HAZIRLAYAN KEMALİZM

Hint kökenli Amerikalı araştırmacı Feroz Ahmad, Kemalizm-demokrasi ilişkisi üzerindeki analizini 1945 yılında gerçekleşen çok partili siyasal hayata geçiş sürecini farklı bir açıdan ele alarak başlamıştır. Bu bağlamda tek parti rejiminden rekabetçi ve çoğulcu siyasal rejime geçişi sürecinin klasik analizlerde olduğu gibi İsmet İnönü'nün siyasal öngörüsünden veya İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra oluşan tehlikeli dış etkenlerden kaynaklanmadığını vurgulayarak ileri sürmüştür. Bunun aksine demokrasinin ve çok partili siyasal rejiminin “ipuçları bizzat Kemalizm'in içinde” olduğunu savunmuş ve bu geçişin Kemalist ideolojinin temel hedeflerine bağlayarak Kemalizm'in yaptığı reformlar ve izlediği politikalar aracılığıyla uzun vadede demokratik bir rejim kurmayı hedeflediğini vurgulamıştır (Ahmad, 2019: 195).

Aynı zamanda cumhuriyetin kuruluş dönemindeki tehlikeli iç ve dış şartlar çerçevesinde yeni devletin korunmasını öncelik tutarak hemen demokratik bir sistemin benimsenmesi “acelecilik” olarak görmüştür. Böylece Ahmad, Kemalizm'in egemen olduğu tek parti döneminde biçimsel demokrasinin özelliklerinin neredeyse hiç olmamasına rağmen bu ideolojinin demokratik bir yönelime sahip olup olmadığı sorusuna “ihtiyatlı bir evet” cevabını vermiştir. Bu cevabını açıklamak için yazar, Kemalist Batıcı, modernleşmeci, pozitivist ve ilerlemeci söylemleri vurgulayarak Kemalizm'in Türkiye'yi gelişmiş Batılı ülkeler seviyesi olan “muasır medeniyetler” seviyesine, dolayısıyla kapitalist ve demokratik bir düzeye yükseltmeyi amaçlayan bir geçiş ideolojisi ve rejimi olduğu gerekçesini sunmuştur (Ahmad, 2019: 196-197).

Bu bağlamda Kemalizm-demokrasi ilişkisini kapitalizm, burjuva devrimi ve sınıflaşma süreci gibi kavramlar üzerinden incelemeye çalışmıştır. Karşı devrim dalgalarına direnmek adına uygulanan Taktiri Sükûn Kanunu ve tek parti rejimi gibi Kemalizm'in anti-demokratik uygulamalarına devleti koruma bağlamında anlayışla bakan Ahmad, Kemalizm'i itihatçıların milli burjuva yaratma politikasını devam ettirerek Türkiye'de "burjuva devriminin öncüsü" olan bir ideoloji olarak ele almıştır. Bu anlamda Kemalizm'in “milliyetçiliğin ve demokrasinin önemli rol oynayacağı bir burjuva devrimini” gerçekleştirmeye çalıştığını ve bu sürecin

aslında Kemalist ideolojideki en önemli demokratik unsurlarını barındırdığını ileri sürmüştür (Ahmad, 2019: 196).

Bu anlamda Ahmad, Kemalist söylemdeki Batıcılık ve modernleşme vurguları aslında kapitalist bir düzeni ve dolayısıyla sonunda demokratik bir sistemi kurma anlamına geldiğini savunmuştur. Zira yazar, o dönemde ekonomik zayıflık ile siyasal istikrarsızlık arasındaki ilişkiyi vurgulayarak ekonomik sorunları çözecek kapitalist sistemi geliştirerek Kemalizm'in siyasal istikrarın sağlanacağı ve dolayısıyla demokrasinin kurulmasına yol açılacağı düşüncesiyle hareket ettiğini savunmuştur. Bu analizden yola çıkarak yazar, demokrasinin "tanım gereği rekabetçi olan kapitalizme özgü bir siyasal örgütlenme yöntemi" olduğunu ve dolayısıyla Kemalistlerin demokrasiyi kapitalizmin siyasal ve idari yansıması olduğunu düşündüklerini ileri sürmüştür. Böylece Kemalistlerin gözünde "kapitalizm ile bağdaşan tek siyasal rejimin rekabetçi parlamenter sistem" olduğunu dile getiren yazar, Kemalizm'in burjuva devrimi ile demokrasiye geçiş için uygun altyapı koşullarını sağlamaya çalıştığını ve bu nedenle Türkiye'de önce kapitalist sistemi kurmak istediklerini vurgulamıştır (Ahmad, 2019: 197-198).

Aynı zamanda Ahmad, Mustafa Kemal'in Sovyetler Birliği Türkiye elçisi olan Semyon İ. Aralov'a hitaben söylediği "Türkiye'de sınıflar yok (...) gelişmiş bir sanayi olmadığı için işçi sınıfı da yok. Bizim burjuvazimizi ise henüz burjuva sınıfı haline getirmek gerekiyor." alıntısını aktararak o dönemin Türkiye'deki sınıflaşma bağlamında yaşanan duruma değinmiştir (Ahmad, 2019: 203). Ayrıca Kemalizm'in benimsediği halk anlayışının "çeşitli toplumsal güçlerin eski rejime karşı birliğini" temsil eden Fransız İhtilali'nin üçüncü sınıf (Tiers État) anlayışına yakın olduğunu ileri sürerek Kemalizm ile Fransız İhtilali arasında bağlantı kuran yazar, Fransa ve Fransız İhtilali örneğinde olduğu gibi Türkiye'de liderliği alacak olgunlaşmış bir burjuva sınıfı olmadığını vurgulamıştır.

Bundan dolayı Ahmad, bir seçkin grubu olarak Kemalistlerin bir burjuva devrimi yoluyla burjuva sınıfını yaratma ve sınıflaşma sürecinin gelişmesini sağlama görevlerini üstlendiklerini ileri sürmüştür. Aynı zamanda yazar, Kemalistlerin "siyasal demokrasinin Avrupa'daki burjuva devriminin zorunlu bir parçası olduğunu ve aynı sürecin Türkiye'de de tekrarlanması gerektiğine" inandıklarını savunmuştur (Ahmad, 2019: 200-202). Bu bağlamda yazar, Kemalizm'in "tüm sınıf çıkarlarından özerk" bir toplum hedefini aslında benimsemeyip sınıfları ortadan kaldırmak istemediğini ve tam aksine eski rejimden kaynaklanan ve sınıflaşma sürecini engelleyen duvarları yıkıp aşarak Türkiye'de sınıfların gelişmesine yol açmak olduğunu vurgulamıştır (Ahmad, 2019: 204). Böylece burjuva devriminin başlatılması ve bu sürecin sonunda çoğulcu siyasete yol açılması için gerekli tüm şartları hazırlamak Kemalistlerin tarihsel görevleri arasında değerlendirilmiştir.

Bunula birlikte yazar, o dönemde İran gibi farklı komşu ve yakın ülkelerde uygulanan askeri diktatörlük rejimlerinin kısa vadede daha kolay bir seçenek olmasına rağmen bir geçiş rejimi niteliğini taşımadığından dolayı Türkiye'de uygulanmadığını savunmuştur. Aynı zamanda bu tespitten yola çıkarak Ahmad, Kemalizm'in tek parti döneminde demokrasi için hazırlayıcı rolünü kanıtlamaya çalışmıştır. Bu bağlamda Atatürk'ün İttihatçılar döneminde yaşanan siyasetin askerileşme sürecinden ders çıkararak "ya üniforma ya siyaset" şeklinde bir formül ile orduyu siyasetin dışında tutmakta kararlılık gösterdiğini savunmuştur. Ayrıca yazar, benzersiz olduğunu savunduğu bu kesin siyaset-ordu ayırımına Kemalist rejimin tek parti döneminde iş başında olan aktif askerlerin seçimlerde oy kullanma hakkını tanımamasını örnek göstermiştir.

Aynı zamanda Kemalist ideolojinin "halk" ve "millet" vurgusuna işaret ederek demokrasinin kitlesel katılım şartının milli mücadelenin başlangıcından beri "Kemalizm'in ayrılmaz bir parçası" olduğunu ve her zaman vurgulanan önemli bir husus olarak algılandığını ileri sürmüştür (Ahmad, 2019: 199). Bununla birlikte Ahmad, Kemalizm'in bir hazırlayıcı rejim olup demokratik bir rejim olmamasına rağmen yargı sistemi ve ideolojik söylemi açısından liberal bir rejim olduğunu ileri sürmüştür.

Özellikle 1929 buhranından sonra dünyada yayılan ve 1930'lu yıllarda ciddi bir şekilde yükselen aşırı milliyetçi ve devletçi söylemlerle Kemalistlerin gözünde demokrasi ve liberalizmin itibarı sarsılmaya başladığını belirtmiştir. Zira Kemalizm'in Faşizm, Nazizm ve Komünizm gibi ideolojilerin yükselmesinden etkilendiğini ve Cumhuriyet Halk Partisinde (CHP) bir kanadın bu ideolojilere ilgi göstermeye başladığını dile getiren yazar, Komünizm'in evrenselciliği ve din düşmanlığı nedeniyle Türkiye'de mümkün olmadığını ve faşizmin milliyetçi ve yurtsever niteliği sayesinde Kemalizm'e daha yakın olduğunu belirtmiştir (Ahmad, 2019: 207).

Bu bağlamda söz konusu dönemde parti içinde şiddetle çatışan tek parti yönetimini ve devletçiliği temsil eden dönemin Parti Genel Sekreteri Recep Peker ve takipçileri ile özel sektörü ve liberal ilkeleri savunan Celal Bayar ve İş Bankası çevresi olmak üzere iki grup olduğunu açıklamıştır. Aynı zamanda Kemalizm'in 1930'lu yıllarda partinin devletle birleştiği ve ideolojinin sadece partiden geldiği faşist bir yön aldığı dile getiren yazar, 1936 yılında Atatürk'ün Recep Peker'i Genel Sekreterlik makamından azletmesi gibi önlemler ile rejimin "faşist rengini" değiştirmeye çalıştığını ve dengeyi parti içindeki liberal kanadın lehine çevirdiğini savunmuştur (Ahmad, 2019: 214).

Kemalistlerin bazı faşist ve komünist uygulamaların taklit ettiğini ileri süren Ahmad, hukukun üstünlüğü, anayasal devlet, eşitlik, rasyonalizm, uygarlığın evrenselciliği ve bireycilik gibi liberal ilkeleri reddetmediği için Kemalizm'in hiçbir zaman tam anlamıyla faşist veya komünist bir rejim olmadığını vurgulamıştır. Aynı zamanda yazar, Kemalizm'in uygarlığın evrenselciliği kabul etmesi, sömürgeye karşı bir başkaldırı ve üçüncü dünya ülkeleri için uygun bir örnek olması gibi farklı nedenlerle özellikle faşizmden farklı olduğunu savunmuştur (Ahmad, 2019: 209-210). Bu anlamda yazar, Kemalizm'in demokrasi için uygun şartları hazırlamak adına devleti toplum karşısında topyekûn modernleşmeyi tesis edecek gerçek güç olarak kullandığını ve hazırlık sürecinin doğuracağı modernleşmiş rasyonel toplum ortaya çıkıncaya kadar rejimin demokratikleşmesini ertelediğini vurgulamıştır. Aynı zamanda yazar, Kemalizm'in sınıf çatışmasının olmadığı bir toplumu yaratma çabasının aslında burjuva devrimini gerçekleştirecek burjuva sınıfının doğmasını engelleyemediğini ileri sürmüştür (Ahmad, 2019: 211).

Böylece Ahmad, Kemalizm'in bir geçiş rejimi olmasını göz önüne bulundurarak Kemalizm-demokrasi ilişkisine olumlu bakmış ve bu ilişki üzerindeki analizini tarihselci sınıfsal ve yapısal bir temele oturtmuştur. Bu anlamda Ahmad, Kemalizm-demokrasi ilişkisini vesayet ideolojisi analizi üzerinden değerlendiren Ergün Özbudun ve Tarık Zafer Tunaya ile geçici aşkın devlet analizi üzerinden ele alan Metin Heper gibi farklı yazarlara katılarak öncülük ve öncü ideoloji analizi üzerinden tek parti rejiminin geçiciliğini ve Kemalizm'in demokrasiye hazırlayıcı bir rol oynadığını savunmuştur.

LEVENT KÖKER: KEMALİZM'İN DEMOKRASİ HAZIRLAYICI ROLÜ SAVINA BİR REDDİYE

Sonradan kitaplaştırılan 1987 yılında tamamladığı doktora tezi ve farklı makaleleri ile Kemalizm-demokrasi ilişkisini eleştirel bir analizle ele almaya çalışan Köker, kapsamlı bir teorik analiz yaptıktan sonra bu alanda gelenekselleşmiş analizleri ciddi bir şekilde eleştirerek Kemalizm'in demokrasi tasavvurunu incelemiştir. Aynı zamanda yazar, siyasal gelişme, demokrasi, modernleşme ve popülizm gibi farklı kavram ve teorileri ayrıntılı bir şekilde inceleyerek Kemalizm-demokrasi ilişkisi üzerindeki eleştirisine ve analizine sağlam bir zemin hazırlamıştır. Kemalizm'in Türkiye'de toplumsal gelişimi etkileyen "özerk bir güç" olduğunu savunan Köker, özellikle halkçılık ve devletçilik gibi Kemalizm'in ideolojik öğelerini detaylı bir şekilde ele almış ve Kemalizm-demokrasi ilişkisini yeniden değerlendirmeye ve yorumlamaya çalışmıştır (Köker, 2007: 9).

Ayrıca Köker, Kemalizm'in ekonomik anlamda gelişmiş sanayileşmeyi ve hukuki-sosyal anlamda Batılılaşmayı gerçekleştirmeye çalışması konusunda açık ve net bir tavır gösterdiğini vurgulamış ancak bunun aksine siyasal anlamda cumhuriyetçilik söyleminin dışında amaçlarının "yeterince açık olmadığını" ileri sürmüştür. Aynı zamanda yazar, Özbudun, Tunaya, Heper ve Ahmad örneklerinde olduğu gibi siyasal

hedefler bağlamında Kemalistlerin aslında önce gerekli tüm reform süreçlerini tamamlamayı hedefleyen geçici bir tek parti rejimi kurduktan sonra Batı tarzı bir demokrasi yerleştirmeye çalıştıkları akademik alanda yaygın düşünceyi Batı hayranlığı temelinde ortaya çıkan bir kanaat olduğunu ileri sürmüştür. Ayrıca Köker, “kendi sonunu kendisi hazırlayan” geçici bir rejim gibi farklı gerekçelerle vesayet/öncülük görüşünün aslında bu süreç içinde otoriter uygulamaları meşrulaştırmaya ve savunmaya çalıştığını ileri sürmüştür (Köker, 2007: 211-215).

Buna ilaveten "Muasır medeniyetler seviyesi" kavramını tartışmaya açan Köker, söz konusu kavramın dışarıdan belli bir toplum modelini hedef almış gibi gözükse de o dönemde (1930'lı yıllarda) içeriden ütöpik bir hedef olarak görüldüğünü ileri sürmüştür. Zira vesayet analizlerin Batı modelini hiç eleştirmeden bir bütün olarak ele alındığını savunan yazar, "Muasır medeniyetler seviyesi" kavramını içerik açısından altı ok ilkeleri gibi Kemalizm'in farklı düşünceleri ve uygulamaları ile açıklanması durumunda Kemalistlerin "mantıksal olarak olanaksız bir görev" üstlendiklerini savunmuştur (Köker, 2007: 218-220).

Kemalizm'in ideolojik resmiyet ve netlik kazanmasının Tek Parti rejiminin güçlenmesi dönemine denk geldiğine ve bunun tesadüf olmadığına dikkat çeken yazar, Türkiye'de ancak Kemalizm çizdiği sınırlar içinde siyasetin ve muhalefetin varlığına müsaade edildiğini söylemek “abartılı bir değerlendirme olmadığını” iler sürerek Türkiye'de demokrasi sorunlarının incelenmesinde Kemalizm'in önemine dikkat çekmiştir. Bununla birlikte Köker, Kemalizm'in benimsediği modernleşme hedefinin siyasal ve kültürel bağlamda demokrasi söylemine sahip olmasına rağmen ifade ve örgütlenme özgürlükleri başta olmak üzere demokrasinin temel şartlarını ve unsurlarını kısıtlayan engelleri meşrulaştırdığını vurgulamıştır. Kemalizm'i inceleyen çalışmaların metodolojik tartışmalarının “pozitivizm ile pozitivist olmayan metodoloji anlayışları” arasında kaldığını belirten yazar, Türkiye'deki demokratik siyasal süreç içerisinde Kemalizm'in çizdiği sınırların aşılmasını “devlete yönelik bir tehdit gibi” algılandığını ve “devletin toplum üzerindeki gözetleyici, yönlendirici, müdahaleci rolün” pekiştirdiğini ileri sürmüştür (Köker, 2009: 97-101).

Kemalizm-demokrasi analizini yaparken Kemalizm ile modernleşme teorisi arasındaki ilişkiyi vurgulamıştır. Modernleşme teorisinin Batı dışı ülkelerdeki modernleşme süreçlerini analiz etmek için ortaya koyulmuş bir teori olduğunu belirten Köker, modernleşme teorisinin Kemalizm'den çok sonra çıkmış olmasına rağmen ikisinin özellikle demokrasiye bakışı bağlamında “örtüşen bir içeriğe sahip” olduklarını savunmuştur. Bu anlamda yazar, söz konusu teorisinin Batılı örgütlenme sistemini (demokrasiyi) diğer ülkelerin benimsemesi gereken nihai toplum şekli olarak sunduğunu ve bu bakımdan özellikle ağır basan Batıcılığıyla Kemalizm'in “modernleşme teorisinin Türkiye'deki izdüşümü gibi” görüldüğünü savunmuştur. Modernleşme teorisinin dünyadaki tüm modernleşme süreçlerinin açıklayabildiğini iddia ettiği evrensellik tezini eleştiren Köker, bu evrensellik tezinin altında Batı'nın bir ideal tip haline dönüştürülüp varılabilen son gelişim noktası olduğu ve dolayısıyla Batı'nın tüm diğer milletler karşısında daha ileriye ile daha demokratik olanı temsil ettiği düşüncesinin yattığını vurgulamıştır (Köker, 2009: 106).

Aynı zamanda yazar, modernleşme teorisinin modernliğe geçiş sırasında batı dışı ülkelerde görülen otoriter rejimlerin demokrasiyi yerleştirmeye çalışan rejimler olarak değerlendirdiğini savunarak bu teorisinin modernleşmenin ve dolayısıyla Batılı demokrasinin yerleştirilmesi için “siyasal otoriterliğin kaçınılmaz” olduğunu savunduğunu ileri sürmüştür. Bu bağlamda modernleşme teorisinin “etnosentrik ve teleolojik” özellikler barındırdığını savunan yazar, söz konusu teorisinin Kemalizm örneğinde olduğu gibi modernleşme için ilk başta demokrasiye değil, sistemin inşasına ve istikrarına öncelik verdiğini vurgulamıştır. Bununla birlikte Köker, Kemalizm'in devletçi ekonomik kalkınma ile merkezîyetçi pozitivist eğitim gibi İttihatçılıktan miras aldığı modernleşme politikalarına dayandığını ve modernleşme teorisinde olduğu gibi bu hazırlayıcı uygulamaların demokrasi karşısında ön plana yerleştirdiğini açıklamıştır. Bu anlamda Köker (2009: 107), Kemalizm-demokrasi ilişkisini Kemalizm'in “tarihin sonu” olan Batılı demokrasi sistemine hazırlayıcı bir vesayet veya öncülük rejimi olduğu görüşünün altında modernleşme teorisinin yattığını ve bu

görüşün aslında sonradan uyarlanmış bir “ex post facto açıklama” olduğunu tespit etmiştir (Köker, 2007: 220).

Aynı zamanda Köker, Batı'nın uzun ve aşamalı modernleşme sürecine sahip olamayan Türkiye gibi ülkelerde ekonomik, kültürel, siyasal ve sosyal modernleşme sürecini daha kısa bir süre içinde tamamlamak için modernleşme teorisinin otoriter politikalara meşruluk kazandırdığı sunucunu çıkarmıştır. Buna göre de Kemalizm-demokrasi ilişkisini analiz ederken yazar, modernleşme/vesayet/öncülük analizlerinin aksine Kemalist ideolojinin son amacının demokratikleşme olduğu tezinin “ikna edici olmaktan uzak” olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda yazar, Kemalizm'in özellikle 1930'lu yıllarda Türkiye'de devletçilik ilkesiyle sınıf çatışmasının ve kapitalizmin meydana getirdiği bölünmelerin olmadığı bir toplumu yaratmak istediğini ve böylece devletin toplumda sınıfsızlık durumunu sürdürme görevini üstlenip “demokrasiye gerek bulunmadığı dayanışmacı bir toplum” tesis etmeye çalıştığını ileri sürmüştür (Köker, 2009: 108). Böylece Köker, siyasal bölünmenin (partilerin) varlığını toplumda çatışan sınıfların varlığına bağlayan ve sınıfsız bir toplum isteyen orijinal Kemalist bakışa dayanarak Türkiye'de gerekli tüm reformlar yapıldıktan sonra Kemalizm'in demokrasi hedefini benimsediği yorumunun “tarihi-fikri zeminden yoksun” olduğunu vurgulamıştır. (Köker, 2009: 109).

Ayrıca devletçiliğin merkezi devlete hayatın tüm alanlarında sağladığı güçlü kontrol olanaklarına dikkat çeken Köker, Kemalizm-demokrasi ilişkisi bağlamında devletçiliğin ekonomik boyutunun siyasal ve kültürel boyutlarını analiz etmeye engel olmaması gerektiğini ileri sürmüştür. Bu anlamda yazar, ekonomik anlamda sınıf çatışmasını önleme ve eğitim üzerinden siyasal-kültürel anlamda Kemalizm için uygun vatandaşlar yetiştirme hedeflerini benimseyen devletçilik gibi o dönemde fazlasıyla kullanılan Kemalizm'in kontrol mekanizmalarının “otoriterliğin kalıcılığının haklılaştırıcı zeminini” hazırlayarak anti-demokratik bir şekilde kullanıldığını ifade etmiştir (Köker, 2009: 110-111). Bununla birlikte yazar, Kemalizm'in siyasal temsil, katılım ve çoğulculuk gibi demokratik değerler taşıyan halkçılık ilkesini “halk için halka rağmen” gibi seçkin bir formül ile devletin hizmetinde yeniden yorumlayarak demokratik içeriğinin yok edildiğini ve seçkinlerin halk üzerindeki dayatma gücünü artırarak demokrasiyi zayıflattığını savunmuştur.

Bu anlamda 1930'lu yıllarda başta olmak üzere Kemalist dönemde TBMM'nin sembolik ve biçimsel bir nitelikte varlığını sürdürdüğünü vurgulayan yazar, TBMM'nin bu niteliğinin demokratik değerlerin pekiştirilmesine değil, halka karşı merkezi devletin güçlendirilmesine zemin hazırladığını savunmuştur (Köker, 2007: 138-139). Ayrıca Köker, tek parti rejiminin kendi sonunu kendisi getirecek savını reddederek halkçılık ve devletçilik gibi ilkelerin Kemalist yorumuyla çoğulcu “Batılı demokrasiye izin vermeyi güçleştiren kalıcı öğeler” olduğunu savunmuştur. Böylece yazar, altı ok ilkelerinin Kemalist yorumunun merkeziyetçi devletin güçlendirilmesi uğruna demokratikleşme, siyasal katılım ve bireysel özgürlükler gibi demokratik değerleri “konjonktürel dalgalanmalara tâbi ikincil bir konumda” yerleştirdiğini ileri sürmüştür (Köker, 2007: 236).

Ancak Köker'in Kemalizm-demokrasi ilişkisi üzerinde yaptığı analiz en önemli tespitlerden bir tanesi Kemalist pozitivism anlayışının 19. yüzyıl pozitivismi olduğu tespittir. Bu bağlamda vesayet/öncülük düşüncelerini benimseyen araştırmacıların aksine Köker, İttihatçılık üzerinden Kemalizm'e taşınan pozitivismin 19. yüzyılda yaygınlaşan ve seçkin merkeziyetçi bir devlete öncelik vererek modernleşme düşüncesini otoriter ve anti-demokratik temeller üzerinde inşa eden bir anlayış olduğunu ileri sürmüştür. Bununla birlikte yazar, Kemalizm'in tevarüs ettiği demokrasi düşüncesinin o dönemde “evrensel bir ideal niteliğinde olmadığını” vurgulayarak "demokrasi korkusunun" yaygınlaştığı 19. yüzyılın Batı'sından etkilendiğini açıklamıştır. Böylece Köker, vesayet/öncülük düşünürlerinin anlattığı gibi Kemalizm'in Batı tarzı bir demokratik sistemi ideal ve nihai bir amaç olarak benimsediğini iddia etmek “kolay olmadığını” ileri sürmüştür (Köker, 2007: 234-235).

Kemalizm'in, demokrasi ile belirlenmesi gereken milli iradenin temsilciliğini, seçkin bir grubun tekeline verdiğini belirten Köker, demokrasinin her zaman merkeziyetçi güçlü sistemlerle değil, katılımın geniş olduğu ademi-merkeziyetçi sistemlerle daha uyumlu olduğunu savunmuştur. Aynı zamanda Şerif Mardin'in merkez-çevre terminolojisini kullanan yazar, demokrasinin gelişmesi için sadece merkezden çevreye değil, aynı zamanda "çevreden merkeze doğru gelen etkilerinin artması" gerektiğini savunmuştur. Bunun aksine Köker, "muasır medeniyetler seviyesi" ülküsünde içselleştirilmiş pozitivizm-milliyetçilik-devletçilik anlayışının Kemalistlerin devam ettirdiği Osmanlı-Türk modernleşme serüveni boyunca miras alınmış otoriter ve merkeziyetçi geleneklerin merkezden çevreye doğru dayatmacı bir siyasal süreç doğurduğunu vurgulamıştır (Köker, 2007: 224-225).

Bu bağlamda Köker'e göre Kemalizm-demokrasi ilişkisinin aslında üç temel noktada özetlenebileceğini savunmuştur. Buna göre birinci nokta, demokrasinin sosyal ve sınıfsal farklılıklara dayanan bir anlayış olması ancak Kemalizm'in sınıf çatışmasının olmadığı dayanışmacı bir toplum ideali benimsemesidir. İkinci nokta, Kemalizm'in hayal ettiği gelecek içerisinde Kemalist seçkinlerin demokrasinin sistem içinde bir öge bulunmasına izin verebileceğini ancak bu demokrasi formunun siyasal çatışmaya değil, dayanışmacı bir toplum anlayışına ve kutsal bir unsur olarak görülen "milli devlet" düşüncesine bağlı ikincil bir konumda olacağını belirtmiştir. Üçüncü nokta ise yazar, Kemalizm-demokrasi ilişkisinin bir takım vesayetçi özellikler barındırması nedeniyle vesayet ideolojisi ve rejiminin demokratikleşme sürecini kolaylaştırmaktansa daha fazla zorlaştırdığını ileri sürmüştür. Zira vesayet ideolojisi ve rejimi çerçevesinde demokrasiye geçişin nasıl ve ne zaman uygun olabileceği konusu sadece ve sadece vesayetçi seçkinler tarafından belirlenebilmektedir (Köker, 2007: 228-229).

Bu anlamda Köker, bir geçiş ideolojisi ve rejimi olarak Kemalizm'i ele almanın "pek yerinde olmadığını" savunarak bu değerlendirmenin Kemalizm'i ve çok partili hayata geçişi modernleşme teorine göre "açıklama" çabasının bir sonucu olarak meydana geldiğini ileri sürmüştür. Aynı zamanda yazar, Türkiye örneğini Batı standartlarına göre yorumlamak gibi ön hedefleri olan bu açıklama çabasının Kemalist ideolojiyi ve rejimi "anlamakta yetersiz kaldığını" ve Kemalizm'i ortaya çıktığı dönem itibarıyla ele alındığında "geçiş ideolojisi olmaktan daha farklı boyutları olan bir ideoloji" olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Köker, Batı tarzında bir demokrasiyi yaratmakta görece bir başarı sağlayan çok partili siyasete geçiş sürecinin aslında Kemalizm'in vesayetçi ve öncü politikalarının bir sonucu olmadığını belirtmiştir. Zira yazar, bu sürecin Kemalist seçkinler arasında yaşanan çatışma ve zamanla yol açtığı "iktidarı ele geçirmek için topluma dayanma zorunluluğu" açısından incelenmesi gerektiğini savunmuştur (Köker, 2007: 235-237).

KARŞILAŞTIRMA VE SONUÇ

Kemalizm-demokrasi ilişkisinin incelenmesi, uzun yıllar boyunca Türkiye siyasetini ve demokrasi deneyimini anlamak adına çokça analiz edilen bir konu niteliğindedir. Zira Türkiye'de devletin kurucu ideolojisi olduğundan dolayı Kemalizm'in benimsediği farklı ilkeler ve izlediği çeşitli politikalar, bugüne kadar ülkenin ekonomik, sosyal, yönetsel ve siyasal kültürü üzerinde çok fazla önemli izler bırakmıştır. Bu bağlamda farklı yorumlara yol açan Kemalizm'in demokrasi tasavvurunun belirsizliği, aslında demokrasinin Kemalist düşüncenin resmi temel ilkeleri arasında açık bir şekilde bulunmadığından kaynaklandığını söylemek mümkündür. Aynı zamanda Batılı ve çoğulcu bir olgu olan demokrasiyi hem Batıcılığı hem de seçkinciliği barındıran Kemalist modernleşme düşüncesi açısından değerlendirmek zor bir süreçtir.

Bu nedenle elinizdeki çalışmada, ele alınan ve farklı görüşler benimseyen iki analiz aslında akademideki Kemalizm-demokrasi analizlerinin genel portresini çizmektedir. Bir taraftan Kemalizm'in demokrasi için hazırlayıcı bir rol oynadığını ileri süren gelenekselleşmiş akımdan gelen Ahmad varken diğer taraftan demokrasinin Kemalizm için nihai bir amaç olmadığını savunarak eleştirel yeni bir analiz sunmaya çalışan Köker bulunmaktadır. Böylece çalışmada, Kemalizm'in ideolojik ve tarihsel gelişimini incelendikten sonra

Kemalizm-demokrasi analizini yapısal ve sınıfsal öncülük kavramı üzerinde temellendiren Ahmad ile Kemalizm-demokrasi analizini modernleşme teorisi eleştirisine dayanan ve gelenekselleşmiş öncülük ve vesayet analizlerine yaptığı eleştirilere temellendiren Köker olmak üzere iki isme odaklanmıştır.

Şimdi ise bu iki farklı ve hatta zıt analizi karşılaştırmalı bir şekilde ele alınacaktır. Bu karşılaştırmayı yaparken Köker'in kendi analizini sunmak için öncelikle modernleşme teorisi reddederek Ahmad gibi demokrasinin hazırlayıcısı olarak Kemalizm'i ele alan analizleri hem teorik hem de tarihsel anlamda ciddi bir şekilde eleştirdiği konusunun altını çizilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda Köker, Ahmad'ın sınıflaşma, kapitalizmin geliştirilmesi ve burjuva devrimi gibi kavramlar üzerinde inşa ettiği öncülük tezinin aslında modernleşme teorisinin taşıdığı etnosentrik özellikler barındırdığını ileri sürmüştür. Zira Köker'e göre (2007: 218) Ahmad'ın Kemalizm-demokrasi analizi "sınıflaşmamış ve bu nedenle değişmeyip durağan kalan geri toplumlar (Doğu) ile sınıflaşmış ve dolayısıyla dinamik olan ileri toplumlar (Batı) ikiliğini" temel alan "oryantalist" bir değerlendirme olduğunu savunmuştur. Bununla birlikte Köker, Kemalizm'i temel olarak 1930'lu yıllarda olgunlaşan siyasal ve tarihi çerçevesi içerisinde kendi döneminde analiz ederken Ahmad, böyle bir vurgu yapmamakla birlikte farklı bir dönemin anlayışlarıyla geriye doğru bakma gözüyle analiz etmiştir.

Aynı zamanda Ahmad, Kemalist ideolojinin ilkelerini tarihselci içerik analizi yöntemi ile özellikle ana metinler üzerinden ele alırken Köker, pozitivizm, Batıcılık, dayanışmacılık, devletçilik ve halkçılık gibi Kemalizm'in düşünsel altyapısını oluşturan kavramları teorik gelişimini derin bir şekilde ele aldıktan sonra Kemalist dönemin şartlarını göz önüne koyarak analizini yapmıştır. Ayrıca Köker, Kemalizm'in devletçilik gibi politikalarla hedeflediği sınıfsız dayanışmacı bir toplum yaratma ülküsünü kendi analizinde önemli bir yere yerleştirerek Kemalizm-demokrasi olumlu analizinin temel ret nedenlerinden yapmışken Ahmad, pratikte Kemalizm'in burjuva sınıfının doğmasını engelleyecek hiçbir şey yapmadığını ileri sürerek Kemalizm-demokrasi bağlamında sınıfsızlık konusu üzerinde fazla durmamıştır.

Buna İlaveten Ahmad, Kemalizm'in benimsediği pozitivizm anlayışını demokratik Batılı bir sisteme zemin hazırladığını savunurken Köker, Kemalist pozitivizmin aslında demokrasiye göre milli birlik ve devlet varlığı gibi kavramları öncelikli tutan 19. yüzyılın pozitivizm anlayışı olduğunu belirterek vesayet ile öncülük analizlerini reddetmiştir. Bu anlamda Feroz Ahmad'ın Kemalizm ile ilgili sunduğu önemli tespitlere rağmen bu çalışmada ele alınan Kemalizm-demokrasi ilişkisi bağlamında Levent Köker'in sunduğu farklı ve yeni analiz çerçevesi Ahmad'ın da temsilcilerinden olduğu analiz ekolüne önemli eleştiriler yönelterek tutarlı bir ret tezi sunmuş olduğunu söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (2019). İttihatçılıktan Kemalizme. (Çev. F. Berktaş). İstanbul: Kaynak Yayınları (1985).
- Albayrak, M. (2010). Kemalizmin Düşünsel Temelleri ve Tarihsel Oluşumu. Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 26 (77), 307-344.
- Beriş, H. (2006). Kemalist Devrimden Muhafazakâr Kemalizme. Liberal Düşünce Dergisi, (34), 49-58.
- Bora, T. (2017). Cereyanlar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çiftçi, A. (2020). "Ahmet Rıza Pozitivizminin Cumhuriyet Dönemi Politikalarına Etki Eden Yönleri", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 6 (38): 2324-2340.
- Çoban Balcı, A. (2016). Modernleşme, Kemalizm ve Resmi İdeoloji Üzerine Tartışmalar. Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (2), 81-99.
- Diñç, S. (2008). Atatürkçü Düşünce Sistemine Göre Milliyetçilik İlkesi. http://turkoloji.cu.edu.tr/ATATURK/arastirmalar/sait_dinc_hasan_ali_yucel.pdf (Erişim Tarihi 02. 11. 2022).

- Erşan, M. (2006). Mustafa Kemal Atatürk'ün Batılılaşma Hakkındaki Düşünceleri. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 8, s. 39-49.
- Gülşen Kaya Osmanbaşıoğlu. (2017). Kemalizmin Üç Yorumu: Katı, Sıvı ve Gaz Kemalizmler. Beytulhikme An International Journal of Philosophy. 7 (2) 233-255.
- İnan, S. (2004). Atatürkçülük (Kemalizm) ve İdeoloji. Liberal Düşünce (CHP ve Kemalizm), (36), 109-116.
- Kayıran, M. ve Metintaş, M. (2013). Atatürkçü düşünce sistemi: Atatürkçülük Kemalizm. Atatürk Yolu Dergisi, 13 (51), 579-615.
- Kazancı, M. (2009). Özgün ve Yerli Bir Hareket Olarak Kadro ve İdeolojisi. Tarih Okulu Dergisi, 2009 (III), 41-58.
- Kışlalı, A. T. (1997). Kemalizm, Laiklik ve Demokrasi. Ankara: İmge.
- Köker, L. (2007). Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Köker, L. (2009). Kemalizm/Atatürkçülük: Modernleşme, Devlet ve Demokrasi. T. Bora ve M. Gültekingil (Der.) Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm (İkinci Cilt) içinde (97-111). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Şerif. (1969). Din ve İdeoloji. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Öztürk, O. (2013). Kemalizm, İdeoloji ve Hegemonya: Kuramsal Bir İnceleme. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Şahin, M. (2010). E.J. Zürcher'in "Milli Mücadele'de İttihatçılık" Kitabı Üzerine Eleştirel Bir Çözümleme Türk Çağdaşlaşmasında Kemalist Dönem; Süreklilik Mi, Kırılma Mı?. Folklor/Edebiyat, 16 (64), 271-284.
- Yetkin, A. (2013). Kemalizm ve Düzenin Laikleştirilmesi: Teorik Bir Bakış. Atatürk Dergisi, 2 (1), 57-82.
- Yurttaş, F. (2008). Kemalizm ve Demokrasi Üzerine Bir Değerlendirme. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, (2), 70-84.



Social Gender Construction Under the Effect of Visual Culture and Its Manifestation in Graphic Design

Şebnem YAMAN

İstanbul Arel University,
Graduate Education Institute, Master Student
ssebnemcaylan@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1586-8294>

Received : 15.04.2023

Revised : 20.05.2023

Accepted : 31.05.2023

Type of Article : Research

Orhan SEVİNDİK

Responsible Author, Asst. Prof. İstanbul University-Cerrehpasa,
Vocational School of Technical Sciences, Department of Design
orhansevindik@iuc.edu.tr
<https://orcid.org/00000001-6162-7016>

Abstract

Keywords:

Culture,
Visual Culture,
Graphic Design,
Gender,
Social Gender

Culture is the collection of unwritten norms enabling people to live in harmony and order from the past to the present. Having started with images, visual communication later continued via speech and text. Despite presenting itself in a myriad of ways throughout the ages, in this age of technology, there is an increased trend towards nonverbal communication among modern people racing against time. Visual culture is how the cultural perspective that changes dependent on technology is structured via visual siege. As one bonus of visual culture, social gender perceptions shift with quick acceleration. Speed-message algorithm provided for developing mass communication tools opened the doors to visibility from producer to consumer. Graphic design tools that manage this algorithm best effectively in this age act as salient message carriers. As they manage social perception with constructed designs, they also provide space and income to the consumer.

The aim of this study is to seek an answer to the question, "What are the manifestations of visual culture reflections on the graphic design domain with its interaction on social gender?". Accordingly, eight pieces of magazine advertisement graphics analyzed via the survey model have been examined according to Van Dijk's "discourse analysis" model. Through the discourse analysis method, advertisement graphic samples studied in this research have been evaluated within the context of constructed micro and macro structures that were re-adapted in line with graphic design principles. Microstructures are analyzed according to typography and font styles, color use, and holistic construct in design, while macro structures are included in the research according to pictograms and symbols, active and passive sentence structures, and visual use. In light of the detected findings, it is suggested that advertisement graphics in hand change according to past and present-day, but in both periods, visual elements are prepared by utilizing social gender perceptions efficiently.

Görsel Kültür Etkisinde Toplumsal Cinsiyet Oluşumu ve Grafik Tasarımda Görünümü

Özet

Anahtar Kelimeler:

Kültür,
Görsel Kültür,
Grafik Tasarım,
Cinsiyet
Toplumsal Cinsiyet

Kültür geçmişten günümüze insanoğlunun belirli bir anlayış ve düzen halinde yaşamasını sağlayan yazısız anlayışlar bütünüdür. İmge ile başlayan görsel iletişim, konuşma ve yazı ile devam etmiştir. Yüzyıllar boyu farklı biçimlerde karşımıza çıksa da günümüz teknoloji çağında zamanla yarışan insanın, sözsüz iletişime meyili artmıştır. Görsel kültür; teknolojiye bağlı değişen kültür anlayışının görsel kuşatma ile biçimlendirilmesi halidir. Görsel kültürün bir getirisi olarak, toplumsal cinsiyet algıları hızlı bir ivme ile değişkenlik göstermektedir. Gelişen kitle iletişim araçları üzerinde sunulan hız-mesaj algoritması, üreticiden tüketiciye görünür olmanın kapılarını açmıştır. Günümüzde bu algoritmayı en iyi şekilde yöneten Grafik tasarım mecraları, önemli bir mesaj taşıyıcı niteliğindedir. Toplumun algısını yapılan tasarımlar sayesinde yönlendirirken, aynı zamanda tüketiciye alan ve rant sağlamaktadır.

Çalışmada "Görsel kültür yansımalarının, toplumsal cinsiyet üzerindeki etkileşimi ile birlikte grafik tasarım alanındaki görünimleri nasıldır?" sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda, tarama modeline bağlı olarak ele alınan 8 adet dergi reklam grafiği Van Dijk'ın "söylem analizi" modeline göre incelenmiştir. Araştırmada konu edilen reklam grafiği örnekleri, söylem analizi yöntemi altında grafik tasarım ilkelerine göre yeniden uyarlanarak oluşturulan mikro ve makro yapılar kapsamında değerlendirilmiştir. Mikro yapılar; tipografi ve font biçimleri, renk kullanımı, tasarımda bütünsel yapı açısından incelenirken, Makro yapılar; piktogram ve semboller, etken ve edilgen cümle yapıları, görsel kullanımı üzerinden araştırmaya konu edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda; hazırlanan reklam grafiklerinin bulunduğu döneme ait geçmiş ve günümüzde değişkenlik gösterdiği, ancak her iki dönemde de görsel unsurların toplumsal cinsiyet algısını etkin biçimde kullanarak hazırlandığı görülmektedir.

INTRODUCTION

Culture emerged as a concept enabling communities to coexist, starting prehistorically to be protected, sheltered, and cooperating in unwritten form yet helping to set organization across individuals, adhering to traditions but varying inter-cluster (Haviland et al., 2008: 102). In itself, culture possesses different norms; however, as we consider that culture holds validity across all communities over the world and we take into account the variables surfacing in the structuring of the order in a community, it is viable that the very same variables can present dissimilar sanctions in other communities (Williams, 2017). In other words, as every newborn is molded by the family s/he is born into, the community that the family belongs to, their language, moral values, and beliefs are carried into this family. This effect reaches to the last chain, namely the "identity" concept (Haviland et al., 2008: 104). Even in primitive ages of human history, the power of coexistence provided a culture to its native community through images and indicators (Gombrich, 2020: 40). An image is an indicator form that transforms abstract concepts into physical ones. Meaning implied by the image can point to, under existing conditions, direct meaning, symbolic meaning, or metaphoric meaning, but in reference to the actual situation, it acts as a directive (Albayrak, 2020: 135).

Having started with the times when men formed communities, cultural concepts, by uniting with the belief that man believes what he sees, addresses what is hidden behind traditional thoughts and also social rules that simultaneously help to build a community to understand via images that address to people's ability to see by unveiling visual culture concept and turn into an integral component of human life (İnan, 2019: 72). Humanity's struggle to transfer their self-reflection and deeds since the cave age to others paved the way for the birth of visual communication, so much so that struggle of Homo Sapiens to mold expressive visual expression helps to transfer all images to masses/societies as meta in a postmodern age that humanity reached after centuries (Haviland, 2008: 186; Paklacı, 2019: 11).

As the history of humanity progressed, culture heavily and intensely embraced visuality; emerging notions, habits, expectations, and demands from people as individual citizens or parts of a larger society inevitably led to the transformation of culture. As the modern age approached, the primary element of change became pictographic/visual technologies (Rogoff, 1998: 14; Barnard, 2002: 34). Marshall McLuhan asserts that

“Technology is Man’s Extension, “and the working mechanism of human body parts led to the model in the designation of social network connections in the present day (Altay, 2005: 18). Technology draws parallelism with the identity of its user on the level of human beings, creativity, and perceptions (Yapar-Gönenç, 2005: 26). Accordingly, humans could utilize the knowledge attained after experiences so long as their physical strength let; nevertheless, weakness emerging due to weakened physical strength could then be overcome by brain power and experience and generating the kind of technologies not calling for physical strength (Erkman, 1987: 11).

Identity is defined as; *“The sum of conditions letting a person be a certain individual, every trait related to their personality.”* Social identity is a concept that relates to a person’s unity by interacting with external dynamics and factors despite the internal dynamics of the core structure of man (Aydoğdu, 2004: 119). With its defining feature, identity displays the difference across people. The way a person’s position in the community is viewed by others also determines the way the person positions him/herself in life. The person can hold multiple identities; hence social identity forms unity according to the social environment and acts as a classification form (Ergun, 2000: 9–43). Social identity, by completing our behavior models in our native community via culture, presents relative roles to men and women through the means of gender (Lott & Maluso, 2002: 537; Aşkın, 2007). Roles are not fixed and uniform and hold the kind of approaches benefiting the community. Sense-making and perception process of people starts after knowing their inner selves. In all cultures, a person’s birth and introduction to their native community take place the way it is named. As the person is named, s/he becomes a member of the community that person is going to exist in (Haviland et al., 2008: 269).

Social gender is the product of our native community. *“Distinction between sex and social gender is determined by assigning social roles to biological men and women at birth”* (Bhasin, 2003: 7). As the person interacts with the community, the person embraces their assigned social identity and adopts social gender (Şahin, 2019: 235; Uluocak et al., 2014: 49).

The basis of the gender concepts emerged from the physical traits of women and men. While the birth-given biological nature of humans is named after the sex concept, the gender concept refers to behaviors and roles assigned by the community without considering the balance factor between men and women (Butler, 2016: 54; Scoot, 2010; Cornell, 1987: 84; Kula-Demir, 2006). Ragins and Winkel (2011) define general communities such;

“As positive emotions, women are expected to demonstrate joy, nurturance, and compassion; men are expected to demonstrate trust and pride. In terms of negative emotions, women are supposed to demonstrate fear, misery, mistrust, frailty, and confusion, whereas men are supposed to demonstrate fury, determination, and persistence” (Ragins & Winkel, 2011: 381).

Culture, visual meanings, gender, and similar concepts that are reflected in this age independently but still complementarily constitute the core arguments of modern images touching humans. For modern men who aim to reach beyond seeing but rather observe, perceive, and attain the message most quickly, these formations provide a *“global village,”* but the very same formations can also target their weakest point and change via their life standards and comfort paradigms offered by those standards (Yaman, 2021: 22).

Animals are equipped beings, whilst men are incomplete beings. Men try to complete their missing parts by trial and error since birth. Eyes are the first gates to the world. Therefore, eyes are the most appropriate means to serve their faith. In the modern age of technology, a variety of developments took place as human perceptions are likewise best detected by humans, and appropriate solutions are thus offered. In their community, people make decisions about their personal attitudes and behaviors, lifestyle, living standards, expectations, and even personal wills, thanks to the messages provided to them via visual means (Karlı, 2016; Oğuz, 2011; Nar, 2015).

In modern-day graphic design is actively used to reach humans or communities and transfer them the messages they will use in the decision-making process. The power aspired by modern men or encapsulating

all the things he wants to tell and allowing them to be felt the way he wants can exhibit itself in all the products unveiled by a graphic designer. Perceptual process management through audio or written means is undoubtedly easy to perform, but in the modern age, which is the age of believing more in what is seen as dominant forms are visual expression styles. Hence it is an indisputable fact that visuals need to be used in message transfer (Bilginer-Erdoğan, 2021; Tavin & Hausman, 2004; Sevindik et al., 2019).

As also witnessed in fictitious geometric shapes, traffic signs, architecture, art, fashion, television, press and advertisement, and many other samples, it became an excellent perception carrier by spreading to all areas of usage today. Language has different structures in all countries of the earth, while fictitious statements and visual culture products (emblems and logos, advertisements, brochures, books, magazines, etc.) are communication tools with the same language for everyone. Effectively used in modern-age visual communication and exhibiting its presence in many domains, graphic design extended its area through many concepts and situations and demonstrated its existence through different means/settings (poster, brochure, banner, mailing, etc.). Messages conveyed during perception and comprehension processes, graphic design plays a vital role in expression, and in addition to the areas it is affected, it acts as a vital factor for the area it wants to influence. Although graphic design mainly emerged to inform people on various subjects (particularly in announcing events), the effect created on people and created change has then evolved into a tool that can also be efficiently used in the formation of graphic design culture (Çitçi, 2009; Dülgeroğlu-Yavuz, 2006; Sevindik et al., 2019; Julier, 2006).

Transformation of the “social gender” concept created in the community via visual culture through the means of graphic design and the way its interaction takes place on the graphic design level constitute the aim of this study. Accordingly, in studies conducted via discourse analysis method, emerged findings are seen to be used in the formation of community and in various patterns exhibited within the context of social gender, detection of the way graphic design affects holds value in terms of locating the position of social gender in graphic design. Hence, this research is going to contribute to the existing literature on the interaction between visual culture & graphic design and its effect on the community.

METHOD

Research Model

The research method employed within the context of research to collect data is the qualitative research method. The research model, on the other hand, was set as a survey model. A survey model is a research approach that aims to describe a past or present condition in its original form. *“In survey models, **expression of goals** is generally as questions. They are such:” What was it? What is it? What is it about? and What does it consist of? etc.”* (Karasar, 2005: 77).

Within the research context, the discourse analysis method is to be employed. In discourse analysis, data are created after grounding data on varied perspectives by using a set of rules and thoughts in a specific method. Although it is not an alternative to conventional ways of thinking, it can create other perspectives and areas by integrating with many mindsets. In methodology, discourse analysis is an essential trial to skip to individually elaborated, detailed, and qualitative approaches instead of generic, theoretical, and quantitative approaches (Wood & Kroger, 2000).

Discourse analysis is a research model that emerged after the developments in psychology as a result of language multiplicity, discourse styles, and interpreting what is said. Discourse analysis is distinguished by its changeability of focus. Language's effect and acquisition act as an indicator as analyzed with respect to its impact on the perception cosmos by means of its social diversity and use of language to serve favorable inferences for the person (Elliott, 1996). Critical discourse analysis is a discourse analysis method that

foregrounds themes like power, authority, hegemony, class distinction, gender, race, ideology, discrimination, self-interest, profit, reconstruction, restoration, tradition, social construct, or social order and treating those themes as research area (Yardım & Doğruel, 2019: 137).

Data Collection and Analysis

Analyzed designs in this research mainly focus on magazine advertisement designs. Accordingly, two different sectors as, cosmetic and passenger vehicles (two-wheel and four-wheel vehicles), have been selected. Published between 1950-1979 and 1980-2023, two designs from each area have been selected from advertisement graphics in those magazines and analyzed via discourse analysis. In the research, a sum of 8 advertisement graphics has been selected and examined in accordance with the designed scale.



Visual 1: Belde Bicycles poster (1973) (www.tr.pinterest.com)



Visual 2: Docteur Renaud Paris Lipstick (1963) (www.oguztopoglu.com)



Visual 3: Nivea Creme (1970) (www.paratic.com)



Visual 4: Volkswagen (1956) (www.aircooledcommunity.com/)



Visual 5: Miss Dior Blooming Bouquet Perfume (2023) (www.johnlewis.com)



Visual 6: Cupra Formentor Car (2023) (www.issuu.com)



Visual 7: Kerastase (2023)
(www.kerastase.com.tr)



Visual 8: Opel Mokka-e (2022)
(www.opel.com.tr)

Tool Development

In the collection of data within the scope of this research, the scale of which the general framework was designed by Van Dijk has been re-adapted within the axis of graphic design (Table 1). Dijk argues that discourse is a multi-dimensional phenomenon that cannot be easily explained. That being said, discourse can be seen as a linguistic object (ex. getting in line or a sentence), action, social interaction form (ex., talk), social practice, mental symbol (meaning or opinion, etc.), interactive event or activity (parliament discussion, etc.), cultural product or even a commercial commodity (Van Dijk; 2001; Van Dijk, 2009).

Table 1: Adaptation of Van Dijk’s Discourse Analysis Model according to Graphic Design

Macro Structure	Micro Structure
Typography and Font Styles	Pictograms (sign symbol) and symbols (logo, logotype)
Use of color	Sentence Structures (Simplicity-Complexity/ Active-passive voice)
Holistic construct (In design)	Use of visuals (Photo and illustration)

The developed tool consists of two parts. The first part, “Macro Structure,” entails three subtitles “*Typography and Font Styles*,” “*Use of color*,” and “*Holistic construct (In design)*.” The second part, “*Micro Structure*,” also entails three subtitles; “*Pictogram*,” “*Sentence Structures*,” and “*Use of Visual*.”

FINDINGS

1. Sample: Belde Bicycles

Advertisement graphic (Visual 1) designed by Belde Bicycle Company in 1973 was created to promote the new model of the brand and used media was a magazine. It was a design addressing to a wide range of ages interested in sports and travel. An overall analysis reveals that emphasized points are sports, fresh air, and travel.

1.1. Analysis with respect to Macro Structure

Typography elements used in design take place in two axes. In the first axis “*The apple of our eyes is now Belde bicycles...*” statement is foregrounded by distinguishing it from all other typography elements. The text in serif-font has, in structure, bold and italic form. In order to highlight the “*BELDE*” statement, capital letters were used. The Ellipsis at the end of the sentence implies that demand is still on the rise.

In the second axis where typography is used, there exists a grouped set of text. In the text group, a hierarchical structure is built. Viewers are first asked to see the “*A brand new model by Belde: Majestic POLO*” text group and printed larger than other components of the text. Additionally, both to create a hierarchical structure and to foreground, the “*Majestic POLO*” logo was colored in red. Besides, the “*POLO*” word was printed in capital letters and identified with the “*BELDE*” word. In the second-group texts within the secondary axis, there is a subtext starting with the word “*POLO...*” and narrating the features of the promoted bicycle. Once again, by ellipsis, it is aimed to further increase the effect of these features. Ellipsis inclusion also continued in the text within the second axis.

Once we take a look at the technical writing of the texts on the secondary axis, it is observed that sans serif fonts are used. The highlighted “*A brand new model by Belde: Majestic POLO*” text group is bold, while the explanatory texts in the second group of the axis are regular, whereas bold style is used for the titles.

Once Visual One is examined in terms of color, it is seen that red, black, blue, and green colors come forward. While blue and green color stands out as the background color, red is used in similar tones in the text “*Majestic POLO,*” the shorts of the woman figure and the frame color of the bicycle, to establish a connection. Thus, women, bicycles, and brand names are associated with each other. In terms of Typography elements, the axis is the use of black Typography on white background. The brand wished and preferred to highlight the use of the new model’s name by using red on white background.

The design axis of the examined Visual one is built on asymmetrical balance. A design axis is used in Typography, where the visual occupies much more space, whereas the working plane occupies less space than the general one. Besides, it is observed that there is a hierarchy within the Typography items (especially the Typography items on the second axis). It is possible that color and size (both in terms of font size and capital letters size) are used to provide hierarchy. In the optical center of the design, the woman figure, together with the bicycle, attracted attention.

1.2. Assessment In Terms of Microstructure

It is observed that the InDesign weight is concentrated on the visual. Besides, when we scientifically examine it in terms of indicators, there are narrative indicators available in terms of pictographic indicators. While emphasizing the modern city and lifestyle embedded with its nature-sea view, there is an orientation regarding the usage areas of the product, which was introduced in the magazine under the name of “*Belde Bicycles Majestic Polo*” with the help of the positive energy stemming from the open air, the mountain, the sea and the summer season. As the second indicator, the boats and rowboats on the seascape reflect that the tools that have become essential for daily use are not “luxury” but indeed “necessity.” The “*Majestic Polo*” bicycle, which is used as a pictographic indicator, is identified with the woman visual associated with it, which arouses interest and curiosity on the part of the people curious by directing the emotions of desire and aspiration. The last indicator used to bolster the sense of curiosity is the two male figures. The two men strengthen both the rivalry and the sense of curiosity.

The sunny fresh air, the beachside, the service of luxury as a necessity, and the message of possession sent to the masculine subconscious are the first striking elements in general. The perception that the woman, who is

seen as an element of desire and temptation, wants to create in the brand "*Belde Bicycle Majestic Polo*" is the effort to show the possession as a need by matching the perception of the commodified woman on the new brand and product to be put on the market.

InDesign is used as a symbol only in the logo. The logo is included with the slogan of the brand. The logo, which includes mostly rounded sketches and lines, does not contain any color other than black. The featured item is explicitly the name of the brand. The words and sentences in InDesign form are used in a short and open-ended structure. Three aspects have been used frequently to encourage people to contemplate other meanings apart from the given words, and it is thought that it is aimed to reveal different meanings apart from the information given in the design.

In quite a number of communities, the word "attractive" specific to women is used for the bicycle as well, ensuring that the bicycle is identified with a woman, and it is aimed to explain that the bicycle is actually endowed with a gender. Furthermore, with the word "flamboyant," a vanity specific to women has been tried to be created. In addition to emphasizing that the bicycle model is smooth and simple, the word "smooth" in the InDesign text is placed in quotation marks, and there is also a reference to the slogan of the brand.

With the words "in Europe and America" in the text, the factor that is claimed to be connected to the technological and advanced communities, which is indirectly referred to as the bicycle is structured, has been highlighted. Furthermore, a connection between pleasure and sports was created by using the statements "people devoted to and fond of sports" and "voluptuary" together. The emergent relationship between pleasure and sports also refers to the brand's slogan. While the expression "those pressed for time" refers to people who work at a busy pace and have a career, the expression "young and old alike who stay young at heart" emphasizes that the bicycle model appeals to people of all ages.

When evaluated in general, it is possible to add discourse that the sentences used in design have an active structure, the bicycle model is impersonated, and a myriad of human-specific (especially attributed to women) definitions and statements are used in bicycle, and gender is attributed to the bicycle model.

2. Example: Docteur Renaud Paris Lipstick

Advertisement graphic (Visual 2) prepared by Docteur Renaud Paris brand was designed as the new product of the brand in 1963 with the slogan "*fix lipstick in 18 attractive colors, with vitamin F*" and reached its target audience through the magazine. It appeals to women of all ages who want to look well-groomed and attractive in terms of use. It aims to reach all women with different tastes with 18 different color options.

2.1. Assessment In Terms of Macrostructure

Typography elements in the design are used on three main axes. Accordingly, the brand name "*Docteur Renaud Paris*" is more prominent than the other Typography elements. The name "Renaud" in the brand logo is highlighted by emphasizing the sincerity dimension of the brand by using a (decorative) font in cursive form. In the first axis where typography is used, the name "*Renaud*" is used double, and the font of "R" is used in a double form in order to strengthen both the brand logo and the brand manufacturer's title and discourse and the initials of the brand are also emphasized.

On the second axis where typography is intensified, the phrase "*Your beauty claims its most genuine attractive expression with Dr. Renaud lipstick*" is written with a font with quotes (serif); thus, the aesthetic elements initiated with the italic font used in the brand name were continued. Finally, in the text "*18 attractive colors, fix lipstick with vitamin F*" on the third axis, italic (oblique), Sans Serif, and normal (regular) font styles are applied, and the entire typography is written in capital letters. Thus, it was aimed to give the most accurate message about brand value, formality, and product content.

Looking at the general structure of the design, it is seen that red, black, and white colors are used most intensely. The brand logo, located in the lower left corner above the woman photograph used in black and white, was placed on a black background and distinguished from all the elements in the design plane.

The visual of lipstick opposite the logo in the lower right corner was used in red to strengthen the perception of the product. “*Your beauty claims its most genuine attractive expression with Dr. Renaud lipstick*” slogan, along with the red color used on women's lips in the black and white visual, supports the discourse of the slogan. In order to maximize the impetus of the use of color in terms of perception, red is used in product color and lip color. Thus, the product (lipstick), which is on the central axis of the advertisement graphic, is emphasized once again.

When looking at the structure of the design in general, it is seen that the woman's red lips are in the optical center of the work. Moreover, the work was placed in an asymmetrical balance, and the hierarchical structure was planned to flow from the extensive visual to the typography and from there to the logo. Thus, the use of the visual is reinforced with Typography elements. The first axis that stands out was created by associating the woman figure and the product visual. Furthermore, on the second axis, the product logo and product slogan were positioned in parallel, supporting the holistic construct in terms of design.

2.2. Assessment In Terms of Microstructure

Design is expanded by being created around the woman’s visual at the center. The promoted product conveys a clear message directly to its consumers. The brand portrays the product it produces with the visual of a “*beautiful, attractive woman,*” which is used as an indicator. The woman indicators used in the visual highlight the image created in the visual that will capture the well-groomed and elegant woman who looks to the future with hope wearing “*Docteur Renaud Paris*” lipstick. In addition to “*fix lipstick in 18 attractive colors, with vitamin F*”, the image of red lipstick was used twice to support the slogan in terms of context and color options.

The logo is used as an InDesign symbol. The general lines in which the logo is used are applied in a rectangular form by using angular and clear lines in the direction that supports the discourse. The logo is highlighted in white on a black background.

The sentences used in the design are used clearly and close to interpretation. The language used in the Sentence Structure is presented as the direct discourse of the expert and not a mere promise. The “*Docteur Renaud*” logo, which is intended in design, wants the consumer to directly reach the sense of confidence that the brand owner offers with the title. The doctor's emphasis repeated in the sentence, “*Your beauty claims its most genuine attractive expression with Dr. Renaud’s lipstick,*” strengthens the message conveyed to the consumer. The reuse of the perception of “*beauty*” and “*attraction*” while detailing the product variety has been strengthened by re-referring to the slogan used.

When we examine the design as a whole, we can observe that sentence patterns are used that present the element of beauty to the consumer in an objective manner, create the perception that looking beautiful is an acquired specialty, and point out that it can reveal the existing one by supporting it. The factor stating that beauty is unique to women and that it should be earned to look attractive is highlighted by using a sentence structure.

3. Sample: Nivea Cream

Prepared by the Nivea brand, it was presented to the consumer in 1970 as an advertisement graphic (Visual 3) with the slogan “*Not a single day without Nivea Cream.*” The target audience determined in the designed visual appeals to a wide age range. Considering the family factor, it was aimed to give a message on the

harm-benefit axis by qualifying it as an *"indispensable need"* under the title of health and protection for children, women, and men.

3.1. Assessment In Terms of Microstructure

InDesign Typography elements are used on two axes. A single font was used in the study, and the text was differentiated with different styles in the font family and saved from a uniform form. The main title was designed as Typography, with the slogan *"Not a single day without NIVEA cream."* It is designed with a plain Typography, reinforced with the use of bold fonts suitable for the *"freshness"* and *"health"* slogan discourse for Nivea cream thanks to the Roman (plain - sans serif) font Nivea cream. While the brand name *"NIVEA"* used in the main title is highlighted with capital letters, the brand discourse *"not a single day without Nivea cream"* is expressed using minuscule letters. The sentence *"You can protect the freshness and health of your skin by applying NIVEA every morning"* in the sub-heading is used with a repeating Roman (sans serif-plain), bold font, and a feature to support the product and slogan discourse. The same Typography is used on the second axis, where Typography elements are located, and the brand name is kept in the foreground by using capital letters. The discourse of *"Do not deprive yourself of the benefits of NIVEA"* conveyed to the consumer as a footnote was intended to be strengthened in terms of meaning with bold Typography.

Red, blue, black, and yellow account for the main color axis of the design. As the target audience, the *"woman"* figure visualized on the first axis was associated with the color red, and the product message was tried to be conveyed directly. The blue color, which is the brand color of the product, is supported by the ball and umbrella held by the second consumer *"child"* figure, and the emphasis on the brand color is strengthened in terms of meaning. The yellow color used on the child figure, on the other hand, shows the diversity of use of the product, taking into account the element of attention. On the other hand, Typography elements used in the design were used in black on a white background, and the habit of reading was preserved.

The axis of the work is in a symmetrical structure, and the use of visual and typography elements used in the design plane has a structure that balances each other. While the hierarchical structure starts with the big visual and ends with the small text, an internal-external balance is provided by establishing a balance with the Typography elements, which we express as the second visual (Child-Umbrella-Top-Nivea box). Visual and Typography elements in the holistic structure of the design have been prepared by considering equal strength. The design, which is placed in a parallel context, creates a complementary whole in terms of visual and context.

3.2. Assessment In Terms of Microstructure

Considering the InDesign use of the visual beauty sector, the first thing that comes to mind is the *"woman"* consumer, and it is built on the concept of *"family."* The brand symbolized the criteria of children and spouses by reaching consumers of all ages, which it determined as the target audience, over the woman figure used in the visual. While underlining the *"naive"* and *"fragile"* nature of women by positioning a protective and caring male figure next to her, she also strengthened the *"sensitivity"* message presented by the brand. The use of the child figure to complete the discourse, *"Nivea is the perfect cream for every member of the family,"* is the last powerful element that supports the discourse. Parameters that complement each other were created with the rainy weather, the visual of a woman protected from getting wet, and the figure of a child with an umbrella. Thus, a metaphor was created by associating the emphasis on the protection brand's protection of the skin from external influences with the umbrella protecting people from the rain. Another prominent element is the message that the man should ignore it even if he gets wet, as an extension of the protective and ministrative attributions imposed on men in the communities.

While there are no items with an InDesign Pictogram element, it is seen that the brand's logo is used twice. However, in both of the forms used, the logo needs to be revised as a part of the visual layout or as it is on the product packaging. The brand name was also used on the ball in the hand of the child figure, reminding the brand's logo, and the emphasis was placed on the brand's name.

The first message conveyed to the consumer by the slogan "*Not a single day without Nivea cream*" used in the design is within the scope of indispensable need. An expression language is available in all sentence Structures in InDesign in line with personal needs and benefits. Moreover, the slogan sentence reveals an assertive discourse with a structurally strong judgment expression. Furthermore, once the explanatory text is examined, it is emphasized that the brand is a strong protector with an objectionable structure in the sentence structure.

The brand name, which is frequently highlighted in the main title, sub-title and text group used for the promotion of the product, demonstrates that the consumers will only meet their own needs thanks to the "*Nivea*" brand. A single product appeals to more than one age group, emphasizing the concept of "family." A different sensitivity has been created with the InDesign skin health concept of Visual 3, the concept of beauty associated with women. The communal role of the woman, who holds the family together and assumes the responsibility to other family members, stands out in the visuals supported sentence patterns.

4. Sample: See the Volkswagen

The magazine advertisement, which was created for the vehicle released in 1956 with the claim of being "*Internationally Famous*" belonging to the Volkswagen brand, was presented in a masculine form (Visual 4) to the graphic consumer. While the visual appeals to a wide audience who loves luxury and travel, it is observed that it is a design for men in light of the Typography elements used.

4.1. Assessment In Terms of Macrostructure

Typography elements used in the design are in the form of capital letters and used in different styles. Serif (quoted) Typography was preferred in the upper title used in the slogan "*Internationally Famous.*" When the Typography of the "*See the Volkswagen*" text placed under the Visual is examined, we see a bold, serif (quoted) Typography that starts with capital letters written in Sans Serif (without quotes), Italic (oblique) font and makes it clear to highlight the brand.

Typography of the manufacturer's name, "*VW Motors Limited,*" placed under the brand logo, is used in capital letters form with Roman (Sans Serif-plain) Typography in the position supporting the logo. Moreover, black-and-white integrity is ensured throughout the design. The visuals used are highlighted using drawings depicting the countries they represent. Perception of integrity is supported by the way the visuals are positioned and the black shadings in the form of background stains used. InDesign Typography and visual integrity are created in a single frame in the context of the black and white color used.

Visuals placed on two axes, horizontal and vertical, can be seen throughout the design. We observe text groups positioned parallel to the visuals. The InDesign balance element covers the entire structure.

4.2. Assessment In Terms of Microstructure

We can observe that the visual use of the examined design is more common than the use of Typography. The vehicle introduced by the brand to the consumer has intense use of visuals that support the slogan of "*Internationally Famous*" in line with its claim. It has been used in direct proportion with the famous representations of the countries it associates the desired audience with the international emphasis. At the

same time, it has clarified the perception of "luxury" and "travel" with the designed use of the visual. All of the messages desired to be given throughout the design are transmitted directly with visuals.

Only the logo is used as an InDesign symbol. The logo is symbolized by the letters "v" and "w" of the brand name placed in circular calligraphy. The connection between the round form used in the logo and the product symbolizes the movement by being associated with the wheel.

There are two InDesign text collections belonging to the brand. "*see the Volkswagen*" and "*On stand no 120,*" describing the brand slogan and model, are used for the purpose of product promotion. The second text group is created as a footer in the form of the place and location where the product of the brand is displayed.

5. Sample: Miss Dior

The media where the advertisement graphic prepared by the Dior brand is published in the magazine and it was published in 2023 (Visual 5). The target audience of the product presented to the consumer under the name of "*Blooming Bouquet*" under the brand name of "*Miss Dior*" is women, and it is not limited in the context of age range. Advertisement graphic is introduced to the consumer as a whole through the trilogy of Woman, flower, and fragrance. The message to be conveyed, the name used for the product, and the visual advertisement graphic are designed on a clear plane and on an axis that will feature the emphasis on a woman.

5.1. Assessment In Terms of Macrostructure

The bold, italic handwriting form used in the visual ... design of "*Miss Dior*" has a signature form that symbolizes the elegance of the woman. The phrase "*Blooming Bouquet*" is in capital letters form, followed by Sans Serif, plain (Roman/regular) Typography. In the font structure of the "*Dior*" brand logo placed in the lower right corner of the design, we come across a complementary Typography repeated on the axis of the brand as a whole in the form with quoted (serif) font.

When the advertisement design is evaluated based on the visual, the intensity of the muted pink and gold tones of the colors used is seen. "*Miss Dior*" perfume, produced by the Dior brand, is formulated in a transparent structure and in pink color. It is easily seen that the color of the product and the design complement each other in terms of color throughout the design. In terms of both discourse and design colors, a perception has been created that supports the feeling of a flower bouquet. In addition, a strong emphasis was placed on the brand name with the white space created around the "*Dior*" inscription.

From the point of view of Advertisement design, both the main brand (Dior) and the sub-brand (Miss Dior) are used together to form integrity. In addition, the presence of the main brand was strengthened by concentrating the white space around the main brand.

5.2. Assessment In Terms of Microstructure

The Advertisement graph (Visual 5) is prepared by keeping the pictographic indicators in the foreground in terms of indicators. The "*woman*" figure, where the center of gravity of the design is used, supports the fragrance message of the product that the brand wants to highlight with the woman's skin, flower bouquet, and warm color undertones. The hair of the woman figure caught in the breeze and the sense of spring form a unity with the flower visual used. The brand name "*flower bouquet/Blooming Bouquet*" carries the sub-message of women and flower phenomena referring to the woman's likening to a flower. The product placed on the graphic in a transparent glass bottle was used as the indicator.

A plain graphic was prepared with the logo used as signature and sub-signature, highlighting the brand identity of the design. The signature brand positioned in the lower right corner is placed on a white background, while the new representative of the brand and the new product name, and the logo used are centered on the focus of the graphic. In addition, when we examine the sentence structure used in design from general to specific, the sub-brand “*Miss Dior*” belonging to the main brand “*Dior*” has been used effectively in a way that determines the audience. In the tertiary sub-title of “*Blooming Bouquet*,” direct information is presented by integrating the content of the product with the product name. In addition, the absence of an additional explanatory text about the brand or the absence of communication information draws attention.

6. Sample: Cupra Formentor

Another advertisement graphic examined within the scope of the study is the design of the Cupra branded car in a magazine published in 2023 (Visual 6). With the motto “*7 seconds is enough to understand whether you like the car or not*”, it appeals to a broad consumer who is interested in vehicle-travel and visuals, keeping the audience unlimited.

6.1. Assessment In Terms of Macrostructure

When the design is examined, the Typography used is designed on two main axes. On the first axis, there is the identity information of the brand and the slogan to evoke the brand. On the second axis, it is the subtitle group belonging to the text community placed for informational purposes. In the study, the word “*Cupra*” uses straight (Roman), bold, and capital letters, while the word “*Formentor*” repeats capital letters and uses italic form in Typography. In Typography, which is used as italic, it is seen that a reference is made to the concept of speed and movement of the vehicle. Although capital letters are used in the product slogan placed under the brand name, a basic hierarchy has been created in the placement of Typography elements by dimensioning them in a way that does not take precedence over the brand identity.

We can assert that InDesign has a metaphorical graphic as a whole with the visual of the vehicle placed on a white background, the silhouette of a woman on the right back surface, and the sky and lightning visual used on the left back surface. When looking at the use of color in the advertisement graphic, which is prepared, there is a predominance of blue, gray, pink, and purple. The colors used in the design, which are prepared to support the slogan belonging to the brand, have been prepared in a way that supports the discourse in terms of meaning. Considering the use of color as a whole with blue, pink, gray, and purple colors, we can understand that it strengthens the slogan “*7 seconds is enough to understand whether you like the car or not*”. If we refer to thinking, curiosity, and mystery, to dreaming in terms of the structure of the slogan, colors, and emotions are associated.

InDesign typography elements and the use of visual are directly proportional. In other words, the use of visual and typography are structured in parallel with each other. Besides, the axis of the design is situated on an asymmetrical balance, and visuals of a car and a woman are placed in the optical center. The white space used in work is distributed levelly, which provides the opportunity to feature the visuals of the car, the eyes of the woman, and the streak of lightning.

6.2. Assessment In Terms of Macrostructure

The holistic structure of the prepared advertisement graphic is designed as puzzle pieces that form a whole. InDesign, which contains more than one element, the message is intended to be conveyed to the consumer indirectly, not directly. InDesign, which is prepared for the imagination and perception of people, the visual of the vehicle is introduced. First, the visual of the woman representing the sense of curiosity is introduced

secondly, and the visual of lightning and the sky, which evokes the sense of curiosity is introduced thirdly. Thus they are associated. A graphic that prompts the consumer to think and refers to psychology has been prepared throughout the design.

In the design brand logo is used. It is positioned under the visual in the lower right corner. The logo used is in the form of an inverted triangle and is presented to the consumer with the brand name. It is designed as a stain on a white background. On the other hand, in the first sentence structure collected in two axes, there is the identity and slogan of the brand. The slogan refers to the "7 seconds" rule, known as the first impression psychology theory. The slogan prepared through indirect discourse has been prepared in a manner to manipulate the consumer's perception. In the text communities on the second axis, general information about the brand and technical specifications and hardware information in the form of footnotes are provided.

7. Sample: Kerastase

It is the media magazine (Visual 7), where the visual of the advertisement graphic of the Kerastase brand is presented to the consumer, and the promotion year is 2023. The brand, which offers diversified hair products for the individual hair type and luxury needs of the modern woman, is used effectively with the InDesign visual it has prepared.

7.1. Assessment In Terms of Macrostructure

A simple but striking Typography has been used, which has the same effect as the visual used in the designed advertisement graphic. Typography, which is used in a way that is far from confusion and supports clear expression, has quotation marks and capital letters lines for the expression of the discourse of "The power of influence and luxury." Typography, in which the brand name is prominent, was completed using plain (Roman) without quote (Sans Serif) Typography. The word "Paris," placed just below the Typography of the French brand "Kerastase," is positioned in such a way that the brand name does not come forward, despite the use of capital letters.

Black and white contrast is used throughout the design. The two colors that have the strongest effect in terms of meaning represent "influence and luxury," as in discourse. At the same time, the similar contrast is created with the skin colors of the woman representatives speaking for the brand. The target audience is not limited by keeping the brand identity universal in terms of language, religion, and race.

There is no visual of the advertised product belonging to the brand in the whole of the design. The brand preferred to associate its claim with the woman figure through the effect. Based on the idea of a woman who knows what she wants, it offers a design open to interpretation by the consumer. It is seen that the main structure of the design is established with an asymmetrical balance, and the main balance point is visual. In addition, women's faces form the focal point of the design. In addition, other information (communication information in particular) is not included due to the use of the InDesign "data matrix."

7.2. Assessment In Terms of Microstructure

Design is designed to represent the woman who knows what she wants, transforms the need into a luxury pleasure, and individualizes the perception of beauty. The use of visual has a nonverbal expression by using women that complement each other and also differ from each other through two women. It strengthens the concept of "influence and luxury" by neutralizing the differences with the black and white use of visuals. On the other hand, when the sentence structure used in the design is examined, we see the brand name representing the brand slogan and brand identity. While the brand slogan determines the target audience, it leaves the concepts of influence and luxury to the interpretation of the consumer.

8. Sample: Opel Mokka-e

It is the magazine where the advertisement graphic of the MOKKA-e, the newly released electric automobile by Opel, is published, and the publication year is 2023.

8.1. Assessment In Terms of Macrostructure

When the design in Visual Eight is examined, we can observe that the mokka-e vehicle of the Opel brand used is highlighted in a way that distinguishes it from the general Typography elements. In the Typography of the letter "e," which is used to reveal the difference between the electric vehicle, the font format is used unconventionally. The typography used in text communities of the Opel brand "MOKKA-e" electric vehicle is in the form of Roman (plain), Sans Serif (without quotes), bold, and capital letters.

Integrity is ensured and provided in the visual whole of the design with a gradient transition from blue to white. The visual of the vehicle placed in the optical center of the design is sized with the white color used on the floor. Introduced as an electric vehicle, "MOKKA-e" strengthens the "electric" emphasis with the red color used in the vehicle design. The yellow stain form used next to the text group "There is MOKKA-e from now on" creates selectivity in perception in terms of energy. The design colors used in the brand image, which started with the "forget about the normal" discourse, refer to the limits of the mind by making the horizon line unclear with the color transition from blue to white.

We are faced with a sized background in the entire advertisement graphic visual prepared. The visual of the vehicle placed at the center of the design is expanded with the asymmetry used on the floor. Ground lines are used parallel to the ground, and negative and positive symbols reflect the "electric vehicle" feature.

8.2. Assessment In Terms of Microstructure

The graphic design has a neutral use of visuals that will best reflect the brand slogan. With the motto of "Forget about the normal," perception is created in a way that reveals the superior feature that will push the limits of the mind. In the background used, the uncertainty of the horizon line, color transitions, and the visual of the brand placed in the center fix the focal point in one place. Making vertical and horizontal lines obscure with color strengthens the background of the visual.

There is the brand logo and the electric vehicle presenting the "e" symbol used in Visual 8. The Opel logo placed in a round form is emphasized by the brand name underneath. The "e" symbol used to represent a feature of the vehicle introduced by the brand is reinforced by the Typography used.

The sentence structure used throughout its design has an active language. It addresses the consumer with clear discourse language. It associates the novelty with the Mokka-e brand, as opposed to the standard point of view with the phrase, "Forget about the normal; there is Mokka-e from now on."

CONCLUSION

Visual culture emerges as a concept that starts with the concept of image and extends to the field of today's pictographic/visual technologies. Culture, which includes a paradigm that human beings produce and consume themselves, has created different disciplines. Under the name of enculturation, it transfers more than the expectations and needs of the community to the communal identity through different dynamics. The way of presenting what he wants to convey to the masses, especially in the channels he actively uses to reach the communities, has led to the emergence of the logic of graphic design, which is one of the dominant fields of today, and to take root. Now, graphic design is an indispensable component in presenting certain data to people for the formation of culture. In this age where today's people are surrounded by images, the determinant of life is culture

itself. Although visual culture has passivity in its structure, it often causes active factors. In a rapidly changing world, the dominant element of nonverbal communication is dominated by visual.

Although the visual culture is acknowledged as the consequence of the modern world, it has been dominant since the first time people started to live in the community. The act of "seeing," which is beyond speech and discourse, forms the basis of mass communication tools that serve today's capitalist order. The culture that the capitalist system uses for community consciousness, based on the influence of visual culture, has changed the concept of social gender. In the evaluation made taking into account the period (1920-2023) examined, the message that people are given a template in the advertisement graphics and that they should act to adapt to this template comes to the fore.

In the advertisement graphics prepared retrospectively, it is seen that the elements examined in the context of micro- and macrostructure are used on an equal basis. The message is supported in a myriad of ways by typography and font style, use of color as well as sentence structure, and use of visuals. We observe that the woman figure is mostly associated with the brand and presented with the masculine mindset. It can be asserted that social gender roles are used more prominently in the designs, and the product is promoted.

It has a visual siege and perception management that serves the communal spaces it has created and takes human consumption out of the concepts of "*necessity*" and "*need*." The point at which the individual, who builds her/his existence on being visible, is surrounded also passes through visuality. In today's world, when the concept of time has lost its essence and impact, the main theme of the works is to be able to give the most accurate message in the shortest way, to manage the community perception, to work the balance of giving and receiving by directing it to the gendered side of people. Especially from 1920 to 2023, the designs that became more and more simplified in advertisement graphics started to be purified from words, and where the visual came to a much more important point, came to the fore.

In the advertisement graphics prepared today, the product promises and discourses of the brands lose ground to the visual siege. The products promoted offer the consumer a powerful effect of visuals on individual power, pleasure, and luxury rather than their usage areas. The examined advertisement graphics direct social gender perception from general to specific. We perceive that the gender roles assigned to women and men from the past to the present have been broken and evolved at this point. Social gender, which has changed under the influence of visual culture, shifts from the roles assigned to the individual to the concepts of "*feeling special*" and "*deserving the best*."

The transformation of images into geometric shapes and the use of the perceptual attraction of the concept of gender, which was created based on visual culture, in domains where various efficient usages such as art, architecture, and fashion are intense, direct social gender. It is an undeniable fact that the cultural perspective of the community is transformed into a universal whole by dictating masculine and feminine concepts. Along with what people do in consciousness, studies on the subconscious are among the most important indicators of these studies.

Graphic design, which is one of the significant determinants of nonverbal expression, conveys the different identities that the brand offers to people rather than presenting a brand in the context of designs it has prepared. A woman or a man goes beyond being just a gender and is directed to be the "most/best" in terms of all concepts. The artificial culture presented with the prepared graphic designs constantly repeats the roles of men and women. The individual, who maintains her/his uniqueness through seeing and being seen, becomes the message itself instead of examining the language of the message that reaches her/him through graphic design channels, irrelevant of what is wanted to be told or the sub-message.

REFERENCES

- Albayrak, A. (2020) Görsel Sanatlarda İmge Kavramı. *Balkan Müzik ve Sanat Dergisi*, 2(2), 133-163, DOI: 10.47956/bmsd.799645.
- Altay, D. (2005) *McLuhan, Kadife Karanlık* (Haz. Nurdoğan Rigel, Gül Batuş vd.) İstanbul: Su yayınevi., 8.
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 213-220.
- Aydoğdu, H. (2010). Modern Kimlikte Öznenin Ölümü. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0 (10).
- Barnard, M. (2002). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Bhasin, K. (2003). Toplumsal Cinsiyet / Bize Yüklenen Roller (Çev. Ay, K.), Kadav Yayınları.
- Bilginer-Erdoğan, Ş. (2021). Görsel Kültürün Küresel Kültüre Dönüşmesinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (3), 109-126.
- Butler, J. (2016). *Cinsiyet Belası Feminizm ve Kimliğin Alt Üst Edilmesi*. (Çev. Ertür, B.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Cornell, R.W. (1987). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. (Çev. Soydemir, C.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Çitçi, E. (2009). "Görsel Kültür Elemanı Olarak 20. YY'da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi" [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi.
- Dülgeroğlu-Yavuz, S. (2006). Sosyal, Kültürel ve Psikolojik Açılardan Grafik Tasarım ve Tüketim Süreçleri. *Grafik Tasarım*, 2, 46-49.
- Elliott, R. (1996). Discourse Analysis: Exploring Action, Function and Conflict in Social Texts. *Marketing Intelligence & Planning*. 14, 6, 65.
- Ergun, D. (2000). *Kimlikler Kısacasında Ulusal Kişilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş* (1. Basım). İstanbul: Alan yayıncılık
- Gombrich, E.H. (2020). *Sanatın Öyküsü*. (Çev. E.Erduran, Ö.Erduran) İstanbul: Remzi Kitabevi
- Haviland, W. (2008). *Kültürel Antropoloji*. (Çev. H. İnaç, S. Çiftçi). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- İnan, N. (2019). Yeni Medyada Reklamın Dönüşümü: Dijital Görsel Kültür Bağlamında Televizyon ve İnternet Reklamlarının Karşılaştırmalı Analizi. *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi: İzmir*
- Julier, G. (2006). From Visual Culture to Design Culture. *Design Issues*, 22(1), 64-76.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karşlı, Ö. (2016). Ernst Cassirer'de Kültürün Anlamı. *Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 1(2), 38-58. DOI: 10.24013/jomelips.253442.
- Kula-Demir, N. (2006). Kültürel Değişimlerin Reklamlarda Kadın ve Erkek Rol-Modelerine Yansıması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 285-304.
- Lott, B. & Mausio D. (2002). *Gender Development: Social Learning, Encyclopedia of Women and Gender Sex Similarities and Differences and The Impact of Society on Gender*, (Editor in chief: Worell, J.), USA: Academic Press.
- Nar, M. Ş. (2015). Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 941-954.
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 123-139.
- Paklacı B. (2019). Görsel Kültür Unsurlarından Hareketle 21. Yüzyılda Kültür Endüstrisi ve Tüketim Toplumu. *Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Edirne*.

- Ragins, B. R. & Winkel, D. E. (2011). Gender, Emotion and Power in Work Relationships. *Human Resource Management Review*, 21(4), 377-393.
- Rogoff, I. (1998). *Studying Visual Culture*. London ve New York: Routledge.
- Scoot W. (2010). Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi. (Çev. Demirler D., Dinçer, F.), *Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar*, 12, 112-138.
- Sevindik, O., Erdem, R. ve Bostancı, E. (20-19). *Grafik Tasarım ve Kültür*. [Kavramdan Pratiğe Kimlik İnşası]. Ankara: Sonçağ Akademi Yayınları.
- Şahin M. (2019). Kültür Aktarımında Toplumsal Cinsiyetin Rolü, *Akademik Hassasiyetler*, 6 (11), 233-249.
- Tavin, K. and Hausman, J. (2004). Art Education and Visual Culture in the Age of Globalization. *Community, Collaboration, and Culture*, 57(5), 47-52.
- Uluocak, Ş., Gökulu G., Bilir, O., E. Karacık, N., ve Özbay, D. (2014). *Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Kadına Yönelik Şiddet*. Ankara: Paradigma Akademi Yayınları.
- Van Dijk, T. A. (2001). "Multidisciplinary CDA: A Plea for Diversity". *Methods of Critical Discourse Analysis*. Eds. Ruth Wodak, Michael Meyer. London: Sage, 95-120
- Van Dijk, T. A. (2009). "Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach". *Methods of Critical Discourse Analysis* (2nd edition). Eds. Ruth Wodak, Michael Meyer. London: Sage, 63-85. <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2015-Critical-discourse-studies.pdf>
- Williams, R. (2017). *Kültür ve Toplum 1780-1950*. (Çev. U. Kocabaşoğlu), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Wood, L., A. & Kroger, R., O. (2000). *Doing Discourse Analysis: Methods for Studying Action in Talk and Text*. Lodan: Sage
- Yaman, H. (2021). Küreselleşme ve Medya İlişkisi, Yerel Yayıncılık Modelleri ve Türkiye Örneği. Kriter Yayınevi.
- Yapar-Gönenç, A. (2005). McLuhan ve Teknolojik Gerekecilik, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (23) 26
- Yardım, G. & Doğruel, H. (2019). Eleştirel Söylem Çözümlemesi Bağlamında Haber Metinlerinin İncelenmesi: Pippa Bacca Cinayeti Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (1), 137-148. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.516124
- https://www.opel.com.tr/araclar/mokka-ailesi/mokka-e/genel-bakis.html?utm_source=sektorel&utm_campaign=mokka_sektorel_aralik_22 retrieved from this address on 11.02.2023.
- <https://www.oguztopoglu.com/2014/06/docteur-renaud-paris-ruj-1963-nostaljik.html> retrieved from this address on 11.02.2023.
- https://www.johnlewis.com/browse/beauty/womens-fragrance/_/N-a63 retrieved from this address on 11.02.2023.
- <https://www.aircooledcommunity.com/> retrieved from this address on 11.02.2023.
- https://issuu.com/autotriti/docs/atr-1-2023_low retrieved from this address on 11.02.2023.
- <https://www.paratic.com/eski-reklam-afisleri> retrieved from this address on 16.02.2023.
- <https://tr.pinterest.com/pin/803681495976552473/> retrieved from this address on 16.02.2023.
- <https://www.kerastase.com.tr/> retrieved from this address on 16.02.2023.



Türkiye’de Tarım Sektörü Bitkisel Üretim Değeri Belirleyicileri Üzerine Mekânsal Bir Analiz¹

A.Esra PEKER

Dr. Öğr. Gör., Fırat Üniversitesi, İİBF, İktisat

esrapeker@firat.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-0237-2196>

Makale Başvuru Tarihi : 16.04.2023

Makale Kabul Tarihi : 20.05.2023

Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

İrem ŞANLI GÜLENGÜL

Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat

iremsanli23@firat.gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1350-1061>

Özet

Anahtar Kelimeler:

Tarım Sektörü,
Mekansal Analiz,
Düzyer 3 Bölgeleri,
Moran I İstatistiği,
LİSA İstatistiği

Toplumların yaşamlarının devam edebilirliği ancak her koşul ve şartta gıda gereksinimlerinin karşılanmasına bağlıdır. Son yıllarda yaşanan Covid 19 küresel salgını ve ardından yaşanan Rusya-Ukrayna arasındaki yüksek gerilim nedeniyle oluşan gıda tedarik zincirindeki kırılma, gıda güvenliği konusunu yeniden gündeme getirmiş, karşılaşılabilecek olası bir gıda krizine yönelik ekonomilerin eylem planları geliştirilmesi gerektiği farklı platformlarda vurgulanmıştır. Bu bağlamda çalışmanın ana temasını tarım sektörü oluşturmaktadır. Çalışmada sektörün belirleyicileri arasında yer alan bitkisel üretim değeri, tarımsal sulamada kullanılan enerji tüketimi, gıda enflasyonu ve ihracat değeri değişkenlerine keşfedici mekânsal veri analizi uygulanmıştır. Çalışmada mekânsal ayrışımı daha net bir şekilde gösterebilmek için Düzyer 3 bölgeleri için 2015-2020 yıllarına ait Moran saçılım (Moran I) diyagramları ve LİSA sonuçlarına yer verilmiştir. Çalışmada iki farklı yılın alınması karşılaştırılma yapılabilmesi açısından çalışmaya farklı bir boyut kazandırmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda sektörün mevcut durumunun mekânsal eşitsizliklerinin ve birbirleri arasındaki benzerliklerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Böylelikle stratejik bir öneme sahip olan sektöre yönelik lokal düzeyde politika önerisi geliştirilmesi hedeflenmiştir.

A Spatial Analysis Of Production Value Determiners In Turkey’ Agriculture Sector

Abstract

Keywords:

Agricultural sector,
Spatial Analysis,
Level 3, Regions,
Moran I’s Statistics,
LİSA Statistics

The sustainability of lives societies depends on meeting their food needs under all conditions and circumstances. The global epidemic of Covid 19 in recent years and the subsequent break in the food supply chain caused by the high tension between Russia and Ukraine brought the issue of food safety back to the agenda, and it was emphasized on different platforms that the economies should develop action plans for a possible food crisis. In this context, the main theme of the study is the agricultural sector. In the study, exploratory spatial data analysis was applied to the variables of crop production value, energy consumption used in agricultural irrigation, food inflation, temperature and export value, which are among the determinants of the sector. In the study, Moran scattering (Moran I) diagrams and LİSA results for the years 2015-2020 for the Level 3 region are included in order to show the spatial segregation more clearly. Taking two different years in the study has added a different dimension to the study in terms of making comparisons. In line with the findings obtained in the study, it is aimed to determine the spatial inequalities of the current situation of the sector and the similarities between them. Thus, it was aimed to develop a policy proposal at the local level for the sector, which has a strategic importance.

¹ Bu çalışma I. Uluslararası Çevre, Enerji ve Ekonomi Kongresi’nde yayınlanan özet bildirinin genişletilmiş şeklidir.

GİRİŞ

Günümüz dünyasında ülke ekonomilerinin hedefledikleri ekonomik büyüme ve kalkınma düzeyine ulaşması noktasında stratejik öneme sahip olan sektörlerin başında tarım sektörü gelmektedir. Modern toplumlar beşeri sermayelerini geliştirebilmeleri için yeterli ve sağlıklı gıda ile beslenen bireylere ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca sektör endüstri ve gıda temini için gerekli hammadde üretimini sağlayan, birçok sektörü besleyen nitelik taşıması açısından, ekonominin farklı alanlarına da ekonomik katkı sağlamaktadır. Bu özelliği ile birçok gelişmiş ekonomi sanayi sektörüne yaptıkları yatırımların yanı sıra tarım sektörünü desteklemeyi ihmal etmeyerek tarımla uğraşan üreticileri koruyan teşvik politikaları neticesinde sektörü desteklemeye devam etmektedir.

Son yıllarda yaşanan gıda krizleri ve COVID-19 pandemisi göstermiştir ki artık ülkelerin gelişmişlik seviyelerine bakmaksızın tarım sektörü küresel boyutta değerlendirilmesi gereken bir sektör niteliği taşımaktadır. Tarım sektörünün altında değerlendirilen sektörlerden biri gıda sektörüdür. Son yıllarda görülen COVID-19 küresel salgını ve ardından yaşanan Rusya-Ukrayna arasındaki yüksek gerilim nedeniyle oluşan gıda tedarik zincirindeki kırılma, gıda güvenliği konusunu yeniden gündeme getirerek sektör üzerine yapılan birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Özellikle son dönemde Türkiye’de gıda fiyatlarında yaşanan hızlı artış enflasyonu tetikleyerek fiyatların çok daha yüksek rakamlara çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda sektöre yönelik şartlar ekonomilerde yeniden gözden geçirilmiş, Dünya “Tarlardan-sofraya” kavramına daha fazla değer veren tarım politikalarının önemini bir kez daha derinden hissetmiştir.

Konu üzerine yapılan teorik yada ekonometrik birçok çalışma bulunmaktadır. Ekonometrik çalışmaların büyük birçoğunda geleneksel ekonometrik yöntemler esas alınmıştır. Bu bağlamda çalışmada yapısal olarak mekânsal ilişkinin yoğun olarak gözlemlendiği tarım sektörünün belirleyicilerinin mevcut durumu irdelenmiştir. Bu bağlamda çalışmada tarımsal üretim değeri üzerindeki saptanan etkinin olası mekânsal bağımlılığın ihmalinden kaynaklanıp kaynaklanmadığını kontrol etmek için kullanılan mekânsal modeller oldukça güncel yöntemler arasında yer almaktadır. Tüm bu gelişmeler ışığında çalışmada tarım sektörünün bitkisel üretim ayağı ele alınmış ve bitkisel üretim değerini etkileyen faktörlerin mekânsal ilişkisi açıklanmak üzere mekânsal ekonometrik kümeleme analizi yapılmıştır. Mekânsal analizde birim boyutunu bölgeler oluşturmakta olup bölgeler arasında ki komşuluk durumunun muhtemel ilişkisinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmada bitkisel üretim değeri, ihracat değeri, toplam işlenen tarımsal alan, tarımsal sulamada kullanılan elektrik tüketimi ve gıda tüketici fiyat endeksi değişkenleri için 2015 ve 2020 yılları esas alınmıştır. Bu durum iki farklı yıl arasında karşılaştırma yapılarak mekânsal etkinin değişiminin ortaya konulmasına imkan tanımıştır. Literatür gözden geçirildiğinde kullanılan yöntemin çalışmayı özgün kılan nokta olduğunu söylemek mümkündür. Çalışmanın mekânsal ilişkiyi esas alması yönüyle tarım sektör politikaları açısından bölgesel politika ortaya koyulabilmesi açısından literatüre katkı sağlaması hedeflenmiştir.

METODOLOJİ ve VERİ SETİ

Mekânsal Ağırlık Matrisi Global Mekânsal Otokorelasyon ve Moran’s I İstatistiği Metodolojisi

Mekânsal veri analizi (ESDA), verilerin mekânsal özelliklerine odaklanmaktadır (Anselin, vd. 1996). Örnek dışı lokasyonlar (spatial outliers) olarak tanımlanırken, mekânsal ilişkili örnekler (spatial clusters) şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca mekânsal durağan olan veya durağan olmayan ve farklı mekânsal durumlara öneride bulunmaya ve açıklamaya yardımcı olmaktadır (Anselin ve Bera, 1998: 258).

$$I_U = \frac{Y'WY}{n} \quad (1)$$

Mekansal korelasyonu incelenen değişken Y ile gösterilmekte olup n ise çalışmadaki toplam gözlem sayısını sembolize etmektedir. Mekansal ağırlık matrisi W , $(n \times n)$ boyutlu olup mekansal etkileşimi ölçmektedir. W_{ij} değişkeni ise ağırlık matrisinin her bir elemanını ayrı ayrı göstermektedir. Çalışmada en yakın ağırlık matrisi olarak k tercih edilmiştir. Oluşturulan bu ağırlık merkezine göre her bir konumun merkezine komşu gözlemleri temsil etmek üzere 1 değeri, komşu olmayan gözlemlere ise 0 değeri atanmaktadır. W , standartlaştırılmış ($\sum W_{ij}=1$) mekansal ağırlık matrisi olup her bir gözlem diğer gözlemler ile yakınlığını (komşuluğunu) karşılaştırmak ve ölçebilmek için kullanılmaktadır. Bu matrisin elemanları olan komşu gözlemler için 1, komşu olmayan gözlemler için ise 0 değeri verilmektedir. Mekansal bağımlılık ilişkisi bir değişken için ölçülebildiği gibi iki değişken içinde ölçülebilmektedir. İki değişken ile ölçülmesi durumunda iki değişkenli mekansal korelasyon olarak adlandırılmaktadır. X_i değişkeni ile $\sum_j W_{ij} Y_j$ değişkenleri iki değişkenli mekansal korelasyonu ifade etmektedir. Moran I saçılım diyagramında x ekseninde x_i değişkeni sembolize ederken y eksenini ise y_i değişkeni sembolize etmektedir. İki değişken için Moran I istatistiği aşağıdaki verilmektedir.

$$I_B = \frac{X'WY}{n} \quad (2)$$

Formülde yer alan x_i ve y_i değişkenleri standartlaştırılmış değişken olarak tanımlanmaktadır. Bir başka ifade ile ortalamaları 0 ve varyansları ise 1 olan değişkenlerdir. İki değişkenli mekansal korelasyon iki farklı noktada yer alan aynı değişkenleri karşılaştırmak için kullanılmaktadır. t zaman periyodunu göstermekte olup bir değişkenin değeri $z_{i,t}$ olarak ifade edilmektedir. Bu değişkenin komşu bölgelerdeki değeri bir önceki zaman periyodu ise $\sum_j W_{ij} z_{i,t-1}$ olarak gösterilmektedir. Böyle bir durumda $z_{i,t}$ ile $\sum_j W_{ij} z_{i,t-1}$ arasındaki korelasyon söz konusudur şeklinde yorumlama yapılmaktadır. Bu korelasyon space-time (uzayzaman) korelasyon olarak tanımlanmaktadır. Korelasyonu ölçen endeks ise Moran I endeksi aşağıda verilmektedir.

$$I_T = \frac{z_t'Wz_{t-1}}{n} \quad (3)$$

Bu istatistik, çalışma alanında kümelenmenin olup olmadığı noktasında herhangi bir bilgi vermemektedir. Kümelenme olup olmadığı Lokal Mekansal Etkileşim Göstergesi (Local Indicator Of Spatial Association - LISA) olan her bir mekansal birim (bölge) için mekansal etkileşimi ile ölçülmekte olup bu etkileşimin türü hakkında bilgi vermektedir. Yukarıdaki denklemi bireysel gözlemlerin katkıları yönünde ayrıştırabiliriz. İki değişkenli LISA indeksi aşağıdaki şekildedir.

$$I_{t,t-1} = z_t^i \sum_j w_{ij} z_{t-1}^j \quad (4)$$

Bu korelasyon türü ile mekansal olarak sapan alanlar tespit edilebilmektedir. Hem tek değişkenli, hem de iki değişkenli Global Moran I ve Lokal Moran I istatistiklerinin anlamlılığı rasgele sıralama yaklaşımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşımda ilgili değişkenlerin gözlenen değerleri rassal olarak konumlara yeniden dağıtılmakta ve her dağılım sonrasında istatistikler tekrar hesaplanmaktadır. Böylece ilgili istatistiğin referans dağılımı elde edilmektedir (Zeren, vd., 2021:1435-1437).

Mekansal Otokorelasyon ve Moran Saçılım Diyagramı Metodolojisi

Global olan Moran's I istatistiği mekansal otokorelasyonun bölgesel yapısını anlamaya izin veren bir yöntem değildir. Hangi bölgenin mekansal otokorelasyona katkı sağladığını göstermedeki yüksek ve düşük değerlerdeki lokal mekansal kümelemenin varlığını belirlemesine katkı sağlamaktadır. Lokal mekansal otokorelasyonun analizi iki araç ile yapılmaktadır. Bunlardan ilki Moran saçılım diyagramı olup mekansal

dengelesizliğin görselleştirilmesinde kullanılmaktadır. İkincisi ise her bir yerleşmenin değerlerinin komşu yerleşmelerin değerleri ile kıyaslayarak rastgele dağılım hipotezini test etmek için kullanılan mekansal birlikteliğin lokal göstergeleridir (LISA) (Gallo ve Ertur, 2003:5). Temel olarak Moran's I istatistiği bir gözlemin kendi değerleri ile söz konusu değişken için komşularının ağırlıklı ortalaması ya da mekansal gecikmesi arasındaki doğrusal ilişki derecesini göstermektedir (Anselin, 1995:115). Moran saçılım diyagramı boyunca uzanan doğrusal regresyon çizgisinin eğimi Moran's I katsayısını vermektedir (Anselin vd., 2000). Moran's I saçılım diyagramı her biri bir bölge ile komşuları arasındaki dört tip lokal mekansal birlikteliğe işaret eden dört farklı düzlemden oluşmaktadır (Gallo ve Ertur, 2003:6; Dall'erba, 2005:131). Sırasıyla; sağ üstte yer alan birinci bölge (HH) yüksek değerli komşular tarafından çevrelenmiş yüksek değerli birimleri; sol üstte yer alan ikinci bölge (LH) yüksek değerli komşular tarafından çevrelenmiş düşük değerli birimleri; sol altta yer alan üçüncü bölge (LL) düşük değerli komşular tarafından çevrelenmiş düşük değerli birimleri; sağ altta yer alan dördüncü bölge ise (HL) düşük değerli komşular tarafından çevrelenmiş yüksek değerli birimlerini göstermektedir. 1 ve 3 numaralı düzlemler pozitif mekansal otokorelasyona işaret ederken 2 ve 4 numaralı düzlemler negatif mekansal otokorelasyonu (aykırılıklar) ifade eder (Gallo ve Ertur, 2003:6, Dall'erba, 2005:131).

Anselin (1996:94) mekansal birlikteliğin lokal göstergesini (Local Indicator of Spatial Association – LISA) şu şekilde tanımlamaktadır. Birincisi her bir gözlem için LISA söz konusu gözlem etrafındaki benzer değerlerin anlamlı mekansal kümelenmesinin bir göstergesini vermekte olup ikincisi ise tüm gözlemler için LISA istatistiklerinin toplamı mekansal birlikteliğin global göstergesi ile orantılıdır. LISA analizi örnekleme yer alan her bir konumun istatistiki yapısının ölçümüdür (Çelebioğlu ve Dall'erba, 2010). LISA istatistiği global Moran's I istatistiğine benzer fakat her bir komşuluk için ayrı hesaplanmaktadır. Mekansal rastgelelikten sapan komşuluk değerlerinin düzenlenme derecesini ifade etmekte ve yüksek ve düşük değerlerin yoğunlaşmasını ölçmektedir (Anselin vd., 2000). Lokal olarak kümelemenin hangi birimler için istatistiki olarak anlamlı olduğuna karar verilmesi için Anselin (1995) tarafından LISA analizi sıklıkla tercih edilmektedir. Bu istatistikte her bir gözlem için mevcut gözlemlerin etrafında anlamlı benzer değerlerin anlamlı olarak kümelenme derecesinin bir göstergesini vermekte ve bütün gözlemler için LISA'ların toplamı mekansal ilişkinin global bir göstergesi ile orantılı olmaktadır (Anavatan, 2017: 1110). Her bir bölge için hesaplanan lokal Moran I istatistik değeri, bölgenin komşularıyla birlikte mekansal kümelenmesi hakkında bilgi vermektedir. Üç durum söz konusu olabilmektedir. Bunlar;

- **Birinci durum: Mekânsal otokorelasyonun pozitif olduğu durumlar:** Bir bölge yüksek değerlere sahipken, komşuları da yüksek değerlere sahip olabilir (yüksek-yüksek) ya da bir bölge düşük değerlere sahipken, komşuları da düşük değerlere sahip (düşük-düşük) olabilir.
- **İkinci durum: Mekânsal otokorelasyonun negatif olduğu durumlar:** Bir bölge yüksek değerlere sahipken, komşuları da düşük değerlere sahip olabilir (yüksek-düşük), bir bölge düşük değerlere sahipken, komşuları da yüksek değerlere sahip (düşük-yüksek) olabilir.
- **Üçüncü durum: Mekânsal otokorelasyonun anlamsız olduğu durumlar:** Hesaplanan değerler, çizilen bir serpilme diyagramı ile de görsel olarak izlenebilmektedir.

Gözlemler daha çok yüksek-yüksek ve düşük-düşük bölgelere düşüyorlarsa pozitif, düşük-yüksek ve yüksek-düşük bölgelere düşüyorlarsa negatif otokorelasyon söz konusudur. Moran I değeri pozitifse yeni pozitif otokorelasyon varsa, doğru pozitif eğilimli; aksi takdirde negatif eğilimli olacaktır (Yerdelen Tatoğlu, 2022: 124).

Veri Seti

Çalışmada tarımsal bitkisel üretim değerini etkileyen faktörlerin etkilerini belirlemek üzere mekânsal ekonometrik kümeleme analizi yapılmıştır. Çalışmada esas alınan mekansal analiz ile birim boyutunu oluşturan bölgeler arasında komşuluk ilişkilerinin muhtemel bağıntısı belirlenmek istenmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenler logaritmik forma dönüştürülmüştür. 2015 ve 2020 yıllar esas alınmış olup iki yıl arasında karşılaştırma yapılarak mekânsal etkinin değişimi ortaya konmak istenmiştir. Ayrıca çalışmada Düzey 3 kapsamında 81 il dikkate alınmıştır. Çalışmada STATA 14.0 istatistik ve ekonometrik paket programı kullanılmış olup literatürde sıklıkla karşılaşılan sınırdaşığa bağlı ağırlıklandırma başlığında değinilen vezir komşuluğu kullanılmıştır. Modelde kullanılan değişkenler, kısaltmaları ve kaynakları Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1. Modelde Kullanılan Değişkenler

Kısaltma	Açıklamaları	Yıl	Kaynak
lihr	Ekonomik faaliyetlere (ISIC, Rev.4) göre ihracat (1000 ABD Doları) Genel toplam	2020,2015	TUİK
lbit	Tarımsal üretim değeri: Bitkisel üretim değeri (1000 TL)	2020,2015	FAO
lalan	Alan kullanımı: Toplam işlenen tarım alanı (hektar)	2020,2015	FAO
lagrene	Kullanım yerlerine göre elektrik tüketimi: Tarımsal sulama (MWh)	2020,2015	TUİK
ltufe	Yılsonu itibariyle tüketici fiyatları endeksi değişim oranı (%), 2003=100: Gıda	2020,2015	EVDS

Literatür Özeti

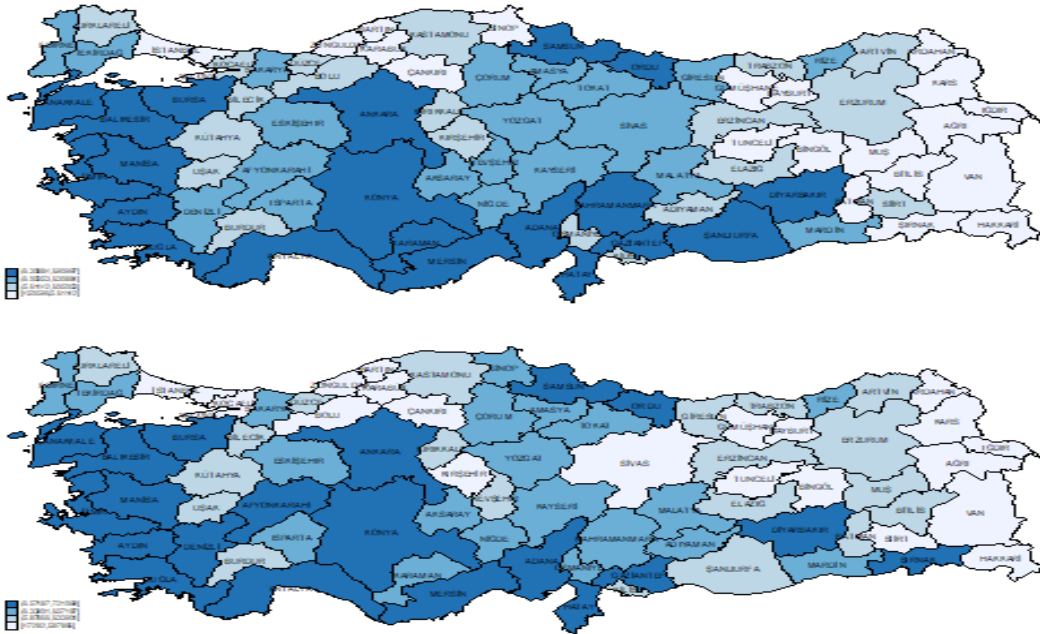
Tarım sektörü üzerine teorik yada ekonometrik farklı birçok çalışma yapılmıştır. Tarım sektörünün katma değeri üzerine yapılan ekonometrik çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Gardner (2003) tarafından yapılan çalışmada Granger nedensellik analizi ile 1961-1980 ve 1981-2001 dönemleri 85 ülke için irdelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre tarımsal katma değer ile kişi başına milli gelir açısından güçlü bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lio ve Liu (2008) tarafından yapılan bir başka çalışmada ise 1996-1998 ve 2000-2002 dönemleri için 127 ülke için panel veri yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre; hukukun üstünlüğü endeksi tarımsal verimliliğini artırdığı, politik istikrar endeksinin ise tarımsal verimliliği azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Erdal, vd. (2008) tarafından yapılan bir başka çalışmada ise Türkiye’de 2005:01-2008:10 dönemleri için GARCH, Etki-Tepki analizi ve Johansen Eşbütünleşme Testi kullanılarak tarım-gıda fiyat belirsizlikleri ortaya koyulmak istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre Türkiye’nin tarım-gıda belirsizliklerinin enflasyon ile uzun dönemde pozitif yönlü bir ilişkisinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Erçakar ve Taşçı (2011) tarafından yapılan çalışmada Türkiye’de 1972-2008 dönemlerinin esas alınmış ve panel veri yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada ulaşılan bulgulara göre; verimlilikteki artış çiftçinin elde ettiği nominal fiyatları artırırken, reel fiyatlarını azalttığı belirlenmiştir. Başoğlu ve Telatar (2013) tarafından yapılan benzer bir çalışmada ise Türkiye’de iklim değişikliğinin tarım sektörü üzerindeki etkileri 1973-2011 dönemleri için incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre yağış miktarındaki değişmelerin tarım sektörünün katma değerini pozitif yönde etkilerken sıcaklıktaki değişmelerin negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Acharya ve Bhatta (2013) tarafından yapılan çalışmada ise Nepal’de iklim değişikliğinin tarımsal katma değere olan etkisini 1975- 2010 dönemleri için irdelenmiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre yağışların tarımsal GSYH üzerinde olumlu etkilediği belirlenmiştir. Ceylan ve Özkan (2013) tarafında yapılan çalışmada Avrupa Birliği üyesi ülkesi için panel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada ulaşılan bulgulara göre; tarımsal katma değerdeki artışın, kişi başına gelire katkıda bulunduğu belirlenmiştir. Rizov, Pokrivcak ve Ciaian (2013) tarafından yapılan bir

başka çalışmada GMM regresyon analizi yöntemi ile 1990-2008 dönemleri için 15 Avrupa Birliği üyesi ülkesi analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre üretimden bağımsız doğrudan destekleyici yardımlar reformundan önceki teşvikler katma değeri olumsuz, reform sonrasındakiler ise tarımsal katma değeri olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Akyol (2018) tarafından yapılan çalışmada ise 2000-2016 dönemleri için Güney Afrika, Türkiye, Çin, Brezilya ve Meksika ülkeleri panel veri analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre çalışmada tarımsal teşviklerin, tarımsal katma değeri üzerinde pozitif yönde (olumlu) bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hayaloğlu (2018) tarafından yapılan benzer bir çalışmada ise iklim değişikliğinin tarım sektörü ve ekonomik büyüme üzerindeki etkisini Küresel İklim Değişikliği Risk Endeksi'ne göre iklim değişikliğinden en fazla etkilenen 10 ülke için analiz edilmiştir. Çalışmada 1990-2016 dönemleri için panel veri analiz tekniğinin kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre söz konusu ülkelerde iklim değişikliğinin ekonomik büyüme ve tarımsal katma değeri negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yavuzaslan ve Soyyiğit (2019) tarafından yapılan çalışmada 1996-2017 dönemleri için Türkiye, Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Meksika ve Endonezya (E-7) ülkeleri için panel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre hükümet etkinliği ile tarımsal katma değer bazında çift yönlü nedensellik olduğu belirlenmiştir.

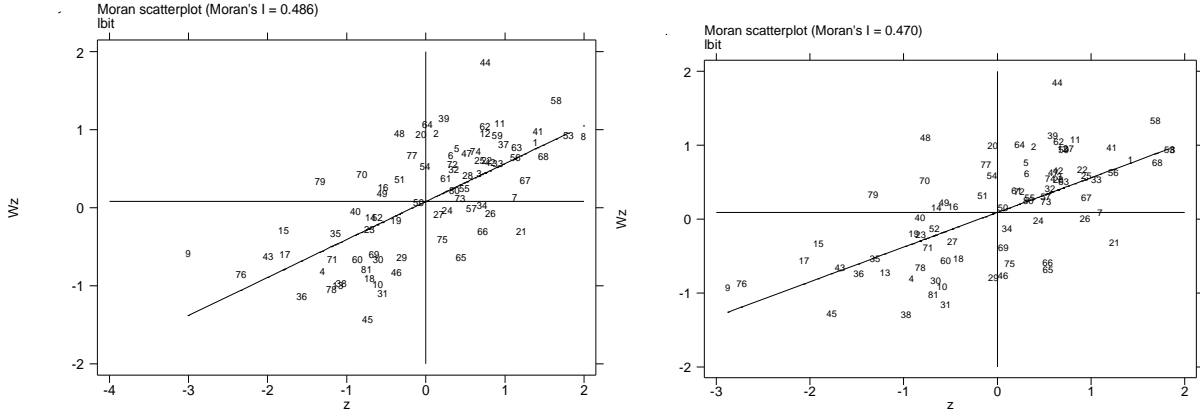
ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde değişkenlere ait mekânsal dağılım haritalarına, Moran's I saçılma diyagramlarına, Moran's I istatistik değerlerine ve LISA haritalarına yer verilmiştir. Bu bölümde çalışmada kullanılan değişkenlerin mekânsal dağılım haritalarına bakılarak değişkenlerin dağılım haritalarındaki dağılım deseni belirlenmek istenmiştir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta haritaların mekânsal bağımlılık hakkında bağımlılığı tespit etmeye ve ölçmeye imkan vermemesidir. Bir başka ifade ile mekânsal harita dağılımları ile değişkenlerin bölgesel ayrışmalarını görselleştirme imkanı söz konusu iken tek başına mekânsal ayrışımı göstermede yeterli olmamaktadır. Bu yetersizliği ortadan kaldırmak üzere Moran saçılım diyagramlarından faydalanılmaktadır. Toplam bitkisel üretim değerinin mekânsal dağılım haritaları Şekil 1'de verilmektedir.



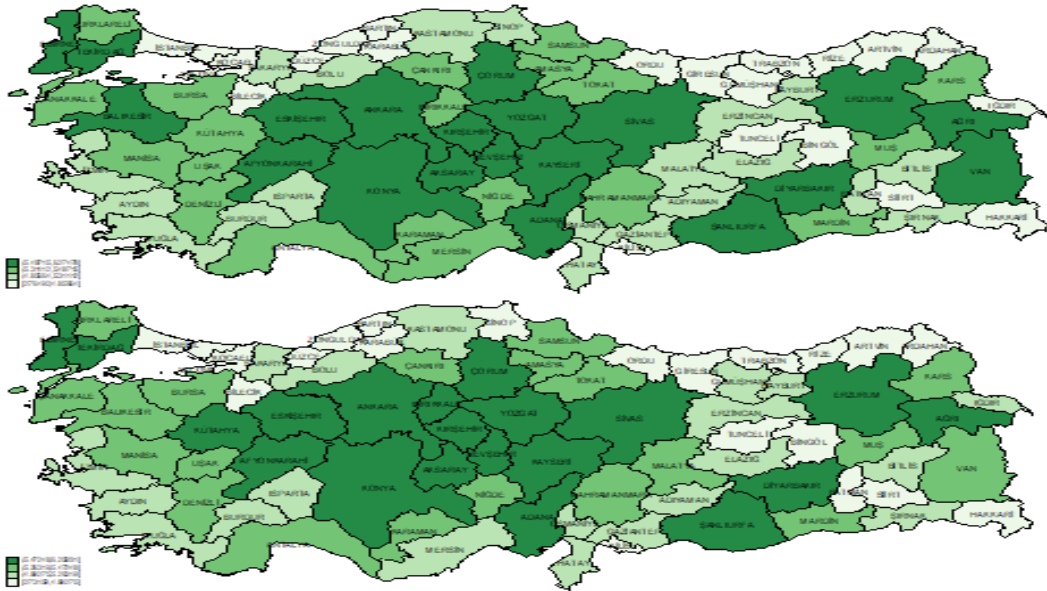
Şekil 1. Toplam bitkisel üretim değerinin mekânsal dağılım haritaları (2015, 2020)

Şekil 1’de görüldüğü üzere Batı Bölgeleri’nde özellikle kıyı kesimlerinde ve Orta Anadolu’da bitkisel üretimin yoğunluk gösterirken, doğu kesimlerinin bu dağılımında oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu durumun gerekçesinin ortaya koyulması sektöre yönelik geliştirilecek politikalar açısından büyük önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra 2020 yılında Bolu, Kırşehir, Sivas, Şanlıurfa, Muş, Bitlis, Batman illerinde bitkisel üretimin düşüğe geçtiği Denizli, Afyon, Şanlıurfa, Şırnak illerinde ise bitkisel üretim değerinin artış gösterdiği görülmektedir. Toplam bitkisel üretim değeri değişkenine ilişkin Moran saçılım diyagramları ise Şekil 2’de verilmektedir. Sol tarafta 2015 yılına ait, sağ tarafta ise 2020 yılına ait toplam bitkisel üretim değeri saçılım diyagramlarına yer verilmiştir.



Şekil 2. Toplam bitkisel üretim değerine ait moran saçılma diyagramları (2015, 2020)

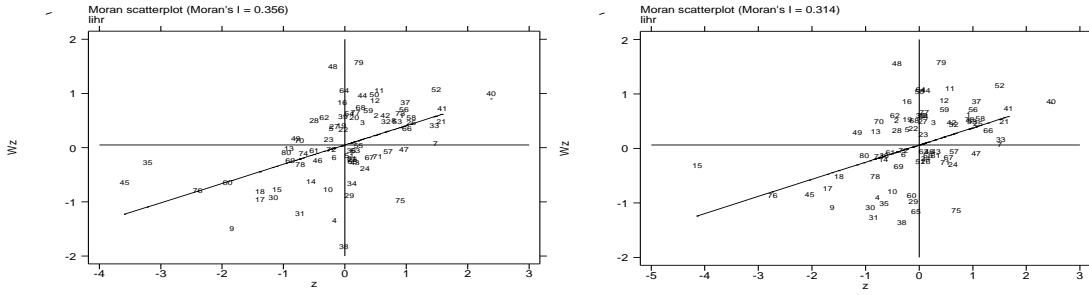
Şekil 2’de yer alan Moran saçılım diyagramlarına göre iki yıl içinde Moran’s I istatistiği değerleri hemen hemen aynı ve dikkate değer bir pozitif mekansal otokorelasyonu göstermektedir. Toplam bitkisel üretim değeri 2015 yılına ait Moran’s I istatistiği değeri 0.49; 2020 yılına ait Moran’s I istatistiği değeri ise 0.47 olarak bulunmuştur. Toplam tarımsal alan dağılım haritaları (2015,2020) Şekil 3’de verilmektedir.



Şekil 3. Toplam üretim yapılan tarımsal alan dağılım haritaları (2015,2020)

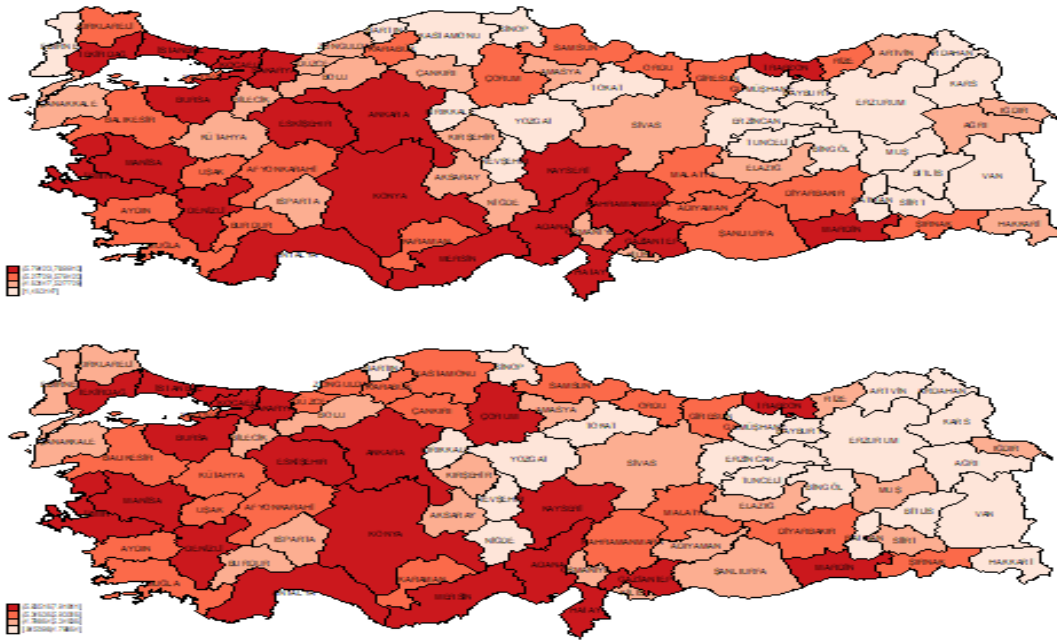
Tarımsal alanların Orta Anadolu Bölgeleri’nde yoğunluk gösterdiği görülmektedir. Dağılım haritalarına bakıldığında sadece birkaç ilde spesifik nedenlerle tarımsal alan dağılımında birinci kademe artış yada

azalışlar söz konusu olup tarımsal alanların dağılımı genel anlamda stabil bir durum gösterdiği bununda beklenen bir durum olduğu düşünülmektedir. Ancak Şekil 1’de yer alan toplam bitkisel üretim değeri dağılım haritaları ile karşılaştırıldığında kıyı bölgelerinde üretim değerinin oldukça yüksek bir dağılım gösterirken, tarımsal alanların daha düşük kademelerde olduğu görülmektedir. Bunun bir gerekçesi kıyı bölgelerinde üretim deseninin meyve-sebze ağırlıklı olmasından kaynaklı tarımsal ihracatın yüksek olduğu ürün desenine sahip olması nedeniyle bitkisel üretim değerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Dikkat çeken bir diğer nokta ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri’nde tarımsal alanların oldukça yüksek düzeyde dağılım gösterirken, bitkisel üretimden aldıkları değerin oldukça düşük olmasıdır. Bu durum tarımsal üretimde etkinlik dağılımı noktasında ciddi sorunların olduğunu gösteren bir başka bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarımsal alanlara ait yıllar için Moran’s I istatistiği Şekil 4’de verilmektedir.



Şekil 4. Üretim yapılan tarımsal alanlara ait Moran saçılma diyagramları (2015,2020)

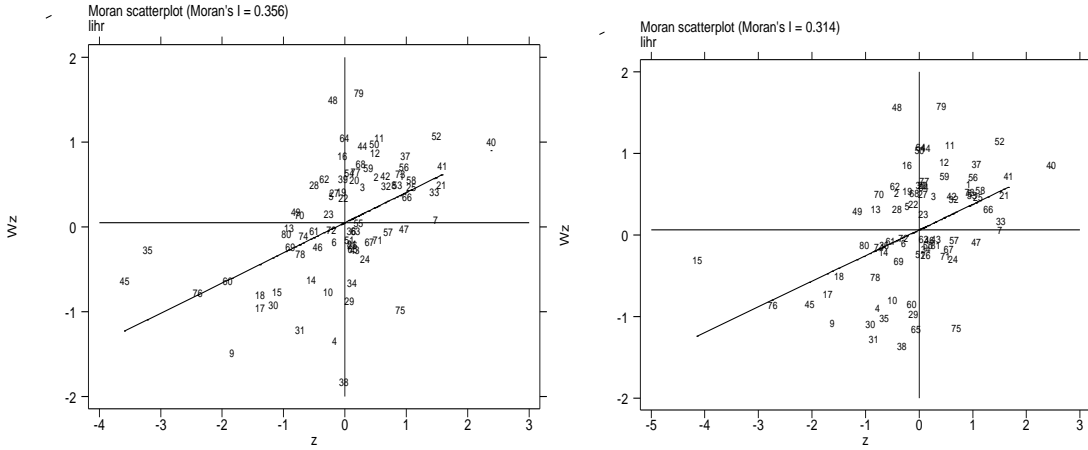
Moran’s I istatistiği değerlerine bakıldığında hemen hemen aynı değerde bir pozitif mekansal otokorelasyonun var olduğu görülmektedir. Diyagramlara bakıldığında toplam üretim yapılan tarımsal alanlar 2015 yılında 0.37; 2020 yılında 0.38 ise olarak gerçekleşerek küçük bir artış göstermiştir. Moran’s I değerlerine göre iller arasında mekansal bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Toplam ihracat dağılım haritaları (2015, 2020) Şekil 5’de verilmektedir.



Şekil 5. Toplam ihracat değeri dağılım haritaları (2015,2020)

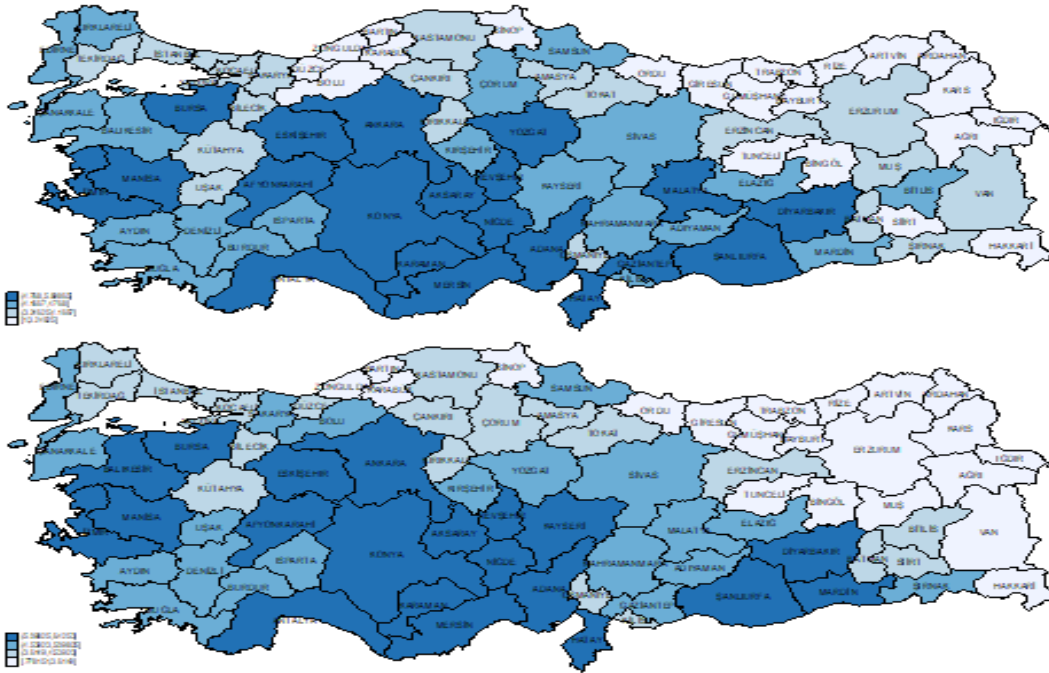
Şekil 5’de toplam ihracat değerine ait dağılım haritaları karşılaştırıldığında Doğu ve Batı Bölgeleri arasında makasın oldukça geniş olduğu görülmektedir. Orta Anadolu, Akdeniz ve Ege Bölgeleri’nin kıyı kesimlerinde

ihracat potansiyelinin oldukça yüksek olduğu görülmekte olup yıllar arasında ciddi boyutlarda değişimlerin yaşanmadığı görülmektedir. Toplam ihracat değerine ait Moran's I diyagramları Şekil 6'da verilmektedir.



Şekil 6. Toplam ihracat değerine ait moran saçılma diyagramları (2015,2020)

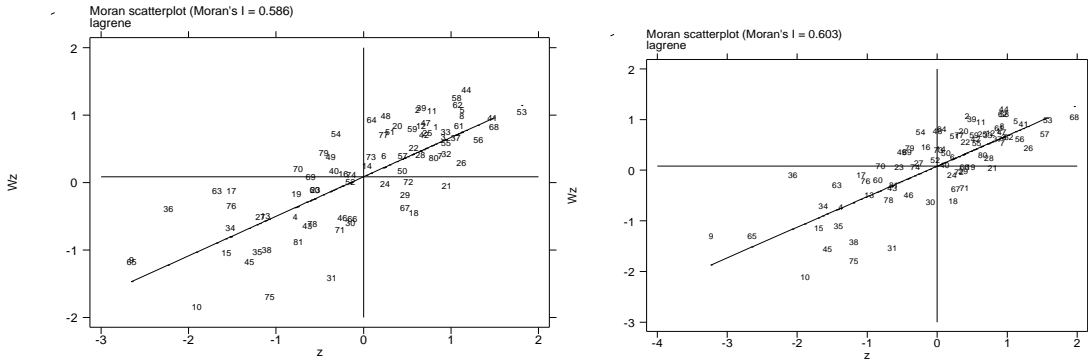
Diyagramlara göre Moran's I istatistikleri 2015 yılında değeri 0.37; 2020 yılında ise 0.31 olarak gerçekleşmiştir. Bu değer göstermektedir ki toplam ihracat değeri Moran's I değerlerine göre iller arasında pozitif yönlü mekansal bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Tarımsal sulamada kullanılan enerji tüketim haritaları (2015,2020) Şekil 7'de verilmektedir.



Şekil 7. Tarımsal sulamada kullanılan enerji tüketim haritaları (2015,2020)

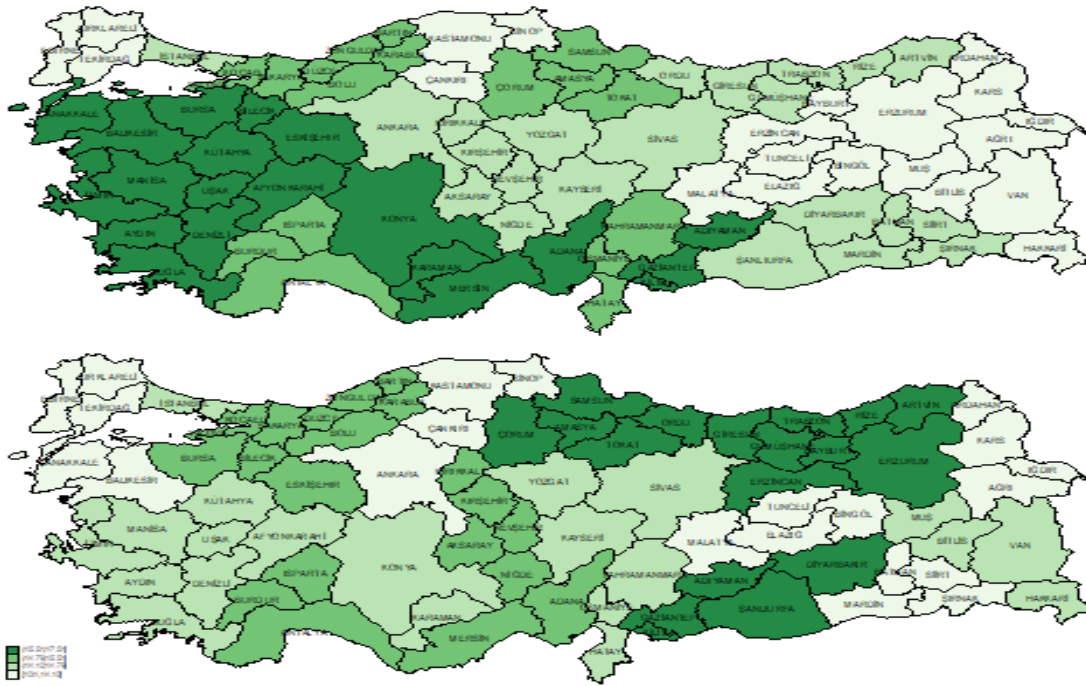
Şekil 7 incelendiğinde ilk dikkat çeken nokta iki yıl arasında çok büyük farklılıkların olmamasıdır. Genel dağılım gözden geçirildiğinde Orta Anadolu, Ege, Akdeniz Bölgeleri'nde ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde tarımsal sulamada enerji tüketiminin oldukça yüksek seyir gösterirken, Karadeniz Bölgesi'nin ve Doğu Anadolu Bölgesi'nde oldukça düşük dağılım gösterdiği görülmektedir. Karadeniz Bölgesi'nin düşük olmasının gerekçesi bölgenin iklim avantajının oldukça yüksek olması olarak açıklanabilir. Bu dağılımda iklimsel faktörlerin ve ürün deseninin belirleyici bir durum olduğu ifade edilmesi gereken önemli

bir noktadır. Tarımsal sulamada kullanılan enerji tüketimine ilişkin Moran's I saçılma diyagramlarına Şekil 8'de verilmiştir.



Şekil 8. Tarımsal sulamada kullanılan enerji tüketimine ait Moran saçılma diyagramları (2015,2020)

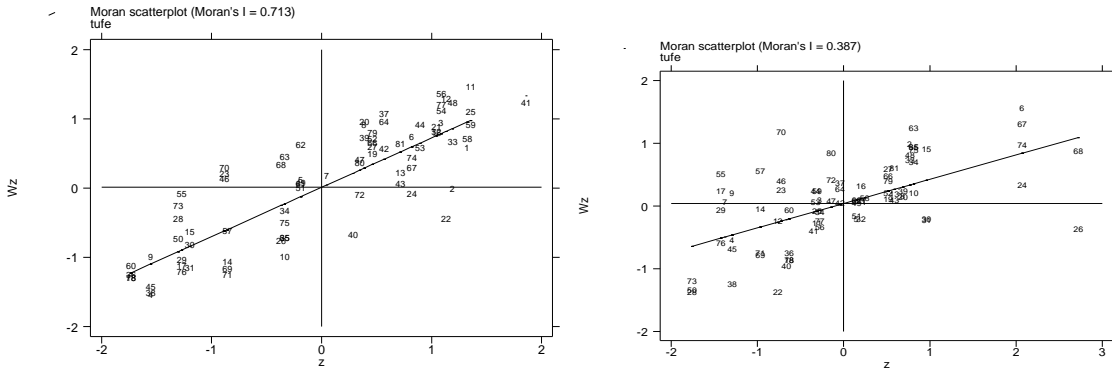
2015 yılına ait Moran's I değeri 0.59; 2020 yılına ait Moran's I değeri ise 0.60 olarak hesaplanmıştır. Yani her iki yıl içinde kayda değer pozitif mekansal otokorelasyon söz konusudur. Gıda enflasyon dağılım haritaları (2015,2020) Şekil 9'da verilmektedir.



Şekil 9. Gıda enflasyonu dağılım haritaları (2015,2020)

Şekil 9 incelendiğinde yıllar içerisinde ciddi değişimin olduğu görülmektedir. Ege Bölgesi, Orta Anadolu Bölgesi'nin bir bölümü, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin önemli bir bölümü ve Karadeniz Bölgesi'nin büyük bir bölümünde önemli değişimler yaşanmıştır. 2015 yılında enflasyon değişkenine ait dağılım haritalarına bakıldığında mekansal ilişkinin oldukça yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bu yüksek ilişkinin 2020 yılında azaldığı yine dağılım haritasına bakarak söylenebilir. Şekil 10'de görüldüğü gibi 2015 yılına ait gıda enflasyonu değişkeninin Moran's I değerinin 0.71 olması güçlü bir mekansal otokorelasyona işaret etmektedir. Moran's I istatistiğinin 1'e yakın olması pozitif mekansal otokorelasyon gücünü, -1'e yaklaşması ise negatif mekansal otokorelasyonun gücü artırmaktadır. Ancak aynı değişkenin 2020 yılına ait

Moran's I değeri 0.39 olması ise zayıf bir mekansal otokorelasyona işaret etmektedir. 2020 yılında yaşanan pandemi sürecinin ve küresel gıda arz şoku etkisinin mekansal otokorelasyonun düşmesinin temel sebebi olarak ifade edilebilir.



Şekil 10. Gıda enflasyonuna ait Moran saçılma diyagramları (2015,2020)

LISA Sonuçları

LISA sonuçları Tablo 2’de özetlenmiştir. Tablo 2’ye göre;

- Ağrı, Ardahan, Artvin, Bingöl, Erzincan, Erzurum, Gümüşhane, Kars, Trabzon ve Tunceli illeri için değişkenlerin birçoğu düşük düşük bölgesi içerisinde yer almaktadır. Bu illerin ağırlıklı olarak Doğu Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer aldığı dikkat çekmektedir. Bu illerde tarım sektörü açısından istenilen potansiyelin oluşmadığı görülmektedir.
- Adana, İzmir, Konya, Mersin ve Manisa illerinde ise değişkenlerin birçoğu yüksek yüksek bölgesi içerisinde yer almaktadır. Yüksek yüksek bölgelerde kalan bu illerde neredeyse bütün değişkenler arasında pozitif korelasyonun olduğu görülmektedir. Bir başka ifade ile bu illerde tarım sektörü potansiyelinin yüksek katma değerli ürün deseninin oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Dikkat edilmesi gereken noktalardan biri de sektörün gelişmesine bağlı olarak bu illerde tarımsal sanayinin de oldukça gelişmiş olduğu görülmektedir.
- Tarımsal sulamada kullanılan elektrik tüketimi için Orta Anadolu Bölgesi, Akdeniz Bölgesi’nin kıyı kesimleri ve Düzey 2 kapsamında TRC3 Bölgesi’nde yer alan Şanlıurfa, Diyarbakır ve Mardin illerinde yüksek mekansal ilişkinin olduğu görülmektedir. Mersin ilinin kendisinde tarımsal sulamada elektrik tüketimi fazla iken komşu illerinde de her iki yıl içinde de tüketimin yüksek olduğu görülmektedir. Aynı durum Niğde, Karaman, Aksaray, Nevşehir, Antalya ve Manisa içinde geçerlidir.
- Değişken bazında enflasyon oranı için mekansal ilişkiye bakıldığında her iki yıl içinde Ardahan, Batman, Bitlis, Edirne, Elazığ, Erzincan, Hakkâri, Iğdır, Kars, Mardin ve Van illeri için enflasyon değişkeni kendisi için düşüken komşu iller içinde düşük olduğu belirlenmiştir.
- 1984 yılı Ocak ayında çıkarılan 2972 sayılı yasa ve Mart ayında çıkarılan 195 sayılı kanun hükmünde kararname ile İstanbul, Ankara ve İzmir illeri büyükşehir kapsamına alınmıştır. Türkiye’nin üç önemli büyükşehri olan İzmir, Ankara, İstanbul için sektörün mekansal değerlendirilmesi yapılmak istediğinde İstanbul ve Ankara illerinde yüksek bir kümelenmenin sözkonusu olmadığı yani merkezden çevreye doğru zayıf bir yayılım etkisi gösterdiği görülmektedir. Oysaki İzmir için durum daha farklı olup merkezden çevreye doğru güçlü bir yayılım etkisi gösterdiği görülmektedir.

- 1986-1988 döneminde beş Büyükşehir Belediyesi daha kurulmuştur. 1986 yılında 3306 sayılı yasa ile Adana, 1987 yılında 3391 sayılı yasa ile Bursa, 3398 sayılı yasa ile Gaziantep ve 3399 sayılı yasa ile Konya, 1988 yılında ise 3508 sayılı yasa ile Kayseri büyükşehir statüsüne geçirildi. Bu beş büyükşehir için değerlendirildiğinde Adana ve Konya illeri için sektöre ait birçok değişikende yüksek bir kümelenmenin söz konusu olduğu yani merkezden çevreye doğru güçlü bir yayılım etkisi gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak Gaziantep, Kayseri ve Bursa illeri için tarım sektöründe merkezden çevreye doğru zayıf bir yayılım etkisi gösterdiği yani yüksek bir kümelenmenin olmadığı belirlenmiştir.
- Türkiye’de nüfus artış ve şehirleşme hızının yüksek oluşu kent nüfuslarında büyük artışlar olması sonucunu doğurmaktadır. Nüfus artışı ile birlikte 1993 yılına gelindiğinde yedi büyükşehir belediyesi daha kuruldu. Bu belediyeler; Antalya, Diyarbakır, Eskişehir, Erzurum, Mersin, Kocaeli ve Samsun illeridir. Bu yedi büyükşehir içerisinde Mersin ilinde merkezden çevreye doğru güçlü bir yayılım etkisi görülürken, Erzurum ilinden merkezden çevreye doğru zayıf bir yayılım etkisi görülmüştür. Diğer yedi büyükşehir belediyesi için mevcut yıllar için tarım sektörüne yönelik bir yeteri kadar yayılım göstermediği görülmektedir.
- 12 Kasım 2012 tarihi itibarıyla Büyükşehir yasa tasarısı, Meclis Genel Kurulu’nda kabul edilerek 6360 sayılı kanun olarak yasalaşmıştır. Bu yasa kapsamında büyükşehir olan iller arasında Şanlıurfa, Hatay, Manisa, Balıkesir, Kahramanmaraş, Van, Aydın, Denizli, Tekirdağ, Muğla, Mardin, Malatya, Trabzon ve Ordu yer almaktadır. Son eklenen büyükşehirler arasında Şanlıurfa ve Trabzon illerinde çalışmadaki değişkenlere göre değerlendirildiğinde merkezden çevreye doğru zayıf bir yayılım etkisi gösterdiği, Muğla ilinin ise belirli değişkenler olmak üzere merkezden çevreye doğru güçlü bir yayılım etkisi gösterdiği söylenebilir.
- Büyükşehirler dışında kalan iller için genel bir değerlendirilme yapılması durumunda ise bu illerden bazılarında merkezden çevreye doğru zayıf bir yayılım etkisi gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuçlar sektörler için uygulanacak olan politikalar açısından oldukça önemli bir sonuçtur. Tarım sektörünün esas alındığı bu çalışmada bölgesel perspektifte politikaların belirlenmesinde mekânsal ilişkinin pozitif olduğu illerden çevre illere doğru bir yayılımın olduğunun unutulmaması gerekmektedir. Bu bağlamda bölgesel tarım politikaların doğru ve etkin sonuç alınabilmesi için bu yayılım etkisinin dikkate alınması büyük bir önem arz etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’nin Dokuzuncu ve Onuncu Kalkınma Planları kapsamında bölgesel gelişme politikalarının alt başlıklarından biri de kırsal kalkınma politikalarıdır. Planların ortak noktasını tarım sektörünün rekabet gücünü ve yerel kalkınmayı destekleyecek şekilde koordine edilmiş olması oluşturmaktadır. Planlar kapsamında tarım politikaları açısından yerelde işletmelerin rekabet güçlerinin ve verimliliklerinin artırılması, sürdürülebilirliklerinin sağlanması; bölgesel politikalar açısından ise kırsal kesimin rekabetçi oldukları ürün desenine dayanan yerel kalkınma projelerinin hayata geçirilmesi hedeflenmiştir. 2019-2023 dönemlerini kapsayan On Birinci Kalkınma Planı’nda ise planın sürdürülebilir kırsal kalkınma anlayışı çerçevesinde oluşturulduğu görülmektedir. Bu bağlamda Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2021 - 2023) hazırlanmış, ulusal refah düzeyini oldukça geriden takip eden sektör dinamiklerinin doğru olarak benimsenmesi hedeflenmiştir.

Tablo 2. Türkiye’de 81 İlin LISA Kümeleri Tablosu

İller	İbit		Lalan		Lihr		lagrene		İtufe	
	2015	2020	2015	2020	2015	2020	2015	2020	2015	2020
Adana	YY	YY			YY	YY	YY	YY	YY	
Adıyaman							YY			
Afyonkarahisar			YY	YY			YY	YY	YY	
Ağrı	DD	DD				DD		DD	DD	DD
Aksaray			YY	YY			YY	YY		
Amasya										
Ankara			YY	YY				YY		
Antalya	YY	YY					YY	YY		
Ardahan	DD	DD		DD	DD	DD	DD	DD	DD	DY
Artvin			DD	DD			DD	DD		
Aydın	YY	YY				YY	YY		YY	
Balıkesir	YY	YY							YY	DD
Bartın	DD	DD		DD						DD
Batman									DD	DD
Bayburt	DD	DD				DD	DD	DD	DD	
Bilecik									YY	
Bingöl	DD	DD			DD	DD			DD	
Bitlis	DD				DD	DD			DD	DD
Bolu										YY
Burdur										YY
Bursa					YY	YY			YY	
Çanakkale										YY
Çankırı										DD
Çorum				YY						
Denizli		YY					YY		YD	
Diyarbakır								YY		
Düzce			DD	DD						
Edirne										
Elazığ										DD
Erzincan	DD	DD			DD	DD			DD	
Erzurum	DD	DD	YD	YD	DD	DD	DD	DD	DD	YD
Eskişehir				YY				YY	YY	
Gaziantep					YY		YY		YY	
Giresun							DD	DD		
Gümüşhane		DD			DD		DD	DD		
Hakkâri	DD			DY			DD		DD	DD
Hatay	YY				YY	YY				
İğdır		DD					DD	DD	DD	DD
İsparta		YY					YY			YY
İstanbul					YY	YY				
İzmir	YY	YY			YY	YY	YY	YY	YY	
Kahramanmaraş							YY			
Karabük	DD	DD		DD						YY
Karaman	YY	YY					YY	DD	YY	
Kars	DD	DD			DD	DD	DD	DD	DD	DD
Kastamonu			DD							DY
Kayseri				YY			YY	YY		
Kırıkkale			DD						YY	
Kırklareli										DY
Kırşehir			YY						DD	
Kilis										
Kocaeli			DD	DD	YY	YY				
Konya	YY	YY		YY		YY	YY	YY	YY	
Kütahya									YY	
Malatya							YY			
Manisa		YY			YY	YY	YY	YY	YY	
Mardin								YY	DD	DY
Mersin	YY	YY		YY	YY	YY	YY	YY	YY	YY
Muğla									YY	
Muş	DD				DD				DD	
Nevşehir							YY	YY		
Niğde	YY	YY					YY	YY		
Ordu	YY									
Osmaniye			DY							
Rize				DD			DD	DD		
Sakarya										YY
Samsun			YD							
Siirt							YY	YY		YY
Sinop									DD	
Sivas				DY						
Şanlıurfa	DD	DD		DD					DD	
Şırnak										DY
Tekirdağ										
Tokat			YY							
Trabzon				DD		YD	DD	DD		
Tunceli	DD	DD		DD	DD	DD			DD	
Uşak									YY	

Van	DD							DD	DD
Yalova			DD						
Yozgat			YY						
Zonguldak		DD		DD					YY

*Tablo yazar tarafından oluşturulmuş olup YY yüksek yüksek bölgeleri, DD ise düşük düşük bölgeleri göstermektedir.

Küresel COVID 19 salgınının global etkisi tüm dünyanın sosyal ve ekonomik yaşamında birçok dönüşümün yaşanmasına neden olmuştur. Salgın dönemi ve sonrasında en çok etkilenen sektörlerden biri de tarım sektörü olarak kabul edilmektedir. Salgın dönemindeki karantina ve kısıtlama gibi uygulamalar ekonomilerin kendi gıda ihtiyaçlarını karşılayabilmesi noktasında birçok kez tedarik zincirinde aksamaların oluşmasına, küresel salgın sonrası yaşanan Rusya-Ukrayna krizinin yükselmesi de sektörün stratejik konumunun bir kez daha anlaşılmasına neden olmuştur. Salgından özellikle Çin, ABD, İspanya, Rusya, İtalya, Fransa gibi güçlü tarım ihracatçısı ülkeler etkilenmiştir. Bu noktadan hareketle salgın nedeniyle büyük ihracatçı ülkeler kendi iç taleplerini güvence altına almak için kısıtlamalara gitmiş, tarım sektöründe her ülke için farklı arayışları, uygulamalarını gündeme getirmiştir.

Son günlerde Türkiye’de tarım ürün piyasalarında meydana gelen artışlar ekonomilerdeki tüm karar birimlerini yakından etkilemektedir. Özellikle tüketiciler için gıda fiyatlarındaki artış tüketim harcamalarını artırdığı için tüketiciler hem söz konusu gıda maddelerine olan talebini, hem de diğer mal ve hizmetlere olan taleplerini azaltmak durumunda kalmıştır. Tarım ve gıda ürünlerinin fiyatlarındaki artış kısa vadede üreticiler için olumlu bir gelişme olarak görülse de, bu artışın enflasyonu tetiklemesi diğer üretim maliyetlerinin artmasına dolaylı olarak orta ve uzun vadede tüm toplumun olumsuz etkilenmesine neden olmuştur. Bu bağlamda önümüzdeki yılların stratejik sektörlerinden biri olarak kabul edilen tarım sektörüne yönelik yapılan sektörel çalışmalarının önemi bir kat daha artmaktadır.

Çalışmada Düzey 3 Bölgesi kapsamında 81 il için mekânsal modelleme yapılmıştır. Araştırmanın ilk bölümünde bütün değişkenler için haritalar oluşturularak mekânsal ilişkilerinin varlığı ayrı ayrı ortaya koyulmuştur. Çalışmanın hem 2015 yılını, hem de 2020 yılını baz alması iki yıl arasında karşılaştırma yapabilme imkanını vermiştir. Mekansal ilişkinin varlığına işaret eden görseller ardından modelleme yapılmış, tanısal testlere bakılarak uygun model mekânsal gecikme modeli olarak belirlenmiştir.

Türkiye gıda enflasyonuna maruz kalmamak için en hızlı şekilde gıda arzını artırmalıdır. Bunu yapabilmeyen en kolay yöntemi ise gıda ithalatının artırılması ve gıda ihracatının azaltılmasıdır. Kısa vadede gıda ithalatının artması ürün bolluğu oluşturacağından fiyatların azalmasına neden olacaktır. Ancak bu durum uzun vadede üreticinin üretimden çekilmesine neden olabilir. İhracata yönelik kısıtlamalar gıda ihracatçısı olan ülkelerin stoklarını yerel piyasalara aktarmasına ve kısa vadede gıda arzının artmasına neden olacaktır. Ancak ihracat kısıtlamalarına devam edilmesi ülkeye giren dövizin azalmasına uluslararası pazarda güç kaybetmemize neden olacaktır. Bu nedenle gıda enflasyonuna neden olan faktörlere müdahale ederken dış ticaret müdahaleleri yerine sağlıklı bir planlama ile tarımsal üretimi artırıcı politikalar geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda üretimin desteklenmesi için kontrollü destekler, sübvansiyonlar ile sektörün desteklenmesi gerekmektedir. Böylelikle hem uluslarda gıda arzında problem yaşanmazken, hem de gıda ihracatı ile ülkeye döviz girdisi sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

Acharya, Shankar Prasad ve Bhatta, Guna Raj (2013). *Impact of Climate Change on Agricultural Growth in Nepal*. NRB Working Paper No. 15.

Akyol, M. (2018). Tarımsal teşviklerle tarımsal katma değer arasındaki ilişkinin incelenmesi: Yeni endüstrileşen ülkeler için panel eşanlı denklemler sistemi analizi. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 226-236.

Anavatan, A. (2017). *Türkiye’de İç Göç ve Belirleyicileri: Mekânsal Veri Analizi*.

- Anselin, L. (1996). *Interactive Techniques And Exploratory Spatial Data Analysis*.
- Anselin, L. ve Bera, A. K. (1998). Introduction To Spatial Econometrics. *Handbook Of Applied Economic Statistics*, 237(5).
- Anselin, L., Cohen, J., Cook, D., Gorr, W. ve And Tita, G. (2000). Spatial Analyses. *Measurement And Analysis Of Crime And Justice*, Volume 4.
- Baçoğlu, A. ve Telatar, O.M., (2013). İklim Değişikliğinin Etkileri: Tarım Sektörü Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, No: 6, 7-25.
- Baumont, C., Ertur, C. ve Le Gallo, J. (2001). A Spatial Econometric Analysis Of Geographic Spillovers And Growth For European Regions, 1980-1995 (Doctoral Dissertation, Laboratoire D'analyse Et De Techniques Économiques (LATEC)).
- Çelebioğlu, F. ve Dall'Erba, S. (2010). Spatial disparities across the regions of Turkey: an exploratory spatial data analysis. *The Annals of Regional Science*, 45(2), 379-400.
- Dall'Erba, S. (2005). Distribution Of Regional Income And Regional Funds İn Europe 1989–1999: An Exploratory Spatial Data Analysis. *The Annals Of Regional Science*, 39(1), 121-148.
- Gardner, B., 2003. *Causes of Rural Economic Development. Document Transfer Technologies*. Durban, South Africa.
- Erçakar, M. E. ve Taşçı, M. H. (2011). Tarım ürünlerinde verimlilik-fiyat ilişkisi: Türkiye üzerine ampirik bir uygulama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (elektronik)*, 10(36), 171-186.
- Erdal, G. , Esengün, K., Erdal, H. (2008). Türkiye'de Tarım Ve Gıda Ürünleri Fiyatlarındaki Belirsizliğin Enflasyon Üzerindeki Etkileri . *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 2008 (2) , 65-79 .
- Gallo, J. ve Ertur, C. (2003), "Exploratory Spatial Data Analysis Of The Distribution Of Regional Per Capita Gdp İn Europe, 1980– 1995." *Papers İn Regional Science*, 82(2), 175-201.
- LeSage, J. ve Pace, R. K. (2009). Introduction to spatial econometrics. *Chapman and Hall/CRC*.
- Lio, M., Liu, M-C. (2008). Governance and agricultural productivity: A CrossNational Analysis, Food Policy, Vol. 33, 504-512
- Rizov, M., Pokrivcak, J., & Ciaian, P. (2013). CAP Subsidies and Productivity of the EU Farms. *Journal of Agricultural Economics*, 64(3), 537-557. doi:<https://doi.org/10.1111/1477-9552.12030>
- Soyyiğit, S. ve Yavuzaslan, K. (2019). Tarımsal katma değeri etkileyen faktörler üzerine bir inceleme: E7 ülkeleri örneği. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (KAÜİİBFD)*, 10(19), 403-429.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2022). Mekânsal Ekonometri Stata Uygulamalı, *Beta Yayıncılık*, İstanbul.
- Zeren, F., Yılcı, V. ve İşlek, H. (2021). İtalya'da Covid-19'un Bölgeler Arası Yayılımı: Keşfedici Mekansal Veri Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), 1432-1442.



Sergileme Mekânlarında Işığın Etkisi ve Video Haritalama Uygulaması*

Eda KARLIDAĞ

İstanbul Ticaret Üniversitesi,
İç Mimarlık Bölümü Yüksek Lisans Öğr.
eda.karlidag@istanbulticaret.edu.tr
<https://orcid.org/0009-0004-4713-7159>

Makale Başvuru Tarihi : 16.04.2023
Makale Kabul Tarihi : 21.05.2023
Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023
Makale Türü : Araştırma Makalesi

Makbule Tuba BOSTANCI BAŞKAN

İstanbul Ticaret Üniversitesi,
İç Mimarlık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi
mtubabbaskan@ticaret.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-8174-0147>

Özet

Anahtar Kelimeler:

*Sergileme,
Sergileme
Çeşitleri,
Işık, Video
Haritalama,*

Sergileme, tasarımı yapılan ya da mevcutta bulunan nesnelerin sunulmasıdır. Sergileme mekânlarında geçmişte sadece sergilenen nesneye önem verilirken günümüzde ise sadece nesneden ziyade, sergileme tasarımında kullanılan diğer unsurlara da büyük önem verilmektedir. Işıklandırma ve sergileme yöntemleri, sergileme tasarımının temel konularını içermektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte sergileme mekânlarında da farklı teknolojik sistemler kullanılmaya başlanmıştır. Bunlardan biri de video haritalama yöntemidir. Sergileme mekânlarında, kullanılan kriterler ve ışık özellikleri üzerinde çalışılması önemlidir. Bunun nedeni ışığın; sergilenen nesnelere aydınlatmasının yanı sıra mekânın atmosferini, odak noktasını ve görsel ayarlarının belirlenmesinde önemli bir rol oynamasıdır. Bu da sergileme mekânı tasarımında kullanılan kriterlerin ışıklandırma ile bağlantısını göstermektedir. Bu bağlamda kullanılan video haritalama uygulaması ise sergileme mekânlarında ışığın rolünü yönlendirebilmektedir. Nesnelerin ya da direkt mekânın üzerine yansıtılan bu hareketli görüntüler mekânın kurgusunu şekillendirmektedir. Bu çalışmada sergileme mekân tasarımında kullanılan kriterler, kullanılan ışığın özellikleri ve mekâna etkisi örnekler ile incelenmiş ve bu doğrultuda video haritalama tekniği ile ışığın mekân kurgusundaki önemi vurgulanmıştır.

The Effect of Lighting in Exhibition Spaces and Video Mapping Application

Abstract

Keywords:

*Exhibition,
Types of
Exhibition,
Lighting,
Video Mapping*

Exhibition is the presentation of designed or existing objects. While in the past, the focus in exhibition spaces was primarily on the exhibited object, nowadays, great importance is also placed on other elements used in exhibition design. Lighting and display methods encompass the fundamental aspects of exhibition design. With advancing technology, different technological systems have started to be used in exhibition spaces. One of these is video mapping. It is important to study the criteria and lighting features used in exhibition spaces. This is because light plays a significant role not only in illuminating the exhibited objects but also in determining the atmosphere, focal points, and visual settings of the space. This demonstrates the connection between the criteria used in exhibition space design and lighting. In this context, the application of video mapping can direct the role of light in exhibition spaces. These moving images projected onto objects or directly onto the space shape the composition of the space. In this study, the criteria used in exhibition space design, the characteristics of the light used, and its impact on the space have been examined through examples, emphasizing the importance of light in spatial composition

- Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırladığı “Sergileme Mekânlarında Işığın Etkisi ve Video Haritalama Uygulaması: Şerefiye Sarmıcı Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

GİRİŞ

Sergilemede ziyaretçi ile etkileşim içinde, bağlantılı mekânların tasarlanması önemsenmektedir. Sergi mekânı tasarımında sergi, ilgi çekici merak uyandırıcı olmalı ve ziyaretçinin sergide anlatılmak istenen mesajı kolayca anlaması sağlanmalıdır. Bunu sağlayabilmek için de sergide bir hikâye derlemesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu hikâye sergileme anlatılıp, mekân tasarımına da yansıtılabilmelidir. Mekânı yansıtan sergi tasarım öğelerinin de birbirleri ile iletişim halinde bir bütün olarak bu hikâyeye hizmet etmesi gerekmektedir. Sergi mekânlarında bu hikâye ile atmosferi ve etkileyciliği arttırmak için her zaman daha iyi kullanım yolları aranmaktadır. Son yıllarda bu hikâyenin ışık ile de oluşturulduğu hatta günümüz teknolojisi ile sergileme mekânlarında video haritalama tekniğinin de uygulanmaya başlandığı görülmektedir. Işık, görsel sanatların anlatımında güçlü bir araç olarak kullanılırken, video haritalama uygulamaları da mekânla etkileşimi daha çok arttırarak farklı bir deneyim sunmaktadır.

Sergileme mekânında ışık kullanımı serginin atmosferini, duygusal tonunu ve eserlerin algılanmasını büyük ölçüde etkilemektedir. Sergileme mekânı tasarımında iyi düşünülüp, uygulanmış hikâyeye ile tutarlı olan ışıklandırma, sergilenen eserin kullanımlarını sağlamak, derinlik ve görsel vurgular oluşturmak amacıyla kullanılabilir. Ayrıca ışık; renk, algılama ve yönlendirme gibi değişkenlerle bir mekâna karakter katarken, aynı zamanda izleyicinin duygusal tepkilerini de yönlendirebilmektedir. Bundan dolayı sergileme mekânlarında kullanılan ışık ögesinin mekân ile bir bütün olarak tasarlanması gerekmektedir.

Sergileme mekânlarında ışığın kullanımına en büyük örneklerden biri de gelişen teknoloji ile birlikte kullanılan video haritalama diğer bir adıyla video projeksiyon yöntemidir. Bu yöntem sergileme mekânlarında daha etkileyici ve etkileşimli deneyimler sunan bir teknolojidir. Bu uygulama bilgisayar yazılımları ile tasarlanan video ya görüntüleri, özel projeksiyonlardan çıkan ışık ile mekânın duvarlarına, tavanlarına, zeminlerine yansıtılarak dinamik ve canlı bir görsel anlatım sağlamaktadır. Böylece eserler yapının dokusuyla bütünleşip yapının varlığını bir esere dönüştürmektedir.

Bu makalenin amacı, sergileme mekânlarında ışığın etkisi ve rolünü detaylandırıp bu bağlamda video haritalama uygulaması yapılan iç mekân sergilemelerini incelemektir. Işık kullanımının sergileme mekânlarının algılanmasında nasıl bir rol oynadığı ve video haritalama yönteminin mekânsal deneyimi nasıl farklılaştırıp, zenginleştirildiği üzerinde durulacaktır. Ayrıca video haritalama uygulamalarının sergileme mekânlarında sergi deneyimini nasıl dönüştürdüğü ve mekânda etkileşimi nasıl arttırdığı ele alınacaktır.

SERGİLEME MEKÂN LARI

Sergi; “Halkın gezip görmesi, tanınması için uygun biçimde yerleştirilmiş ürünlerin, sanat eserlerinin tümüdür” (TDK, 2023). Bu kavram ilk olarak 1700’lerde ortaya çıkmıştır ve sergiler başlangıçta Avrupa’da, çoğunlukla açık havada ve ticari amaçlarla düzenlenmiştir. İster kültürel ister ticari olsun sergilerin amacı, üç boyutlu bir mekânda bir hikâyeyi aktarmak ve farklı ortamlar arasında bağlantı kurmak fikrine dayanmaktadır(Locker, 2013). Sergileme ise, tasarımı yapılan ya da mevcutta bulunan nesnelere sunmaya denir. Bu sunma eyleminin görsel tasarım ile birleştirilmesine sergileme tasarımı denir. Sergi tasarımını yapan tasarımcılar görsel tasarım ve verilmek istenen mesajı bir bütün halinde kullanıp bu mesajı mekân yoluyla iletirler. Sergileme tasarımı, görsel tasarım ile mevcut mekânı birleştirerek iletişim içinde mekânlar oluşturmaktadır (Lorenc vd., 2010).

Sergileme başlı başına önemli bir konudur ve sergilenen her objenin belli bir alıcısı vardır. Bundan dolayı sergilemenin de çeşitleri vardır. Sergiye gelen insanların kişi başına düşen maliyetlerinin daha düşük olması, sergiye gelen insanlar ile birebir iletişime geçebilmek, sergiye gelen alıcı kitlenin sergilenen nesneye olan yaklaşımını saptayabilmek, sergilenen nesne veya çalışmalarla ilgili daha detaylı bilgiler aktarabilmek ve sergilemenin, sergiye gelen insanlara gönderilecek broşür vb. gibi tanıtım öğelerinden daha etkili olması, sergilemenin tercih edilme nedenlerinden bazılarıdır (Allwood ve Montgomery, 1989). Şöyle özetleyebiliriz; sergileme mekânları sergilenen nesnelere veya çalışmalarını mekân ile bir bütün şekilde en iyi ve amacına en uygun şekilde sunmak için tasarlanmıştır.

Sergilemenin üç önemli unsuru; ziyaretçi, sanatçı ve düzenleyicidir. Serginin kalitesini; sergilenen eserin hazırlık aşamasındaki sergi süresi, zaman yönetimi ve parasal kaynak unsurları etkiler (Erbay,2011). Sergiler bu bağlamda mekân, zaman, eser, sanatçı, tasarım, koleksiyoner gibi odaklara sahip olmaktadır. Bu odaklar, serginin amacına, mekânına, süresine, hedef kitlesine ve vurgulanmak istenen esere ya da konuya göre belirlenmektedir.

Sergileme Çeşitleri

Sergileme türleri net bir şekilde ayrılamamaktadır ve zamanla aralarındaki sınırlar da kalkmasından dolayı zamanlarına (sürekli, geçici), içerik ve işlevlerine göre ziyaretçi profilleri ve sergilenen nesnenin özelliklerine göre yapılan sınıflandırma önerileridir. Sınıflandırmalar belirlenirken kimi zaman sergilenen nesne odaklı kimi zaman ziyaretçi odaklı kimi zaman da serginin amacına odaklıdır. Sergi çeşitlerini tanımlayan birçok önerme vardır bunlardan bazıları şöyledir; Hissi, Öğretici ve Eğlendirici Sergileme (Atasoy, 1999). Bu sergi türünde ziyaretçinin üzerinde bıraktığı etkiler ön planda tutulmuştur.

Hissi sergilemenin amacı; izleyicinin üzerinde bir etki oluşturmaktır. Bu tür kendi içinde de duygusal ve estetik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Duygusal sergilemeler, sergiye katılan izleyicilerin duygularını uyandırmayı amaçlar. Estetik sergileme ise estetik değerleri yakalamayı hedefler. Öğretici sergilemede, sergiye katılan izleyicinin sergi hakkında bilgi verme ve eğitme amacıyla yapılan sergilerdir. Eğlendirici sergileme ise sergilenen nesnenin içeriği ile ilgili hem eğlendirirken hem de izleyiciyle etkileşim içinde yeni deneyimler kazanmasını amaçlayan sergilerdir (Boyraz, 2013). Diğer önermelerden bazılarında ise; sergilemeler, uzun ve kısa süreli, müze sergilemeleri, ticari ve ticari olmayan gibi ayrılmıştır (Turgut, 2003). Sonra bu ayrımları da kendi içinde kültürel, ticari, geçici, sürekli, müze, sanat galerileri vb. olarak genişletmişlerdir (Dernie,2006).

Sosyo- kültürel sergilemeler; bir düşüncüyü korumak, savunmak ya da sosyal bir mesaj iletmek amacı taşıyan sergileme türleridir. Bu tip sergilerde kişisel kârdan ziyade sosyal içerikli kaygılar ön plandadır. Bu sergiler, sergiye gelen izleyicilerin duyguları üzerinde bir etki yaratmayı amaçlar (Erbay, 2011).

Galeri sergilemeleri; sanatçıların yaptıkları eserleri, hedef kitlesine ulaştırması yönünden önemli bir roledir. Galerilerin önceliği sanatın, sanatçının eserlerinin sergilenmesidir. Böylece eserler müzayedelerde tacirler arasında el değiştiren, kazanç sağlayacakları mal olmaktan çıkarılmıştır (Artun, 2015).

Ticari sergiler veya endüstriyel fuar sergileri bir nesneyi ya da eseri gelen izleyiciye sunmak ve onu satmak amacı ile gerçekleştirilen sergi türüdür. Bir ürünün satışını yapmak, pazarlamak ve ürünü tanıtmak için yapılan pazarlamaya yönelik çalışmalarla, hizmeti ya da ürünü ticari kaygılarla sergilemektir (Deniz, 2008).

Müzeler ise topluma katkıda bulunmak, geleceğe ışık yutmak, toplumların kültürel değerlerini korumak amacıyla toplum için toplum yararı amacıyla hizmet veren kurumlardır. Müzelerin amacı sadece sergilenen eserleri toplamak, bu eserleri korumak ya da koleksiyon dâhilinde sergilemek değil aynı zamanda sahip olduğu koleksiyonlarını toplumun faydası için eğitim, araştırma ve iletişim amacıyla toplumla paylaşan kurumlardır. Buradan yola çıkarak müzelerin altı temel sorumluluğu vardır. Bunlar; toplama, koruma, belgeleme, araştırma, eğitim ve sergilemedir. Bu sorumluluklardan bir ya da birkaçı yerine getirilmezse müzenin diğer işlevlerini de etkileyecektir (Weil, 2004).

Tarihi kent sergilemeleri, kenti doğal çevresi ve mimari yapılarıyla tanıtmayı amaçlayan, geniş alan sergileme türüdür (Erbay, 2011). Kent sergilemeleri, o kente ait olma bilinci ile kent kimliğinin gelişmesine katkıda bulunan yapılarıdır.

Anıt; “Önemli bir olayın veya büyük bir kişinin gelecek kuşaklarca tarih boyunca anılması için yapılan, göze çarpacak büyüklükte, sembol niteliğinde yapıya, abideye denir. ” (TDK, 2023). Buradan insanların anıt dikme ve bunu sergileme içgüdüsünün eski tarihlere dayandığı çıkartılabilir. Eski tarihlere yapılmış çoğu anıt günümüze kadar gelmiştir. Her bir anıtın anlamı kendi içinde yaşanan dönemsel olaylardan kaynaklı

değişime uğrayabilmektedir (Peyzax, 2017).

Sergileme Tasarımında Kullanılan Kriterler

Sergileme tasarımında kullanılan yöntemler bakımından geleneksel yöntemlerden geçip teknolojik araçlardan yararlanıldığını ve etkin olarak teknolojik araçların kullanıldığı söylenebilir. Gelen izleyicinin algısına etki edecek, nesnenin ya da olgunun göz önünde olmasını sağlayacak ya da onun tek başına farklılık yaratabileceği durumda olmasının en önemli sebeplerinden biri de sergilemede kullanılan tekniklerdir. Bu bilgilere dayanarak sergileme tasarımı; gelen ziyaretçinin, sergilenen bütün eseri kendi başına bağımsız ve bütün eserlerle birlikte uyumlu bir şekilde algılamasını sağlamaktır.

Sergileme tasarımında tasarım öge kriterleri

Sergileme tasarımlarında uygulanan sunum teknikleri, insanların görsel algılarına hitap edebilecek ve beğenisini kazanacak şekilde düzenlenmektedir. Sergileme tasarımında görsel tasarım önemlidir. Erbay bunun önemini şöyle vurgulamıştı; “Geleneksel gösterim tekniklerinde anlatımı kuvvetlendirmek ve her yaşta izleyici kitlesinin ilgisini uyandırabilmek için diatomalı gösterimler, maketler, mankenler ve mumyalı gösterimlerden de yararlanılabilmektedir” (Erbay, 1999). Sergileme tasarımında tasarım öge kriterlerini de kendi içinde atmosfer, uyum ve mekân düzeni olarak üçe ayırmaktayız.

- **Atmosfer**

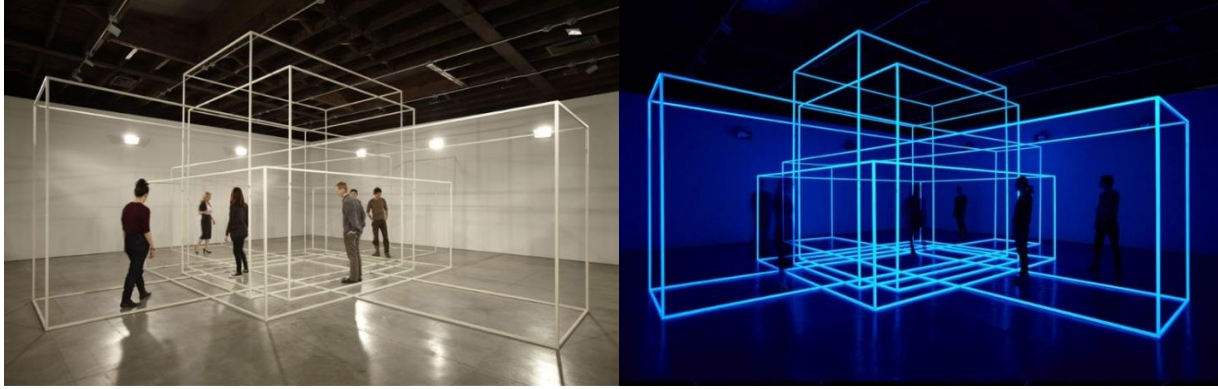
Sergi ile uyumlu bir atmosferde olmayan bir sergi ziyaretçinin ilgi odağı olmayı başarmakta zorlanmaktadır. Bir sergide sergiye gelen izleyicinin ruh halinin durumu sergilenen tasarımlar ile birlikte sergi atmosferiyle de doğrudan bağlantılıdır (Çayırılı, 1996). Sergi tasarımında etkili ve yaratıcı çözümler geliştirilen grafik tasarım ile sergileme yöntemleri, eserlerin sergilendiği ortamın vermek istediği fikri; genel atmosfer ile izleyiciye doğru şekilde aktarmaya çalışmaktadır. Mekânda yer alacak tipografi, malzeme, renk seçimi ve metotlarına dikkat ederek tasarlanmaktadır (Özkan, 2019).

Bu bağlamda sergilenen mekânın atmosferini oluştururken ışık önemli bir faktördür. Günümüzde ışık sadece sergilenen objeyi vurgulamaktan ziyade sergilenen obje olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna örnek olarak; Van 28 Gogh'un Siesta Sergisi ve Antony Gormley'in ışık çalışmasını verebiliriz. Bu sergilemede Van Gogh'un eserleri L'Atelier des Lumières adlı sanat merkezinde projeksiyon ışığı ile mekâna yansıtılarak izleyiciye sunulmuştur. Ayrıca Atölye'nin merkezinde yer alan sarnıç içinde yeni bir düzenek önerilmiştir: Van Gogh'un ünlü tabloları, eser ve sergilendiği müze hakkında yapılan yorumlar eşliğinde bir bütün olarak temsil edilmektedir. Culturespaces'in yapımcılığını üstlendiği ve yönetmenliğini Gianfranco Iannuzzi, Renato Gatto ve Massimiliano Siccardi'nin üstlendiği bu görsel ve müzikal yaratım, bu kromatik zenginliğin yanı sıra çizimin gücü ve sanatçının koyu renk tonlarının gücünü vurgulamaktadır (atelier-lumieres.com, 2023).



Şekil 1. Van Gogh, The Starry Night (Fransa, Paris, 2019)

Şekil 2'deki Gormley'nin Nefes odası enstalasyonundan bazı görüntüler mevcut. Burada ışıklar 10 dakikalık aralıklarla ani, neredeyse kör edici, sorgulama tarzında yanmaktadır. Yukarıda da yazdıklarımıza dayanarak serginin vermek istediği mesaj sadece sergilenen obje ile birlikte değil o atmosferi de oluşturarak sağlanmaktadır.



Şekil 2. Antony Gormley (Işık Çalışması)

- **Uyum**

Sergileme tasarımında, büyük alanlarda birbirlerinden farklı eserlerin birbirleri ile uyumlu bir şekilde sergilenme durumu olduğu görülmektedir. Bahsedilen uyumdaki ana unsur sergilenen eserler ve işlenecek konudur (Çayırılı, 1996).

Sergilemenin ilkeleri olarak; oran, ritim, vurgu, zıtlık, harmoni ve dengeden bahsedilebilir. Bu ilkeler, verilmek istenen mesaja netlik kazandırır, sergiye gelen izleyicinin odaklanmasını kolaylaştırır. Sergilenen nesnelerin dikkat çekmesini sağlamaktadır. Bu ilkeler uygulanırken hem sergi mekânını hem sergilenen nesneyi hem de aktarılmak istenen duyguyu bir uyum ve ahenk içinde uygulamak gerekmektedir. Sergileme mekânlarının uyum kazanması, iç düzenlemeler ve birimler arası bağlantıları oluşturmada çözülmesi gereken sorunlardır. Buradaki uyum ile bağlantılı olan durumları, sergilenen eserlerin işlevleri doğrultusunda gerekli sirkülasyon alanları ve konunun işleme tarzı bağlantılıdır (Çayırılı, 1996). Sergi salonlarında dikkat edilmesi gereken unsurlardan biri de zamandır (sıkılma süresi), sergilenen eserler bu unsur göz önüne

alınarak birleştirilmelidir. Farklı konu işlenen sergilerde sergi salonu arası geçişler vurgulanmaktadır.



Şekil 3. Koleksiyon Sergisi, İstanbul Modern (Türkiye, İstanbul)

Şekil 3’de İstanbul Modern de yapılan Koleksiyon sergisi görülmektedir. Sergi de farklı kuşaklardan 30 sanatçı ve 2 sanatçı ikilisinin 40 yapıtı sergilenmektedir (istanbulmodern.org, 2023). Bu sergide resim, heykel, video, yerleştirme, fotoğraf gibi farklı disiplinler aynı konu altında bir arada sergilenmektedir. Bunun sağlanmasındaki en önemli faktör; serginin kendi içindeki uyumu, renk uyumu, eserlerin birbirini tamamlaması ve ziyaretçiyi yormayan bir düzen içinde olmasıdır.

- **Mekân düzeni**

Sergileme tasarımı; iletişim esas alınan bir projedir. Bundan kaynaklı sergiler, katılımcılar ile görsel ilişkiyi kurma için mekân düzenini ve konseptini sergileme tekniğine uygun olarak hazırlamaktadır. Bu tasarımlarda mekân; dinamik, sürekli ve akışa sahip olmalı aynı zamanda sergi mekânı tasarımına da uygun olmalıdır. Bu sebeple sergileme yapılan mekânlar devamlılığı bulunan yapıya sahip ve uzun dönem sürecek sergilere uygun haldedir. Sergilemede ki tempo unsuru için zaman, moda, teknoloji ve yaşam süreçleri göz önünde bulundurulduğunda atmosfer, fiziksel düzen ve düşünce geçerlidir (Çetin, 2016). Bunların doğrultusunda sergileme galerilerindeki beş temel yönelim şunlardır; Koridor tipi, tarak tipi, zincir tipi, yıldız tipi ve blok tipi dolaşımdır.

Koridor tipi dolaşımda tek yön vardır. Merkezde bulunan bölücü eleman nedeniyle sergiye gelen ziyaretçi sadece tek yönde yönelir. Bu tipteki sergilenen eserler bir yönde dizilir ve ziyaretçi bu doğrultuda yönlendirilir. Ziyaretçi sergilenen eseri tekrar görmek isterse geri dönmesi gerekir. Bu da kargaşaya neden olur. Tarak tipi dolaşımda; ana dolaşım hattı uygun bölümlere kesilmektedir. Bu hattın yanında sergiye gelen ziyaretçilerin rahat bir şekilde dolaştığı, her biri farklı kavramlara ayrılmakta olan bölümler yer almaktadır. Zincir tipi dolaşım yukarıda gösterilen iki tipe de benzer birbiri ile bağlantılı fakat ayrı bölümler vardır. Bu sergileme tipi genellikle sanat galerilerinde uygulanmaktadır. Giriş bölümü kalabalık olsa da mekânın içinde rahat bir dolaşım mevcuttur (Deniz, 2008). Yıldız tipi dolaşım mekânda belirli bir yerden sonra sergiye gelen ziyaretçiye alternatif yönler sunan bir dolaşım tipidir. Fakat tam merkezde kalabalık oluşmaktadır. Blok tipi dolaşım ise ziyaretçiye serbest dolaşım imkânı sağlamaktadır (Çetin, 2016).

Sergileme tasarımında duyuşsal öge kriterleri

İçerisinde bulunduğumuz mekân ve çevre ile ilgili bilgileri duyuş organlarımızın bütünüyle algılarız. Bunu yaparken, mekân görsel bir boyut ile değerlendirilip davranışlar ona göre şekillenir. İzleyici mekânı tek bir duyuşu ile değil bütün duyuşlarıyla birlikte algılar. Dokunma, koku, işitme duyuşlarıyla da mekânı algılayan izleyici için görme duyuşunun önemi diğer duyuşlara göre daha fazladır. Görsel algı çevresel algının gerçekleşmesinde diğer algılardan daha önce gelmektedir. Bu algı tek başına mekânın kavranması için yeterli değildir. Mekânı deneyimlerken hissedilen duyuşlar, görme, duyma, işitme, koklama ile birlikte diğer birleşenler ile bir bütün olarak algılanmasını sağlar (Karaman, 2022). Sergileme alanını tanımak ve tam anlamıyla kavramak için o sergi alanını beş duyuş organımız ile deneyimlemek gerekmektedir.

Göz, hem çok yakın nesnelere hem de milyar yıl uzaklıkta olan yıldızları dahi görebilmektedir. Işık miktarına bağılı olarak algılamada da farklılıklar olmaktadır. Göz bazı durumlarda aldatıcı olabilmektedir. İnsan zihni otuz beş kaynaktan gelen tüm farklı uyarılarda anlam bulmaya programlıdır. Zihin gelen bunu anlamlı bir açıdan değerlendirmek ister aksine anlamlı gelmeyen uyarıyı ayırt edip onaylayamamaktadır. Sadece önceki biriktirdiği üzerinden yorum yapabilmektedir. Bundan dolayı daha önce öğrenilen veriler, algılama konusunda yönlendirici olmaktadır. İnsan gözü anlamsız ya da eksik kavramları anlamlandırmaya ya da tamamlamaya meyillidir (Karaman, 2022). Zihin eksik gördüğümüz algıyı tamamlanmaya odaklanır. Gözümüzün bu özelliği kullanılarak çeşitli sergilemeler de yapılmaktadır.

Tatma duyuşuna yönelik sergilemeler, yiyeceklerin düzenli bir şekilde yenilmesi, korunması ve hijyenik yönden dolayı çok sık görülebilen sergileme türlerinden değildir. Bu sergileme tipi nadir görülse de sergiye gelen ziyaretçide farklı ve derin izler bırakan yaklaşımlar görülmektedir. Bu sergileme türünde ziyaretçinin fiziksel katılımı ile deneyimlenen bir anlayış vardır (Karaman, 2022). Burada ziyaretçinin tat alma duyuşu ile deneyimlediği anlatılmak istenen mesajı anlaması yazılı ya da görsel anlatıma göre daha güçlü bir etkiye sahip olmaktadır.

Sergilemeler de sergilenen eserler ziyaretçilere sadece görüntü olarak yeterli gelmediğinden dolayı ziyaretçi o eseri dokunarak hissetmek ister. Eserlere dokunulduğunda nitelikleri yönünden daha iyi öğrenileceği düşünülmektedir (Altan, 2012). Bundan dolayı sergileme dokunma duyuşuna yönelik sergiler yapılmaktadır.

Bir mekânı algımlarken duyuşulan bazı kokular mekân ile bütünleşmektedir ve kokusal deneyim edinilmesine neden olmaktadır. Örnek olarak; bodrumdan gelen toz ve rutubet kokusu, çamaşırhaneden gelen buhar kokusu, mutfağın kendine has yemek kokuları bu mekânlar için belirleyici olma konusunda önemlidir. Tüm bu anlatılanlar mekânın hatırlanması konusunda belirli bağlantılar veren deneyimlerin yaşanmasına neden olmaktadır (Altan, 2012). Buradan yola çıkarak bazı kokuların hafızası olduğunu iddia edebiliriz. Sergilemede koku duyuşu kullanılarak vermek istenilen mesaj daha derinleştirilebilmektedir.

Mimari mekânla duyma ögesi birbirleriyle yakından ilişkilidir. İnsanoğlu duyduğu sesler ile mekânı daha iyi algılayabilmektedir. Yürürken basılan yerlerden çıkan ses, çakıl taşlı yoldan mı yoksa mermer bir zeminden mi yürüdüğü hakkında fikir vermektedir. İşitme eylemini gerçekleştiren kulaklarımız bizlere bir mekân ile ilgili; boşluğu, genişliği, biçimi, uzunluğu ile ilgili ipuçları vermektedir (Belir, 2012). Buna örnek olarak Daniel Libeskind'in Berlin Yahudi Müzesi'ndeki savaş ve şiddete maruz kalanları imgeleyen bakır plakalar yerleştirilmiş odalar gösterilebilmektedir. Burada sergilemeye gelen izleyicinin bakır plakaların üstünde yürürken plakalardan çıkan sesler soykırımda katledilen insanların çığlıklarını gelen izleyicinin zihinlerinde canlanmasını sağlamak ve Yahudi soykırımını izleyiciye hatırlatmak amaçlanmıştır (Wannart, 2023).

SERGİLEME MEKÂNLARINDA KULLANILAN IŞIĞIN ÖZELLİKLERİ VE IŞIĞIN MEKÂN A ETKİSİ

Işık, etrafımızdaki dünyayı anlamamızı ve ona tepki vermemizi sağlayan, neredeyse hayal bile edilemeyecek kadar karmaşık bir süreç olan görmeyi mümkün kılan fiziksel bir uyarıcıdır (DiLaura, 2008). Diğer bir ifade ile ışık, uzayı, nesnelere görmemizi, deneyimlememizi sağlayan temel bir unsurdur (Wänström, 2012). Işık, gözün algılayabileceği spektrum aralığında yer almaktadır ve mimarlık ve iç mimarlık disiplininde, mekânın formu, sınırı, ölçeği, yüzey dokusu ve renk gibi özelliklerinin belirginleştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yöndem'in (2019) belirttiği gibi ışık ve aydınlatma, mimarın vazgeçilmez bir unsuru olarak kabul edilmektedir ve mekânın tamamlayıcı bir öğesi olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle, ışık aydınlatmanın temel bileşenlerinden biridir ve fiziksel özelliklerin algılanmasında büyük önem taşımaktadır (İnceoğlu, 2022).

Bir düşüncenin oluşabilmesi için ilk adım, bilişsel sürecin algılama aşamasıdır. Algılama, duyu yoluyla gelen bilgi ve verilerin işlenerek belirli bir yapı ve düzenleme içerisine sokulmasıdır. Bu işlem sırasında, özetleme, sınıflandırma ve indirgeme gibi zihinsel süreçler de yer almaktadır. Görsel algı ise bu sistem içerisinde görme ve algılamanın temelini oluşturmaktadır. Birey, görme işlemine başladığı andan itibaren, görsel algı sürecini başlatmaktadır (San, 2010; Beyoğlu, 2015).

Görsel algı kavramı, mekânların boyutunu, şeklini, derinliğini ve uzaklığını nasıl gördüğümüzü ve doğrudan kavradığımızı anlatmak için kullanılmaktadır (Wänström, 2012). Görsel algı, beynin gözlerimizin gördüklerini yorumlama yeteneğidir. Dikkatimizi seçici bir şekilde odaklama ve ilgisiz bilgileri eleme, nesnelere eşleştirme ve ayırt etme, boyut veya yönelimdeki değişikliklere rağmen nesnelere aynı olduğunu fark etme ve sıralama dâhil görsel olarak sunulan bilgileri hatırlama gibi yeteneklerin merkezi kaynağıdır (National Educational Psychological Service, 2015).

Işık, bir mekânda kullanılan en etkin unsurlardan biridir ve aydınlatma mekân tasarımlarında biçim, renk ve malzemenin oluşumuna göre, diğer öğelerle birlikte ele alınarak tasarlanan bir öğedir. Görsel algılamayı etkileyen ana unsurlar olan formlar, malzemeler ve renkler gibi mekânın temel öğeleri, uygun aydınlatma ile etkileyici bir şekilde vurgulanabilmektedir. Bu nedenle aydınlatma, mekân tasarımında büyük bir rol oynamaktadır (Göler, 2009; Aslan vd., 2015). Bir nesnenin görüntüsü, aydınlatmasının yönüne, yayılımına ve karmaşıklığına bağlı olarak büyük ölçüde değişebilmektedir. Sonuç olarak, insan görsel sistemi bir nesnenin şeklini ve yüzey özelliklerini retina görüntülerinden elde etmeye çalıştığında, görsel algılamanın başarılı olup olmadığı genellikle sahnenin aydınlatılmasına ilişkin doğru koşullara sahip olup olmadığına bağlıdır (Morgenstern vd., 2014). Bu nedenle görsel konfor koşulları olarak ele alınan aydınlığın niceliği ve niteliğine ilişkin detaylar görsel algının ve konforun elde edilmesi konusunda önem arz etmektedir.

Görsel Konfor Koşulları

Işık, ortama, yüzeye ve başka çeşitli faktörlere bağlı olarak var olan çok değişken bir boyutlu yapıya sahiptir. Görünmez bir malzemedan (fotonlardan) oluştuğundan kendi başına belirli bir biçim almamaktadır, ancak yalnızca biçimle karşılaşma yoluyla eklemlenmektedir. Bu nedenle, görsel algının, konforun, estetiğin ana teması olduğundan, ışığa form vermek karmaşık ve zorlu bir iştir ve gün ışığı ile yapay aydınlatma kullanımı arasında farklı teknik hususlar söz konusudur. Görsel konfor koşullarını, estetik koşulları iyileştirmek için ışığın mimariye uygulanması (ışığın bir işlevi olarak bir mimariyi görsel olarak desteklemek) için hem mimari unsurların hem de aydınlatma ile ilgili unsurların ele alınması gerekmektedir (Volf, 2010).

İnsan ve mekân arasındaki ilişkide görsel unsurlar görme yetisi aracılığıyla edinilmektedir. Bir mekânın bir kişi

tarafından doğru bir biçimde algılanması için sağlıklı ve konforlu görsel duyunun yanı sıra mekânın ve ışığın doğru koşullarda bütünleşmesi gereklidir. Bu bağlamda aydınlatma, mekâna ilişkin algıyla ilişkili bir faktör olmakla birlikte, mekânın niteliği üzerinde belirleyici olan tasarım unsurları ile de doğrudan doğruya ilişkiye sahiptir. Bir mekânın karakterini teşkil eden renkler, dokular, biçimler, malzemeler gibi çeşitli bileşenler, aydınlatmanın niceliği ve niteliği çerçevesinde algılanabilmektedir. Bu bakımdan yeterli olmayan ya da doğru olmayan bir biçimde tasarlanan aydınlatma unsurları, doğru bir algılamaya önünde engel oluşturmaktadır (Luo, 2016). Örnek olarak herhangi bir nesne aydınlatma aracılığıyla vurgulandığı zaman üstünde bulunan dokular belirgin hal alabilmekte, parlak yüzeye düşen ışığın sayesinde nesnelere dikkat çekici hal alabilmektedir. Ayrıca aydınlatma koşulları, bir mekânın sınırını belirgin hale getirirken, mekânda bulunan nesnelere de farklı ebatlarda algılanmasını sağlayabilmektedir. Tüm bunların yanında, yeterli ve doğru bir şekilde aydınlatılmamış olan mekânlar içerisinde çeşitli renk, detay, malzeme ve dokular belirsiz olabilmekte, mekânla ilgili sınırlar bulanık hal alabilmektedir (Goudarzi ve Mendilcioğlu, 2022). Bu bakımdan günümüzde, ışık taşınabilir ve yönlendirilebilir özellikleriyle, mekân dışında ve içinde istenilen etkiyi oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Ancak, insan gözünün konforu için yüzeydeki yansımalar, kamaşmaya neden olan etkenler ve ışık kaynakları dikkatle incelenmelidir. Görsel konfor açısından, görüş mesafesiyle bu bölgeyi kapsayan ışık seviyeleri arasında bir denge olmalıdır. Bu denge sayesinde, karanlık ve göz alıcı parlak bir ortamın yaratılması önlenebilmektedir. İç mekânlar doğru aydınlatmayla desteklendiğinde, görsel konfor artmaktadır. Doğru aydınlatma, mekânda yer alan nesnenin çevresine uygulandığında, nesnenin şeklini algılamamıza yardımcı olmaktadır. Bu doğru aydınlatma, gölge ve aydınlanmış alanların oluşumunu da sağlamaktadır. Ayrıca, yüzey ışığını yansıtan elemanların ve doğru pencere tasarımlarının da kullanımı bu amaçla önemlidir (Fontoynt, 1999).

Mekân içinde arzulanan hareketliliği oluşturmak için, ışığın nitel ve nicel özelliklerini anlamak önemlidir. Bu, temel bir tasarım unsuru olarak kabul edilmektedir (Turgay ve Altuncu, 2011). Yukarıda söz edilen tüm bu faktörler, görsel konforu oluşturan muhtelif unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır ve aydınlığın niceliği ve aydınlığı oluşturan ışığın rengi ışığın doğrusal yapısı aydınlıkta oluşan gölgenin niteliği aydınlık düzeyi dağılımları kamaşma gibi niteliği ile alakalıdır. İnsan görsel algısını iyileştirmek ve konforunu arttırmak için görsel konfor koşullarıyla ilgili iki temel kavram olan aydınlığın nicelik ve nitelik unsurları aşağıda ele alınmıştır.

Aydınlığın niceliği

Aydınlığın nicelik ve nitelik özellikleri bir mekânın biçimi ve diğer özellikleriyle birlikte kullanıcının algısını etkileyerek mekânın karakterini, kimliğini belirlemektedir. Mekânın kimliği, aydınlatma sayesinde anlam ve biçim kazanmaktadır. Aydınlatma değişiklikleri, hacim, genişlik ve mekânsal açıklık algılamalarında büyük farklılıklara neden olabilmektedir. Aydınlatma, belirleyici, vurgulayıcı, yönlendirici, sınırlayıcı ve seçici yönleriyle mekânsal bir anlatım aracıdır. Aydınlatmanın fiziksel özellikleri, kullanıcının mekânı algılamasında ve hatırlamasında büyük önem taşımaktadır ve mekânların tanımını ve karakteristik özelliklerini ortaya çıkararak mekânsal etki yaratmaktadır (Turgay ve Altuncu, 2011). Aydınlatmanın niceliği de bu hususta kullanıcının mekândaki mekânı konforlu bir şekilde algılayabilmesi için büyük önem taşımaktadır.

Aydınlığın niceliği, yani diğer bir ifade ile ışık seviyesi, bir gözlemcinin bir alanda algılayabildiği görsel ışığın derecesini ifade etmektedir (Wänström, 2012). Aydınlightın niceliği, bir mekânın veya ortamın ışık yoğunluğunu ifade etmektedir ve genellikle lux (lx) birimi ile ölçülmektedir. Aydınlightın niceliğinin, bir mekânın veya ortamın genel ışık seviyesini belirlemesi yönünden mekânın kullanım amacına, dekorasyonuna, kullanıcı gereksinimlerine ve görsel konfora önemli etkisi bulunmaktadır. Yeterli aydınlatma, görsel faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için gereklidir ve kullanıcıların mekânı rahatça kullanmalarını sağlamaktadır. Aynı zamanda mekânın estetik görünümüne de katkıda bulunmakta ve dekorasyonun önemli bir unsuru olarak düşünülmektedir. Yetersiz ya da gereğinden fazla aydınlatma, göz yorgunluğu, göz kızarıklığı, baş ağrısı ve dikkat dağınıklığı gibi görsel rahatsızlıklara neden olabilmektedir. Dolayısıyla, niceliksel yönden doğru aydınlatma düzenlemeleri, kullanıcıların görsel konforunu sağlamak için önemlidir (Steffy, 2002; Murdoch, 2003; Aries vd., 2010; Bica vd., 2013).

Aydınlığın niteliği

Aydınlığın niceliği, yani miktarı, karanlıktan aydınlığa doğru değişen basit bir kavramdır ve az veya çok aydınlık seviyesini ifade etmektedir. Göz, bu değişime uyum sağlamak için, değişik seviyelerde ayarlamalar yaparak beyne bilgi iletmektedir ve değişik aydınlık seviyelerine uyum sağlayabilmektedir. Ancak aydınlığın niteliği, oldukça karmaşık ve çok boyutlu bir konudur ve görsel algılamaya ile ilgili özelliklere bağlı olarak belirlenmelidir. İyi görme koşulları sağlamak için, görüntülenecek nesnelerin özelliklerine uygun aydınlık seviyesinin belirlenmesi gerekmektedir. Yanlış nitelikteki aydınlık, uygun görme koşullarını sağlayamamakta ve nesnelerin gerçek niteliğine uymayan bir şekilde algılanmasına neden olabilmektedir. Göz, aydınlığın niceliğine otomatik olarak uyum sağlayabilse de nitelik ile ilgili hususta uyum sağlayarak, görme koşullarını düzeltmemektedir. Yanlış aydınlık niteliği, nesnelerin gerçek niteliğine uygun şekilde algılanmasını engelleyebilmekte ve farklı renk, yapı veya biçimlerde algılanmalarına neden olabilmektedir. Bu sebeple, aydınlığın doğru niteliğinin belirlenmesi, iyi görme koşullarının sağlanması açısından önem taşımaktadır (Bostancı Başkan, 2004: 14).

Mimari açıdan ışığın yönü, aydınlatılan alanların oranları ve odadaki diğer alanlara göre ışık seviyesi mekânsal anlayışımız için önemli bir rol oynamaktadır. Bir odadaki ışığın dağılımı, pencerelerin ve armatürlerin konumu, şekli ve boyutu ile odadaki yüzey yansımından etkilenmektedir. Aydınlatma alanında, ışığın dağılımı, rengi ve seviyesi mekânsal deneyim için en önemli aydınlatma faktörleridir (Wänström, 2012). Dolayısıyla aydınlığı oluşturan ışığın rengi, doğrusal yapısı, aydınlıkta oluşan gölgenin niteliği, aydınlık düzeyi dağılımları, kamaşma gibi konular önem arz etmektedir. Aydınlightın niteliğine ilişkin bu unsurlar aşağıda ele alınmıştır.

- **Aydınlığı oluşturan ışığın rengi**

Aydınlığı oluşturan ışığın rengi, bir mekândaki ışık aracılığıyla deneyimlenebilen bir renk tonu olarak tanımlanabilmektedir. Işık rengi genellikle sıcak veya soğuk olarak belirlenmektedir ve renk sıcaklığı Kelvin derecesi (K) kullanılarak daha kesin bir şekilde tanımlanabilmektedir. Renkler konusunda, mavi ve yeşil renklerin genellikle soğuk, kırmızı ve turuncu renklerin ise sıcak olarak nitelendirildiği bilinmektedir. Işık renginden bahsedildiğinde, genellikle kullanılan lambaların ışıklarının rengi nedeniyle, “sıcak ışık” ve “soğuk ışık” terimleri, renklerle ilgili bir ayrımı doğrudan yansıtmaktadır (Gündüz, 2016). Ancak ışığın rengi bundan daha karmaşık ve teknik bir konudur.

Ortalama gün ışığı 5000-5500 Kelvin derecesine (renk sıcaklığına) eşittir. Düşük bir seviyedeki renk sıcaklığı, insan gözü tarafından kırmızı yönünde bir renk, yüksek renk sıcaklığıysa mavi yönünde bir renk olarak algılanmaktadır (Demirci, 2008). Sıcak renklerin genel olarak rahat, sıcak bir ortam sağladığı, doğal beyaz renklerinse daha fonksiyonel ve motive edici bir ortam sağladığı kabul edilmektedir. Belirli renkler, iç mekânlarda sıkıcı veya sıkışık bir his yaratabilirken, bazı renkler ise ferahlatıcı ve genişletici bir etki yapabilmektedir. Renkler ayrıca, bir nesnenin gerçekten olduğundan daha yakın veya daha uzak gibi algılanmasına da yardımcı olabilmektedir (Özbudak vd., 2005). Renklerin sağladığı koşulların algılanışı ve psikolojik etkileri farklı olduğundan, uygulandığı bir mekânın da görünümü, konfor koşulları üzerinde son derece etkili olabilmektedir.

Belirtmek gerekmektedir ki, görsel algıya dayalı olan ışığın rengi kavramı, psikofiziksel renk sıcaklığı kavramıyla karıştırılmamalıdır. Işığın renginin, yalnızca ışık kaynağından gelen ışığın algılanan rengi veya yüzeylerde ve nesnelere görülebilen renklerle ifade edilmesi doğru olmayacaktır. Işığın rengi, fizyolojik olarak açıklanamayan karmaşık bir örüntü ile işbirliğini içermektedir. Işığın renk algısı, renk sıcaklığından,

ışık seviyesinden, ışığın mekânsal dağılımından, kamaşmadan ve oda yüzeylerinin veya örneğin mobilyaların renklerinden etkilenmektedir (Liljefors, 1997; 2005).

Mekan Tipleri	Eylem Özellikleri	Önerilen Renk	Sağladığı psikolojik etki	Işık Rengi	CRI	Aydınlatma sisteminin özellikleri
Yatak Odaları (Konut, Oteller, Hastaneler v.s.)	Uyuma, Dinlenme, Kitap Okuma	Mavi, Turkuaz, Mor'un açık tonları Açık yeşil Macenta	Rahatlık, Sükunet, dinlenme, yatıştırma, yumuşatma ve sakinleştirme	ww nw	2A	Dimmerlenebilir armatürler, tavandan yansıtılan endirekt aydınlatma, baş ucu aydınlatması
Islak Hacimler (Konut, Oteller, Hastaneler v.s.)	Yıkanma, Duş, Makyaj v.s.	Beyaz ve tonları, mavi- turkuaz, yeşil tonları	Saflık- temizlik Doğal elemntleri temsil etmesi, mekanları geniş göstermesi	ww nw	2A	Neme ve suya dayanıklı armatürler, camlı armatür veya kapalı tip lambalar
Mutfaklar (Konut, Hastane, Otel...)	Hazırlama, Depolama, Yemek pişirme, servis	Yeşil, Sarı ve tonları,	Doğayı çağrıştırması, güven ve huzur verici olması, bitecek olan bir süreci temsil etmesi,	ww nw	2A	Sıcak ışık renkleri Tezgah ve dolaplar için özel aydınlatma düzenekleri
Oturma Odaları, Salonlar (Konut, Otel,)	Oturma, Dinlenme, Tv izleme, Bekleme	Açık renkler Beyaz, Açık Mavi Doğal renkler	Gözü dinlendirmesi, Huzur vermesi, Stres atma, Dinlendirme	ww nw	2A	Sıcak renkli lambalar, endirekt aydınlatma, dimmerlenebilir aydınlatma veya bölgesel aydınlatma sıcak ışık renkleri
Çalışma Odaları, toplantı salonları (Ofis, Büro, Konut)	Çalışma, toplantı	Mor ve açık tonları, Siyah ve kontrast renkleri, Lacivert, Kahverengi	Gücü temsil etme Konsantrasyon sağlama, otorite sağlama, rahat ve tepkisiz hissettirme	ww nw	2A	Işığın tek yönden gelmesi sağlanmalı, ayarlanabilir hareketli masa lambası
Koridorlar, Bekleme salonları, Giriş fuayeleri (Ortak kullanılan alanlar)	Bekleme, Geçiş, Oturma	Gül rengi, şeftali, Mor ve açık tonları, v.s. canlı ve sıcak renkler	Kendine güven duygularını harekete geçirmesi, Huzur verme	ww nw	2A 3	Yarı şeffaf aplikler, geniş açılı armatürler
Yemek odaları, Yemekhaneler Toplantı Salonları Çok amaçlı salonlar(Ortak kullanılan mekanlar)	Çalışma, Eğlence, yemek yeme, servis, Toplantı, sergi, v.s	Sıcak renkler, Turuncu Kırmızı Yeşil Kırmızı, Turkuaz	Mutlu. Sıcak davet edici bir atmosfer yaratması, canlılık, Güven verme Canlılık ve hareket vermesi	ww nw	1 1B 2	Aydınlatma kontrolü ile değişebilen aydınlatma seviyesi sağlanmalı, Işığın optik aksesuarlarıyla isteğe bağlı aydınlatma kontrolü yapılmalıdır.
Dans stüdyoları, Çocuk Odaları, Diskotekler, Lokantalar		Turuncu Kırmızı Sarı Yeşilin tonları	Dikkati ayakta tutması, enerji verme, hareket ve canlılık, kan dolaşımını hızlandırma	ww nw	1 2A	Tavandan yansıtılan endirekt aydınlatma Renkli ve özel aydınlatma sistemleri

Şekil 4. Mekânlarda renkler, aydınlatma ve etkileri

Kaynak: Özbudak vd. (2005)

Mekânda doğru ve duyarlı renk algısının öneminden hareketle, mekandaki tayfsal niteliklerin özenle ele alınıp, doğru aydınlatma koşullarının tesis edilmesi, mekânın sahip olduğu özellikler, uygun ışık kaynak rengi, uygun renksel geriverim ve renklerin psikolojik etkileri göz önünde bulundurulmak suretiyle göre

uygun renklerin ve aydınlatma düzeneklerinin seçilmesi önemlidir (Özbudak vd., 2005).

- **Aydınlığı oluşturan doğrusal yapısı**

Aydınlatma tasarımında ele alınması gereken diğer önemli bir faktör, ışığın doğrusal yapısıdır. Işığın yapısı belli bir alana düşen ışığın akısı değişmeksizin, ancak özelliklerinde değişim göstermesiyle ilgilidir. Işık, tek bir doğrultudan, birden fazla doğrultudan veya sonsuz doğrultudan gelebilmektedir ve bu özelliğe ışığın doğrusal yapısı adı verilmektedir (Özkaya, 2004; Russell, 2008). Doğal veya yapay ışık kaynaklarından gelen ışınlar, düştükleri yüzey üzerinde geliş doğrultularına bağlı olarak farklı aydınlık değerleri oluşmasına sebep olmaktadır. Oluşan bu aydınlık değerlerinin toplamı, mekândaki aydınlık düzeyini etkilemektedir. Eğer ışık yüzeye tek bir doğrultudan veya birbiriyle ufak açılar yaparak bir noktadan geliyorsa, buna doğrultulu ışık alanı denilmektedir (Boyce, 2003). Sonsuz veya birkaç doğrultudan geliyorsa “yayınık ışık alanı”, her ikisinin de söz konusu olduğu durumlarda ise baskın doğrultulu ışık alanı terimi kullanılmaktadır. Işığın doğrusal yapısı bilhassa yüzeylerin algılanmasında büyük önem taşımaktadır. Örneğin; yüzeylerin pürüzlere sahip olması, ışığın dalga boyundan daha büyük olduğunda yayınık yansıma meydana gelmektedir. Yüzeyin pürüzleri, ışığın dalga boyundan daha küçük ise düzgün yansıma meydana getirmektedir (Reynolds ve Stein, 2000; Tutkunlar, 2014).

Bir mekânda aydınlatılacak olan ortamın, nesnenin, yüzeyin sahip olduğu doku, cins gibi özellikler bu hususta önem arz etmektedir. Örneğin donuk niteliğe sahip yüzey, ışığı doğrudan yansıtacağından kolay bir şekilde algılanabilmektedir. Böyle bir yüzeyin açık veya koyu renkte olması, buraya gelen ışığın yansıması üzerinde etkili olacaktır. Bu bağlamda, ışık aynı olsa da ışıklılıkları farklı olacaktır. Örneğin tasarımda tuğlanın duvar kaplaması için kullanılması halinde, mekâna derinlik kazandırması ve dokusal niteliğini gösterebilmesi açısından ışığın önden ya da üstten farklı algılamaya yol açacaktır (Şerefhanoglu, 2003). Önden yapılan aydınlatmada malzemenin dokusal özelliği görünmezken, üstten yansıtma halinde görülür olacaktır. Işık kaynağının konumu, malzemeye derinlik hissi kazandıracığından yüzeyin sunumunu etkileyecektir. Dokulu yüzeylerde, kullanılan malzemenin dokusal özelliğinin belirgin olmasının arzu edildiği hallerde ışığın üstten, belirginliğin istenmediği hallerdeyse ışığın önden verilmesi uygun olacaktır (Şahin, 2006).

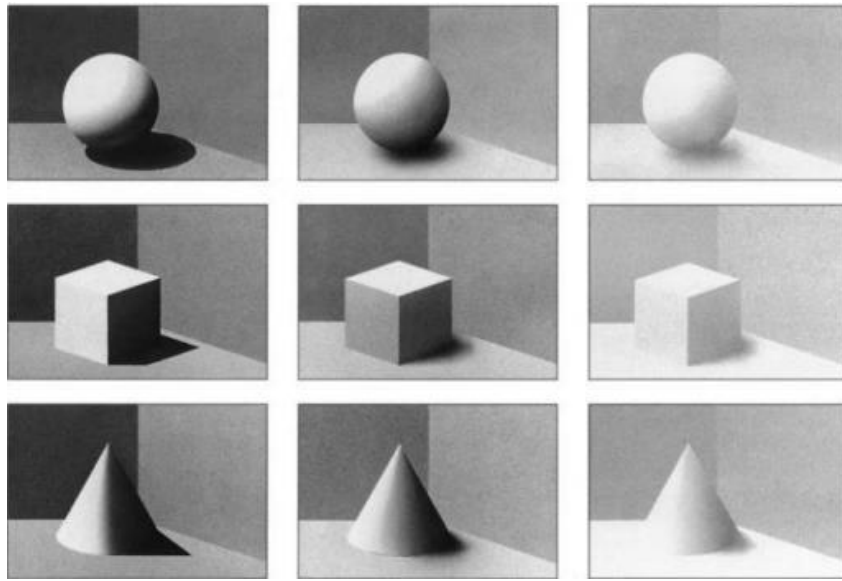
- **Aydınlığı oluşturan gölgenin niteliği**

Yüzeyler, üç boyutluluk ve derinlik arasındaki ilişki, gölgeler ve yansımalar yoluyla yüzey açıklığındaki farklılıklarla görselleştirilmektedir (Liljefors ve Ejhed, 1990; Wänström, 2012). Dolayısıyla gölge de aydınlığın niteliğinde önemli faktörlerden biri olarak ele alınmaktadır.

Belirli bir nesne veya yüzeyin özellikleri noktasında aydınlığın niteliğinin belirlenmesinde ışık alan yapısıyla birlikte gölge niteliklerini de ele almak gerekmektedir (Gündüz, 2016). Bir gölgenin sınırı az veya çok belirgin ya da kesin olabilmektedir. Bu durum bir ışık kaynağının boyutu, uzaklığı ve gölgenin düştüğü yüzeyin, gölgeye sebep olan nesneye uzaklığı gibi çeşitli geometrik (açısal, boyutsal gibi.) şartlara bağlı bulunmaktadır. Kesin bir sınırı bulunan gölgeye sert gölge adı verilirken, az kesin, giderek azalan, tarzda gölgeler ise yumuşak gölgeler olarak anılmaktadır. Gölgenin yumuşaklığı, gölge çekirdeğine bağlı olarak az yumuşak, çok yumuşak, az sert, çok sert gibi tanımlamalar yapmak mümkündür (Sirel, 1997). Diğer taraftan, bir başka kaynaktan ışık alarak aydınlanmamış gölgelere kara (saydamsız) gölge, herhangi bir biçimde aydınlanmış gölgelere de saydam gölge denir. Gölge, ışık aldığı kaynağa bağlı olarak az veya çok aydınlanmış oluşuna göre de az veya çok saydam olarak da farklı biçimlerde nitelenebilmektedir.

Yumuşaklık ve saydamlık birbirinden iki ayrı gösterge iken, birbirini tamamlar bir nitelikte (örneğin sert saydam veya yumuşak saydam gibi) ele alınabilmektedir (Gündüz, 2016).

Şekil 5’de de görülebileceği üzere cisimlerin aydınlatma koşullarına göre gölge nitelikleri, aydınlatma düzeni, ışık kaynağı ve cismin konumu gibi faktörlere bağlı olarak değişecektir. Örneğin aydınlatma şiddeti arttıkça, cisimlerin gölgeleri daha belirgin ve koyu olabilecektir. Daha yüksek bir ışık şiddeti, cisimlerin üzerine düşen ışığın daha yoğun olmasına ve dolayısıyla daha belirgin gölgelerin oluşmasına neden olabilecektir. Aydınlatma yönü de cisimlerin gölge niteliklerini etkilemektedir. Farklı açılardan gelen ışık, cisimlerin üzerinde farklı gölgeler oluşturabilmektedir. Örneğin, doğrudan yukarıdan gelen bir ışık kaynağı, cisimlerin alt kısımlarında daha koyu gölgelerin oluşmasına neden olabilirken, yandan gelen bir ışık kaynağı daha uzun ve yatay gölgelerin oluşmasına sebep olabilmektedir. Kullanılan ışık kaynağının türü de yaydığı ışığa ve ışığın niteliğine göre farklı etki edebilecektir. Cismin konumu ve şekli de gölge niteliklerini etkilemektedir. Örneğin, yuvarlak bir cisim daha yumuşak ve düzenli gölgeler oluşturabilirken, düz ve keskin kenarlı bir cisim daha belirgin ve keskin gölgeler oluşturabilmektedir (Boyce, 2014; Sadeghi vd., 2016; International Commission on Illumination 2018).



Şekil 5. Cisimlerin aydınlatma koşullarına göre gölge nitelikleri

Kaynak: Harazi (2015)

- **Aydınlık düzeyi dağılımları**

Bir yüzeyin, bir noktanın etrafını saran küçük bir bölümünün aldığı ışık akısının, bu yüzey parçasının alanına bölünmesiyle elde edilen değere aydınlık düzeyi (E ; lm/m^2) adı verilmektedir (Sirel, 1997). Bir yüzeyde, en düşük aydınlık düzeyinin (E_{min}), ortalama aydınlık düzeyine (E_{ort}), oranını gösteren büyüklük ise aydınlığın dağılımını (U_0 ; E_{min}/E_{ort}) ifade etmektedir (Sirel, 1997; Çelik vd., 2015). Bir mekânda genel aydınlatma ya da lokal (bölgesel) aydınlatma olmak üzere aydınlığın iki ayrı dağılım niteliğinden söz etmek mümkündür (Aydın Yağmur ve Şerefhanoglu Sözen, 2016). Genel aydınlatmaysa, düzgün ve değişken yayılmış genel aydınlatma olmak üzere iki şekilde ele alınabilmektedir (Bostancı Başkan, 2004).

Işık nitelikleri, görme ve görsel algılama için önemlidir ve mekân içindeki dağılımı da aynı derecede önem

taşımaktadır. Bir mekân, içindeki ışığın dağılımı çerçevesinde karakter kazanmaktadır. Mekânın şekilsel nitelikleri, malzemeleri, yüzeylerinin sahip olduğu doku, mekândaki ışık dağılımına bağlı olarak öne çıkarılmakta veya geri plana atılmaktadır. Fakat, farklı fonksiyonların gerçekleştirildiği bir mekânda, düzgün yayılan bir aydınlık istenilen sonucu vermeyecektir. Çünkü, farklı amaçlara hizmet eden mekân parçaları, farklı aydınlık düzeylerine ihtiyaç duymaktadır. Düzgün yayılan aydınlatmanın aksine, dinamik bir ışık dağılımına sahip olan aydınlatma yöntemi, mekânın kullanım şekli, fonksiyonu ve mimari özelliklerini vurgulamak açısından daha uygundur. Yapay aydınlatma biçimleri olan genel aydınlatma ve bölgesel aydınlatma, düzgün yayılan ve dinamik aydınlık elde etmek için kullanılabilir. Bu noktada bölgesel aydınlatma, mekân içinde dinamik bir aydınlık elde etmek için kullanılabilir (Altuncu, 2007; Öztank ve Halıcıoğlu, 2009).

- **Kamaşma**

Kamaşma, yüzeyde veya mimari bir mekânda insanların görsel konforunu negatif bir biçimde etkileyen faktörlerden biridir. Kamaşmayı temel olarak ışığın uygunsuz dağılımı veya aşırı karışıklık gibi bir durumun neticesi olarak nesnelere veya yüzeylerin ayırtı konusunda zorluk veya eksiklik gibi problemlere yol alan görme koşulları olarak ifade etmek mümkündür (Siren, 1997; Çelik vd., 2015).

Işık uygun olmayan bir biçimde dağılması, çok yüksek ışık şiddeti veya zaman ya da mekân içerisindeki aşırı ışıklılık farklarının bir neticesi olarak, nesnelere ayırt etme yeteneğinde bir azalma veya görmenin zorlanması ya da her ikisini de kapsayan görüş şartları göz kamaşmasını doğurmaktadır (Şerefhanoglu, 1972). Göz sağlığı ve konforu için en kötü durumlardan biri, aşırı ışığın neden olduğu bu göz kamaşmasıdır. Gözün kamaşması dolaylı veya dolaysız olarak fizyolojik ve psikolojik rahatsızlıklar verebilmekte, kazalara neden olabilmektedir. Her halükârda kamaşma durumu istenmeyen, konforu bozan, niteliğe zarar veren bir husustur (Tütüncü, 1996).

Tartışmasız ışık, nesnelere, yüzeylerin, mekânların ve çevrelerinin daha iyi görülebilmesi ve algılanabilmesi için kullanılmaktadır (Sirel, 1997). Ancak aydınlatma, yalnızca görmeyi sağlamaya yönelik önemli işleviyle sınırlı değil, bunun yanında estetik özelliği de vardır. Bu bakımdan önemli bir tamamlayıcı unsur olan aydınlatma, mimarinin dördüncü boyutu olarak da ele alınmaktadır. Başarılı bir şekilde oluşturulan, titiz bir biçimde ele alınan kaliteli aydınlatma, iç veya dış mekânın atmosferini taşımaktadır. Kaliteli bir aydınlatma tasarımı, genel atmosferi düzenlemekte, alanı güçlendirmekte ve güvenlik, estetik, algılama enerji tasarrufu gibi özel gereksinimleri karşılamaktadır. Bu nedenle aydınlatma tasarımı, tüm hedeflere ulaşmak için zaman ve özen gerektiren bir alandır (Christoffersen, 2011; Şahin ve Atabeyoğlu, 2021) ve yukarıda ele alınan tüm hususların hassas bir biçimde değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Sergileme Mekânı Tasarımında Işık Etkisi

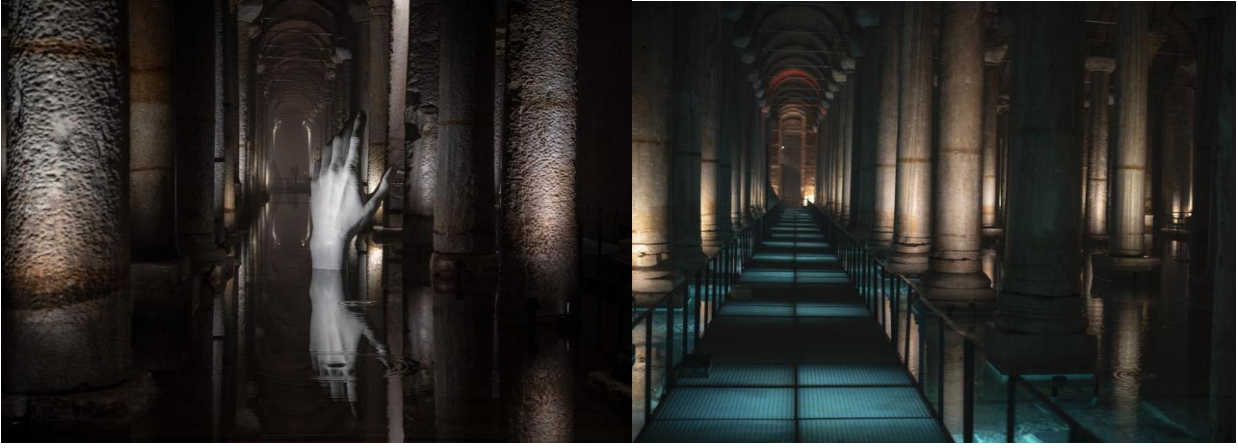
Sergilemeye gelen her izleyici; gördüklerinden bilgi edinmek, kişisel yönden hayatlarını zenginleştirebilecek deneyimlere katılmak, kültürel bir faaliyette bulunmak, sanatsal eserleri görebilmek ve bir şeyler öğrenmek amaçlıdır (Erbay, 2011, s. 159). Bundan dolayı bütün sergilemeler izleyici odaklı tasarlanmaktadır. Sergileme tasarımı yapılırken sergideki eserlerin ya da objelerin sunumunu etkileyen ışık da izleyicinin doğru algılayabilmesi için bir etkidir. Aydınlatma biçimi ile izleyici arasındaki etkileşim, izleyicinin sergilenen eseri tümüyle kavraması, serginin ana konusu ve sergi mekânı ile ilgili duygu ve duygulanım yaratmasını sağlamaktadır. Ayrıca bilginin, sergiye gelen ziyaretçinin bu etkileşimi sonucu edindiği deneyim ve zihninde bıraktığı izlenimi tanımlayarak sergi deneyiminin oluşmasını sağlayan duygusal ve bilişsel süreçlerde aydınlatmanın etkisini içermektedir (Oksel, 2013, s. 15).

İnsanların mekânı algılamasında, mekânda edindikleri duygu ve deneyimlerinde mekândaki aydınlatma biçimlerinin etkisi olmaktadır. Dinamik ve değişken olarak tasarlanan doğal aydınlatmanın; mekânlar üzerinde daha ferah, geniş ve temiz bir etki bırakırken, yapay aydınlatmanın farklılıktan yoksun statik niteliğinin ise sıkıntı ve yorgunluk hissi bıraktığı nesnel olarak ölçülme bile daha önceden yapılan çalışmalarda bu etkiler belirlenmiştir (Wang, 2009; Avcı, 2010). Buradan iç mekânda kullanılan ışığın o mekânı deneyimleyen insanlarda farklı duygular oluşturduğu çıkarılabilmektedir. Işık tasarımının mekâna gelen insanın algısına olan etkisini Şekil 2.3’de gösterilen, restorasyonu yapılan Yerebatan Sarnıcı’nda oluşturulan ışık senaryolarını örnek verebilmekteyiz.

Yerebatan Sarnıcı’nın iç mekân tasarımını üstlenen Atelye 70 kurucusu Doğu Kaptan 19.08.2022 tarihinde yayınlanan bir söyleşisinde oluşturduğu ışık senaryoları ile ilgili şunları söylemiştir;

“ Işık bu yapı için esas. Ziyaretçilerin açılış sergisinden sonra göreceği Adriano Caputo ile birlikte tasarlanan başka bir ışık senaryosu ile bir yolculuk temasında bahsedebiliriz. Önerilen ışık senaryosunda bir yolculuk teması var. Ziyaretçi bu yolculukta 2 boyutlu dünyadan 3 boyutlu dünyaya, doğudan batıya geçerken kademeli şekilde azalan bir aydınlatma kurgusu hissediyor. Aydınlatmalar genellikle sütunların arkasına tek taraflı olarak zemine yerleştirildi. Bu sayede ziyaretçi yolculuğa başladığında 2 boyutlu bir dünya ile karşılaşılıyor. Bizans ve minyatür sanatına atıfta bulunan bu 2 boyutlu gezintide Medusa heykellerine geldiğinde yol ziyaretçiyi geri döndürüyor ve 3 boyutlu bir dünyaya geçiriyor. Böylelikle sütunlar bütün ihtişamıyla kişinin karşısına çıkıyor ve Rönesansın 3 boyutlu dünyasına atıfta bulunuyor. Sarnıçtayken yerin altında farklı bir dünyayı deneyimliyoruz. Anadolu’dan esinlendiğimiz renklerle, önce gün ışığı, sonrasında turkuaz, ardından da turkuaz ve amberle baş başa kalıyoruz. Adeta yer ile gök yer değiştiriyor ” (vbenzeri.com, 2023).





Şekil 6. Yerebatan Sarnıcı Müzesi (İstanbul, Türkiye)

Işık mekânsal algıyı doğrudan etkilerken aynı zamanda da onu algılayışımıza yön veren çeşitlilik kazandıran unsurlardan biridir. Günümüzde geleneksel olarak kullanılan sergilenen objeyi vurgulayan (resim, heykel) ışık, sınırlarını genişleterek sanatın yalnızca araçsal bir ögesi olmaktan çıkıp, başlı başına bir sanat nesnesine dönmüştür (Rona,2012).

Yukarıda da görüldüğü gibi sergileme mekânlarında ışık sadece objeyi aydınlatmaktan ziyade serginin izleyiciye vermek istediği mesajı iletmek için tasarlanan mekân kurgusunda da kullanılmaktadır.

SERGİLEME MEKÂNINDA VIDEO HARİTALAMA TEKNİĞİ UYGULAMASI

Bu tekniğin birden fazla ismi vardır. Bunlar; video haritalama, projeksiyon eşleşmesi, projeksiyon haritalama, ve 3d (3 boyutlu) haritalama veya uzamsal artırılmış gerçeklik isimleridir. Bu teknikte bir artırılmış gerçeklik formudur. Artırılmış gerçeklik uygulamalarının diğer türleri gibi gerçekliğin üzerinde bazı geliştirmeler sonucu elde edilmektedir. Video haritalama üç boyutlu bir nesnenin üzerine belirli bir görselin yansıtılmasına denilmektedir. Bu uygulamada projeksiyon cihazları kullanılır fakat yansıtılan yüzey düz bir yüzeyden farklı olarak bir nesnenin üzerine yansıtılmaktadır. Video haritalama için şu üç ögeye ihtiyaç vardır; yansıtıcı bir cihaz, yansıtılacak olan görseller ve yansıtılacak görselleri işleyebilen bir yazılımdır. Haritalama kelimesi yöntem olarak farklı bir anlatım olmakla birlikte, teknik bir işleyişten de bahsetmektedir (Maniello, 2014, s.15).

Head ise video haritalamayı bir yapının dış hatlarının derinliğinin üç boyutlu yansıtıcılarla, biçimlerinin kaydedilip, üç boyutlu modelinin çıkartılarak yapının fiziksel gerçekliğinin, yapının boyutları ve hatlarını güçlendirmek için ışık yansımaları aracılığı ile animasyonlarla değiştirilmesi olarak tanımlamaktadır (Head 2012).

Video haritalama yönteminde geleneksel projeksiyon kullanımının aksine, yansıtılmak istenen görselin şekli, boyutu ve açısı yansıtılan yüzeyin şekline göre değiştirilebilmektedir. Yansıtılacak yüzeye göre hazırlanan görseller, yalnızca istenilen yüzeye ışık düşecek şekilde yansıtılmaktadır. “Haritalama” ismi bu yüzden kullanılmaktadır. “ Video Haritalama: Bina ile yüzeyleri, karmaşık sistemli yüzeyler veya üç boyutlu herhangi bir objeyi yansıtma aracılığıyla, dijital teknolojilerin sunmakta olduğu yaratıcı olanakları kullanarak yüzeyleri bireyin her duyusunu zincirleme olarak aktif edecek şekilde hareketli gösterim alanına çevirmektedir” (Catanese, 2013).

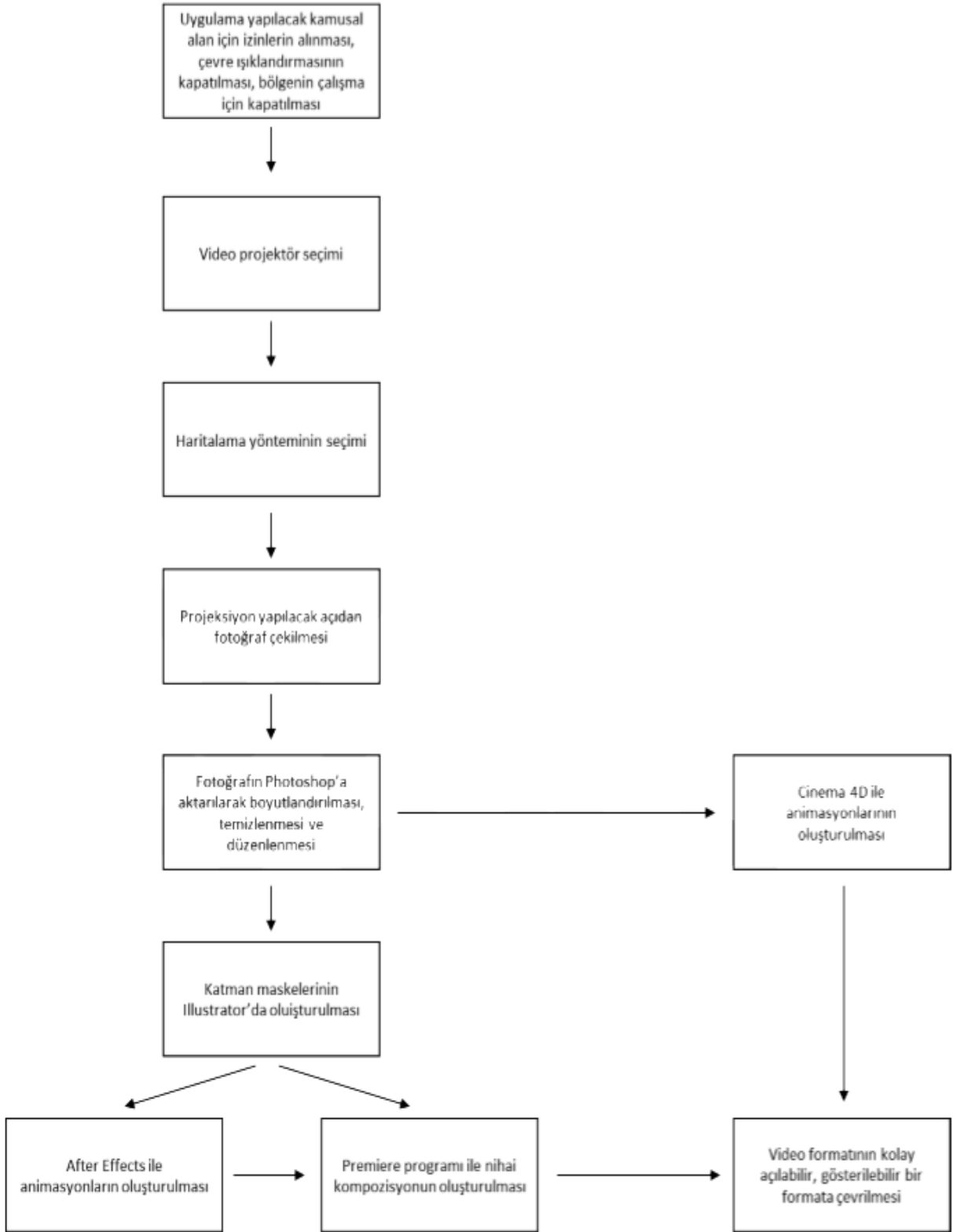
Video eşleşmesinin amacı, görüntüleri görsel ve duysal öğelerle kombine ederek izleyicide fiziksel bir yansıma yaratmaktır. (Ekim, 2011, s.2) Video haritalama tekniğinde en önemli öğelerden biri de artırılmış gerçeklik konusundaki çalışmalardır.

Video Haritalama Tekniği Kullanım Yöntemleri

Video haritalama tekniği uygulanırken tercih edilebilecek birkaç yaklaşım vardır. Bunlardan biri de Maniello'nun yöntemleştirdiği yaklaşımdır. Bu yaklaşımda Maniello genel olarak literatürde sık kullanılan yöntemleri kapsayan bir sonuç çıkarmıştır.

Bu yöntem video haritalama tekniği için genel bir yöntem sunmaktadır. Haritalama yapılacak alanın modelini oluşturabilmek için fotoğraf çekimlerinden yararlanılmaktadır. Yüzeylerin özelliklerine göre iki boyutlu ya da Cinema 4D ile üç boyutlu olarak modellenmektedir. Bunun nedeni yansıtma yapılacak yüzeyin kavisli ya da kıvrımlı (sütun gibi) olduğu durumlarda Cinema 4D nin üç boyutlu modelleme de daha avantajlı olmasıdır.

Genel olarak kullanılan yöntemlerin detayları ve yazılımlarına göre değişiklik olsa da video haritalama örnekleri beş adım ile özetlenebilmektedir. Bunlar; yüzey seçimi, donanım ve yazılım, yüzeyin modellenmesi ve maskelenmesi, video içeriğinin animasyonlarının oluşturulması ve videonun yüzey ile eşleştirilmesidir (Pehlivan Baskın,2018).



Şekil 7. Video haritalama tekniği oluşturma aşamaları
(Maniello , 2014, s.11)

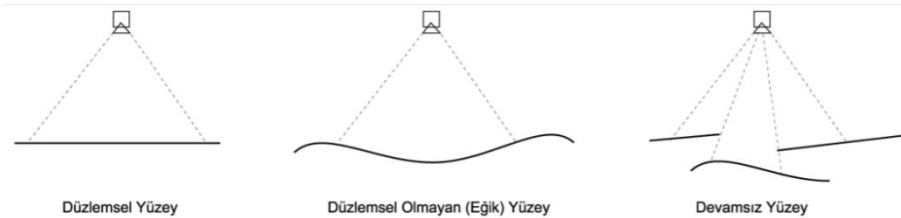
- **Yansıtma zemini ve yüzey seçimi:**

Video haritalama tekniğinde yüzey seçimi oldukça önemlidir. Kompozisyonun tümü yansıtılacak yüzey üzerinden ilerlemektedir. Yerleştirme sanatında, yansıtım hizalamayı incelerken ilk olarak yansıtılan görüntü ve yansıtma zemini arasındaki ilişki değerlendirilmelidir. Hizalamada en önemli etken, nesneyi tanımlama ve yansıtılan görüntünün nesneye göre pozisyonunun(açı ve oran) belirlenmesidir (Bimber ve Raskar, 2005:278). Yansıtma zemini ve yüzey seçimi yapılırken şu öğelere dikkat edilmesi gerekmektedir;

Yüzeyin seyirciye ulaşma gücü; ortamda bulunan izleyicinin konumu, sanal ve gerçek nesnelere arasındaki “inandırıcı” birleşime direkt etki etmektedir. İzleyicinin görüş açısı, yansıtılan yüzeyden uzaklaştıkça, yansıtılan görüntünün inandırıcılığı da azalmaktadır. Bundan dolayı izleyici yansıtma yüzeyi ile projektör arasında en doğru yere konumlandırılmalıdır. Ayrıca izleme alanı için seyirci ile yeterli uzaklıkta bir alana ihtiyaç duyulmaktadır. Yüzey büyüdükçe izleme uzaklığı da büyümektedir.

Yüzeyin fiziki yapısı; yansıtma hizalama tekniği ile objeler ya da fiziki nesnelere üzerine görüntüler yerleştirilirken, fiziki olarak yansıtma yapılan yüzeyleri görsel açıdan ortadan kaldırma potansiyeli de vardır. Video haritalama çalışmalarında genelde gerçek mekânlar, nesnelere üzerine sanal öğeler yerleştirmek amaçlı olsa da, yapılan grafik çalışmaları sonucu gerçek olan nesnelere izleyiciden saklamakta mümkün olmaktadır (Azuma, 1997). Yansıtma yapılan yüzeye ışıkla yansıtma yapılacağından yansıtma yüzeyinde kullanılan malzemenin türü de önemlidir. Eğer yansıtma yüzeyine uygun bir malzeme değilse yansıtma kalitesi de bu durumdan etkilenmektedir. Örnek olarak; parlak bir malzeme ışığı yansıtırken, pütürlü ya da grenli boyama uygulamaları yapılmış yüzeylerde ya da küçük taş kaplamalı yüzeylerde istenmeyen gölgelere sebep olmaktadır.

Yüzeyin şekli ve rengi; yansıtma hizalamasının yapıldığı yüzey, yüzeyin yapısına göre üçe ayrılır. Bunlar; düzlemsel, düzlemsel olmayan ve devamsız yüzeylerdir. Mimari yapılarda genelde devamsız ve düzlemsel olmayan yüzeyler görülmektedir (Atiker, 2015:105).



Şekil 8. Yansıtım yapılan yüzey türleri

Düzlemsel olmayan yansıtma yüzeylerinde, projeye daha başlamadan incelenmesi gereken ve yüzeye göre parçalara ayrılarak oluşabilecek sorunların önüne geçilebilecek şekilde düzenlenmelidir. Bu yüzeylerde tasarımsal çalışmalar yapılırken ekran üzerinde 3 boyutlu yüzeyler çokgen (poligon) parçalara bölünerek, oluşacak bozulmaların önüne geçmek gerekmektedir (Atiker, 2015:105).

Dışarıdan gelen ışık miktarı; Yansıtma yapılan yüzeye dışarıdan gelen ışık miktarı ne kadar artarsa, ihtiyaç duyulan yansıtma gücü de o kadar artmaktadır. Yansıtıcıdan gelen ışığın gücü, dışarıdaki ışığın gücünden daha fazla olmalıdır. Bunun nedeni; dışarıdan gelen ışığın görünmesini engellemektir.

- **Donanım ve yazılım seçimi:**

Yansıtıcı (projektör) seçimi yansıtma yapılacak yüzeyin şekli, boyutu ve yansıtıcıya mesafesi göz önüne alınarak yapılmaktadır. Yansıtıcı sayısı, yansıma açısına göre belirlenmektedir. Aynı anda birçok görüntünün yansıtılmasıyla birlikte üst üste binen sanal görüntüler yoğunluk oluşturarak problem teşkil etmektedirler. Yansıtma sırasında birbiri üzerine binen alanların aydınlanma değerleri ile diğer bölgelerin aydınlanma oranlarının eşitlenmesi gerekmektedir (Bimber ve Raskar, 2005:129). Örnek verecek olursak; görüntü yansıtılacak üç boyutlu bir nesnenin boyutu önemli olmaksızın eğer farklı yüzeylerine görüntü yansıtılacaksa birden fazla projeksiyona ihtiyaç vardır. Fakat bir çok nesnenin tek bir yüzeyine görüntü yansıtılacağı zaman tek bir projeksiyon yeterli olabilmektedir. Kullanılacak yansıtıcı sayısını belirlemede diğer bir önemli faktör ise yansıtılacak yüzün genişliği ve yansıtan cihaza uzaklığıdır. Projeksiyonların güçleri 1.500 lümeniden başlayıp 30.000 lümenlik cihazlara kadar değişebilmektedir. Büyük yansıtıcılar genelde geniş bina cephelerinde uzak mesafeden görüntü yansıtma kullanılmaktadır fakat fazla maliyet ve kullanım karmaşıklığına da sebep olmaktadır. Yansıtıcının gücünü belirleyen bir diğer faktör ise yansıtma yapılacak alandaki ışık miktarıdır. İç mekânda yapılan kullanılan projeksiyon gücü ile dış mekânda kullanılan projeksiyon gücü aynı değildir. Dış mekânda daha fazla ışık olduğundan kullanılan projeksiyon daha güçlü kullanılmaktadır (Pehlivan Baskın,2018).

Video haritalamada, görsel algının işitsel algıyla birlikte oluşturduğu etkiyi yakalayabilmek için görsel bir süreç olan video eşleşmesinin de ses ile desteklenmesi gerekmektedir. Video haritalama sistemi ne kadar görsel bir süreç olarak gösterilse de ses ile desteklenmesi ve senkronlanması gerekmektedir. Eğer ses ile görüntü senkronizasyonunda bir sıkıntı olursa eylemin kendisi inandırıcılığını kaybederek algıda bozulmaya sebep olabilmektedir. Ses ile desteklenen görüntülerdeki seyirci üzerindeki etki sadece görsele dayalı olanlara göre daha fazladır (Ayhan, 2018). Ses sistemi kendine has özellikleri ve ortamın akustiği de hesaba katılarak mekâna dâhil edilmelidir.

Yazılım tercihini yaparken görüntünün işlenmesi konusundaki ihtiyaçlar ele alınmaktadır. Modelleme ve maskeleyme konusundaki ihtiyaçlar yazılım ile giderildiği için yazılımı doğrudan etkileyen etmenler olmaktadır. Video haritalama yazılımlar, birden çok birbirinden bağımsız görüntüleri aynı anda yüzeyin farklı alanlarına yansıtma olanağı sağlamaktadır. Video haritalama yazılımları, birbirinden bağımsız görselleri ve videoları aynı karede kullanma ve dinamik olarak yansıtma sırasını değiştirebilme imkânına sahiptir. Ayrıca tek bir görüntünün farklı yerlerdeki nesnelerin üzerine bir bütün şekilde yansıtma imkânını da bu yazılımlar sağlamaktadır. Video haritalama yazılımları videoyu düzenlemekten ziyade yansıtılan yüzey üzerinde yansıtılma şekli ile ilgili düzenleme yapabilmektedir. Bundan dolayı video düzenleme yazılımlarının da içeriğin oluşturulmasında kullanılması gerekmektedir (Pehlivan Baskın,2018).

Mimari çalışmalarda görüntü yansıtılmak için kullanılan yazılımlara; The Mad Mapper, Virtual Jockey (VJ) yazılımı olan müzikle senkron çalışabilen Resolume Arena ve Millumin eklenti yazılımı gibi profesyonel yazılımlara diğer örnekler. Adobe After Effects programında çalışmalar verilebilmektedir.

- **Modelleme ve maskeleyme:**

Video haritalamada modelleme yapılırken ilk olarak projeksiyonun yeri belirlenmelidir. Daha sonra ise belirlenen yerden çekilen fotoğraf çekilerek, çekilen foto üzerinden modelleme yapılmalıdır. Bu sayede yansıtma yapılacak yerlerin direkt izdüşümü üzerinden çalışma yapılabilecektir. Bu fotoğraf maskeler ve katmanlara ayrılarak modellenmektedir. Yansıtma yapılacak yüzey alanına göre (girintili, çıkıntılı, düz olmayan) yüzeyin modellenmesi ve yüzeyi oluşturacak alt alanların belirlenmesi gerekmektedir. Yansıtma yapılacak yüzeyin şeklini ve yapısını göz önünde bulundurarak farklı katmanlar oluşturulup video daha küçük alanlara bölünmektedir. Bütün yüzeye tek bir görüntü yansıtılacak olsa bile yüzeyin dokusal ve açısal farklılıklarından kaynaklı bütün yüzeyi farklı alanlara bölme ihtiyacı doğmaktadır. Bu farklı alanlar ise bir birbirinden ayrı bir video olarak tasarlanmaktadır.

Yansıtılan her alanı kendi parametresi doğrultusunda değerlendirmek gerekmektedir. Bunlardan en önemli olanları; Yüzeyin projeksiyon cihazına uzaklığı, boyutu ve rengidir. Yüzeyin projeksiyona olan uzaklığının değiştiği ve açısal farklılıkların olduğu durumlarda o alana yansıtılacak görsel de değişmektedir. Örnek olarak; açılı olan yüzeye yansıtılan görsel anamorfik bir sapma ile açıya rağmen dik bir açıyla bakılıyormuş gibi sunulur veya çıkıntılı bir alana yansıtılan görsel daha küçük yansıtılmaktadır. Yüzey özelliğine göre farklı alanlara farklı yansıtımların yapılabilmesi, yüzey iki boyutlu ya da azken daha kolay yönetilebilmektedir. Fakat yüzey sayısı artıp, yüzeyler farklı açılardan yansıtıma ihtiyaç duyulduğunda daha zor yönetilebilmektedir. Böyle durumlarda tüm yüzeylerin yerleşim düzeni ve yüzeylerin orantılarının belirlenmesi için yansıtma yapılacak alan modellenmektedir. Bu hususta modelleme üçe ayrılmaktadır.

İz haritalama yaklaşımında, yüzeylerin sınırlarının belirlenmesini sağlamak için yüzeye bir test yansıması yapılmaktadır. Yansıtma yapılacak yüzeyin, o açıdan fotoğrafını çekerek, bu fotoğrafın üzerine yansıtma yapmaya benzetmek mümkündür (Maniello, 2014, s. 212).

İkinci yaklaşım da fotoğrafik haritalamadır. Bu haritalamada ilk olarak yansıtılacak yüzeyin bir fotoğrafı çekilir ve bu fotoğraf üzerinde pixel tabanlı bir yazılım ile (örneğin photoshop) gerekli gölge, renk ve açısal düzenlemeler yapıldıktan sonra, video haritalama programına yüklenilmektedir. Sonuç olarak çekilen bu fotoğraf direkt yazılımda kullanılmaktadır.

Üçüncü yaklaşım ise yansıtma alanının üzerinde çalışmaktan ziyade o alanın modelleme yazılımı ile modellenip sonrasında yansıtma için kullanılacak alanların belirlenip görsellerin bu alana özgü hazırlanmasıdır. Bu yaklaşım diğer iki yaklaşıma göre daha detaylıdır ve bu yaklaşımda projeksiyon cihaz kullanımı zorunlu olmamaktadır. Yansıtma yapılacak alanın ölçülerini bilmek yeterli olmaktadır. Yapılacak olan modelleme üç boyutlu olarak yapılmaktadır. Modelleme yazılımlarından (CAD uygulamaları örnek verilebilir) yararlanılmaktadır. Modelleme işlemi bittikten sonra yansıtılacak görsellerin tasarımı bu modeller üzerinde yapılmaktadır. Bu yüzden gösterimin yapılacağı ana kadar projeksiyona ihtiyaç duyulmamaktadır. Bu yöntemde başka bir uygulama olarak yansıtma alanının aynı ölçek olması gözetmeksizin maketinin oluşturularak bu model üzerinde çalışılmasıdır.

Düzenleme sırasında yüzeyin, rengi, dokusu, uzaklığı ve üzerine düşen ışık miktarı nedeniyle alanları normalleştirmek için maskeleye yapılabilir. Böylece yüzeyden kaynaklı oluşan sorunlar (görüntü ve renk bozulmaları) önlenmektedir. Yansıtma yapılmadan önce izlenebilecek modelleme üç alt başlıkta incelenebilmektedir. Bunlar; iki boyutlu tarama, üç boyutlu tarama ve sanal modelleme olmaktadır Maniello'ya (2014, s. 211). İlk ikisi fiziksel alanlara ihtiyaç duyularak yapılan bir modelleme tarzıyken üçüncüsü gerçek bir ortama dayandırılmadan yapılan bir yaklaşımdır.

Modellenip maskelenen alanlara, düz ve homojen bir yüzeye yansıtılmış gibi bir yansıtma yapılabilir fakat yüzeyin yansıtıcılık özelliği, ışık miktarı ve yansıtıcı donanımın gücü tarafından kısıtlanmaktadır. Maskeleye düz bir alan yaratmaktadır bununla birlikte bir alanın kısıtlanarak yansıtılan alana eklenmesi yada çıkarılması da mümkün olmaktadır. Böylece yansıtma yapılan alanın şekli özelleştirilmektedir. Karmaşık yüzeylerde özellikle modelleme ve maskeleye daha fazla önem kazanmaktadır (Pehlivan Baskın, 2018).

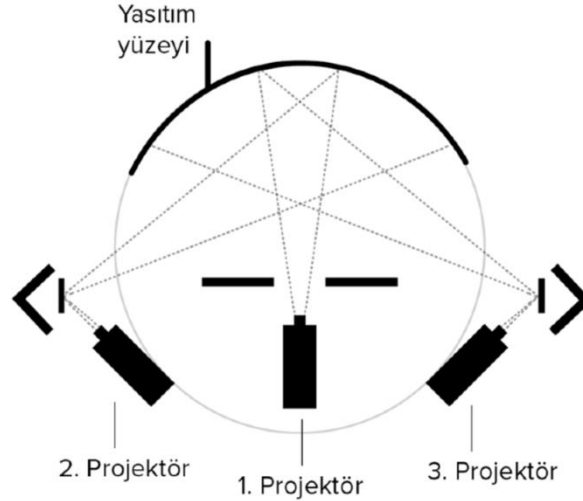
• Videonun oluşturulması:

Yansıtma için seçilen görsellerin boyutları, aktarılacak alanlara uygun olmalıdır. Görsel seçimi yapılırken en önemli unsurlardan birisi de yansıtma yapılacak yüzeyin şekilsel gereklilikleridir. Maskeleye işlemi görmüş dahi olsa bazı alanlar farklı bir görselle ayrıştırılabilmektedir. Örnek verecek olursak farklı iki malzemeye ait yüzeylerde biri cam olan diğeri ise mat çimento olan bir cepheye yansıtılan ışığın yansıması konusunda önemli farklılıklar olmaktadır. Burada aynı görsel farklı şekilde algılanabilir hale gelmektedir. Ayrıca videolar grafik tasarım ve animasyon değilse, gerçek görüntüler yansıtılacaksa çalışmanın en başından yansıtılacak alana dair düzenlemelerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Pehlivan Baskın, 2018). Bu noktada ise işlemi kolaylaştırmak adına "greenbox" (yeşil perde) tekniğinden yararlanılabilmektedir.

Video içeriği oluşturulurken dikkat edilmesi gereken en büyük hususlardan biri de, izleyicinin konumudur. İzleyicinin yansıtılan videoya olan uzaklığına göre arttıkça, videonun küçük detayları algılanamamaktadır ve olası piksel ve renk hatalarının da fark edilmesi zor olmaktadır.

- **Videonun eşleştirilmesi:**

Video tasarımı bittikten sonra projeksiyonla yansıtılan alanda bazı hazırlıklara ihtiyaç duyulmaktadır. Bunların en başında projeksiyon yerleşimi bulunmaktadır. Şekil 9’ da görüldüğü gibi, tam olarak belirlenen noktalara yerleştirilmeli, alanın tamamını görecek şekilde ve doğru açıyla konumlandırılmalıdır.



Şekil 9. Projeksiyon yerleşim örneği
(Ayhan, 2018)

Projeksiyon cihazı konumlandırıldıktan sonra, en başta çekilen fotoğraf yansıtılıp, yüzeye bire bir oturup oturmadığı kontrol edilmektedir. Böylece lokasyon ve yön hatalarının önüne geçilebilmektedir. Projeksiyonlar için tripod ya da kaideye ihtiyaç olursa yere sabitlenmektedir. Video haritalama tekniğinin başarı ile uygulanabilmesi için yüzeye yansıyacak tek ışığın projeksiyon cihazından olması gerekmektedir. Bu yüzden projeksiyonla ışık yansıtma işlemi, dışarda ise güneş battıktan sonra ve etraftaki ışık kaynakları tespit edilerek yapılmaktadır. Işık yansıtılan yüzeye çevreden gelen ışık kaynakları kontrol edilip, çevresel ışıkların kapatılması sağlanmaktadır.

Video haritalama uygulamasında nihai gösterimlerden önce, deneme ve test çalışmaları yapılarak yansıtma sürecinde oluşabilecek sorunlar, etraftan gelen ışık, yansıtma yüzeyinin varsa görülmeyen noktaları ölçülmektedir.

3.1 Video Haritalama Tekniğinin İç Mekân Sergilemede Kullanımı

Video haritalama birçok alanda kullanılmaktadır. Bunlardan bazıları; mimari alan, sahne sanatları, eğitim, ürün tanıtımları ve etkinliklerdir. Video haritalama uygulaması mimari olarak sadece dış mekânlar ile sınırlı kalmamaktadır.

İç mekânlarda da görsel bir gösteri olarak sergilenmektedir. Tiyatro, sinema, müze, alışveriş merkezi, eğlence merkezleri olan ticari mekânlar ve kültürel mekânlarda karşımıza çıkmaktadır. Video haritalama dijital alanlara dayalı olmaktadır ve bunlar ortak bir alanda buluşmaktadır. Sanatsal dijital alanlardaki enstalasyonun temel öğelerinden olan mekân, video görüntüleri ile birlikte bir forma ulaşmaktadır. Bu çalışmalar biçimden ziyade

içerik ile ön plana çıkmaktadır. Çalışma böylece yalnız nesne düzenlemesi ile değil, izlenme süreci için oluşturulmaktadır (Ergün, 2018, s.53-59-60).

Video haritalama uygulamasının kullanıldığı iç mekân sergileme örneği olarak 2015 yılında Monterrey Çağdaş Sanat Müzesi'nde sergilenen heykel örnek verilebilmektedir.



Şekil 10. Jack Video Haritalama Heykeli
(Monterrey, 2015)

Şekil 10 'da görüldüğü gibi Motomichi Nakamura, tarafından video haritalama uygulaması için bir heykel oluşturulmuş ve çeşitli videolar video haritalama tekniği ile bu heykele yansıtılmıştır. Böylece tek bir heykel üzerinden birden çok görüntü veya video sergilenebilmektedir. Bu da sergi mekânında izleyiciye tek bir nesne üzerinde birden çok görüntü gösterme fırsatı sunmuştur.



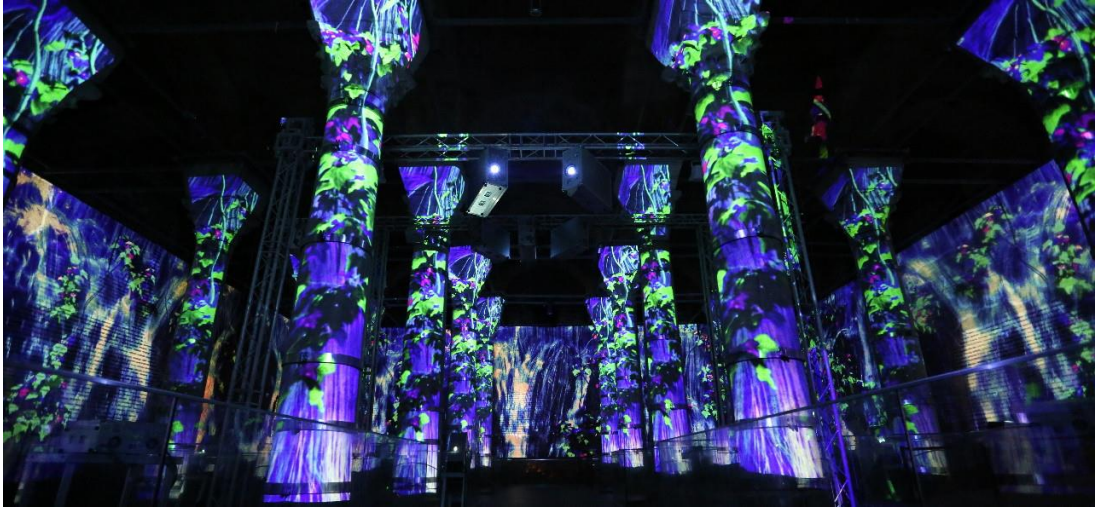
Şekil 11. İslami Medeniyetler Müzesi Video Haritalama Uygulaması
(İstanbul, Türkiye, 2023)

Şekil 11’ de İslami Medeniyetler Müzesi görülmektedir. Burada video haritalama tekniği ile Âb-ı Hayat enstalasyonu yapılmaktadır. Bu enstalasyon ses ile birlikte Kur’an-ı Kerim’in suya atfettiği manayı derinlemesine hissettirmektedir. Buradaki görüntü tasarımı ve konusu mekânı desteklemektedir ve verilmek istenen mesajı derinleştirmektedir.



Şekil 12. Makine Anıları: Uzay, Pilevneli Galeri
(İstanbul, Türkiye, 2021)

Şekil 12 ’de ise Refik Anadol tarafından yapay zekâ yardımı ile hazırlanıp video haritalama tekniği ile sergilenen Makine Anıları: Uzay sergisi görülmektedir. Burada sanatçının tasarımı, projeksiyon ile yansıtılan ışık ile sergilenmektedir. Böylece ışık mekânda sergilenen nesneye dönüşmektedir.



Şekil 13. Şerefiye Sarnıcı Video Haritalama Gösterimi
(İstanbul, Türkiye, 2023)

Şerefiye Sarnıcı ülkemizde bu tekniğin uygulandığı en eski yapıdır (serefiyesarnici.istanbul, 2023). Video haritalama tekniği tarihi yapılarda da kullanılabilir. Burada Geçmişten Günümüze Şerefiye Sarnıcı ve Su Medeniyeti adlı iki video haritalama çalışması saat başı gösterilmektedir. Zaten müze olarak kullanılan bu sarnıçta video haritalama tekniği kullanılması hem sergilemede zenginliğe sebep olmuş hem de sergilenen görseller ile verilmek istenen mesajı derinleştirmektedir.

Yukarıda verilen örneklerde de görüldüğü gibi sergileme mekânlarında video haritalama uygulamaları gün geçtikçe artmaktadır. Video haritalama, sadece nesne üzerinde kullanılabilirken, bazen İslami Medeniyetler Müzesi'nde olduğu gibi verilen mesajı derinleştirmek için bazen de Pilevneli Galeri'de görüldüğü gibi tasarlanan ürünü yansıtmak için bütün mekânı kapsayan bir araç olarak kullanılmaktadır. Yani bazı yazılımlar ile tasarlanan görüntü ya da videolar, projeksiyondan yansıtılan ışık ile birlikte mekâna yansıtılmaktadır ve böylece eskiden sergilemede objeyi daha iyi göstermek için kullanılan ışık ögesi, artık sergilenen obje haline dönüşmektedir.

SONUÇ

Sergileme mekânlarında deneyimlenen nesne ile deneyimleyen özne arasındaki ilişki eski dönemlerden günümüze kadar köklü değişimler geçirmiştir. Bu değişimler düşünsel gelişmeler ve teknolojik ilerlemelerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreçte, sergilenen nesne ile deneyimleyen özne arasındaki sınırların kalkmasına ve bireyin mekânla bütünleşmesine önem verilmiştir. Bireyin mekânla bütünleşmesini sağlamak için sergileme mekânlarında farklı düzenlemeler yapıp, mekânın birbirleri ile uyumlu, bir bütün halinde ve izleyiciye verilmek istenen mesajı derinleştirip, izleyicinin anlayabilmesini sağlayacak şekilde bir atmosfer oluşturulmaktadır. Sergileme mekânlarında bunları sağlayan öğelerden biri de ışıktır. Işık, mekânın genel ambiyansını oluşturan önemli bir öğedir. Parlaklık, renk sıcaklığı, renk geçişleri gibi faktörler mekânın ambiyansını etkilemektedir. Ayrıca günümüz teknolojisi ile birlikte sergileme mekânlarında video haritalama tekniği de kullanılmaktadır. Bu yöntem ile tasarlanan video ya da görüntüler projeksiyondan yansıtılan ışık ile sergileme mekânında sergilenmektedir. Bu yöntem izleyiciyi mekâna deneyimler yolu ile dahil etmekte, deneyimlenen, etkileşimli mekânlar sağlamakta ve anlatılmak istenen mesajı derinleştirerek izleyiciye sunmaktadır.

Sonuç olarak, sergileme mekânlarında kontrollü ışık kullanımının mekân tasarımında önemli ve belirleyici bir kavram olduğu ve gelişen teknoloji ile birlikte kullanılan video haritalama yöntemi ile de ışık ögesinin geçmişteki gibi yalnızca sergilenen ürünü göstermek için kullanılan bir öğe değil ışığın kendisinin de sergilenen bir ürüne dönüştüğü vurgulanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Altuncu, D., ve Tansel, B. (2009).“Aydınlatma kontrol sistemlerinin hastanelerde kullanımı”. *Tasarım+ Kuram*, 5(8), 116-143.
- Allwood, J. ve Montgomery, B., (1989).“Exhibition Planning and Design”. London: B.T. Batsford Ltd.
- Aries, MB, Veitch, JA ve Newsham, GR (2010).“Windows, View, and Office Characteristics Predict Physical and Psychological Discomfort ”. *Journal of Environmental Psychology*. 30(4), 533-541.
- Artun, A., (2015).“Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi Estetik Modernizmin Tasfiyesi”. *İletişim Yayınları*, İstanbul, 2015, s.153.
- Aslan, F., Aslan, E. ve Atik, A. (2015).“İç mekânda algı”. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11), 139-151.
- Atiker B., (2015).“Yerleştirme Sanatında Yansıtım Hizalama İle Artırılmış Gerçeklik Tasarımları.” s.105
- Avcı, C., (2010).“Sergi salonlarında gün ışığından yararlanma ve mekân tasarımına etkisi” Yüksek lisans tezi, MSGSÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ayhan K., (2018).“Video Projeksiyon Eşlemesi Teknolojisinin İç mekân Sergilemeye Etkisi ve Bir Uygulama” Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Azuma, R. T., (1997).“A Survey of Augmented Reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*” s. 6(4), 355- 385
- Belir, Ö., (2012).“Görme Engellilerin Mekân Okumasına Etki Eden Parametrelerin Saptanması”, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Beyoğlu, A., (2015).“Sanat eğitiminde algı, görsel algı ve yanılısama: Victor Vasarely'nin çalışmaları üzerine bir inceleme”. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17(1), 333-348.
- Bica, S., Cristutiu, M., Micsa, O., (2013).“Structures for Quality and Quantity of Natural Light in Architecture”. In *Structures and Architecture* (pp. 756-763). CRC Press.
- Bimber O., Raskar R., (2005).“Spatial Augmented Reality: Merging Real and Virtual Worlds: A Modern Approach to Augmented Reality. *Massachusetts*” s. 2 112 – 129 – 278 -147 – 213.
- Boyce, P.R., (2003).“Human Factors in Lighting”. London and New York, Taylor & Francis.
- Boyce, P.R., (2014).“Human Factors in Lighting”. CRC Press.
- Boyraz B., (2013).“Müze Teknolojileri ve Sergileme Farklılıkları”. *Akademik Bakış Dergisi Sayı:39 Kasım-Aralık*,s.7
- Bostancı Başkan, M.T., (2004).“Bir Tasar Ölçütü Olarak Dersliklerde Görsel Konfor ve Optimum Enerji Kullanımı İçin Bir Yaklaşım”, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Catanese, R., (2013).“3D Architectural Videomapping. *International Archives of the Photogrammetry*”, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, Volume XL-5/W2, 2013 XXIV International CIPA Symposium. 2, 6 Eylül Strasbourg, Fransa.
- Christoffersen, J. (2011).“The Importance of Light to Health and Well-being: 4th VELUX Daylight Symposium Daylight in a Human Perspective”, At Rolex Learning Center École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL), Lausanne, Switzerland, May, 4-5.
- Çayırılı, M. Z., (1996).“Müze Tasarımı ve Sergi Mekânları Üzerine Bir İnceleme ve Değerlendirme”, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Çelik, K., Küçükkılıç Özcan, E. K., Ünver, R., (2015).“Hacim ve aygıt özelliklerinin aydınlığa etkisinin açık

- planlı ofis örneğinde incelenmesi”. MEGARON/Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi E-Dergisi. 10(1), 80-91.
- Çetin İ., (2016).“Sergi Mekânlarına Dönüştürüleni İşlevini Yitirmiş Olan Yapıların Çağdaş Sergileme Anlayışı Kapsamında İrdelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Demirci, H., (2008).“Bina Tasarımında Aydınlatma ve Renk Olgusunun Biyoharmoloji ve Biyosüreç Açısından İncelenmesi”. Fırat Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 25-50, Elâzığ.
- Deniz, M., (2008).“Müze Sergileme Mekânlarında Güncel Gösterim Teknikleri İle Mimari Tasarım İlişkisi Üzerine Bir İnceleme”, Tezi, Fen Bilimleri Fakültesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul s.39-40.
- Dernie, D., (2006).“ Exhibition Design. London: Laurence King Publishing”. S.64.
- DiLaura, D., (2008). “A brief history of lighting. Optics and Photonics News”. 19(9), 22-28.
- Ekim, B., (2011).“A Video Projection Mapping Conceptual Design And Application: Yekpare”. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC, 1(1), 10-19.
- Ergün, E., (2018).“Yeni Medya Sanatında Video Projeksiyon Eşleme”, Basılmamış Doktora Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Lefkoşa.
- Erbay, M., (1999),“Müzelerde Gösterim Teknikleri, Yeni Gelişmeler”, Arredamento Mimarlık, 6:131-135.
- Erbay, M., (2011),“Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması”, Alternatif Yayınları, s.9-77-78.
- Fontoynt, M., (1999).“Daylight Performance of Buildings. Routledge”.
- Goudarzi, S.M., Mendilcioğlu, R.F., (2022).“Lighting problems and solutions in museum and exhibition areas”. Journal of Current Researches on Social Sciences. 12(2), 141-162.
- Göler, S., (2009).“Biçim, Renk, Malzeme, Doku ve Işığın Mekân Algısına Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gündüz, H. Y., (2016).“Alışveriş Merkezlerindeki Aydınlatmanın Teknik ve Estetik Yönden İç Mekân Tasarımına Etkileri”. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Harazi, B., (2018).“Lüks Restoranlarda Aydınlatma Tekniği Kurallarının Uygulanması ve Örnek Restoran İncelemeleri”. Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Head, A., (2012).“Exploring the issues of digital outdoor architectural projections”. EVA London 2012 Electronic Visualisation and the Arts. 10-12 Temmuz, Londra: Eva London.
- International Commission on Illumination, (2018).“Guide on the Limitation of the Effects of Obtrusive Light from Outdoor Lighting Installations”. CIE 150:2017, CIE Central Bureau.
- İnceoğlu, Z., (2022).“Marketlerdeki Yapay Aydınlatmanın Gıda Maddeleri Üzerindeki Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karaman. U. (2022).“Sergi Tasarımının Dijitale Doğru Evrimleşen Görsel Öğeleri ve Deneyimi”, Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Liljefors, A., Ejhed, J., (1990).“Bättre belysning. (A better lighting.) Stockholm”, Sweden, Svensk Byggtjänst, Statens råd för Byg-Gnadsforskning.
- Liljefors, A., (2005).“Lighting – Visually and Physically. Stockholm”, KTHLighting Laboratory.
- Locker, P., (2013).“İç Mekan Tasarımında Stant Tasarımı ve Sergileme”, Çev. Sezen Haskatar İstanbul: Literatür Yayınları.

- Lorenc J., Skolnick L. and Berger C., (2010).“What is Exhibition Design?”.RotoVision, Switzerland.
- Luo, H.W., Chen, H.S., Chou, C. J., Luo, M.R., (2016).“Improving museum lighting: new experiments in perception and the colour changes caused by white LED lighting. Studies in Conservation”. 61(2), 302-304.
- Maniello, D., (2014).“Augmented Reality In Public Spaces Volume 1 New Technologies for the Art”. Italy: L Penseur.
- Morgenstern, Y., Geisler, W. S., Murray, R. F., (2014).“Human vision is attuned to the diffuseness of natural light”. Journal of Vision. 14(9), 1-1.
- Murdoch, J. B., (2003).“Illuminating Engineering: From Edison's Lamp to the LED”. Visions Communications.
- National Educational Psychological Service., (2015).“Visual Perception. Report Writing Group”, Erişim Tarihi: 10.04.2023. <https://assets.gov.ie/41301/e3632f9137544262b40d7e0c5e9a3604.pdf>
- Oksel, Y., (2013).“ Sergi Mekânlarında Aydınlatma Biçimlerinin Kullanıcı Algısı Üzerindeki Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Özbudak, Y.B., Gümüş, B., Çetin, F.D., (2005).“İç Mekân Aydınlatmasında Renk ve Aydınlatma Sistemi İlişkisi”. II. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu, Elektrik Mühendisleri Odası, Diyarbakır, 23-25 Kasım, 1-6.
- Özkan, H. S.,(2019).“Sanat ve Tasarım Müzelerindeki Sergileme Tasarımının Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Özkaya, M., (2004).“Aydınlatma Tekniğı”. Birsen Yayınevi, İstanbul.
- Öztank, N., Halıcioğlu, F.H., (2009).“Mekân Aydınlatma Tasarımında Yeni Yaklaşımlar”. V. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu, 8-10 Mayıs, İzmir, 1-5.
- Pehlivan Baskın Z., (2018).“Video Haritalama Tekniğinin Etkinliklerde Kullanımı ve Uygulama Çalışması”, Sanatta Yeterlilik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Peyzax, (2017).“Anıt Mimarisi ve Dünyanın Önemli Anıtsal Mimarileri”, İstanbul.
- Reynolds, R.J., Stein,B., (2000).“Mechanical and Electrical Equipment for Buildings”, John Wiley & Sons, Inc.
- Rona, L., (2012).“Çağdaş sanatta mekânda ışık etkeni. içinde Mimarlık, medya sanat” (Ed. Ebru Özeke Tökmeci) MSGÜ yayınları: İstanbul.
- Russell, S., (2008).“The Archiceture of Light”. CreateSpace Independent Publishing.
- Sadeghi, S.A., Karava, P., Konstantzos, I., Tzempelikos, A., (2016). “Occupant interactions with shading and lighting systems using different control interfaces: A pilot field study”. Building and Environment. 97, 177-195.
- San, İ., (2010).“Sanat Eğitimi Kuramları”. Ütopya Yayın, Ankara.
- Sirel, Ş., (1997).“Aydınlatma Terimleri Sözlüğü”. İstanbul, YEM Yayın.
- Steffy, G., (2002).“Architectural Lighting Design”. John Wiley & Sons.
- Şahin, P., (2006).“Aydınlatma Tasarımı ve Mağaza Kimliğine Katkısı”. Sanatta Yeterlilik Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, s.12-15, İstanbul.
- Şahin, Y., Atabeyoğlu, Ö., (2021).“Kent peyzajında ışık ve renk üzerine kullanıcı değerlendirmeleri: Samsun kenti örneğı”. Journal of Architectural Sciences and Applications. 6(2), 676-687.
- Şerefhanoğlu, M., (1972).“Konutlarda Aydınlatma”. Karaca Basımevi.
- Şerefhanoğlu, M., (2003).“Aydınlatma Tasarımında Mimarın ve Elektrik Mühendisinin Rolü”. II. Aydınlatma

Sempozyumu, 8-10 Ekim, Diyarbakır.

Turgay, O., Altuncu, D., (2011).“İç mekânda kullanılan yapay aydınlatmanın kullanıcı açısından etkileri”. Çankaya University Journal of Science and Engineering. 8(1), 167-181.

Turgut, E. (2002). “Fuarlarda Grafik Tasarım Sorunları Üzerine. Bir, A.A (Haz.) Her Yönüyle Pazarlama İletişimi”. İstanbul: Yayıncılık Matbaası.

Tutkunlar, S., (2014).“Poliklinik Odalarındaki Yapay Aydınlatma Koşullarının Tıp Personelinin Görsel Performansı Üzerine Etkileri: Maslak Acıbadem Hastanesi Örneği”. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Tütüncü, Ö., (1996).“Konaklama işletmelerinde aydınlatma ve işgücü verimliliği üzerine etkileri”. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi. 7(2), 48-55.

Volf, C., (2010).“Light and the aesthetics of the perception”. The Nordic Journal of Aethetics. 40, 1-6.

Wang, N., (2009).“In broad daylight: an investigation of the multiple environmental factors influencing mood, preference, and performance in a sunlit workplace”, Doktora Tezi, Urbana: University of Illinois.

Wänström, L. U., (2012).“Light Shapes Spaces. Experience of Distribution of Lightand Visual Spatial Boundaries”. University of Gothenburg, Doctoral Dissertation, 1-39p, Gothenburg.

Weil, Stephen E., (2004).“Rethinking the Museum: An Emerging New Paradigm. Reinventing the Museum: Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift”. ed. Gail Anderson. California: Altamira Press: 74-79.

Yöndem, İ.A., (2019).“Ankara’daki Müze Örneklerinde Aydınlatma Yöntemleri ve Önleyici Koruma Yöntemi Olarak Işığın Denetimi”, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.atelier-lumieres.com/fr/van-gogh> (Erişim tarihi:08.02.2023)

Van Gogh | Atelier des Lumières - Site officiel (atelier-lumieres.com) (Erişim tarihi:08.02.2023)

<https://www.antonygormley.com/works/drawing/series/breathing-room>(Erişim tarihi:08.02.2023)

https://www.istanbulmodern.org/tr/sergiler/sanal-turlar/koleksiyon-sergisi-sanaltur_3163.html

(Erişim tarihi:10.02.2023)

<https://wannart.com/icerik/8084-duygulari-mekansallastiran-muze-yahudi-muzesi>

(Erişim tarihi:10.02.2023)

<https://www.vbenzeri.com/ic-mekan/yerebatan-sarnici-istanbulun-cok-katmanlilikini-yansitan-miras>

(Erişim tarihi:17.04.2023)

<https://www.youtube.com/watch?v=dIN8FYTU8P4> (Erişim tarihi:14.04.2023)

<https://www.millisaraylar.gov.tr/muzeler-ve-fabrikalar/islam-medeniyetleri-muzesi>

(Erişim tarihi:14.04.2023)

<https://refikanadol.com/works/machine-memoirs-space/> (Erişim tarihi:17.04.2023)

<https://www.serefiyesarnici.istanbul/> (Erişim tarihi: 20.05.2023)



Doğu Batı Eksenindeki Konum Analizi Kapsamında Van'da Göçe Karşı Alınan Tedbirlerin Değerlendirilmesi¹

Vedat YILMAZ

Doç. Dr., Malatya Turgut Özal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fak.

vedatyilmaz1977@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4624-9824>

Makale Başvuru Tarihi : 23.04.2023

Makale Kabul Tarihi : 26.05.2023

Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Ozan GERÇEKER

Doktorant, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fak.

ozangerceker.65@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5083-9259>

Özet

Anahtar Kelimeler:

Doğu-Batı
Kavramları,
Göç,
Göçe Karşı
Tedbirler

Konumu itibarıyla göç bugün çeşitli şekillerde ve farklı mekânlar arasında gerçekleşen bir olgudur. Bu süreç iç ve dış göç olarak anılsa da literatürde genellikle Doğu'dan Batı'ya doğru gerçekleşen akımlar olarak yer edinmektedir. Bu durum ekonomik gelişme başta olmak üzere daha iyi yaşam koşullarının Batı'da daha iyi olduğu algısıyla ilgilidir. Burada Doğu sınırı, sorun yaşayan insanların bu sorunlarından kaçmak için ilk vardığı yerde bitmektedir. Böylece Batı sınırı kimisi için kendi ülkesinde başlar kimisi için komşu ülkede başlar ve kimisi için de okyanus ötesindedir. Dolayısıyla göçmenlere karşı alınan tedbirler de genellikle Doğu'dan gelen tehditlere yönelik bir tavır almakla ilişkili olmaktadır. Öte yandan sınırlara hendek kazmak, duvar örmek, mayın döşemek, dikenli tel çekmek, teknolojik önlemler almak ve askeri yoğunluklar yapmak gibi önlemler uluslararası alanda ülkeler için kendisini Doğu veya Batı'da konumlandırma girişimi olarak görülebilir. Bu çalışmada ise öncelikle bir sınır kenti olarak Van'ın göç akınlarına karşı aldığı tedbirler değerlendirilmiştir. Genel olarak ise İran sınırındaki önlemlerle Yunanistan'ın sınırdaki aldığı önlemler bağlamında Türkiye'nin Doğu-Batı konumu üzerinden bir analiz yapılmaya çalışılmıştır. Bu noktada nitel bir çalışma kapsamında literatür taramasının yapıldığı bir yöntem uygulanmıştır. Bunun yanında Göç İdaresinden elde edilen sayısal veriler aracılığıyla çalışmanın nicelik açısından güçlendirilmesi sağlanmıştır. Böylece birincil ve ikincil kaynakların esas alındığı bu çalışmada eleştirel bir yaklaşım ile literatürel bir değerlendirme ve analiz yöntemiyle bir değerlendirme yapılmıştır. Elde edilen bulgular kapsamında sınırlarda alınan önlemlerin kayıt dışı göçü tam olarak engelleyemediği ve sınır kentlerinin ise daha önemli bir hal aldığı görülmüştür. Bunun yanında Doğu ve Batı arasında bir köprü vazifesi gören Türkiye'nin hangisine ait olduğu sınırlarda alınan tedbirlere göre siyasal, ekonomik, kültürel, sosyal ve psikolojik açıdan farklı yorumlar ile değerlendirilebileceği görülmektedir.

1 Bu çalışma 23-24 Mart 2022 tarihinde gerçekleştirilen 2. INTERNATIONAL SYMPOSIUM "GLOBAL MIGRATION PHENOMENON" WITH ITS SECURITY, ECONOMIC, SOCIAL, POLITICAL AND CULTURAL DIMENSIONS (www.capitalconference.org ISBN-978-625-8377-00-2) adlı sempozyumda yayımlanan "Türkiye Ekseninde Göçmenlere Yönelik Alınan Tedbirlerde Doğu Batı Mukayesesi" başlıklı bildirinin genişletilmiş ve spesifikleştirilmiş halidir.

Evaluation of Measures Taken Against Migration in Van within the Scope of Location Analysis on the East-West Axis

Abstract

Keywords:

*East-West Concepts,
Migration,
Measures Against
Migration,*

Due to its location, migration is a phenomenon that takes place in various forms and between different places today. Although this process is referred to as internal and external migration, it usually takes place in the literature as flows from the East to the West. This is related to the perception that better living conditions, especially economic development, are better in the West. Here, the Eastern border ends where people who have problems first arrive to escape from their problems. Thus, for some, the western border begins in their own country, for some it begins in the neighboring country, and for some it is beyond the ocean. Therefore, the measures taken against immigrants are generally related to taking a stance against threats from the East. On the other hand, measures such as digging trenches on the borders, building walls, laying mines, pulling barbed wire, taking technological measures and making military build-ups are seen as an attempt to position themselves in the East or West for countries in the international arena. In this study, first of all, the measures taken by Van, as a border city, against migration flows were evaluated. In general, an analysis has been made on the East-West position of Turkey in the context of the measures taken on the Iranian border and the measures taken by Greece on the border. At this point, a method of literature review was applied within the scope of a qualitative study. In addition, the quantitative data obtained from the Immigration Department provided the strengthening of the study in terms of quantity. Thus, in this study, which is based on primary and secondary sources, an evaluation was made with a critical approach and a literary evaluation and analysis method. Within the scope of the findings, it was seen that the measures taken at the borders could not completely prevent unregistered migration and the border cities became more important. In addition, it is seen that Turkey, which acts as a bridge between the East and the West, can be evaluated with different interpretations in terms of political, economic, cultural, social and psychological, depending on the measures taken at the borders.

GİRİŞ

Göç, iradi ya da zorunlu sebeplere bağlı olarak gerçekleştirilen ve insanlık tarihi ile eşdeğer bir geçmişe sahip olan çok boyutlu bir eylemdir. Göç eylemi, geride bırakılan bölgenin sosyo-ekonomik yapısını etkilemesinin yanı sıra göç edilen yeni bölgenin de siyasal, toplumsal ve ekonomik yapısını etkilemektedir. Bu etkisi dolayısıyla da göç olgusu bir sonucu değil, süreci temsil etmektedir (Yılmaz, Çelik Efşan ve Mecek, 2020: 285).

Özellikle göç kavramı bireylerden toplumsal hayata ve devletlere kadar kültürel etkileri barındıran bir olgudur. Yani göç eden gruplar hem etkilenen hem de etkileyen bir unsur olarak kültürel bir taşıyıcıdır. Bu taşınan kültür doğal olarak karşılaştığı kültürden de etkilenmektedir. Bu doğrultuda Kemal Karpat göç için “*Farklı fiziksel yapıya, dine, kültüre ve dile sahip toplulukları karşı karşıya getiren ve bunun yanında bu toplulukların bir arada yaşayıp etkileşime girmelerine neden olan en güçlü unsur*”, tanımında bulunmuştur (Karpat, 2010: 9). Buna binaen uyum ve uzlaşımın sağlanması, göçmenlerden beklenen bir durum iken durum her zaman böyle gerçekleşmemektedir. Çoğu kez göç edenlerin yoğunlaştığı muhitlerdeki kültürel etkileri orada yerleşik halkın yabancılaşmasıyla sonuçlanan bir postmodern yönelimli hal almaktadır (Tunçer, 2020: 12). Dolayısıyla ülkeler böylesi bir süreçten kötü yönde etkilenmemek adına göçe karşı politikalar belirlemekte (Sarsteke vd, 2018: 388) ve önlemler almaktadır. Geliştirilen bu politikalar ve uluslararası sistemde gösterdikleri tavırlar Doğu ve Batı perspektifinden değerlendirilmeye uygun bir konu olarak kabul edilebilir.

Nihayetinde sınırlarda gerçekleşen ve genel olarak “*duvar politikaları*” olarak anılan önlemler öteki kimliğe karşı alınan önlemler olarak kültürel bir sınır belirleme amacı da taşımaktadır. Örneğin, Türkiye bir ara “*açık kapı politikası*” izlerken göçmenleri öteki kimlik olarak tanımlamayı reddetmiş ve din, soy bağı gibi etmenler başta olmak üzere birçok ortak hususu ön plana çıkarmıştır. Ancak kültürün ekonomi, ırk aidiyeti, dil, beraber yaşama alışkanlığı gibi etmenlere de bağlı olduğu görülmüş ve terör tehdidiyle beraber bu politikadan vazgeçmesi söz konusu olmuştur. Öyle ki seçim dönemlerinde sığınmacıları ve kayıt dışı göçmenleri geri gönderme vaatleri mitinglerde daha sık yer bulmaya başlamıştır. Dolayısıyla meseleye kültüralist bir bakış açısı sunmak elzemdir.

Bu noktada kültür “*tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere ilemede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü*

gösteren araçların bütününe ifade eden kavram” şeklinde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, “kültür”). Heywood da kültürü “*halkın tavırları, inançları, sembolleri ve değerleri; geniş anlamda, mirastan ziyade öğrenme yoluyla elde edilen değer*” tasviriyle ve öğrenilen bir olgu olarak ortaya koymuştur (Heywood, 2013b: 537).

Başka bir açıdan bakıldığında ise Avrupa'dan sınır güvenliğini artırması yönünde ve göçmenlerin Avrupa'ya gönderilmemesi karşılığında Geri Kabul Anlaşmaları ve maddi teşvik sağlanması gibi talepler görülmüştür. Bu minvalde Avrupa Birliği ise saygın bir siyaset üretmek adına güvenlik nosyonunu ön plana çıkarırken ulusüstü vatandaşlık girişimini de kozmopolit politika üretimine bağlayarak farklı bir izlenim sunmuştur (Gerçekler, 2019: 196,197; Gerçekler, 2021: 149; multeciler.org.tr; BBC(1)). Yine de sınırlarda alınan tedbirler ifade edildiği üzere öteki olana yönelik bir tutum olarak algılanmaktadır. Böylece ülkelerin sınır çizgilerinin ve gümrük önlemlerinin yanı sıra duvar politikaları yeni bir bölünme doğurmuştur. Bu bölünme sınırlarının nereden başladığı kesin olarak belirlenemeyen Doğu ile Batı arasındaki sınırı belirlemek adına somut birer adım olarak düşünülmektedir. Ancak bu durumun ne kadar geçerli olduğunu Türkiye'nin iki ucunda alınan tedbirler aracılığıyla incelemek mümkün görülmektedir.

Van bir sınır kenti olarak Doğu ile Batı arasındaki köprü mahiyetinde bulunarak “*Küçük Asya'nın*” doğu girişlerinden biridir. Bu bağlamda özellikle 2011 sonrası dönemde yaşadığı göç akınları Van'ın bu vasfını daha çok arttırmıştır. Bunda gerek Van'da yaşanan büyük depremin ve gerekse Orta Doğu'da yaşanan ve adına Arap Baharı verilen iç savaş silsilesi etkili olmuştur. Dolayısıyla bu göç akınlarına Türkiye'nin uyguladığı politikalar çerçevesinde çeşitli tedbirler alınmıştır. Öte yandan Avrupa Birliği'nin (AB) komşusu olarak Türkiye de kendisine yönelik sınır önlemleriyle karşılaşmaktadır. Edirne bu bağlamda Van gibi sembol bir kent olarak bulunsa da bu önlemlere Akdeniz'de alınan bütüncül önlemler bağlamında bakılmalıdır. Bu tedbirler ışığında İran ve Yunanistan arasında bulunan Türkiye adına Doğu Batı arasındaki soyut sınırın somut verilerinin irdelenme fırsatı doğmuştur. Tüm bu çerçevede gerek nitel gerekse nicel verilerin bir araya getirilerek birincil ve ikincil kaynaklar üzerinden bir çalışma yürütülmüştür.

Çalışmada böylece eleştirel bir yaklaşım ile literatürel bir değerlendirme ve analiz yöntemiyle tarihi-yapısal bir değerlendirme yapılmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak “*Doğu ve Batı Kavramları Üzerine Genel Bir Bakış*” başlığı ile kavramların ne kadar soyut olduğu ortaya konulmuş ve nelere bağlı olduğu üzerinde durulmuştur. İkinci başlıkta nicel verilerle destekleyerek “*2011 Sonrası Van'ın Göç Bilançosu ve Van'da Alınan Tedbirler*” işlenmiştir. Böylece ülkeye giren veya girmeye çalışan göçmen profilini de çizmek mümkün olmuştur. “*Van Sınırı ile Edirne Sınırında Yer Alan Duvarlar Üzerinden Doğu Batı Analizi*” başlığında ise soyut kavramlar olan Doğu ve Batı kavramlarını sınırlarda alınan tedbirler aracılığıyla somut bir inceleme nesnesi haline getirme fırsatı doğmuş ve bu bağlamda ele alınma çabası gösterilmiştir. Son kısımda ise soyut, kültürel ve siyasal eksende ağırlık kazanan Doğu ve Batı kavramlarını ötekileştirme aracı olarak duvar siyaseti üzerinden ele almanın “*Sonuçları ve Değerlendirmeleri*” üzerinde durulmuştur. Elde edilen bazı bulgulara göre sınırlarda alınan önlemlerin kayıt dışı göçü tam olarak engelleyemediği ve sınır kentlerinin ise daha önemli bir hal aldığı görülmüştür. Bunun yanında Doğu ve Batı arasında bir köprü vazifesi gören Türkiye'nin hangisine ait olduğu sınırlarda alınan tedbirlere göre tarihi, siyasal, ekonomik, kültürel, sosyal ve psikolojik açılardan farklı yorumlar ile değerlendirilebilmektedir. Ayrıca insani değerleri önceleyen tedbirleri alma konusunda Batı olarak tanımlanan ülkelerin birçok sorunu para karşılığı ile çözebilme düşüncesi medeniyet tezahürü çerçevesinde izah edilemez durumdadır. Keza öteki kimlikle kendi kimliğinin benzerlikleri ile onun sayesinde kendi kimliğinin değerini anlamayan her topluluk uygarlığın bir bütün olarak şekillendiğini göz ardı etmiş bulunmaktadır.

DOĞU VE BATI KAVRAMLARI ÇERÇEVESİ ÜZERİNE GENEL BİR BAKIŞ

Güneşin doğduğu yöne atfen coğrafi bir adlandırma olarak Doğu (Şark) kavramı kullanılmaktadır. Batının ötekisi olarak ayrıca Yakın, Orta ve Uzak ön adlarıyla da çeşitlendirilmiştir. Politik anlamda ise ‘*Doğu Dünyası*’ veya ‘*Doğu Medeniyeti*’, Avrupa'ya göre doğuda konumlanan ve kapsadığı çeşitli kültürel, sosyal ve felsefi değerler sisteminin yeniden tanımlama girişimidir. Batı (Garp) ise günbatımından hareketle batmak fiil kökünden türetilmiş bir ifadedir. Güneşin battığı yöndeki ülkeler bölgesi olarak anılmaktadır. Genelde ise siyasi anlamda kullanılan Avrupa ve Amerika uygarlıkları bu çerçevede kullanılmaktadır. Batı kavramı aynı zamanda Soğuk Savaş dönemindeki Batı Bloku olan Avrupa'daki ve Kuzey Amerika'daki komünist olmayan ülkelerin izahında da kullanılmıştır. Kökenleri ise çoğu zaman göç veya sömürgecilik yoluyla ihraç edilen kültürel ve felsefi Avrupa mirasına dayanmaktadır. Bu miras ‘Yahudi-Hristiyan dinini, modern çağda ise liberalizm tarafından şekillenen klasik Yunan ve Roma öğretilerini’ kapsamaktadır.

Soğuk Savaş sonrası Batılı devletler olarak anılan güçlerin siyasi ve diğer alanlardaki ayrılıkları bu coğrafi kısıtlamayı sorgulanır hale getirmiştir (Heywood, 2013a: 56).

Doğu kimi zaman Şark, kimi zaman Maşrik olarak; Batı kimi zaman Garp, kimi zaman Mağrip olarak adlandırılmıştır. Örneğin, Oğuz boyunun sultanı Selçuk Bey'in torunu Tuğrul Bey, Abbasî halifesini Fatimilerden 1060'da Bağdat'a yaptığı sefer ile kurtardıktan sonra halife tarafından "*Malikul-Meşrik ve Magrib (Doğu'nun ve Batı'nın Sultanı)*" olarak şerefendirilmiştir (Özdemir, 2008: 326, 330). Burada dikkat çeken husus ise Doğu'nun sultanının her halükarda Batı'nın da sultanı olmasıdır. Bunun için Batı'dan icazet almaya gerek görülmemiştir. Çünkü karanlığın içinde kifayetsiz bir Batı, İslam dünyası için bu unvanları teslim edecek kapasitede görülmemektedir.

Doğu-Batı kavramsallaşması salt güneşin konumu üzerinden ele alınacak kadar sığ bir konu değildir. Çünkü güneş doğduğu andan itibaren ışığının vurduğu her batı coğrafyası da sırasıyla doğuşu yani doğuyu temsil edebilmektedir. Böylece coğrafya üzerinden bir kimliksel sabit fikir oluşturma gerçeği yansıtmada yetersiz kalacaktır. Bu yüzden buradaki esas nokta, yani coğrafyanın nereden başlayıp nerede bittiğine, "*zihinlere*" bakmaktan geçmektedir. Kimlik algısı veya çatışması Batılı ve Doğulu zihniyetlerin müsebbibidir. Öyle ki "*dünyanın en doğusunda yer alan Avustralya, İspanya'dan daha Batılı kabul edilmektedir*". Yine İsrail Orta Doğu'da bir Avrupalıdır. Bu noktada Doğulu veya Batılı olmanın bir başka etkeni tarihsel süreçtir. Bu tarihsel süreç içerisinde ayrıca sahiplenme algısı vardır. "*Endülüsten olmalarına karşın İbn Rüşd Batılı, İbn Arabi Doğulu olarak*" bu yüzden kabul edilmektedir (Poyraz, 2006).

Nitekim ötekileştirme ile beraber Doğuyu ve Batıyı sürekli inşa eden zihniyetlerdir. Coğrafi açıdan değerlendirildiğinde Doğu Batı ayrımının ilk defa Yunanlılar ile Perslerin mücadelelerinde ortaya çıktığı yönünde bir düşünce bulunmaktadır. Öyle ki bazı tarihçilere göre Fatih Sultan Mehmed'in İstanbul'u fethinde "*biz Asyalılar, Yunanlılar'ın yaptıkları haksızlıkların cezasını ödettik*" yönünde bir söylemde bulunduğu ileri sürülmektedir (Biçer, 2018). Bu süreç zarfında ayrıca kendi kültürel geçmişine bağlılık her toplum için önemlidir. Örneğin, Ahmet Hamdi Tanpınar bu meseleyi 19. Yüzyıl Türk edebiyatı adına "*Doğu-Batı arasına sıkışmış bir medeniyet krizi*" konumlandırmasıyla ele almıştır (Tanpınar, 1969). Cemil Meriç ise "*Batı, 'kültür'ün vatani, Doğu 'irfan'ın*" diyerek Doğuyu ilim, iman, nefis, olgunluk ve edep ile özdeşleştirerek kavramsallaştırmıştır (Meriç, 1986). Ayrıca Meriç bu eserinde ekonomik bir tahlilde bulunarak Doğu ile Batı'yı iki ayrı dünya olarak görmüş ve birinin zenginleşmesinin diğerinin fakirliği anlamına geleceğini; bugünün zengininin ise Batı olarak ortaya çıktığını ifade etmiştir (Meriç, 1986).

Doğu Batı kavramlarının siyasi olarak temelleri Roma imparatorluğuna dayandırılmaktadır. Nitekim MS 285 tarihinde ikiye bölünen imparatorluğun Batı'sı Latin alfabesi kullanmakta, Katolik mezhepte bulunmaktadır. Doğu'su ise Yunan alfabesi kullanan, Ortodoks kesimi temsil etmektedir. Ne var ki Ortodoksluk ve Batı Roma'nın zayıflaması sonucu Doğu, İslam ile özdeşleşmiştir. Nitekim farklı bir bakış açısıyla Jacques Derrida ise medeniyeti tanımlarken "*Hristiyanlığın, İslam'dan ve Yahudilikten; Roma'nın, Yunan'dan ve Arap'tan ayrı düşünülemediğini*" ifade etmiştir (Biçer, 2018). 2021 yılında bile, 1054 yılında Doğu Ortodoks ve Batı Katolik olarak ayrılan Kilise'nin hesaplaşması Yunanistan'da gerçekleşmiştir. Öyle ki Ortodoks bir rahip Papa Francis'i "*din yolundan çıkmakla*" suçlamıştır (Sputniknews). Bundan önceki ziyaretinde ise Papa II. John Paul yine Yunanistan'da "*Tanrı'ya Katoliklerin Ortodokslara karşı işledikleri günahları affetmesi için dua ediyorum*", ifadesinde bulunmuştur (NTV). Ayrıca Doğu'yu politik araç olarak İslam ile özdeşleştirme girişiminin akademik yansımalarının bu yüzyıldaki müsebbibi Samuel Huntington'ın "*Medeniyetler Çatışması*" adlı tezi gösterilebilir.

Birer medeniyet tasviri olarak bu yön kavramsallaşması iki genel başlık altında yer almaktadır: Oksidentalizm ve Oryantalizm. Bu kavramlar kültürel çatı altında tarihsel, sosyo-ekonomik, coğrafi, siyasi ve dini bakış açılarıyla ötekine dair medeniyet ölçütleri içeren ve aynı zamanda öteki kimliğine göre kendini tanımlayan yorumlar barındırmaktadır. Ancak etkililik ve etkinlik bakımından üstün olan diğerini baskı altında tutabilmektedir. Öyle ki vaktiyle Batı'yı da kendi tanımlayan Doğu, bugün kendini yeri geldiğinde Batının bakış açısıyla tanımlamaktadır. Nitekim bir dönem modernleşme kavramı Batılılaşma ile anılan bir unsur olmuştur (Lewis, 2007: 125-127). Bu noktada dikkat çeken bir husus ise Batı genellikle Avrupa sonrasında ise Kuzey Amerika, İskandinav ülkeleri olarak tasvir edilirken; Doğunun, İslam dünyası, Arap kültürü, Türk kültürü ve Osmanlı, Çin-Hint kültürü, İran olmak üzere Orta Doğu, Asya, Anadolu gibi geniş bir coğrafyada karşılık bulmasıdır. Yine Doğu özel mülkiyetten mahrum kalmış, patrimoniyal bir yönetimle hükmedilen ve dolayısıyla farklı tarihsel dönüşümler yaşayan coğrafi atıfla karşılaşmaktadır. Öte yandan Japonya, Rusya, İsrail gibi yeri gelince Batılı addedilen ülkelerin Doğu kültüründen beslendiği yönünde genel bir kanı da söz konusudur. Ayrıca uygarlığı canlı tutan ve tanımlanması, tanınması ve taşınması sürecinde etkili olan kolektif kimlik

unsurlarından aile, kamu kurumları ve diğer sosyal iletişim ağları önem arz etmektedir. Bu durum göçmen karşıtlığı başta olmak üzere birçok konuda bireysel tavırlardan devletlerin aldığı politikalara kadar yönlendirici etkiye sahiptir.

Oksidentalizm ya da diğer adıyla Garbiyatçılık, Batı'nın özellikle "Reform" ve "Aydınlanma" ile harmanlanan kültürel ve siyasal mirasını kabul etmeyerek Batı karşıtı bir tutum sergilemektedir. Batı toplumunun "bireycilikle, sekülerlikle ve göreceliliğiyle etkilenen açgözlü ve materyalist örgütlü medeniyetine" tepki gösteren Oksidental bakış açısı kendisini organik bir "birlik, ahlaki kesinlik, siyasal ve ruhani bir yenilik fırsatı" olarak addetmektedir. İlk kez 1800'lü yılların başında Almanya'daki karşı-Aydınlanma düşünürleri tarafından ortaya atılmıştır. İki savaş arasındaki dönemde Avrupa'da faşizmin ve Japonya'nın emperyalist yayılımının artmasında etkili görülen bir yaklaşım olmuştur. Günümüzde ise siyasal İslam'ın düşünce yapısı kapsamında ele alınmaktadır. Günümüzdeki İslam veya Müslüman sorunu durumu Batı adına bu alanda görülür (Heywood, 2013a: 248-250). Oksidentalizm terimi ağırlıklı olarak İsaiah Berlin'in çalışmalarına dayandırılmakla beraber 2005 yılında Ian Buruma ve Avishai Margalit tarafından yazılan "Occidentalism: the West in the Eyes of its Enemies" adlı kitapla ön plana çıkmıştır. Tarihsel geçmişi ise Pers kültürünün Yunan ve Roma kültürüne tavrı veya İslamiyet ile Hristiyanlık arasındaki mücadelelere kadar dayandırılabilir (Kopanski, 2005: 100). Oksidentalizm genellikle Avrupa'yı, Amerika'yı ve Avustralya'yı kapsayan Batı eleştirisinin adresidir ve küreselleşme türevi bir olgu olarak görülmektedir.

Oryantalizm nam-ı diğer Şarkiyatçılık ise bir post-kolonyalist yaklaşımın ürünü olan ve Edward Said (1977) ile özdeşleşmiş bir yaklaşımdır. Batı'nın bilhassa Orient (Doğu) üzerindeki kültürel ve siyasal hegemonyasının, Batı-dışı halk ve kültürler üzerindeki küçük düşürücü tavır ve tutumlarıyla ön plana çıktığı bu yaklaşımda önemli bir karşı duruş sergilenmektedir. Örneğin "gizemli Doğu", "esrarlı Çin", "Şehvet Düşkünü Türk" söylemleri bu karşı duruşun tetikleyicilerindedir. Oryantalizm ayrıca söylemler üzerinden kendini merkeze alan Batı medeniyeti aynı zamanda kendi içindeki farklı kültürlere de sömürü içermektedir (Heywood, 2013a: 109,110). Sanat tarihinde ise Doğu dünyasının Batılılar tarafından taklidi ve tasviri manasındadır. Oryantalizm, Orta Doğu, Asya ve Kuzey Afrika toplumlarına atfen kullanılan bir terimdir ve Batı'dan geri kalan Doğunun himaye edilmesi gerekliliğinden yakınmaktadır. Öte yandan Said, Şark'ı öğreten, yazan veya araştıran kişiye Oryantalist, yaptığı işe de Oryantalizm tanımlamasını yapmıştır. Said'in yanında Helene Cixous, Gayatri Spivak ve Homi Bhabha gibi isimlerin de "öteki kimliği" ve "melezleşme" üzerinden oryantalizm'e önemli katkıları olmuştur (Ersöz ve Uslu, 2012: 67-75). Oryantalizm'in tarihsel kökenlerini Napoleon'un 1798 Mısır seferine dayandıran görüşler de mevcuttur. Öyle ki bu sefer sonrası sefere katılanların modern bir oryantalist edebiyatı teşkil ettiği ifade edilmiştir. Bu yüzden Paris 19. Yüzyılın oryantalizminin merkezi olmuştur (Aydın, 2000: 80-82).

Edward Said'in Doğu'yu Batı'dan ayırmanın mümkün olamayacağını dile getirirken Batı'nın bakış açısıyla şekillenen Doğu üzerine ortaya koyduğu üç tanım oryantalizmi şu şekilde ifade etmiştir (Said, 1982: 195);

"Oryantalizm birbirine karışan çeşitli cepheleri içermektedir: (1) Avrupa ile Asya arasındaki (sürekliliğe tâbi) tarihi ve kültürel bağ, ki bu bağın 4000 (dört bin) senelik bir tarihi var; (2) Batı'daki bir kültür dalı (discipline) ki, buna bağlı olarak ve 19. Yüzyıldan başlayarak, insanlar çeşitli Doğu kültürlerini, Doğu geleneklerini ele almış, uzun uzadıya tetkik etmişlerdir. (3) Dünyanın Doğu denilen bir kısmını konu alan ideolojik varsayımlar, imajlar ve fanteziler, aslı-astarı olmayan fikirler..."

Nihayetinde Doğu-Batı kavramı ekonomi-din, bireysellik-toplulukçuluk, geleneksellik-modernleşme gibi mücadelelere oturtularak incelenmiştir. Bu mücadelede sınır çizme eğilimi özellikle Batı için kıymetli bir eylem mahiyetinde olmuştur. Burada üzerinde durulması gereken ise Doğu da Batı da var olmak için birbirine muhtaç iki öteki kolektif unsurdur. Bunun yanında her dönemin tüm paydaşları uygarlığın inşasında eşit sorumluluğa sahiptir. Fakat katkı sağlama noktasında bir taraf diğerinden daha çok iş yapıyorsa bunda diğerinin de payı unutulmamalıdır. Çünkü kıt kaynakları paylaşmayı yeterince adil yapmadıkça aradaki makasın açılması olağandır. Öte yandan somut geçişkenliği duvar siyaseti ile önlemek mümkün olsa dahi gelişen teknoloji ile sanal anlamda ulaşılan her yer bir anlamda farklı kültürlerin birbirini etkilemesine yol açmaktadır. Bu yüzden hayatta kalmak için sınırlara gelen göçmenlerden ziyade teknoloji ile her eve girebilen kültür taşıyıcısı iş ve eylemlerde bulunan "ötekiler" daha çok medeniyeti şekillendirme gücüne sahiptir. Bu güç duvar örülen sınırın her iki tarafındaki çocukların ortak dili ile aşılmaktadır. Bu dil ise günümüzün sanal "emoji" dilidir.

2011 SONRASI VAN'IN GÖÇ BİLANÇOSU VE VAN'DA ALINAN TEDBİRLER

Göç öteki kimliğe karşı tavır ve tutumların sergilendiği davranışları gözlemlemeye yarayan en somut olgulardan biridir. Dolayısıyla önceden de vurgulandığı üzere kültürel anlamda farklı medeniyetlerin karşılaştığı, çatıştığı veya uzlaştığı her alanda göç etkin bir rol üstlenmektedir ve Doğu-Batı kavramsallaşmasının somut verisidir. Öyle ki bugün kentler bile “*kapitalizmin yön verdiği ve bu doğrultuda bir kültürel etki ile yoğrulan mekânlar*” olarak addedilmektedir. Bunun yanında yine kentleşmeyi etkileyen en önemli girdilerden biri olarak göç sıklıkla zikredilen bir olgudur (Yılmaz ve Taner, 2020: 86,87).

Siyasal, sosyal, demografik ve ekonomik açıdan ülkeleri ve halk kitlelerini doğrudan etkileyen göç olgusu toplumsal yapıda, ülke yönetimlerinde ve hatta uluslararası ilişkilerde önemli bir faktör haline gelmiştir. Kapsam ve etkisinin çok yönlü ve etkili olması nedeniyle hemen hemen tüm bilim dalları tarafından bir araştırma ve inceleme konusu olmuştur. Her araştırmacı içinde bulunduğu bilimsel alanın kapsamı, amaçları ve metotları kapsamında göç olgusunun belirli yönlerini incelemiştir. Bu kapsamsal, metotsal ve amaçsal farklılıklardan dolayı da göçün farklı unsur, özellik ve etkileri daha ön plana çıkararak o disipline özgü tanımlamaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Buradan hareketle göç kavramı ile ilgili tüm disiplinlerce genel kabul görmüş, ortak bir tanım bulunmamaktadır (Gül, 2021: 195). Ancak Gökburun'un (2019: 565) da belirttiği üzere yapılan tanımların merkezinde “*insan*”, “*mekân*” ve “*zaman*” unsurları bulunmaktadır. Disiplinlerarası ve kapsayıcı bir şekilde göç olgusu şu şekilde tanımlanabilir (Yılmaz, Çelik Efşan ve Mecek, 2020: 287);

“Muhtelif çekici ve/veya itici sebeplerden dolayı, insanların belirli bir zaman dilimi içerisinde, içinde buldukları yerleşim alanlarından bireysel ya da kitlesel olarak ayrılarak, iskân amacıyla, yer değişikliği olarak anlamlandırılabilir (eski yerleşim alanından tamamen kopuk sayılabilecek) mesafedeki başka bir yerleşim alanına, kalıcı ya da yarı kalıcı olarak hareket etmeleri, yer değiştirmeleridir”

Yukarıdaki genel durumlar nedeniyle göç kavramı farklı disiplinler, kurumlar ve yazarlar tarafından da muhtelif boyutlarıyla tanımlanmıştır. Örneğin Türk Dil Kurumuna (TDK) göre günümüzde dünya çapında bir insani kriz halini almış olan göç kavramı; “*ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya toplulukların bir ülkeden başka bir ülkeye, bir yerleşim yerinden başka bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma, hicret, muhaceret*”, olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu, “Göç”).

Öte yandan göç sanal anlamda birden fazla mekânda yer olarak etkileşim ve etkinlik sağlamaya yarayan erişime dayalı sanal “*kuantum-süperpozisyonu*”² durumu olarak düşünülebilir. Böylece direkt iletişim kurularak duyguların ve tavırların başka bir mekânda bulunan insanlara gerçek bir şekilde iletilmesi televizyondaki canlı yayın ile bant yayın arasındaki duygu değişim süreciyle de izah edilebilmektedir. Örneğin gelecekte insanların evde otururken televizyon yayınına çıkar gibi başka bir kentte veya ülkede aktif bir eyleme katılıp politikalar üzerinde etkili olabilmesi Metaverse dünyasında çok uzak görünmemektedir. Böylece aslında bulunmadıkları yerlerde insanlar bir takım faaliyetlere girerek geleceğin dünyasına yön verebilecektir. Bugünün sosyal medyası atılan bir mesajla borsaları alt üst ederken, ülkeleri savaşın eşiğine getirirken veya seçmenlerin oy tercihlerini etkilerken söz konusu bu göç denetimi muhtaç bir şekilde gelişen teknoloji ile pasaport gerektirmeyen ve her haliyle düzensiz göçün en yaygın biçimini alabilecek kapasitedir (Yılmaz ve Gerçekler, 2022b).

Örneğin, teknolojinin göç üzerindeki mekânsal etkilerini inceleyen Marc Prensky'nin teknolojiyle yeni tanışan “*dijital göçmenler*” ve teknolojinin içine doğan “*dijital yerliler*” tanımları böylesi bir durumdan kaynaklanmaktadır. Böylece sanal mekânda dijital araçlarla gerçekleştirilen göçler, aktarılan kültürel, siyasi, ekonomik, sosyolojik, psikolojik birçok

2 Albert Einstein'ın “*Kuantum Teorisi*” ve Schrödinger'in “*Dalga Denklemi*” ile ilişkilendirilen ve 2010 yılında bilim insanları tarafından test edilen parçacık-dalga analizine dayalı bir yöntemin sanal olarak başka bir yerde bulunma durumuyla birlikte düşünülmektedir. Sistem teorisinde ve fizik alanında yer alan süperpozisyon kavramı Kuantum mekaniğinde belirli dalgaların temel görevleri olarak nasıl bir seyir izleyeceğini hesaplayan ve dalganın davranışını yöneten bir yaklaşımdır. Bu durum sanal gerçeklik olarak dünyanın başka bir yerinde hem bulunma hem de bulunmama algısıyla ele alınan ve aynı zamanda böylece göç edildiği algısı kapsamında düşünülmüştür. Gerçek olana internet bağlantısının kesilmesiyle ulaşıldığında ayrıca Berkeley'in “*varlık idealizmi*” çerçevesinde bağlantı sürdükçe zihnen ve ruhen bağlantı sağlanan yerde bulunma algısı da eklenebilir (Yılmaz ve Gerçekler, 2022a: 494).

etmen ve bu mecrada kimi zaman birden çok edinilen kimlikler de erişimin sağlandığı sanal her alandaki eylemler bütünüdür. Keza “*risk toplumu*”, “*ağ toplumu*” ve “*mobil toplum*” çözümlenmeleri söz konusu sanal göçle ilişkili harekete dayalı kuramlar olarak yol göstericidir (Ağaç Sucu ve Gündüz, 2019: 466-474). Ayrıca “*göç, fiziksel hareketlilik ile birlikte psiko-sosyal ve sosyo-ekonomik değişimleri de beraberinde getiren bir yapılanma ya da farklılaşma süreci olarak ifade edilebilir. Bu süreçte, göç eden kişi ve göç edilen yerleşim yeri etkin ve edilgen duruma düşebilmektedir*” (Yılmaz ve Taner, 2020: 85).

Göç, kentleşmeden uygarlığın yeniden inşasına değin belirleyici en güçlü olgulardan biridir. Bununla birlikte tarihsel süreç içinde göç etme sebeplerinin çoğalması ve dolayısıyla daha iyi yaşam koşullarının olduğu yerlerin tercih edilmeye başlanması göç edilen yerlerde sosyal, kültürel, bilim, ekonomi gibi alanlarda ilerlemeyi beraberinde getirmektedir. Buna ek olarak aynı uygarlık döneminde göç veren yerlerin geri kalmışlığıyla karşılaşmak da mümkün olabilmektedir (Yılmaz, 2019: 1711).

Doğal afetler, iklim değişiklikleri, siyasi çekişmeler, toplumsal olaylar, savaşlar, güvenlik sorunu, salgın hastalıklar, kamu hizmetlerindeki yetersizlikler, kıtlık, işsizlik ve diğer sosyo-ekonomik nedenlerin biri ya da birkaçının varlığı sonucunda insanlar bireysel ya da toplu olarak yaşadıkları yerlerden uzak veya yakın başka yerleşim alanlarına göç etmektedirler (Gül, 2001: 195; Uysal ve Güler, 2020: 219; Ay ve Akıncı, 2020: 4046-4072; Belli, 2020: 175; Kaypak, Bimay ve Yılmaz, 2017: 1184; Akıncı, 2022:116-137).

Türkiye, geçmişten beri çeşitli nedenlerle hem alarak, hem vererek bu göç akınlarının belirleyici etkilerine haiz topraklara sahip bir ülkedir. Bu yüzden Mezopotamya’dan Akdeniz’e kadar birçok medeniyetin beşiği konumunda olmuştur. Son dönemlerde ise 2011 yılı gerek iç göç gerekse dış göç akınlarına yol açan olaylara sahne olan bir dönüm noktasıdır. Doğal olarak kültürel, siyasi, ekonomik, sosyal, dini, psikolojik, hukuki ve birçok etkisi bulunan göçlere karşı diğer ülkeler gibi Türkiye de politika üretmek ve yasal zeminde tedbirler almak durumunda kalmıştır. Bunu yaparken de Avrupa Birliği ve diğer gelişmiş Batı ülkeleriyle uluslararası tedbirlerde ortaklıklar kurmaktadır. Bu göç mevzuatları ve müktesebat tedbirleri bazen ulusal bazen de uluslararası nitelikte olmaktadır. Ayrıca kimi coğrafyalardan gelenlere kolaylık tanınırken kimilerine daha sıkı tedbirler alındığı da görülmüştür. Hukuki anlamda bu tür ayrımları bir araya getirdiğimizde ise göçmenlerin bir takip sürecine alınarak statülere ayrıldığı izlenmektedir. Buna göre “*mülteciler (refugees), sığınmacılar (asylum-seekers), geri dönenler (returnees), ülke içinde yerlerinden edilenler (internally displaced persons-IDPs), vatansızlar (stateless persons), ülke içinde yerlerinden edilen ama eve geri dönenler (IDPs who have returned home) ve bunların haricinde, BM Ofisi’nin koruma ve/veya yardım faaliyetlerinden yararlanan insanlar*” olarak tanımsal bir zeminin kurulduğu izlenmiştir (Kaypak, Bimay ve Yılmaz, 2017: 1182).

Örneğin, Türkiye “1951 tarihli Birleşmiş Milletler Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin Cenevre Sözleşmesi’nin” kapsamını genişleten “1967 New York Protokolü’ne” 1968 yılında katılırken coğrafi sınırlama şerhi bırakmıştır. Buna göre Avrupa Konseyi ülkelerinin dışından gelip Türkiye’ye sığınanlar mülteci statüsü alamamaktadır. Bunun yerine “*şartlı mülteci*” yasal tanımını getirilmiştir. Bugün Suriyeliler ise “*geçici koruma statüsü*” ile tanımlanmış ve ne mülteci ne de şartlı mülteci statüsüne girememiştir (Uluslararası Af Örgütü; İçduygu, Erder ve Gençkaya, 2014).

Avrupa Birliği de Geri Kabul Anlaşmaları başta olmak üzere benzer tedbirleri almaktadır. Türkiye 1 Ekim 2014’te yürürlüğe giren “*Türkiye Cumhuriyeti ile Avrupa Birliği Arasında İzinsiz İkamet Eden Kişilerin Geri Kabulüne İlişkin Anlaşma*” kapsamında bu işbirliğine dâhil olmuştur (Resmi Gazete, 2 Ağustos 2014, karar sayısı: 2014/6652, sayı: 29076). Keza uyguladıkları yasal ve teknolojik önlemler bugünkü duvar politikalarının isimlendirilmesinin temelini işaret etmektedir. Nitekim ülkelerin uyguladığı göçmen politikaları, tarihleri, kültürel kodları, konjonktürel konumları, sosyo-ekonomik ve politik koşullarıyla belirleniyor olsa da esasen “*engellemek, uyum beklemek, yararlanmak*” gibi öncelikleri barındırmaktadır. Ayrıca göçmenlere yönelik yürütülen tedbirlerin tamamı öncelikle bir “*ref*” psikolojisinden türemektedir (Tunçer, 2020: 9).

Bu durum “*Popülist Politikalar*” tarafından körüklenen bir süreçle birleştirilince tehlikeli bir boyut da alabilmektedir. Türkiye özelinde ise son dönemlerde göç politikaları üç kırılma noktasında ele alınabilir. Bunlardan birincisi “1934 yılında çıkarılan “*İskân Kanunu*” çerçevesinde vatandaşlık verilmeye kadar geniş imkânların sunulduğu 1989 Bulgaristan Türklerinin göç sürecidir”. İkincisi “1991’de Irak’ın kuzeyinden Türkiye’ye çoğunluğu Kürt olan göç akını ve 1989 dönemindeki kadar geniş hakların tanınmadığı dönemdir”. Son kırılma dönemi ise “2011 tarihinde Suriye’den Türkiye’ye gerçekleşen Arap çoğunluklu göç akını ve bu süreçte önce ‘açık kapı’ sonra ise hususi nitelikteki ‘geçici

koruma' politikalarının yer aldığı düzenleme dönemleri" şeklinde sıralanabilir (Aktaran: Kaypak, Bimay ve Yılmaz, 2017: 1183).

Van ise Urartulara başkentlik yapmış, günümüze kadar birçok medeniyetin, devletin yönetiminde önemli bir konum barındıran kadim bir kenttir. Bugün de bir sınır kenti olarak Türkiye'nin önemli bir konumunda yer almaktadır. Coğrafi açıdan Van Gölü, tarım ve hayvancılığa elverişli toprakları, dış ticaret ve turizm açısından İran ile komşuluğu Van adına kıymetli değerlerdendir. "7000 yıllık bir geçmişle Van" (Çölemerikli, 2009: 13) göç akınları adına aşına bir kenttir. Cumhuriyetin ilanından sonra modern anlamda kentleşme sürecine girmiş ve günümüze kadar da bu süreç devam etmiştir (Keser, 2009: 35). Ayrıca Van göç hareketini tetikleyen deprem bölgesinde yer almaktadır (Gündoğdu, 2009: 101-114). Bu durum Van için hem göç verme hem de deprem sonrası kalkınma süreciyle beraber bu durumdan faydalanmak için göç alma durumunu doğurmaktadır. Ayrıca doğurganlık hızının artışı, kıtlık, işsizlik, tarımsal arazilerin ve hayvancılık faaliyet alanlarının daralması, siyasi olaylar, güvenlik veya daha büyük kentlerde yaşama isteği gibi etmenler dışarıya göçü de tetiklemiştir. Buna sınır kenti olarak Van'ın göç güzergâhı üzerinde bulunması da dâhil edilebilir.

2011 yılı Arap Baharı adı verilen Orta Doğu'daki toplumsal hareketin iç savaşlar, mezhep çatışmaları ve ardından gelen yoğun göçlerle beraber Türkiye üzerinde etkisi olmuştur. Arap Baharının son noktası ve henüz sonuçlanamayan Suriye iç savaşı ise bugün sadece Türkiye'yi değil, Avrupa başta olmak üzere tüm dünyayı etkileyen bir olaydır. Dolayısıyla göçe dair politikaları da gerektirmiştir. Keza bu göç akınları sadece Suriye ile sınırlı kalmamış ve uygulanan göç politikalarına rağmen Afganistan, İran, Irak ve birçok coğrafyadan genellikle savaş ve ekonomik etmenler başta olmak üzere benzer bir şekilde sürmüştür. Bu bağlamda 2011 sonrası dikkat çeken düzenlemeler "İltica ve Göç Ulusal Eylem Planı" çerçevesinde geliştirilmiştir. Ayrıca 2013 yılı itibarıyla "6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu" çıkarılmış bu kapsamda Göç İdaresi Genel Müdürlüğü kurularak yasal ve kurumsal tedbirler düzene sokulmuştur. 2018 yılında ise "Göç Politikaları Kurulu", 17 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile "Göç Kurulu" adıyla yeniden tertip edilmiştir (Avaner ve Ocaklı; 2021: 2,3). Ayrıca dünya kamuoyunu son yıllarda fazlasıyla meşgul eden Arap Baharı ve onun son durağı olan Suriye iç savaşının tetiklediği kitlesel göç hareketleri Avrupa Birliği içinde ve diğer uluslararası paydaşlarında ortak politikalar üretme girişimlerini gerektirmiştir.

2011 yılı gerek Van özelinde gerekse etkisi bakımından bölgesel nitelikte büyük ve yıkıcı iki depremin tarihidir. İlki 23 Ekim'de 7,2 diğeri 9 Kasım 2011'de 5,6 şiddetinde olan bu depremlerde 644 insan hayatını kaybetmiştir (AFAD, Van Depremi). Bu durum Van'ın önce çok daha büyük göç vermesine daha sonra 2012 yılında 6360 sayılı kanun ile büyükşehir statüsü kazanmasıyla yeni bir kentleşme sürecini ve göç almasını doğurmuştur.

2011 yılından itibaren Van'ın aldığı dış göç ve bu bağlamda alınan sınır önlemlerine bakıldığında ise bir dönem uygulanan açık kapı politikasına rağmen her iki anlamda da genellikle giderek artan girişimlerin söz konusu olduğu görülmektedir. Sınır güvenliği adına geçmişte en yaygın kullanılan yöntemlerden biri mayın döşeme yöntemi olmuştur. Özellikle terörle mücadele kapsamında düşünülen mayınlı güvenlik sistemi dolayısıyla kayıt dışı göç için de bir tedbir yolu olmuştur. Van-İran sınırı böyle bir tedbirle korunmuştur. 2016 yılından itibaren bu sınırdaki yer alan mayınlar Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından finanse edilen proje ile temizlenmeye başlanmış durumdadır (TRT, 2021). Bunun yanında son zamanlarda devasa modüler duvar ve gözetleme kulesi, hendek kazma, jiletli tel örgü çekme ve kolluk kuvvetlerince yerine getirilen devriye ve gözetleme faaliyetleri söz konusu olmaktadır. Bu bağlamda 295 kilometrelik bir sınır önlemi düşünülmektedir. Ayrıca düzensiz göçmenlerin ilk etapta sığındığı "şok evler" olarak bilinen metruk yapılar yok edilmektedir (Euronews, 2021). Van gölüne sahil güvenlik komutanlığının konuşlanması da bir başka önlem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu önlemler sonraki başlıkta göreceğimiz Avrupa sınır önlemleriyle benzer girişimlerdir. Nitekim bunda imzalanan uluslararası anlaşmalar etkili olmuştur.

İçişleri Bakanlığı İller İdaresi Genel Müdürü'nün doğu sınırlarında kaçak göç için alınan önlemler üzerine yaptığı açıklamalar genel bir çerçeve çizmektedir. Buna göre Türkiye'nin komşularıyla olan kara sınırından, İran ile 560 kilometre, Irak ile 368 kilometre ve Suriye ile 911 kilometrelik alan yüksek güvenlikli tedbirlerle denetlenmektedir. Bu bağlamda sınırlarda aydınlatma, kamera sistemi, güvenlik duvarı çalışmaları sürdürülmektedir. Duvarların olmadığı yerlerde ise kanal, hendek kazma, tel çit örülmesi ve İnsansız Hava Araçlarıyla gözetleme söz konusu olmuştur. Van'da 35 tim Özel Harekât personeli ayrıca diğer kolluk kuvvetlerine destek olarak sınırdaki görevlendirilmiştir. Öte yandan mayın temizleme işlemleri de gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda "bin 79 kilometrelik güvenlik duvarı" inşa edilmiş

bulunmaktadır. Öte yandan 198 tane “elektro-kule” sınırlara inşa edilmiş, İran sınırına 109 kilometre aydınlatma sistemi kurulmuştur. Avrupa Birliği ile yürütülen ortak bir proje kapsamında ise 82 tanesi doğu sınırında olmak üzere 139 adet ileri teknoloji ile donatılmış “zirhli gözetleme aracı” sınırlarda görevlendirilmiştir. Nitekim 2020 yılında 505 bin 375, 2021 yılında 280 binin üzerinde düzensiz göç gerçekleştiren göçmen yakalanmıştır. 2021 ve 2022 yıllarında ise 8 bin 500 kişinin üzerinde göçmen kaçakçısı yakalanmıştır. 2015 yılında Geri Gönderme Merkezlerinin 1740 iken 2021’de 20 bin seviyesine çıkarılmıştır. 2021 içinde Afganistan’dan gelen göçmenlerin yaklaşık yarısı ve Pakistan uyrukluların ise neredeyse tamamı (%90) ülkelere geri gönderilmiştir (Cumhuriyet).

2016-2022 arasında yakalanan kaçak göçmen sayısı 2,5 milyonu geçmiş bulunmaktadır. 2022 yılında 285 binin üzerinde yakalanan düzensiz göçmen sayısının 2023 yılı Mayıs ayı ilk haftasında 47 bini geçtiği görülmektedir. Ayrıca bu iki yılda yakalanan kayıt dışı göçmenlerin arasında birinci sırada Afganistan ardından Suriye uyruklular yer almaktadır. Yakalanan göçmen kaçakçılarının sayısı da Göç İdaresi Başkanlığı verilerine göre 2022’de önceki iki yıla göre artış göstererek 9149 olmuştur (GİB-a). Öte yandan ikamet izni verilen 1.307.847 göçmenden 4 Mayıs 2023 itibarıyla 1.683’ü Van kentinde yaşamaktadır (GİB-b). Yine Göç İdaresi verilerine göre geçici koruma altında bulunan yaklaşık 3 buçuk milyon Suriyelinin 1.602 kişinin Van’da (il nüfusunun %0,14’ü) yaşadığı belirtilmiştir (GİB-c). Buna karşın bu sayıların çok daha üzerinde göçmenin bulunduğu konusunda yaygın bir toplumsal kanı ile karşılaşmaktadır. Bu yaklaşımın oluşumunda özellikle Koronavirüs salgınına da kapsayan son birkaç yılda verilerin paylaşımının duraksamasının payı ön plana çıkmaktadır.

Türkiye’ye yönelik yaşanan göçmen hareketlilikleri gerek Van İlinde, gerekse de ülkenin diğer illerinde demografik yapıyı etkileyecek boyutta bir değişime neden olmuştur. Şehirlerde yerli nüfus kadar başta Suriyeliler olmak üzere göçmen nüfus ta bulunmaktadır Bu durum ülke genelinde yerel olarak, farklı düzeylerde kendisini göstermektedir (Aydın, 2020:195). Göçmenlerin kentlerde toplu bir şekilde yerleşme eğiliminde olmalarını “toplumsal açıdan” topluluk destekleri, akrabalık/hemşehricilik dayanışmaları, etnik mallara ve yiyeceklerle daha fazla ulaşabilirlik, sosyal çevre ile daha etkin iletişim kurabilme gibi nedenlere bağlamaktadırlar (Gül, 2021: 202).

VAN SINIRI İLE EDİRNE SINIRINDA YER ALAN DUVARLAR ÜZERİNDEN DOĞU BATI ANALİZİ

Bu kısımda odak nokta Edirne özelinde fakat genel anlamda Avrupa sınırı olarak alınmaktadır. Çünkü Van özelinde genel bir durum analizi yapıldıktan sonra Avrupa sınırlarımızda alınan önlemler aracılığıyla bir Doğu-Batı analizi yapmak mümkün olabilecektir. Bu durum aynı zamanda uluslararası antlaşmaların da hangi kültürel değerlerden beslendiğini ve diğer tüm ülkeleri ne ölçüde kendi bakış açısına maruz bıraktığını göstermektedir. Bu doğrultuda 2011 yılının önemli bir tarihsel kırılma dönemi olduğu varsayımıyla Avrupa sınırlarımızın 2011 sonrası düzensiz göç akınlarına yönelik tedbirleri önem arz etmektedir. Öte yandan Avrupa Birliği, küresel bir etki bırakan 2009 krizinin etkisiyle içindeki Kuzey ve Güney ayırımına mikro milliyetçi politikaların da artmasıyla Doğu Batı tartışmalarını körükleyerek devam etmiştir. Üstelik Birliğin Doğu’ya doğru genişlemesiyle Varşova Paktı’nın üyelerini Birliğe dâhil etmesi bu durumu değiştirmemiştir. Ayrıca bu kriz Birliğin kendi içinde sınır çizen soyut bir duvar olarak görülebilmektedir.

Avrupa Birliği’nin daha önce uygulanan 2004 Lahey Programı’nda belirtilen politikaları “Stockholm Programı” içinde de yer almıştır. Bu program 2010-2014 ve 2015-2020 dönemlerinde uygulanmıştır. Program kapsamında AB içerisinde göç ve sığınma konuları bir tanım sürecine alınarak bir çeşit AB dış politikası oluşturulmuştur. Programda geri kabul antlaşmaları ve bölgesel koruma programları, yasadışı göçe karşı insani tavırlarla ve daha yüksek başarı oranıyla mücadele etmek gibi hedefler ön plana alınmıştır. Aynı zamanda güvenlik politikaları ile yasadışı göçü engelleyecek ortak politika belirleme amacı güdülmüştür. Bu bağlamda yasadışı göçe karşı teknolojik araçlarla sınır güvenliği almanın adımları atılmıştır. Hukuki anlamda ise AB göç politikası adına ilki 2006 yılında çıkarılan 2013 ve 2016’da revize edilen Schengen Sınır Tüzüğü (SST) kapsamında Birliğin dış sınırlarında bulunan gözlem noktalarının düzenlenmesi yer almıştır. Bu bağlamda “sınır hattında izlemeye alınacak insanlar, buralardan geçişlerde dikkat edilecek hususlar, üçüncü ülke vatandaşlarına yönelik kabul veya ret kistastları, sınırdaki görevlilerin yetki alanları ve yeterlilik seviyelerini, üye devletlerin arasındaki iletişim ve işbirliğini” düzenleyen uygulamalar geliştirilmiştir (Gerçeker, 2019: 200-207; Parlak, 2017: 286-288).

STT kapsamında 2013 yılı itibariyle uygulanan Schengen Bilgi Sistemi II (SIS II) ile kimlik verilerinin kayıt altına alınarak dışarıdan gelen bireylerin Birlik sınırlarından geçişleri daha tedbirli ve güvenli hale oturtulmaya çalışılmıştır. 2013 yılındaki Dış Sınırlar Fonu'nun (EBF) kurulmasıyla sınır güvenliğinin ekonomik zemini oluşturulmuştur. Kurumsal işbirliği bağlamında FRONTEX de 2016 yılından beri "Avrupa Ajansı" olan adını "Avrupa Sınır ve Sahil Güvenlik Ajansı" olarak değiştirmiştir. Bu kapsamda istatistiki veriler tutarak ve analizler yaparak göç, insan kaçakçılığı gibi meselelerde işbirliği içindeki devletlerle ortak tatbikat ve operasyonlar yerine getirilmektedir. Türkiye de bu bağlamda 2020-2022 döneminde FRONTEX ile işbirliği içindedir (İller İdaresi Genel Müdürlüğü). Öte yandan "iltica ve mülteci yönetiminde daha etkili işlevler üstlenmek amacıyla ayrıca Dublin III Yönetmeliği, Eurodac Yönetmeliği, Kabul Koşulları Direktifi, Sığınma Talepleri Prosedürleri ve Nitelik Kazandırma Direktifi gibi yasal politika araçları belirlenmiştir". Bunlardan bilhassa Dublin III yönetmeliği üye ülkelerden hiçbiri göçmenin kayıt altına alınmasında sorumluluk almadığında, diğer ülkelere de gönderilmesinin önüne geçmeyi getirdiği için önemlidir. Böylece göçmeni ilk karşılayan ülke o kişiyi kayıt altına almalı, ihtiyaçlarını karşılamalı ve eğer mülteciliği kabul edilirse Birlik içindeki pay edilişe göre diğer ülkelere göndermelidir. Ancak bu sınır ülkesine ciddi bir maddi yük getirmektedir. Keza 2011 yılında belirlenen, Nitelik Kazandırma Direktifi kapsamında vatansız kişilerin de tüm AB ülkelerinde geçerli bir tanımını gerekli kılmıştır. Mavi Kart temini de bu bağlamda sağlanmaktadır. Bu durumun yansımaları bugün AB sınırında bulunan ülkelerin kayıt dışı göç gelenlere yönelik gösterdiği tepkilerde net bir şekilde görülebilmektedir. Son olarak "Mare Nostrum", "Triton operasyonları", EUNAVFOR MED (EU Naval Force Mediterranean- AB Akdeniz Deniz Gücü) kapsamındaki "Sophia Operasyonu" gibi deniz operasyonları ise Akdeniz ve Ege'de hayatını kaybeden kaçak göçmenlerden sonra bu göçlerden caydırmak eğer göç gerçekleşmiş durumda ise durdurmak ve gerekli tedbirleri almak üzere uygulamaya konulmuştur (Gerçeker, 2019: 200-207; Parlak, 2017: 286-288).

Uygulamada ise Avrupa sınırı sürekli kayıt dışı göç ile meşguldür. Bu bağlamda Türkiye sınırında uygulanmak üzere 29 Kasım 2015 itibariyle Türkiye-AB Eylem Planı belirlenmiştir. Esasen göçe karşı ortak bir eylem planı belirleyen bu girişimde üç ana başlık üzerinde uzlaşmıştır. Bunlar, gelişen kitlesel göçlerin temel nedenini anlamak, Türkiye'de bulunan göçmenleri ve Türk halkını maddi sıkıntıya düşmemeleri adına desteklemek ve Türkiye ile sınır işbirliğini güçlendirerek Avrupa'ya düzensiz göçün önüne geçmeyi hedefleyen girişimlerdir. Bu bağlamda göçün sebebini araştırmak, göçü geçiş ülkesinde tutmak için yasal düzenlemeler yaptırmak ve ekonomik fon desteği sunmak ayrıca göçmenleri ülkelere güvenli bir şekilde göndermek üzerine bir süreç tasarlanmıştır (European Commission, 2015, EU-Turkey Joint Action Plan; Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 2016, Mülteci Krizinin Yönetimi; Gerçeker, 2019: 207,208; Bimay, 2020:240). Bu durum kapsamlı bir savunma sistemi kurmayı da beraberinde getirmiş Avrupa'nın kendi ordusunun kurulmasının yolu büyük oranda düzensiz göç vesilesiyle açılmıştır. Bu doğrultuda 2017 Avrupa Konseyi bildirisinde kararlaştırılan, Yapılandırılmış Daimi İşbirliği (PESCO); Avrupa Savunma Endüstriyel Kalkınma Programı (EDIDP) ve Eşgüdümlü Yıllık Savunma Tetkiki (CARD) eşgüdümlü bir şekilde devreye sokulmuştur (Avrupa Birliği Konseyi, 19 Ekim 2017).

Kurumsal teorisinin yanında pratikte ise düzensiz göçmenlerle mücadele daha sert geçmektedir. Sınır güvenliği adına düzinelere yasadışı müdahaleden bahsetmek mümkündür. Ancak bu noktada Avrupa adına iki temel kavram üzerinde durarak ve birkaç örnek vermekle yetinilecektir. Bu iki kavram göç politikalarına etki eden Mitteleuropa (Orta Avrupa) ve Kale Avrupası (Fortrees Europa)/Duvar Politikası anlayışıdır. Mitteleuropa, 20. yüzyıl Orta Avrupa'sında Almanların ve Pan-Germen hareketinin siyasa-coğrafi bir sonucudur. Alman yayılcılığını içeren bu kavram "Ostpolitik (Doğu Politikası)", "Drang Nach Osten (Doğu Yayılcılığı)" gibi terimlerle de ilişkilidir. Mitteleuropa, Pan-Avrupacılığın öteki yüzünü temsil etmektedir. Doğal olarak özellikle milliyetçi tavırlarla örülü karşı tezler içeren politikaları desteklemektedir. Nitekim Mitteleuropa politik kültürü, eski düzene ait en köklü miras olarak anlaşılmaktadır. Öte yandan Avusturyalı Marksist Karl Renner ise Mitteleuropa için ekonomik bir tanımlama yaparak sınırlarını İran'a kadar götürdüğü "mega-ekonomik" bir yapıyı işaret etmiştir (Delanty, 2013: 215-234). Bu durum Avrupa içinde aşırı milliyetçi mirasın müsebbibi görülebilir. Diğer kavram olan Kale Avrupası (Fortrees Europa)/Duvar Politikası ise son çeyrek asrın ürünüdür. Ancak temeli ulus devlet oluşumuyla eşgüdümlüdür (Delanty, 2013: 77-78).

Avrupa Birliği açısından ise aldığı sınır güvenlik önlemleri, bütçe ayırdığı fonlar, teknoloji destekli göçmen püskürtme araçları, politikalarına ortak ettiği üçüncü ülkeler Kale Avrupa'sının Duvar Politikalarının birer parçasıdır (Uluslararası Af Örgütü, 2014: 5-36). Küreselleşmenin arttırdığı göç akınları ile beraber etnik köken ve milli kimlik sorunları da körüklenmiştir. Öyle ki İkinci Dünya Savaşı sonrasında yaşanan göçlere karşı olarak örülen Demir Perde Avrupa'yı Doğu-Batı diye ayırmıştır. Soğuk Savaş'ın bitimiyle beraber Berlin Duvarı'nın somut sınırı yerini Avrupa'da

Komünizm ve İslam düşmanlığı karşısında takınılan popülist tavırlara bırakmıştır. Körfez Savaşı, Bosna Savaşı, Irak Savaşı, Arap Baharı çatışmaları küresel sorunlar olarak görülüp öteki ulusların ordularıyla hem önlem hem de denetim sağladığı alanlar olmuştur. Bu ordular aynı zamanda Doğu-Batı algısında sınır yığınağı olarak düşünülebilir.

2010 yılından itibaren Almanya, İngiltere ve Fransa'da göç politikalarına binaen çok-kültürlülük politikalarını eleştiren siyasi söylemlere tanık olunmuştur. Almanya'da başlayan ve Avrupa'da yankı bulan Pegida da 2014'ten beri etkili olan aşırı sağ politikaları üretmektedir. Pegida, "*Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes-Batı'nın İslamlaşmasına Karşı Yurtsever Avrupalılar*" demektir. 2015 yılında Avrupa'nın ilk duvar politikası olan dikenli tel önlemini Macaristan, Sırbistan ve Hırvatistan sınırında almıştır. Bu duruma dayanak olarak ise göçmenlerin Birlik içinde adil bir şekilde dağıtılmadığını gösterilmiştir. Ayrıca Vişegrad Grubundaki Çekya, Polonya ve Slovakya ile birlikte sınırlarda ortak kolluk kuvveti denetimlerini arttırmışlardır. 2018 yılında gerçekleştirilen AB zirvesinde ise fazladan denetim imkânı sağlayarak isteyen üye devletin sınırlarda kontrol merkezleri kurmasının yolu açılmıştır (Gerçeker, 2019: 216-221). Bu durum bazen keyfi uygulamalara yol açmaktadır.

Batı sınırlarımızda alınan önlemlerden biri 2021'de tamamlanan ve "*Edirne sınırında, Meriç Nehri sınırında, Yunanistan'ın 40 kilometrelik elektronik çelik duvar*" inşa etmesidir. Bu durum özellikle Türkiye üzerinden Yunanistan'a geçmek isteyen Afganistan vatandaşları için alınmış bir önlem olarak duyurulmuştur. Burada Türkiye'nin göçmenlere yönelik 2020 Mart ayında bir süreliğine açık kapı politikasına geri dönmesi etkili olmuştur. Bu girişimde ayrıca "*İnsansız Hava Araçları (İHA) ve yaklaşık dört yüz polis*" sınıra takviye edilmiştir. En şiddetli tedbir ise "*ses topu*" adı verilen ve göçmenleri yüksek sesle uzaklaştırmayı deneyen bir çeşit işkence aracı olmuştur (BBC(2)). 2021'de ayrıca Amerika Birleşik Devletleri, Yunanistan'ın Edirne sınırında bulunan Dedeoğaç kentine askeri üs ve tatbikat yapmak adına askeri yığılma yaptığı da gerçekleşmiştir. Bu durum siyasal açıdan Rusya'ya yaklaşan Türkiye'ye karşı Batı'nın bir anlamda tepkisi şeklinde yorumlanmıştır (DW(1)).

Son dönemlerde Yunanistan'ın ve dolayısıyla Avrupa'nın sınırındaki önlemlere rağmen Akdeniz ve Ege'de can kayıplarının önüne geçilememiştir. Örneğin, Akdeniz'de 2014-2021 arasında umut yolculuğunda boğulma sonucu 20 binden fazla can kaybı yaşanmıştır (Mülteciler Derneği). 2015-2019 arasında ise Ege Denizi, Akdeniz ve Karadeniz'de 238 bin 158 kaçak göçmen yakalanmıştır (Anadolu Ajansı). Yunan adalarında 2021 yılı itibarıyla bulunan mülteci sayısı ise 40 binlerden 9 bine kadar düşmüştür (DW(2)). Bunun sebebi sıkı sınır önlemleriyle ilişkilendirilebilir. 2015 yılında duvar politikalarına yol açan bir diğer olay Afrikalı göçmen grubunun İtalya'nın Lampedusa Adası'na ulaşması ve İtalya'nın Dublin Sözleşmesi gereği "*göçmenlerin ilk ayak bastıkları ülkeye sığınma başvurusu yapmak*" üzerine olan yasal düzenlemeyi hiçe sayarak sınırlarını açması gösterilmektedir. Benzer bir olay 2011 tarihinde Tunuslu göçmenlerin aynı şekilde İtalya'ya varmasında da görülmüştür. Bunun üzerine Fransa İtalya sınırını güçlendirmiştir. 2016 ve sonrasında ise Suriye krizi ile artan göç dalgalarına karşı duvar politikaları Birliğin politikası haline getirilmiştir (TRTHABER). En yeni gelişme ise aslında içerik olarak yeni olmasa da Avrupa Parlamentosuna gönderilen "*sığınmacılarla mücadele planı (Migrationspakt)*" adlı tasarıyla sınır ülkelerinde göçmenlerin iki ay içinde itiraza kapalı bir şekilde hızlıca geri gönderilmesini içermektedir (EVRENSEL).

Sonuç olarak sınırlarda alınan tedbirlerin siyasal bağlamının daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra alınan sınır güvenliği tedbirlerinde bilhassa deniz üzerindeki faaliyetler ile kayıt dışı göç esnasındaki ölüm oranları arasında bir ilişki kurmak mümkün görülmektedir. Öte yandan sınır güvenliği konusunda olması gerekenden daha fazla tedbirin alınması tarihsel geçmişiyle birlikte düşünüldüğünde bir çeşit kale duvarı inşası izlenimi sunmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Doğuya veya Batıya gidildikçe ulaşılan her zaman ötekisidir. Buna göre Doğulu veya Batılı olmak birer düşünce ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte küresel bir soruna karşı *Batı ortak bir eylem adına bir ülkeyi yönlendirirken onu bir araç mı, yoksa amaç uğruna mı yanında bulunduruyor?* çözümlenmesi kıymetlidir. Bunu da o ülke ile ortak yürüttüğü politikaların yanında o ülkeye yönelik aldığı fazladan tedbirlerle değerlendirmek mümkündür. Bu aslında politikalar içinde bir ötekileştirme yönelimi göstergesidir. Keza her toplumsal yapılanma bünyesinde bir Doğulu Batılı çatışması barındırmaktadır. Türkiye de Doğu ile Batı arasında bir köprü vazifesi gören ve Doğulu ya da Batılı olmasını kendi içinde bile çok uzun zamandır tartışan bir ülke olarak böylesi bir değerlendirmede kaygan bir zemin sunmaktadır. Çünkü Doğu ve Batı değerlerini bulunduğu coğrafya bakımından dünya gündemine yansıtılabilen en dikkat çekici ülke Türkiye görülebilir. Nitekim Belarus-Polonya sınırındaki göçmenlerin kimlikleri dikkate alınarak uygulanan göçmen

politikalarının değerlendirilmesi ya da Ukrayna'dan göç edenlerin Polonya sınırındaki geçişleri Türkiye-Yunanistan veya Bulgaristan sınırındaki ile siyasal, ekonomik, kültürel, sosyal ve psikolojik açıdan aynı algıyı doğurmamıştır. Çünkü tarih algısı, siyasi çekişmeler, inanç değerlerindeki farklılıklar kimlikler üzerinde belirleyici unsurlardır. Bu durum aynı zamanda medeniyet tasavvurunu ayakta tutan etmenlerdendir.

Süreklilik arz eden sosyal ilişkiler içinde değişkenleri tekrar kontrol etmenin de faydası önemlidir. Dolayısıyla bugün kadim bir olgu olan göç kavramı sosyal bilimlerde bazı şeyleri yeniden düşünmemizin yolunu açmıştır. Elbette kabul gören birçok kavram bugünden yarına değişecek kadar zayıf bir tarihi ve kültürel zeminde değildir. Ancak her değişken ayrı bir yol sunmaktadır. Buradan hareketle Doğu ve Batı çözümlemesi adına köklü bir değişikliğin yapılması da bu yüzden zor kabul edilmektedir. Ancak olgulara kimliğini kazandıran olaylardır.

Bu çalışmada ise kaybolmaya müsait karmaşık bir ormanın içerisinde olaylar üzerinden bir olguyu yeniden düşünmeye itecek bir iz sürülmüştür. Bu bağlamda bugünkü Doğu ile Batı arasındaki köprü konumunda olan Türkiye'nin doğusu ile batısında göçe karşı alınan duvar politikaları incelenmiştir. Söz konusu karmaşık durum bu noktada baş göstermektedir. Çünkü uluslararası sözleşmeler ile ortak politikalar geliştirmek ve benzer tedbirler almak ile göçmenlerin kimliğine göre bu tedbirlerin değerlendirilmesi aynı algıyı doğurmamaktadır.

Nitekim bugün Türkiye, her ne kadar tam olarak sözünde durmadığı yönünde sitemkâr olsa da AB'den bunun için sağlanan fonların vaadiyle, büyük çoğunluğu Doğu kökenli olarak tanımlanan milyonlarca göçmene ev sahipliği yapmaktadır. Bu, dünyada en çok sığınmacıya kapılarını açan ülkelerden biri olarak Türkiye'yi öne çıkarmıştır. Lakin göçmenlere karşı Doğuya örülen duvarlara bakıldığında Yunanistan tarafından alınan tedbirler Türkiye'nin Batıya açılan kapısını da örtmüş olarak görülebilir. Keza Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyeliği hâlâ geçerliliğini koruyan bir durumda olduğu için bu onun bizzat Batı kapısı olma konumu adına önem arz etmektedir. Bu durum Avrupa'nın Türkiye'ye ve kendisine karşı inşa ettiği medeniyet duvarı olarak da düşünülebilir.

Bunun yanında siyasal açıdan konuya bakıldığında bir süreklilik görülememektedir. Hükümetler arası ilişkilere göre dönemsellik olarak yeniden konumlandırılan politika üretimleri söz konusudur. Örneğin Türkiye'nin AB üyelik süreci, sınırları öne çıkaran askeri tatbikatlar, ekonomik açıdan girişimler hep bu bağlamda değişkenlik göstermiştir. Kültürel açıdan ise daha katı bir izlenim söz konusudur. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği değişim kültürleri üzerinde etkilidir fakat dönüşümü tam olarak gerçekleştirecek kadar büyük değildir. Bu anlamda Türk toplumu tam olarak Batılıya dönüşemediği için sancılı dönemler geçirmektedir. Keza bu durum Yunanistan sınırından göçmenlere bakmakla İran, Irak, Suriye sınırından bakmanın aynı olduğu anlamına da gelmemektedir.

Düzensiz göçmenlere yönelik insani müdahale ile güvenlik öncelikli müdahale arasındaki fark salt benzer tedbirler üzerinden anlaşılmalıdır. Bu yüzden tarihsel bir değerlendirmenin gerekliliği görülmüştür. Nihayetinde İran sınırına örülen duvarlar ile Edirne sınırına Yunanistan'ın ördüğü duvarlar kayıt dışı göçle mücadele için kurulmuştur. Lakin Yunanistan'ın gerek AB üyesi olduğu için AB'den ve gerekse ABD tarafından NATO kapsamında tatbikat adlı destekleyici fazladan güvenlik katkısı duvarın ötesindeki Türkiye için de bir ötekileştirme tavrı olduğu kanısını doğurmuştur. Bu durum özellikle Birlik içinde üye devletlerin birbirlerine karşı aldığı sert sınır tedbirlerinden farklıdır. Farklı sonuçların ortaya çıkması ise esasen başka bir kabule dayanmaktadır. Bu da şudur: Türkiye Batı ile Doğu arasında bir köprüdür ve bu konumunun sancılı dönemleri olsa bile dünya için bu yegâne fırsattır. Dolayısıyla Türkiye sınırına örülen her duvar amacını aştığında medeniyet adına kangrene yol açacak bir girişim olacaktır.

Son tahlilde her ne kadar sıkı sınır güvenliği alınırsa alınsın göçü tetikleyen unsurlar üzerinde küresel bir çözüm girişimi geliştirilmedikçe düzensiz göç engellenemeyecek ve hatta artacak gibi görünmektedir. Bu çözüm ötekileştirme ile özdeşleşecek politikalar sayesinde bir vaat sunamayacaktır. Sonuç olarak düzensiz göç Doğu ile Batı'nın ortak sorunudur ve her ikisini de mutlaka etkilemektedir. Alınan önlemler ise insani tedbirden siyasi tedbire dönüştüğünde uygarlığın kültürel varlığına zarar verme eğilimi söz konusu olabilmektedir. Van ise bu noktada medeniyet köprüsünün Doğu ayağındaki kapısıdır. Ayrıca sözü edilen tüm aktarımların önemli aktörlerinden biridir. Nihayetinde böylesine kritik önemdeki bir kentin göçmenler ile olan niceliksel ve niteliksel ilişkileri, gerek resmi kayıt altına alınma süreci gerekse üzerine yapılan çalışmalar bakımından daha fazla dikkate alınmalıdır. Bu çalışmanın da özünde böylesine bir katkı sağlaması beklenilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağaç Sucu, S., Gündüz, U. (2019). Kitlelerin Yeni Göç Mekanları Olarak Sosyal Medya Ve Sanal Göç İlişkisi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 5(2), 466-490. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intjcss/issue/51161/654387>
- AFAD. <https://www.afad.gov.tr/van-depremi-hakkinda>, *Van Depremi Hakkında*. Erişim: 7.11.21
- Anadolu Ajansı(02.01.2020). <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/denizlerde-son-5-yilda-238-bin-duzensiz-gocmen-yakalandi/1689937>, Erişim: 8.11.21
- Akıncı, B. (2022). Yönetişim Boyutuyla Yoksulluğun Önlenmesi, *Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Yoksulluk Gerçeği*, Editör:İzci, Ferit, Göksoy Sevinçli, Berfin, Demirci,Kıvanç, Ekin Yayınevi, Ankara.
- Avaner, T., Ocaklı, L. (2021). Suriye Krizinin Ardından Türkiye'de Meydana Gelen Düzensiz Göç ve Covid-19 Salgınının Düzensiz Göç Üzerindeki Etkisi, *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 39(Covid-19 Özel Sayısı), 1-13
- Avrupa Birliği Konseyi (19 Ekim 2017). *Göç, Dijital Avrupa, Güvenlik ve Savunma Konularına İlişkin Avrupa Konseyi Sonuçları*, Brüksel.
- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu (2016). <https://www.avrupa.info.tr/tr/news/multeci-krizinin-yonetimi-komisyonusunab-turkiye-eylem-planinin-uygulanmasina-iliskin-raporu>. *Mülteci Krizinin Yönetimi: Komisyon'un AB-Türkiye Eylem Planının Uygulanmasına İlişkin Raporu*, Erişim: 8.11.21
- Ay, H., Akıncı, B. (2020). Türkiye'de İklim Siyaseti, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(64), 4046-4072.
- Aydın, A. (2020), Bir Göç ve Göçmen Şehri Olarak Adana, *Türkiye'de Göçün Kentler Üzerindeki Etkileri ve Yönetimi* (Ed. V. Yılmaz, Y. Atmaca), Ekin Yayınları, Bursa, 187-201.
- Aydın, S. (2000). *Modernleşme ve Milliyetçilik*. İstanbul: Gündoğan Yayınları
- BBC (1). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-57589636>, Erişim: 5.11.21
- BBC (2)(2021). <https://www.google.com/amp/s/www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-58291196.amp>, Erişim: 8.11.21
- Belli, A. (2020), Suriyeli Göçünün Kentleşme Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Kilis Belediyesi Stratejik Planının İçerik Analizi, *Türkiye'de Göçün Kentler Üzerindeki Etkileri ve Yönetimi* (Ed. V. Yılmaz, Y. Atmaca), Ekin Yayınları, Bursa, 169-186.
- Biçer, B. (2018). Doğu'nun ve Batı'nın anlam atlası, *lacivert Dergisi*, (46), <https://www.lacivertdergi.com/dosya/2018/05/16/dogunun-ve-batinin-anlam-atlasi>, Erişim: 8.11.21
- Bimay M. (2020). Göç Ve Sığınmacı Sorunlarının Çözümünde Merkezi Yönetimlerin Rolü: AB ve Türkiye. Yerel, Ulusal Ve Küresel Boyutlarıyla Göç Ve Mülteci Sorunu, (Ed.)Yakup Bulut ve Soner Akın, Çizgi Yayınevi.
- Cumhuriyet (2021).<https://www.google.com/amp/s/www.cumhuriyet.com.tr/amp/haber/icisleri-bakanligindan-iran-siniri-aciklamasi-1862218>, Erişim: 8.11.21
- Çölemerikli, İ. (1-3 Ekim 2009). Van Tarihi, 13-20, *Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Van İl Koordinasyon Kurulu Van Kent Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde, Ankara: Mattek Matbaacılık
- Delanty, G. (2013), *Avrupa'nın İcadı: Fikir, Kimlik, Gerçeklik*, çev. Hüsamettin İnaç. Ankara: Liberte Yayınları
- DW (1) (2021). <https://www.google.com/amp/s/amp.dw.com/tr/abd-t%25C3%25BCrkiye-de%25C4%259Filyunanistana-yat%25C4%25B1r%25B1m-yap%25C4%25B1yor/a-5970888>, Erişim: 8.11.21
- DW (2) (2021). <https://www.dw.com/tr/yunan-adalar%C4%B1nda-s%C4%B1%C4%9F%C4%B1nmac%C4%B1say%C4%B1s%C4%B1-9-bine-d%C3%BC%C5%9F%C3%BC/a-57672948>, Erişim: 8.11.21
- Ersöz, E., Uslu, A. D. (2012). Doğu-Batı Karşılaşmasında Çatışma, Karmaşa ve Muhtemel Bir Uzlaşma, *Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Bölümü Dergisi*, (7), 67-86
- European Commission (15 Ekim 2015). http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-5860_en.htm, *EU-Turkey Joint Action Plan*, MEMO/15/5860, Erişim: 8.11.21
- Euronews (2021). İran Sınır Hattında Yasadışı Göçe Karşı Örülmesi Planlanan Duvar İnşası Ne Durumda? <https://www.google.com/amp/s/tr.euronews.com/amp/2021/08/13/iran-s-n-r-hatt-nda-yasa-d-s-goce-kars-orulmesi-planlanan-duvar-insaas-ne-durumda>, Erişim: 7.11.21

- Evrensel (2023). *AB'nin Sığınmacılara Karşı İnsanlık Dışı Planları Artıyor*, <https://www.evrensel.net/> Erişim: 7.05.2023
- Gerçekler, O. (2019). *Avrupa Birliği Kimlik İnşasının 2011 Sonrası Göçmen Politikalarına Etkisi*, T.C. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Van
- Gerçekler, O. (Aralık-2021). "Ulusüstü Vatandaşlık İnşasında Avrupa Birliğinin Girişimi Üzerine Bir Değerlendirme", *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*, 4(2), ss. 145-157, 2021
- GİB-a, *Düzensiz Göç*, <https://www.goc.gov.tr/duzensiz-goc-istatistikler>, erişim: 10.05.2023
- GİB-b, *İkamet İzinleri*, <https://www.goc.gov.tr/ikamet-izinleri>, erişim: 10.05.2023
- GİB-c, *Geçici Koruma*, <https://www.goc.gov.tr/gecici-koruma5638>, erişim: 10.05.2023
- Gökburun, İ. (2019). Ekonomik Gelişmişliğin Göçler Üzerindeki Etkisi: Denizli Örneği, *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(3), 564-582.
- Gül, İ. (2021). Suriyelilere Yapılan Yardımlar ve Kamusal Hizmetlerin Etkinliği, *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(1), 194-211.
- Gündoğdu, O. (1-3 Ekim 2009). Van ve Çevresinin Deprem Tehlikesi, 97-116, *Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Van İl Koordinasyon Kurulu Van Kent Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde, Ankara: Mattek Matbaacılık
- Heywood, A. (2013a). *Küresel Siyaset*, (Çev. Nasuh Uslu, Haluk Özdemir). Ankara: Adres Yayınları.
- Heywood, A. (2013b). *Siyaset*, (Çev. Bekir. B. Özipek., Bican Şahin., Mete Yıldız., Zeynep Kopuzlu, Bahattin Seçilmişoğlu, Atilla Yayla). Ankara: Adres Yayınları
- İçduygu, A., Erder, S., Gençkaya, Ö., F. (2014). Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları 1923-2023: Ulus Devlet Oluşumundan Ulus Devlet Ötesi Dönüşümlere, *MireKoç Raporları*, İstanbul: Koç Üniversitesi Koç Araştırmaları Merkezi
- İller İdaresi Genel Müdürlüğü (30.01.2020). FRONTEX ile 2020-2022 İşbirliği Planı İmzalandı, <https://www.icisleri.gov.tr/illeridaresi/frontex-ile-2020-2022-isbirligi-plani-imzalandi>, Erişim: 8.11.21
- Karpat, K. (2010), *Osmanlı'dan Günümüze Etnik Yapılanma ve Göçler*, İstanbul: Timaş Yayınları
- Kaypak, Ş., Bimay, M., Yılmaz, V. (2017). Uluslararası Göç ve Mülteci Sorunlarının Çözümünde Yerel Yönetimlerin Rolü: Batman Örneği, Yatkın, A.(ed.), *Uluslararası Göç ve Mülteci Sorununun Çözümünde Kamu Yönetiminin Rolü*, 1179-1194 içinde. *11. Kamu Yönetimi Sempozyumu KAYSEM 11 Bildiri Kitabı*, Elazığ, 2017.
- Keser, Ü. (1-3 Ekim 2009). Van Kenti ve Yapılar, 35-53, *Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Van İl Koordinasyon Kurulu Van Kent Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde, Ankara: Mattek Matbaacılık
- Kopanski, A. B. (2005). *Occidentalism: The West in the Eyes of Its Enemies. By Ian Buruma, Avishai Margalit*, Book Reviews, *Intellectual Discourse*, Vol: 13, No: 1, 2005
- Lewis, B. (2007). *Modern Türkiye'nin Doğuşu*. (Çev. Metin Kıratlı), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Meriç, C. (1986). *Kültürden İrfana*, İstanbul: İnsan Yayınları
- Mülteciler Derneği (8 Haziran 2021). *Son Yıllarda Akdeniz'de Ölen Göçmen Sayısı*, <https://multeciler.org.tr/son-yillarda-akdenizde-olen-gocmen-sayisi/> Erişim: 8.11.2021
- NTV (2021). <https://arsiv.ntv.com.tr/news/80515.asp>. Erişim: 8.11.2021
- Özdemir, M. N. (2008). Abbasi Halifeleri ile Büyük Selçuklu Sultanları Arasındaki Münasebetler. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (24), 315-367. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sutad/issue/26266/276707>
- Parlak, B. (2017). Ulusal Göç Mevzuatının Avrupa Birliği Göç Politikaları ve Müktesabı Bağlamında Karşılaştırmalı Analizi, Yatkın, A.(ed.), *Uluslararası Göç ve Mülteci Sorununun Çözümünde Kamu Yönetiminin Rolü*, 282-299 içinde. *11. Kamu Yönetimi Sempozyumu KAYSEM 11 Bildiri Kitabı*, Elazığ, 2017.
- Poyraz, H. (2006). Coğrafyanın Zihinsel İnşası Olarak Doğu ve Batı, *Türk Yurdu*, 95(227).
- Resmi Gazete (2 Ağustos 2014). *Türkiye Cumhuriyeti ile Avrupa Birliği Arasında İzinsiz İkamet Eden Kişilerin Geri Kabulüne İlişkin Anlaşma*. Milletlerarası Andlaşma, karar sayısı: 2014/6652, sayı: 29076 www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/08/20140802-1.htm, 8.11.21
- Said, E. W. (1982). *Oryantalizm: Sömürgeciliğin Keşif Kolu*. İstanbul: Pınar Yayınları.

- Sariteke, İ., Kahraman, Ö. F., ve Aydın, A. (2018). Türkiye'deki Suriyeli Nüfusun Hukuki Statüsü ile İlgili Bir Analiz. *Turkish Studies*, 13(7), 383-396.
- Sputniknews (2021). <https://tr.sputniknews.com/20211204/yunanistanda-ortodoks-bir-din-adami-papa-francisi-protesto-etti-dinin-yolundan-cikmissin-1051451672.html>, Erişim: 8.11.21
- Tanpınar, A. H. (1969). "Türk Edebiyatında Cereyanlar", *Edebiyat Üzerine Makaleler*, (hazırlayan: Zeynep Kerman). İstanbul: Dergâh Yayınları, 1998, 101-127
- TDK, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b9bdc30392d99.84099915, "Göç Nedir?" Erişim: 5.11.21.
- TDK, <http://www.tdk.gov.tr>, "kültür", Erişim: 5.11.21.
- Tunçer, A. S. (2020). Göç Hareketlerinin Kentsel Mekânda İzlenmesi: Kırşehir Örneği. Yılmaz, V. ve Atmaca, Y. (eds). 1-34, *Türkiye'de Göçün Kentler Üzerindeki Etkileri ve Yönetimi* içinde, Bursa: Ekin Yayınevi.
- TRT, https://www.trthaber.com/m/?news=turkiye-iran-sinirindaki-mayinlar-temizleniyor&news_id=612436&category_id=1, Erişim: 7.11.21
- TRTHABER, <https://www.trthaber.com/haber/dunya/ab-dogu-bati-bolunmesine-dogru-yelken-acti-386746.html>, Erişim: 7.11.21
- Uluslararası Af Örgütü - Amnesty International (2014), *Kale Avrupası'nın İnsani Bedeli Avrupa Sınırlarında Göçmen ve Mültecilerin Karşılaştıkları İnsan Hakları İhlalleri*, İndeks: EUR 05/001/2014 Londra: Uluslararası Af Örgütü.
- Uluslararası Af Örgütü (2016), <https://www.amnesty.org.tr/icerik/turkiye-65-yil-once-imzalanan-cenevre-multeci-sozlesmesine-koydugu-sinirlamayi-kaldirmalidir>, *Türkiye, 65 Yıl Önce İmzalanan Cenevre Mülteci Sözleşmesi'ne Koyduğu Sınırlamayı Kaldırmalıdır*, Erişim: 5.11.21
- Uysal, Y., Güler, F. (2020), Türkiye'de Dış Göçün Kent Hayatına Etkileri: Çanakkale Örneği, *Türkiye'de Göçün Kentler Üzerindeki Etkileri ve Yönetimi* (Ed. V. Yılmaz, Y. Atmaca), Ekin Yayınları, Bursa, 219-239.
- Yılmaz, V. (2019). İç Göçün Nedenleri ve Değerlendirilmesi: Bitlis İli Örneği, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), ss.1709-1735.
- Yılmaz, V., Çelik Efşan, N., Mecek, M. (2020), Suriyeli Göçmenlerin Kentlere Etkilerinin Torbalı Özelinde Değerlendirilmesi, *Türkiye'de Göçün Kentler Üzerindeki Etkileri ve Yönetimi* (Ed. V. Yılmaz, Y. Atmaca), Ekin Yayınları, Bursa, 285-312.
- Yılmaz, V., Gerçeker, O. (2022a). Türkiye'de Koronavirüs Sürecinde Göç ve Göçmenlerin Durumu Üzerine Bir Değerlendirme, 2nd International Symposium "Global Migration Phenomenon" With Its Security, Economic, Social, Political and Cultural Dimensions, Ankara: Proceedings Book, 493-504, ISBN: 978-625-8377-00-2, www.capitalconference.org
- Yılmaz, V., Gerçeker, O. (2022b). Göçmen Kimliği Bağlamında Metaverse Dünyasına Gerçekleşen Sanal Sefer İle Fiili Göçün Mukayesesi, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 12 (1), 1-16
- Yılmaz, V., Taner, M. (2020). Türkiye'de Göç ve Kentleşme Üzerine Bir Değerlendirme, Şahin, T., G.(ed.). 2. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu(USVES) Tam Metin Kitabı*, 83-92 içinde, Elazığ: Asos Yayınevi www.usves.com.tr, Erişim: 01.03.2022
- <https://multeciler.org.tr/avrupa-birliginin-suriyeliler-icin-turkiyeye-odedigi-para/>, Erişim: 05.11.2022



Why is Mudaraba not Practiced by Islamic Banks? How can Islamic Banks Apply Mudaraba Financing Method through Models?

Öznur AK

PhD Student, Sakarya University Institute of Social Sciences
Department of Islamic Economy and Finance,
oznurr.ak@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6588-3236>

Makale Başvuru Tarihi : 23.04.2023

Makale Kabul Tarihi : 27.05.2023

Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Erdal HARUNOĞULLARI

Dr. Independent Researcher,
erdalharunogullari@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9716-9838>

Abstract

Keywords:

Islamic Banks,
Islamic Economics
and Finance,
Mudaraba.

A partnership agreement known as a *mudaraba* is one in which one party contributes finance and the other contributes labor or skills to a joint venture. A pre-determined ratio is used to divide the gains, and the capital provider bears the losses. Due to its compliance with the principles of risk-sharing, profit-sharing, and interest prohibition, *mudaraba* is one of the principal sources of financing in Islamic banking. However, due to a number of difficulties and limitations, including moral hazard, adverse selection, agency issues, a lack of standardization, legal ambiguity, and regulatory concerns, *mudaraba* is not frequently used by Islamic banks. The purpose of this study is to investigate the factors that contribute to Islamic banks' limited use of *mudaraba* and to suggest some models that could help with its implementation in various fields and situations. The paper uses a qualitative methodology based on a review and analysis of the literature. The study concludes that Islamic banks can implement *mudaraba* using a variety of models, including deposit, investment, project, social, and hybrid *mudaraba*. The paper also makes some recommendations for boosting the viability and efficacy of *mudaraba* financing, including enhancing governance, creating a legal framework, promoting standardization and disclosure, boosting supervision and monitoring, and raising awareness and education.

Mudaraba Neden İslami Bankalarda Uygulanmamaktadır? İslami Bankalar Mudaraba Finansman Yöntemini Modellerle Nasıl Uygulayabilir?

Özet

Anahtar Kelimeler:

İslami Bankalar,
İslam Ekonomisi ve
Finansı,
Mudaraba

Mudaraba olarak bilinen bir ortaklık anlaşması, bir tarafın bir ortak girişime finans, diğerinin emek veya beceri katkısında bulunduğu bir anlaşmadır. Kazançları bölmek için önceden belirlenmiş bir oran kullanılır ve zararı sermaye sağlayıcı üstlenir. *Mudaraba*, risk paylaşımı, kar paylaşımı ve faiz yasağı ilkelerine uygunluğu nedeniyle İslami bankacılığın başlıca finansman kaynaklarından biridir. Bununla birlikte, ahlaki tehlike, ters seçim, vekalet sorunları, standardizasyon eksikliği, yasal belirsizlik ve düzenleyici kaygılar gibi birtakım zorluklar ve sınırlamalar nedeniyle, *mudaraba* İslami bankalar tarafından sıklıkla kullanılmamaktadır. Bu çalışmanın amacı, İslami bankaların sınırlı *mudaraba* kullanımına katkıda bulunan faktörleri araştırmak ve çeşitli alan ve durumlarda uygulanmasına yardımcı olabilecek bazı modeller önermektir. Bu makale, literatürün değerlendirilmesine ve betimsel analizine dayanan nitel bir metodoloji kullanmaktadır. Çalışma, İslami bankaların mevduat, yatırım, proje, sosyal ve hibrit *mudaraba* dahil olmak üzere çeşitli modeller kullanarak *mudaraba* uygulayabilecekleri sonucuna varmaktadır. Belge ayrıca *mudaraba* finansmanının uygulanabilirliğini ve etkinliğini artırmaya yönelik yönetişimin güçlendirilmesi, yasal bir çerçevenin oluşturulması, standardizasyonun ve şeffaflığın teşvik edilmesi, denetim ve izlemenin artırılması ve farkındalık ve eğitimin artırılması dahil olmak üzere bazı önerilerde bulunmaktadır.

INTRODUCTION

Islamic banking is a form of financial intermediation that abides by the tenets and regulations of Shariah, the Islamic code of law. By forbidding interest (riba), gambling (maysir), and uncertainty (gharar), as well as by promoting risk-sharing, profit-sharing, and moral behavior, Islamic banking seeks to advance socio-economic justice and welfare (Khan and Bhatti, 2008). Islamic banking provides a number of financing options that are in line with Shariah goals, including trade-based financing options (murabaha, salam, and istisna), lease-based financing options (ijara), equity-based financing options (musharaka, mudaraba), and charitable financing options (qard hasan) (Ayub, 2007).

Mudaraba is a prominent Middle Ages institution that was established to bring together the capital owner and the entrepreneur in the trade of both Islamic and Western societies, thereby creating capital for commercial activities. Mudaraba, known as an entrepreneur-capital owner partnership, is a kind of agreements established on the basis of a profit-loss partnership at a certain rate agreed upon by offering the labor of one of the parties and the capital of the other (Barom et al., 2020; Erol, 2022; Islamic Bank Bangladesh Limited, 2022; Islamic Markets, 2022; Kalaycı, 2017; Kallek, 2005; Mecelle, art. 1404; Nidaussalam, 2016; Yozgat, 2010). An offer and an acceptance are necessary to create a mudaraba partnership. By defining the terms and responsibilities of the agreement, the parties accept. Aside from the offer and acceptance, many Islamic scholars also assert that there are additional requirements concerning the qualifications of the parties and the nature of capital and profit (Bedir et al., 2018; Erol, 2022; Gönen, 2005).

Mudaraba offers a number of benefits to both parties. Mudaraba gives investors the chance to put money into successful businesses without having to manage them or take on their operational risks. Mudaraba gives entrepreneurs access to capital without them having to pay interest or put up collateral. Mudaraba can also stimulate economic growth by releasing dormant savings, encouraging entrepreneurship and innovation, opening up job opportunities, and boosting social welfare (Siddiqi, 2006).

Mudaraba is not frequently used by Islamic banks in practice, despite its theoretical appeal and potential advantages. IFSB (2019) research claims that in 2018, mudaraba represented just 1.3% of all assets held by Islamic banks globally. Some locations have even smaller percentages of mudaraba, such as 0.4% in MENA and 0.1% in Asia-Pacific. The minimal use of mudaraba by Islamic banks prompts several inquiries concerning the causes of this phenomena and potential solutions.

The primary goal of this essay is to investigate these issues by addressing two research questions:

- Why are Islamic banks not using mudaraba?
- How can Islamic banks use models to implement the mudaraba financing method?

The paper uses a qualitative methodology based on a review and analysis of the literature. The following is how the paper is set up: The literature on the difficulties and limitations Islamic banks encounter when using mudaraba financing is reviewed in Section 2. The models that are suggested in Section 3 can make it easier for Islamic banks to apply mudaraba financing in various contexts and industries. The paper's conclusion, Section 4, offers some suggestions for enhancing the viability and efficacy of mudaraba financing.

CHALLENGES AND CONSTRAINTS OF MUDARABA FINANCING

The literature on Islamic banking lists a number of difficulties and limitations that prevent Islamic banks from using mudaraba financing. These can be divided into four major groups: social, legal, regulatory, and economic.

Economic Challenges and Constraints

The asymmetric information and agency issues that develop between the capital provider and the entrepreneur are the root of the economic difficulties and limitations of mudaraba financing. According to Iqbal and Molyneux (2005), these issues can cause moral hazard, adverse selection, shirking, misreporting, and opportunistic behavior by either party, which can lower the effectiveness and profitability of mudaraba contracts.

When an entrepreneur has an incentive to take unwarranted risks or divert money for personal use while knowing he won't be responsible for the losses, this is referred to as moral hazard. The capital provider, who has little control or oversight over the venture, may experience lower returns or greater losses as a result. When a capital provider can't tell the difference between good and bad entrepreneurs or projects, they may end up funding fraudulent or unprofitable ventures as a result of adverse selection. As a result, the capital provider, who has little knowledge of or control over the venture, may experience higher default rates or lower recovery rates. Shirking describes a situation in which an entrepreneur fails to manage a business effectively because he knows he will receive a fixed share of the profits regardless of results. Because of this, the venture may be less productive or of lower quality, which may have an impact on both parties' returns. Misreporting is when an entrepreneur manipulates his share of the venture's profits or losses by inflating or deflating the venture's profits or losses. Due to the parties' varying access to or levels of financial information verification, this may lead to an unfair distribution of returns or risks between them. When one party breaches a contract or tries to take advantage of the other party's weakness, this is referred to as opportunistic behavior. Due to the parties' varying rights and obligations under the mudaraba contract, this may lead to a breach of trust or a conflict of interest (Khan and Mirakhor, 1990).

These financial difficulties and limitations may lessen the appeal and viability of mudaraba financing for both parties and may lead them to prefer less risky or more lucrative financing options like murabaha or ijara. Additionally, these difficulties and limitations may raise the transaction costs and risks related to mudaraba financing, including the costs of screening, monitoring, auditing, enforcement, and default risks (El-Gamal, 2006).

Legal Challenges and Constraints

The lack of a distinct and uniform legal framework that regulates mudaraba contracts across various jurisdictions is the root cause of the legal difficulties and limitations associated with mudaraba financing. In order to define, regulate, standardize, oversee, and decide on mudaraba contracts, there must be laws, regulations, standards, guidelines, and courts.

Islamic banks may encounter a number of issues due to the absence of a clear and consistent legal framework for mudaraba contracts, including the following:

- Uncertainty regarding the legality, enforceability, and interpretation of mudaraba contracts under various legal systems, particularly in nations where Islamic law is not recognized or applied.
- Variations in the terms, conditions, and clauses of mudaraba contracts between jurisdictions, particularly when several parties from different nations are involved in cross-border transactions.
- Unevenness in the rights, obligations, and liabilities of parties to mudaraba contracts in relation to various circumstances, including profit distribution, loss allocation, termination, dissolution, and dispute resolution.

- Difficulty for parties to mudaraba contracts to access justice or obtain redress in the event of a breach, default, or conflict, particularly in nations without courts or tribunals that are specifically designed to hear disputes involving Islamic finance (Hassan and Lewis, 2007).

The uncertainty and complexity of mudaraba financing for Islamic banks may increase due to these legal difficulties and restrictions, which may lead to a preference for less complicated and risky forms of financing like murabaha or ijara. The risks and costs of legal representation associated with mudaraba financing, such as those related to drafting, compliance, litigation, and other legal matters, may also rise as a result of these legal obstacles and challenges.

Regulatory Challenges and Constraints

The lack of a thorough and consistent regulatory framework that monitors mudaraba contracts across various sectors and markets is the root cause of the regulatory difficulties and limitations associated with mudaraba financing. The rules, policies, institutions, agencies, and authorities that supervise, monitor, audit, inspect, and regulate mudaraba contracts are included in the regulatory framework for mudaraba contracts (Archer and Karim, 2009).

For Islamic banks, the absence of a thorough and consistent regulatory framework for mudaraba contracts can lead to a number of issues, including:

- The current regulatory framework for conventional banking is insufficient to address the unique characteristics and needs of mudaraba contracts, such as risk-sharing, profit-sharing, and loss-bearing.
- The current regulatory framework for Islamic banking is insufficient to address the many and changing aspects of mudaraba contracts, including governance structure, accounting standards, disclosure procedures, and prudential standards.
- The incapacity of the current regulatory framework for financial markets, including capital market instruments, secondary market trading, and securitization, to support the creation and integration of mudaraba contracts.
- The lack of transparency, fairness, accountability, and recourse protection for parties to mudaraba contracts under the current regulatory framework for consumer protection (Khan and Ahmed, 2001).

These regulatory obstacles and challenges may make it more difficult and complex for Islamic banks to finance through murabaha or ijara rather than more regulated and standardized modes of financing. Additionally, these regulatory obstacles and challenges may raise the costs and risks of regulations related to mudaraba financing, including those related to licensing, reporting, and supervision (Archer and Karim, 2009).

Social Challenges and Constraints

The lack of a supportive and hospitable social environment that promotes and facilitates mudaraba contracts among various stakeholders is the root of the social challenges and limitations of mudaraba financing. The culture, values, norms, beliefs, attitudes, and behaviors that affect how mudaraba contracts are perceived and accepted are included in the social environment for mudaraba contracts (Kayed and Hassan, 2011).

Islamic banks may encounter a number of issues as a result of the absence of a supportive and enabling social environment for mudaraba contracts, including:

- Resistance from the conventional banking sector to adopt or promote mudaraba contracts because of their competing interests or ideologies.
- The potential capital providers' reluctance to participate in mudaraba contracts as a result of their profit- or risk-oriented preferences.
- The unwillingness of prospective business owners to enter into mudaraba contracts as a result of their lack of assurance, knowledge, or comprehension.
- Lack of support or demand for mudaraba contracts from the general public as a result of their lack of knowledge, familiarity, or appreciation (Kayed and Hassan, 2011).

The demand and supply of mudaraba financing for Islamic banks may be reduced as a result of these social challenges and limitations, and murabaha or ijara may become more popular as a result. Additionally, these social obstacles and challenges may raise the social risks and costs of mudaraba financing, including those related to marketing, education, reputation, and social risks (Kayed and Hassan, 2011).

MODELS OF MUDARABA FINANCING

The literature on Islamic banking suggests a few models that can make it easier for Islamic banks to apply mudaraba financing in various contexts and industries. Deposit mudaraba, investment mudaraba, project mudaraba, social mudaraba, and hybrid mudaraba are the five main categories into which these models can be divided.

Deposit Mudaraba

In the model of mudaraba financing known as deposit mudaraba, Islamic banks take on the role of entrepreneurs (mudaribs) and depositors take on the role of capital providers (rabb al-mal). Deposits are used by Islamic banks to fund a variety of initiatives or endeavors that adhere to Shariah goals and principles. Islamic banks and depositors split profits in accordance with a pre-determined ratio, and depositors are responsible for losses. The primary method of saving for depositors and the primary source of funding for Islamic banks is the deposit mudaraba (Ayub, 2007).

Deposit mudaraba has a number of benefits for both parties. Deposit mudaraba offers Islamic banks a diversified and adaptable source of funds that can be used for a range of durations and purposes. Deposit mudaraba gives depositors the chance to profit from their savings without having to pay interest or take on operational risks. Deposit mudaraba can also increase risk diversification, encourage financial intermediation, and promote financial inclusion and stability (Khan and Bhatti, 2008).

Deposit mudaraba, though, also has some difficulties and limitations that prevent Islamic banks from using it.

- The mismatch between the maturity and liquidity of deposits and assets, which can put Islamic banks at risk for liquidity or solvency.
- The unpredictability of profit rates and timing, which can expose depositors to rate or profit risk.
- Asymmetry in information or issues with agency between Islamic banks and depositors can result from inadequate disclosure and transparency about asset performance and allocation.
- The lack of adequate deposit insurance and protection, which can put Islamic banks and depositors at risk of systemic failure (Iqbal and Molyneux, 2005).

Some solutions have been put forth or put into action by Islamic banks or regulators to address these issues, such as:

- Creating tools or mechanisms for liquidity management that can assist Islamic banks in managing their liquidity or solvency requirements.
- Creating mechanisms or policies for profit distribution that can assist Islamic banks in calculating and allocating their profits in a timely and equitable manner.
- Creating disclosure guidelines or standards that can assist Islamic banks in giving their depositors accurate and pertinent information about their holdings and activities.
- Creating institutions or deposit protection programs that can assist Islamic banks in protecting their deposits from losses or failures (Archer and Karim, 2009).

Investment Mudaraba

A mudaraba financing model known as investment mudaraba places investors in the role of entrepreneurs (mudaribs) and Islamic banks as capital providers (rabb al-mal). Islamic banks lend money to investors who then use it to finance particular endeavors or activities that adhere to the goals and tenets of Shariah. According to a pre-determined ratio, investors and Islamic banks split the profits, and Islamic banks take on the losses. According to Usmani (2002), investment mudaraba is one of the primary means of investment for both investors and Islamic banks.

Investment mudaraba offers a number of benefits to both parties. Investment mudaraba gives Islamic banks the chance to finance lucrative and viable projects or endeavors without having to take on their management or operational risks. Investment mudaraba gives investors access to capital without requiring them to pay interest or put up collateral. Additionally, investment mudaraba can promote social welfare and economic development by encouraging innovation and entrepreneurship, opening up job opportunities, and improving social welfare (Siddiqi, 2006).

Investment mudaraba, though, also has some difficulties and limitations that prevent Islamic banks from using it. The challenge of locating and choosing suitable and reliable investors, projects, or activities that can meet the requirements and expectations of Islamic banks is one of them.

- The performance and outcome of the projects or activities are uncertain, which may expose Islamic banks to market or business risk.
- Inadequate control and monitoring over the projects or activities, which may lead to moral hazard or issues with investor selection for Islamic banks.
- The absence of a sufficient legal and regulatory framework for the enforcement and settlement of investment mudaraba contracts, which can expose Islamic banks to legal risk or dispute risk (Khan and Mirakhor, 1990).

The following strategies have been put forth or adopted by Islamic banks or regulators to address these issues:

- Creating screening and evaluation criteria or mechanisms that can assist Islamic banks in identifying and evaluating potential investors, projects, or activities.
- Creating performance measurement and appraisal standards or other mechanisms that can assist Islamic banks in keeping track of and assessing the efficiency and success of their initiatives.

- Creating a governance structure and incentive system that can assist Islamic banks in balancing the goals and interests of all parties while reducing agency issues.
- Creating institutions and legal and regulatory frameworks that can assist Islamic banks in fairly and quickly enforcing and resolving investment mudaraba contracts (Chapra and Khan, 2000).

Project Mudaraba

A mudaraba financing model known as project mudaraba uses Islamic banks as capital providers (rabb al-mal) and project owners as businesspeople (mudaribs) to finance projects. Islamic banks lend money to project owners who then use it to finance particular endeavors that adhere to the goals and tenets of Shariah. According to a pre-determined ratio, profits are split between Islamic banks and project owners, and Islamic banks are responsible for losses. One of the primary methods of financing for big projects that need a lot of money and knowledge is project mudaraba (Ayub, 2007).

There are many benefits to Project Mudaraba for all parties. Project Mudaraba offers Islamic banks the chance to fund sizable, lucrative projects that can boost returns and diversify their portfolio. Project Mudaraba gives project owners access to capital without requiring them to pay interest or give up any of their ownership or control. By supporting infrastructure and development initiatives that can benefit society and the environment, project Mudaraba can also promote economic growth and social welfare (Khan and Bhatti, 2008).

Project Mudaraba, though, also has some difficulties and limitations that prevent Islamic banks from using it. These include:

- The complexity and unpredictability of a project's viability, which can put Islamic banks at risk for technical or operational issues.
- The illiquid and lengthy nature of project financing and returns, which can expose Islamic banks to liquidity risk or maturity risk.
- The lack of adequate guarantees or collateral for project financing, which puts Islamic banks at risk of default or credit risk.
- The absence of an adequate legal and regulatory framework for carrying out and finishing project contracts, which can expose Islamic banks to contractual risk or political risk (Iqbal and Molyneux, 2005).

A few solutions have been put forth or put into action by Islamic banks or regulators to address these issues, such as:

- Developing feasibility study and due diligence criteria or mechanisms that can assist Islamic banks in assessing and confirming the technical and financial aspects of the projects.
- Creating tools or mechanisms for managing liquidity that can assist Islamic banks in managing their liquidity or maturity requirements brought on by the projects.
- Creating mechanisms or techniques for securitization or collateralization that can aid Islamic banks in recovering more from projects or securing their financing.
- Creating institutions, frameworks, and laws that will enable Islamic banks to carry out and complete project contracts efficiently and on time (Archer and Karim, 2009).

Social Mudaraba

A mudaraba financing model called social mudaraba uses Islamic banks as capital providers (rabb al-mal) and social entrepreneurs as mudarabs. Islamic banks lend money to social entrepreneurs who use it to fund charitable endeavors that adhere to the tenets and goals of Shariah. According to a pre-determined ratio, profits are split between social entrepreneurs and Islamic banks, and Islamic banks are responsible for losses. One of the primary methods of financing for social enterprises that seek to have an impact and provide social value is social mudaraba (Kayed and Hassan, 2011).

There are several benefits to social mudaraba for both parties. Islamic banks have the chance to invest in social projects or activities that can produce both financial and social returns and are consistent with their moral and religious principles through social mudaraba. Social mudaraba gives social entrepreneurs access to funding without requiring them to pay interest or compromise their social mission or vision. Additionally, social mudaraba can promote social welfare and development by funding initiatives or projects that address societal issues and environmental needs (Kayed and Hassan, 2011).

Social mudaraba is subject to some obstacles and limitations, though, which prevent Islamic banks from using it. These include:

- The challenges associated with assessing the social performance and impact of social projects or activities, which can pose problems for Islamic banks in terms of accountability and transparency.
- The trade-off between the social and financial goals of social projects or activities, which can affect Islamic banks' profitability and sustainability.
- The absence of sufficient incentives and recognition for social projects or activities, which can hinder social entrepreneurs' motivation and ability to innovate.
- Inadequate knowledge and instruction regarding the idea and application of social mudaraba, which may lead to problems with supply and demand for Islamic banks and social entrepreneurs (Kayed and Hassan, 2011).

The development of social performance measurement and reporting criteria or mechanisms that can assist Islamic banks in evaluating and disclosing the social performance and impact of the social projects or activities is one measure that has been suggested or put into action by Islamic banks or regulators to address these difficulties and limitations.

- Creating an income statement and balance sheet that balances and integrates the financial and social goals and outcomes of Islamic banks.
- Creating mechanisms or incentive programs that assist Islamic banks in rewarding and recognizing social projects, activities, and the people involved in them.
- Creating initiatives or programs to raise awareness and educate people that can aid Islamic banks in spreading the idea of social mudaraba among potential partners and customers (Kayed and Hassan, 2011).

Hybrid Mudaraba

A mudaraba financing model known as hybrid mudaraba combines mudaraba with other forms of financing to produce a hybrid contract that can be tailored to various circumstances and preferences. Customers of Islamic banks receive funds, which they then use to finance various endeavors or activities that adhere to the goals and

tenets of Shariah. According to a pre-established ratio, profits are split between Islamic banks and their clients, and vice versa for losses. Customers who want flexibility and customization in their financing options frequently turn to hybrid mudaraba (Ayub, 2007).

The use of hybrid mudaraba has a number of benefits for both parties. Hybrid mudaraba gives Islamic banks the chance to diversify and maximize their portfolio as well as to reduce and manage their risks and returns. Hybrid mudaraba gives customers access to financing without making them pay interest or give up flexibility or choice. Additionally, hybrid mudaraba can promote financial innovation and development by developing fresh, tailored goods and services that can cater to the market's various and shifting preferences (Ayub, 2007).

Hybrid mudaraba, though, also has some issues and limitations that prevent Islamic banks from using it. These include:

- The hybrid contract's ambiguous and complex terms, which may be difficult for Islamic banks and customers to understand.
- The hybrid contract's incompatibility with Shariah goals and principles, which may pose compliance and legitimacy problems for Islamic banks and clients.
- The complexity and expense of creating and implementing the hybrid contract, which may cause problems for customers and Islamic banks in terms of operations and transactions.
- The absence of an adequate legal and regulatory framework for recognizing and governing hybrid contracts, which may present legal and regulatory challenges for Islamic banks and their clients (Usmani, 2002).

Some solutions have been put forth or put into action by Islamic banks or regulators to address these issues, such as:

- Creating precise and uniform standards and guidelines for the hybrid contract's structure and terms, which can assist Islamic banks and clients in comprehending and approving the hybrid contract.
- Creating thorough and thorough Shariah review and audit procedures for the compliance and legitimacy of the hybrid contract, which can assist Islamic banks and clients in ensuring and confirming the hybrid contract's compliance with Shariah and legitimacy.
- Creating systems and practices that are efficient and effective for the design and implementation of the hybrid contract, which can assist Islamic banks and customers in lowering the operational and transactional costs as well as the risks associated with the hybrid contract.
- Creating an accommodating and adaptable legal and regulatory framework for the recognition and control of the hybrid contract, which can assist Islamic banks and clients in facilitating and managing the hybrid contract in a just and effective manner (Chapra and Khan, 2000).

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

The reasons Islamic banks use mudaraba financing so infrequently have been examined in this paper, along with some models that might help with its application in various contexts and industries. According to the study, there are a number of obstacles that mudaraba financing must overcome. These obstacles fall into four main categories: economic, legal, regulatory, and social. The paper also makes some recommendations for steps

Islamic banks can take to get around these obstacles and challenges, improving the viability and efficiency of mudaraba financing.

Following are some recommendations for Islamic banks, regulators, and researchers based on the study's findings and analysis:

- Islamic banks should take a pro-active and creative stance when applying mudaraba financing in various industries and situations, using a variety of models, including deposit, investment, project, social, and hybrid mudaraba. To ensure the effectiveness and profitability of mudaraba financing, Islamic banks should also enhance their governance structure, risk management system, performance measurement system, and disclosure practices. Regulators should create a thorough and cogent legal and regulatory framework that can accommodate the unique features and requirements of mudaraba financing across different jurisdictions.
- Researchers should conduct more empirical and theoretical studies on the concept and practice of mudaraba financing in different sectors and contexts, using a variety of methods and techniques such as case studies, surveys, experiments, simulations, and models.
- Regulators should also develop a supportive and flexible supervisory and monitoring framework that can address the diverse and dynamic aspects of mudaraba financing across different sectors and markets. Additionally, studies should look into the potential advantages and effects of mudaraba financing on societal and environmental welfare as well as economic growth.

One of the most genuine and ideal types of Islamic financing is mudaraba financing, which captures the spirit of risk and profit sharing between the financier and the business owner. Due to a number of difficulties and limitations, Islamic banks do not frequently use mudaraba financing. Islamic banks can improve their competitiveness and contribution to the global financial system by overcoming these obstacles and constraints and implementing different models of mudaraba financing.

REFERENCES

- Archer, S., & Karim, R. A. A. (Eds.). (2009). *Islamic finance: The regulatory challenge*. John Wiley & Sons.
- Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic finance*. John Wiley & Sons.
- Barom, M. N., Haneef, M. A., Mohammed, M. O., Yusop, M. M. M., Ariffin, M. I. ve Amin, R. (2020). *Sayyid Abul A'la Mawdudi's 'first principles of Islamic economics'*. Malaysia: Centre of Excellence & Maybank Islamic Berhad.
- Bedir, M., Bayındır, S., Arı, A., Kızılkaya, N. ve Durmuş, A. (2018). *Fıkıh II*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Chapra, M. U., & Khan, T. (2000). *Regulation and supervision of Islamic banks*. Islamic Development Bank.
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge University Press.
- Erol, S. I. (2022). *Emek- Sermaye Şirketi: Mudaraba (İslami Bankacılık Perspektifinden)*. Ankara: Iksad Publications.
- Gönen, D. (2005). İslam Hukukunda Mudarebe (Emek+Sermaye) Şirketinde Tarafların Hak ve Borçları. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 63(1-2), 192-212.

- Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (Eds.). (2007). *Handbook of Islamic banking*. Edward Elgar Publishing.
- IFSB. (2019). *Islamic financial services industry stability report 2019*. Islamic Financial Services Board.
- Iqbal, Z., & Molyneux, P. (2005). *Thirty years of Islamic banking: History, performance and prospects*. Springer.
- Islami Bank Bangladesh Limited. (2022). *Mudaraba*. Erişim adresi: <https://www.islamibankbd.com/prodServices/prodServMudaraba.php>
- Islamic Markets. (2022). *Mudaraba*. Erişim adresi: <https://islamicmarkets.com/dictionary/m/mudaraba>
- Kayed, R. N., & Hassan, M. K. (2011). The global financial crisis and Islamic finance. *Thunderbird, International Business Review*, 53(5), 551-564.
- Kalaycı, M. (2017). *Alternatif Bir Sistem Olarak İslami Finans*. Yalova Üniversitesi.
- Kallek, C. (2005). Mudârebe. In *TDV İslâm Ansiklopedisi*. İstanbul: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları. Erişim Tarihi: 20.05.2023. Erişim Adresi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/mudarebe>
- Khan, M. F., & Ahmed, H. (Eds.). (2001). *Risk management: An analysis of issues in Islamic financial industry*. Islamic Development Bank.
- Khan, T., & Bhatti, M. I. (2008). *Developments in Islamic banking: The case of Pakistan*. Springer.
- Khan, W. M., & Mirakhor, A. (1990). *Islamic banking: Experiences in the Islamic Republic of Iran and in Pakistan*. International Monetary Fund.
- Mecelle. (2022). *Mecelle Genel Hükümler*. Erişim adresi: https://sehitkadersivri.ortaokulu.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/34/22/736214/dosyalar/2019_09/18160535_25125215_mecelle_ilk_100_madde_ve_tam_metin.pdf?ch_k=de00edf9ed627fafaf8605516552719c
- Nidaussalam, M. (2016). Mudaraba as a Model of Islamic finance. *Shirkah Journal of Economics and Business*.1(1). 73-92.
- Siddiqi, M. N. (2006). Islamic Banking And Finance İn Theory And Practice: A Survey Of State Of The Art. *Islamic Economic Studis* Vol. 13 No. 2.
- Usmani, M. T. (2002). *An introduction to Islamic finance*. Brill.
- Yozgat, F. (2010). *Faizsiz Ekonomi Sosyo-Ekonomik Yaklaşım*. Ankara: Araştırma Yayınları.



Sağlık Tesislerinde Kişisel Koruyucu Ekipman Kullanımının Değerlendirilmesi

Saadet KARAKUŞ

Dr. Öğr. Gör., Sağlık Bilimleri Üniversitesi, İstanbul

saadet.karakus@sbu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-6326-5941>

Fatma KANTAŞ YILMAZ

Dr. Öğr. Gör., Sağlık Bilimleri Üniversitesi, İstanbul

fatmakantas.yilmaz@sbu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0512-382X>

Makale Başvuru Tarihi : 24.04.2023

Makale Kabul Tarihi : 26.05.2023

Makale Yayın Tarihi : 31.05.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Özet

Anahtar Kelimeler:

Sağlık çalışanları
Kişisel koruyucu ekipman,
Çalışan sağlığı

Bu çalışma; sağlık çalışanlarının kişisel koruyucu ekipman kullanımlarında standart önlemlere uyumlarının değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Sağlık çalışanları; çalışma ortamlarında başta biyolojik ve kimyasal olmak üzere pek çok tehlike ve riske maruz kalmaktadırlar. Nicel araştırma yöntemlerinden kesitsel araştırma olan tasarlanan çalışmaya, İstanbul Anadolu Yakasında bulunan sağlık tesislerinden 344 sağlık çalışanı katılmıştır. Sosyodemografik sorular için frekans tablosu oluşturulmuştur. Değişkenlerin grup ortalamalarındaki farklılıkları görebilmek için 2 gruplu değişkenlerde Bağımsız Örneklem T-Test, 3 ve daha fazla gruplu değişkenlerde One-Way ANOVA Analizi uygulanmıştır. Hastanelerde kişisel koruyucu ekipman kullanımının Standart Önlemlere Uyum Ölçeği baz alınarak yapılan değerlendirilmesinde ölçek puan ortalamasının 9,50±6,61 olması önlemlere uyumun orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Standart önlemlere uyum durumu sağlık çalışanlarının, eğitim düzeyi, cinsiyet, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, kurumda ve meslekte çalışma süresi açısından herhangi bir farklılık göstermemektedir. Ancak haftalık çalışma saati standart önlemlere uyum açısından 48 saat üzeri çalışanlar açısından anlamlı bir fark oluşturduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların yaşları ile standart önlemlere uyum arasında herhangi bir ilişki olmaması göze çarpan bir diğer sonuçtur. Sağlık hizmetlerinde kişisel koruyucu donanım kullanımı ile ilgili verilen eğitimleri, çalışanların kullanıma verdikleri önemi, çalışmada incelenmiş olup kişisel koruyucu ve donanım ve ekipman kullanımının önemi bir kez daha ortaya konmuştur.

Evaluation of Usage of Personal Protective Equipment in Healthcare Settings

Abstract

Keywords:

Healthcare
Professional,
Personal protective
equipment,
Employee health

This study investigates healthcare workers' compliance with standard precautions when using personal protective equipment. Healthcare workers are exposed to various hazards and risks, primarily biological and chemical, in their work environments. A cross-sectional study was conducted with 344 healthcare workers from healthcare facilities located on the Anatolian side of Istanbul. A frequency table was created for socio-demographic questions. The independent samples t-test was applied for dichotomous variables to identify differences in group means, while one-way ANOVA analysis was used for variables with three or more groups. The evaluation of personal protective equipment used in hospitals, based on the Standard Precautions Compliance Scale, revealed a mean scale score of 9.50±6.61, indicating a moderate level of compliance with the precautions. Compliance with standard precautions did not differ significantly based on healthcare workers' education level, gender, marital status, having children, duration of employment in the institution, and profession. However, there was a notable difference in compliance with standard precautions among individuals working more than 48 hours per week. Furthermore, no relationship was found between participants' age and compliance with standard precautions. This study examined the training on using personal protective equipment in healthcare services, the importance attributed by employees to its use, and highlighted the significance of personal protective equipment and its usage once again.

GİRİŞ

Yeni çalışma şartları ve makinalarla birlikte iş kazası ve meslek hastalıklarında da artış görülmeye başlanmıştır. Bu durum çalışma alanlarında sürekli olarak iş sağlığı ve güvenliği (İSG) konusunda yeni önlemler almayı gerektirmiştir (Hendem, 2019). İş yerlerinde yaşanan kaza ve meslek hastalıklarının engellenmesi ve çalışanlara sağlıklı ve güvenli bir ortam oluşturulması için kişisel koruyucu ekipman kullanımı önemlidir (Beşer, 2019). Sağlık tesislerinde İSG uygulamalarının gereklerini yeteri kadar uyulmaması ve sonucunda oluşan iş kazası ve meslek hastalıklarını engellemekte önemli bir etken olan kişisel koruyucu ekipman kullanımının öneminin anlatılıp ve gerekliliklerinin yerine getirilmesi gerekmektedir.

İş sağlığı genel anlamda çalışma süreci ve çalışan sağlığı arasındaki ilişkileri analiz ettiğinden iki ana faktördür. Çalışan sağlığının kontrolünde, çalışma alanında kullanılan maddeler ve çalışma şartları çok önemlidir (Aydemir, 2021.) İş sağlığı; çalışma alanında, beden, ruhen ve sosyal olarak çalışana en iyi çalışma koşullarını sağlamayı ve bu koşulların devamlılığını olumsuz etkileyecek faktörleri engellemeyi, çalışanların kriterlerine uygun işlerde çalışmalarını sağlayarak, çalışana işe, işi ise çalışana uygun hale getirmeyi amaçlamaktadır (Bayyurt, 2020) Çalışan kişi kendini ne kadar güvenli ve konforlu hissederse işindeki başarısı ve verimliliği de aynı ölçüde artacaktır. Gözetme borcu işverenin işçiye karşı borçlarından. İşverenin işçiye gözetme borcu kapsamında iş sağlığı güvenliğine ilişkin gerekli önlemleri alarak, güvenli bir iş yeri ortamı sağlama yükümlülüğü vardır. Bu yükümlülükler 4857 Sayılı İş Yasasının 77-89'uncu maddelerini kapsayan beşinci bölümünde ve Borçlar Yasası'nın 55. Maddesinde belirtilmiştir. 4857 Sayılı İş Yasası'nın 78.maddesine dayanılarak çıkarılan Kişisel Koruyucu Donanım Yönetmeliği gereği iş yerindeki risklerin önlenmesi ya da azaltılması teknik sistemler, iş organizasyonu ve çalışma yöntemleri ile sağlanmadığında, kişisel koruyucular devreye girmektedir (Deveci, 2012). Çeşitli tehlikelere karşı çalışanları korumak amacı ile giyilen özel giysi ve ekipmanlar Kişisel Koruyucu Donanım, Kişisel Koruyucu Ekipman veya Kişisel Koruyucu Malzeme (KKD/KKE/KKM) olarak adlandırılmaktadır (Yıldırım, A. S. Gerdan S. 2017: 2(1):37-49). Her sektörün ve işin kendine ait özel riskleri bulunmaktadır. Bir yandan da hayat kurtarmaya çalışırken kendi hayatlarını riske atan sağlık sektörü çalışanları her gün yüzlerce tehdit ile karşı karşıya gelmektedir. İnsan sağlığına zararlı olan veya olabilecek bakteriler, virüsler, mantarlar ve parazitler sağlık hizmet sunumunda karşılaşılan biyolojik riskleri oluşturmaktadır. Kan ve kan ürünleri, vücut sıvıları, hava ve diğer yöntemlerle sağlık çalışanlarını etkileyen biyolojik riskler içinde enfeksiyon hastalıklarının önemli bir yeri vardır (Çalışkan, 2017). Günümüzde özellikle Hepatit B virüsü, Hepatit C virüsü ve HIV gibi kan ile bulaşan enfeksiyonlar ile solunum yolu ile bulaşan Influenza, Rubella, Kızamık, Kabakulak, Varisella ve Parvovirüs B19 gibi virüslerle ile Tüberküloz, Boğmaca, Streptokok ve H. Influenza gibi enfeksiyonlar sağlık çalışanlarının yaşam kalitesini bozarak iş gücü kayıplarına yol açmaktadır (Cürcani ve Tan 2009: 339-344). Dünya Sağlık Örgütü, hastanelerde çalışanların Hepatit B virüsüne yakalanma riskinin %0,6-1,4 olduğunu bildirmiştir. Rapor edilen vakalardan elde edilen bilgiler sonucu sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde her yıl 250 civarında sağlık personeli HBV enfeksiyonu ve buna bağlı komplikasyonlar nedeni ile yaşamlarını kaybetmektedir. Bu rakama, HIV enfeksiyonu salgınları başladığından bu yana meslekleri nedeni ile HIV ile enfekte olup yaşamlarını kaybeden toplam 100 civarında sağlık çalışanı eklenmiştir (Uçak A. 2009).

İş sağlığı ve güvenliği kapsamında yer alan kişisel koruyucu donanımların doğru kullanımının sonucunda çalışan performansını doğrudan etkileyerek risklerin azaltılmasına katkı sağlayacaktır. Kişisel koruyucu donanım sağlık çalışanlarına yönelik olarak hazırlanan güvenlik programlarının en önemli bileşenlerinden birisini oluşturmaktadır.

Sağlık alanında en sık kullanılan KKE türleri:

- Eldivenler; enfeksiyon ajanının geçişi önleyerek bulaş riskini azaltır (Gören D. ve Fen T, 2005: 706-723). Lateks eldivenler iyi bir bariyer oluşturduğu için eldivenin üstünden oluşan kesici-delici bir yaralanmada enfekte olma olasılığı düşüktür. İğne lateks eldivenden geçerken inokulum miktarı 10-100 kat azalır (Aygün, 2007: 385-391).
- Önlükler; giysilerin kontaminasyonunu önlemek ve personelin cildini kan ve vücut sıvılarından korumak için kullanılır.

- Maskeler, gözlükler ve respiratörler; kısa mesafeye ulaşabilen ve yakın temasla geçen büyük partiküllü enfeksiyöz damlacıkların geçişine karşı korunma sağlar. Kan, vücut sıvıları, sekresyonların sıçramasına neden olabilecek işlemler sırasında kullanılmaları, personeli göz, burun, mukoz membran bulaşından korur.
- Yüz siperlikleri; yüz, ağız, burun ve gözleri korur (Centers for Disease Control and Prevention, 2004).

KKD'ler konusundaki en önemli unsurlardan biri de ne zaman ve nasıl kullanılacağını bilinmesidir. Yanlış, eksik veya yersiz kullanılan KKD hem işlevsiz olup hem de çalışanı konfor açısından rahatsız edebilir, işi yavaşlatabilir ve hatta engel olabilir. İş yerindeki riskleri analiz edip doğru korumayı sağlamak iş güvenliği uzmanının görevidir. Uygun kişisel koruyucu donanımların verilmesi ve bu donanımı nasıl kullanması gerektiği talimatlarla açıklanması gerekmektedir. Çünkü ekipmanın verilmesi tek başına yeterli değildir. Eğer çalışan bu ekipmanı doğru bir şekilde kullanmayı bilmiyorsa meslek hastalıklarından ve iş kazalarından korunmuş olamaz. Bu durum hem işveren hem de çalışan açısından ele alınacak bir durum olduğu tespit edilmiştir. Çünkü işverenin çalışana KKD'leri vermekle sorumluluğu bitmemekte onun için gereken eğitimi almasını da sağlaması gerekmektedir. Çalışanında aynı şekilde kendisine verilen talimatları doğru bir şekilde uygulaması gerekmektedir. Çalışanlar kişisel koruyucu donanımlarını iş yerine girdiği andan itibaren devamlı olarak iş bitene kadar kullanmalıdır. KKD'ler tercih edilirken çalışma alanındaki riskler göz önünde bulundurulmalı ve çalışanın fiziksel özellikleri dikkate alınmalıdır. Tercih edilen ve sürekli olarak kullanılan KKD'lerin onarılması ve temizlenmesi daima belirli periyotlarla kontrol edilmelidir (Kahya, E. ve Özkar, D: 2018:2-150).

Bu konudaki gerekli eğitimlerin verilmesinden de işveren sorumludur. Her çalışan bu eğitimleri almış olarak işe hazır bulunmalıdır fakat ülkemizde ve dünyada maalesef bu konudaki duyar tartışılmalıdır. Çalışmamızda da sağlık çalışanlarının KKD'ler hakkında ne kadar duyarlı olduklarını kullanımına verdikleri özeni ve dikkati ölçmekteyiz. Bu konuda alınabilecek birtakım önlemler vardır.

Bunlar;

- KKE kullanma konusunda çalışanlara yönelik iyileştirme programları hazırlanmalıdır.
- Kullanılacak koruyucu malzemelerin çalışanın fizik yapısına uygun olarak seçilmelidir. Hizmet birimlerinde koruyucu malzemeler yeteri kadar ve kolay ulaşılabilir yerde bulundurulmalıdır.
- Düzenli koruyucu malzeme kullanmayan çalışanlara sağlık algılarını geliştirmeye yönelik sağlığın önemi, bireyin kendi sağlığını nasıl yöneteceği ile ilgili eğitim programları düzenlenmelidir.
- Personelin koruyucu malzeme kullanmasını alışkanlık haline getirmesi sağlanmalı ve personelin belirli aralıklarla uyumu değerlendirilmelidir.
- Tüm çalışanlara, KKE konusunda genel ve bireysel eğitim verilmeli ve düzenli aralıklarla bu eğitimler tekrarlanmalıdır.
- Kurum yöneticilerinin iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili çalışanlara destek olması, gerekli koruyucu ve önleyici tedbirleri alması; iş kazaları ve meslek hastalıklarının en aza indirilmesi, kaza ve hastalıklar sonucu ölümlerin ve bunlar sonucu ortaya çıkan maliyetlerin kabul edilebilir bir seviyeye indirilmesi bakımından büyük önem taşımaktadır (Yüksel, 2021)

MATERYAL VE YÖNTEM

Amaç

Bu araştırma İstanbul ili Anadolu yakasında bulunan sağlık tesislerinde görev yapan sağlık çalışanlarının kişisel koruyucu ekipman kullanımlarında standart önlemlere uyumlarının değerlendirilmesini amaçlanmıştır.

Evren ve Örneklem

Nicel araştırma yöntemlerinden kesitsel olarak tasarlanan çalışmada kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem büyüklüğü, örneklem hata payına göre alınabilecek örneklem büyüklüğünü gösteren tablo baz alınarak evren büyüklüğü ve 0.05 örnekleme hatası göz önünde bulundurularak 384 olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın evreni, İstanbul ili Anadolu yakasındaki hastanelerde ve çeşitli sağlık kurumlarında çalışan sağlık çalışanları oluşturmaktadır. Araştırma grubu tarafından sağlık çalışanlarına Google formlar aracılığıyla anketler uygulanmıştır. Sağlık çalışanlarından 171 kişi Google forms aracılığıyla 173 kişiye ise elden bizzat ulaşılmış toplamda 344 kişiye ulaşılmıştır.

Kısıtlılıklar

Anketin sağlık çalışanları tarafından doldurulurken bazı zorluk ve kısıtlılık yaşanmıştır. Bunlar; sağlık çalışanlarının yoğun iş temposundan dolayı ve anketin zaman gerektirmesi ve özel sektördeki bazı çalışanlara bu anketi, çalışma zamanları içinde yanıtlamaları için temposundan dolayı zor olmuştur. Bu nedenle çalışanlar yoğun iş temposu, çalışanların anket doldurmayı sıkıcı bulmaları ve çevrim içi anket olması nedeniyle davet bağlantısını gönderdiğimiz halde yanıtlamayı unutmaları gibi kısıtlılıklar ile karşılaşmıştır. Bunlar nedeniyle anket gerek yüz yüze gerek google forms üzerinden uygulanmasında planlanan 384 kişiye ulaşılamamıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada Sosyo demografik veri formu “Standart önlemlere uyum Ölçeği” (Kişisel Koruyucu Ekipman Kullanımı) kullanılmıştır.

Sosyo-demografik Veri Formu: Araştırmacılar tarafından oluşturulan 11 soruluk; yaş, cinsiyet, çocuk sayısı, medeni durum, eğitim durumu, çalışma durumu, meslek, mesleki tecrübe, çalıştığı klinik, görev, çalışma süresi, haftalık çalışma saati, günlük bakılan hasta sayısını sorgulayan sosyo-demografik soru formudur.

Standart Önlemlere Uyum Ölçeği (Kişisel Koruyucu Ekipman Kullanımı): Standart Önlemlere Uyum Ölçeği (the Compliance with Standard Precautions Scale), Lam tarafından 2011 yılında geliştirilmiş, Türkçe’ye uyarlama çalışması ise 2020 yılında Samur ve arkadaşları tarafından yapılmıştır. 20 sorudan oluşan ölçekte, dört madde (C2, C4, C6 ve C15) ters puanlanmaktadır. Toplam puan 0-20 arasındadır.

Kullanılan Analiz Teknikleri

İstatistik analizler SPSS versiyon 22 yazılım kullanılarak analiz edilmiştir. Sosyo demografik sorular için frekans tablosu oluşturulmuştur. Değişkenlerin grup ortalamalarındaki farklılıklarını görebilmek için 2 gruplu değişkenlerde “Bağımsız Örneklem t-test”i ve 3 ve daha fazla gruplu değişkenlerde ise “One-Way ANOVA” analizi uygulanmıştır. Her iki değişkenin de normal dağılıma uyması durumunda sayısal değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkisini ve ölçek ve yaş değişkeni arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü tespit edebilmek için “Pearson Korelasyon Analizi”; kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık için toplam tip-1 hata düzeyi %5 olarak analizler alfa=0,05 seviyesinde uygulanmıştır.

Araştırmanın Etik İzinleri

Yapılan çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir. Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu’nda 16.12.2022 Etik değerlendirme kararı tarihli 21/698 belge sayı numarası ile etik kurul izni alınmıştır.

BULGULAR

Tablo 1. Sosyo Demografik Bilgiler Tablosu

Değişken	Grup	n	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	271	79,0
	Erkek	72	21,0
Medeni durumunuz?	Evli	179	52,2
	Bekar	164	47,8
Haftalık ortalama çalışma saati?	48 saat ve altı	127	37,2
	48 saat üstü	214	62,8
Çocuğunuz var mı?	Var	149	43,4
	Yok	194	56,6
Eğitim	Sağlık Meslek Lisesi	31	9,1
	Önlisans	50	14,6
	Lisans ve üstü	261	76,3
Çalışılan Kurumda Çalışma Süresi	1 yıldan az	66	19,2
	1-5 yıl	144	42,0
	6-10 yıl	78	22,7
	11-15 yıl yıl ve üzeri	55	16,0
Günlük bakılan ortalama hasta sayısı?	6 veya daha az	42	12,4
	7-9 hasta	39	11,5
	10 ve üzeri	258	76,1
Toplam Çalışma Süresi	0-5 yıl	133	38,9
	6-10 yıl	94	27,5
	11-15 yıl	51	14,9
	16-20 yıl	34	9,9
	21 yıl ve üstü	30	8,8

Tablo 1’de katılımcıların sosyodemografik bilgileri verilmiştir. Araştırmaya, 344 sağlık çalışanı (K=271, E=72) katılmıştır. Kadın katılımcıların, evli bireylerin ve haftalık ortalama saati 48 saat üstü çalışanların sayısı fazladır. Lisans üstü mezun, 1-5 yıl çalışma süresine sahip ve günlük ortalama bakılan hasta sayısında da 10 ve üzeri kategorideki katılımcıların oranı yüksektir.

Tablo 2. Normallik Varsayımı Analizi ve Güvenilirlik Analizi

Ölçek	n	Ort.	SS	Kolmogorov Smirnov (p)	Çarpıklık	Basıklık	Cronbac's Alpha
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	343	9,50	6,61	,000	-,274	-1,481	,941
Yaş	343	31,36	7,54	,001	,807	-,322	-

*p<0,05

Tablo.2’de ölçeklerin betimsel istatistikleri, normallik varsayımı analizleri ve güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir. Kolmogorov-Smirnov Analizi incelendiğinde “Standart önlemlere uyum Ölçeği” (Kişisel Koruyucu Ekipman Kullanımı değişkeninin normal dağılım gösterdiği görülmektedir. (p>0,05) Basıklık ve çarpıklık değerleri -2; +2 sınırını aşmadığından ölçekler ile ilgili analizlerde parametrik testler kullanılmıştır (George ve Mallery, 2010). Ölçeğin güvenilirlik seviyesi yüksek düzeydedir. Cronbach Alpha katsayısının 0,60 ile 0,80 arasında olması ölçeğin orta güvenilir, 0,80 ile 1,00 arasında olması ise ölçeğin güçlü güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış, 2009). Standart Önlemlere Uyum Ölçeği 0-20 puan arasında değerlendirildiğinden çalışmamızda ortalamanın 9,50±6,61 olması önlemlere uyumun orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Cinsiyet Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	n	Ort.	SS	t	Sd	p
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	Kadın	271	9,20	6,676	-1,626	341	,105
	Erkek	72	10,63	6,283			

*p<0,05

Tablo 4. Medeni Hal Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	n	Ort.	SS	t	Sd	p
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	Evli	179	9,68	6,672	,526	341	,599
	Bekar	164	9,30	6,560			

*p<0,05

Tablo 4.’de medeni hal değişkeni için Bağımsız Örneklem T-Test Analizi sonuçları verilmiştir. Medeni hal değişkeni gruplarına göre Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılık göstermemektedir (p=,599>0,05).

Tablo 5.'te Haftalık Çalışma Saati Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	n	Ort.	SS	t	Sd	p
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	48 saat ve altı	127	8,05	6,631	-3,085	339	,002*
	48 saat üstü	214	10,30	6,471			

*p<0,05

Tablo 5'te haftalık çalışma saati değişkeni için Bağımsız Örneklem T-Test Analizi sonuçları verilmiştir. Haftalık çalışma saati değişkeni gruplarına göre Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılık göstermektedir (p=,002<0,05).

48 saat üzeri süre çalışanların Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı Ortalaması (10,30±6,471), 48 saat ve altı süre çalışanlarında Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı Ortalamasından (8,05±6,631) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür.

Tablo 6. Çocuk Sahibi Olma Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	n	Ort.	SS	t	Sd	p
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	Var	149	9,74	6,698	,581	341	,562
	Yok	194	9,32	6,557			

*p<0,05

Tablo 6'da çocuk sahibi olma değişkeni için Bağımsız Örneklem T-Test Analizi sonuçları verilmiştir.

Çocuk sahibi olma değişkeni gruplarına göre Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılık göstermemektedir (p=,562>0,05).

Tablo 7. Eğitim Durumu Değişkeni Tek Yönlü Anova Analizi

Ölçek	Grup	n	Ort.	SS	Var.K	K.T.	SD	K.O.	F	p
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	Sağlık Meslek Lisesi	31	8,94	6,899	GA	89,410	2	44,705	1,020	,362
	Önlisans	50	8,40	7,154	GI	14856,078	339	43,823		
	Lisans ve üstü	261	9,77	6,481	Toplam	14945,488	341			
	Toplam	342	9,49	6,620						

*p<0.05

Tablo 7'de eğitim durumu değişkeni için One-Way ANOVA Analizi sonuçları verilmiştir.

Eğitim durumu değişkeni gruplarına göre Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılık göstermemektedir (p=,362>0,05).

Tablo 8. Kurumda Çalışma Süresi Değişkeni Tek Yönlü Anova Analizi

Ölçek	Grup	n	Ort.	SS	Var.K	K.T.	SD	K.O.	F	p
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	1 yıldan az	66	8,11	6,483	GA	171,243	5	34,249	,782	,362
	1-5 yıl	144	9,79	6,500	GI	14724,114	336	43,822		
	6-10 yıl	78	10,00	6,853	Toplam	14895,357	341			
	11-15 yıl	35	9,26	6,762						
	16-20	11	10,36	5,372						
	21 yıl ve üstü	8	9,88	8,374						
	Toplam	342	9,48	6,609						

*p<0.05

Tablo 9’da toplam çalışma süresi değişkeni için One-Way ANOVA Analizi sonuçları verilmiştir. Toplam çalışma süresi değişkeni gruplarına göre Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılık göstermemektedir ($p=,445>0,05$).

Tablo 10. Günlük Bakılan Hasta Sayısı Değişkeni Tek Yönlü Anova Analizi

Ölçek	Grup	n	Ort.	SS	Var.K	K.T.	SD	K.O.	F	p
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	6 veya daha az	42	10,33	6,292	GA	110,313	2	55,157	1,256	,286
	7-9 hasta	39	8,05	7,007	GI	14753,634	336	43,910		
	10 ve üzeri	258	9,52	6,620	Toplam	14863,947	338			
	Toplam	339	9,45	6,631						

*p<0.05

Tablo 10’da toplam çalışma süresi değişkeni için One-Way ANOVA Analizi sonuçları verilmiştir. Toplam çalışma süresi değişkeni gruplarına göre Standart Önlemlere Uyum Ölçeği Puanı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılık göstermemektedir ($p=,286>0,05$).

Tablo 11.Korelasyon Analizi

	Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	Yaşınız (yazınız)?
Standart Önlemlere Uyum Ölçeği	1	
	343	
Yaş	,036	1
	,508	
	343	343

Tablo 11’de korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Standart Önlemlere Uyum Ölçeği ile yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p=0,508>0,05$).

SONUÇ

Bu çalışma, İstanbul ili Anadolu yakasındaki hastanelerde görev yapan 344 sağlık çalışanının kişisel koruyucu ekipman kullanımı konusunda standart önlemlere uyumunu değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Hastanelerde kişisel koruyucu ekipman kullanımının Standart Önlemlere Uyum Ölçeği baz alınarak yapılan değerlendirilmesinde ölçek puan ortalamasının $9,50\pm 6,61$ olması önlemlere uyumun orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Standart önlemlere uyum durumu sağlık çalışanlarının eğitim düzeyi, cinsiyet, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, kurumda ve toplam da çalışma süresi açısından herhangi bir farklılık göstermemektedir. Ancak haftalık çalışma saati standart önlemlere uyum açısından 48 saat üzeri çalışanlar açısından anlamlı bir fark oluşturduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların yaşları ile standart önlemlere uyum arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Hastaneler, yüksek riskli işletme sınıfında yer aldığından kişisel koruyucu ekipmanların kullanımı sağlık çalışanları ve hastaların güvenliği açısından son derece önemlidir. Covid-19 pandemi dönemini göz önünde bulundurduğumuz da enfeksiyonların önlenmesi kişisel koruyucu ekipman kullanımını önemini gözler önüne sermiştir. İş sağlığı ve güvenliği açısından sağlık tesislerinin kişisel koruyucu ekipmanların çalışma alanlarında hazır bulundurulması, çalışanların bu konu da eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi ve kullanıma uygunluğunun denetlenmesi için gerekli önlemlerin alınması son derece elzemdir. Sağlık profesyonelleri yetiştiren üniversitelerde bu konu üzerinde hassasiyetle durulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Hendem, B. (2007). İş Sağlığı ve Güvenliğinde Kullanılan Kişisel Koruyucu Donanımlar ve Standartları. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi: Ankara.
- Beşer, F. (2019). İş Kazalarının Etkilerinin En Aza İndirgenmesinde Kişisel Koruyucu Donanımların Kullanma Yeterliliklerinin Araştırılması. İstanbul Gedik Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: İstanbul.
- Aydemir, G. (2021). Kişisel Koruyucu Donanımların Kullanımında Çalışan Yaklaşımı: Malatya İli Cam Sanayi Örneği Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bayyurt, D. (2020). Karayolları Sektörü İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamalarında Risk ve Güvenlik Kültürü Etkisinin Değerlendirilmesi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: İzmir.
- Deveci, S. (2012). Kişisel Koruyucu Donanım Kullanımının İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamalarındakiyeri.[http://www.hisam.hacettepe.edu.tr/sempozyumsumum/SerolDeveci .pdf](http://www.hisam.hacettepe.edu.tr/sempozyumsumum/SerolDeveci.pdf)
- Yıldırım, A. S. Gerdan S. (2017). Hastane Öncesi Acil Sağlık Çalışanlarının İş Sağlığı ve Güvenliği Kapsamındaki Mesleki Riskleri. Hastane Öncesi Dergisi, 2(1):37-49
- Çalışkan, H. (2017). Sağlık hizmetlerinde kişisel koruyucu ekipman kullanma davranışını etkileyen faktörler. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 20(3), 313-328.
- Cürcani, M. ve Tan M. (2009) Diyaliz Üniteleri ve Nefroloji Servislerinde Çalışan Hemşirelerin Karşılaştıkları Mesleki Riskler ve Sağlık Sorunları. TAF Preventive Medicine Bulletin, 8(4): 339-344.
- Uçak, A. (2009) Sağlık Personelinin Maruz Kaldığı İş Kazaları ve Geri Bildirimlerinin Değerlendirilmesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Afyon.
- Gören, D. Fen T. (2005) Hematoloji-Onkoloji Kliniklerinde Enfeksiyondan Korunmada Fiziksel ve Kimyasal Yöntemler. Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences, 25(5): 706-723.
- Aygün, P. (2007) Kesici-Delici Alet Yaralanmaları ve Korunma Önlemleri. Ulusal Sterilizasyon Dezenfeksiyon Kongre Kitabı, 385-391.

Centers for Disease Control and Prevention, (2004) <http://www.cdc.gov/hai/pdfs/ppe/ppeslides6-29-04.pdf>
Kâhya, E. ve Özkar, D. (2018). İş Güvenliği, Eskişehir: Dorlion Yayınları, 2-150.
Yüksel, A. (2021). Sağlık Hizmetlerinde Kişisel Koruyucu Donanım (KKD) Kullanımının Önemi. Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi, 19(2), 44-50.

Uluslararası Akademik

ISSN 2757-6469

Birikim Dergisi

31 MAYIS 2023 Cilt /6 Sayı/3

International Journal of ACADEMIC Accumulation

Uluslararası Hakemli E-Dergi

<https://akademikbirikimdergisi.com>