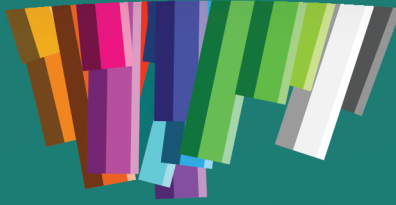




# SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLERDE ARAŞTIRMA VE DEĞERLENDİRMELER

MAYIS, 2021

CİLT I



## EDİTÖRLER

**DOÇ. DR. OĞUZ DİKER**  
**DR. ÖĞR. ÜYESİ YASİN AKYILDIZ**  
**DR. ÖĞR. ÜYESİ AYTAÇ TOPTAŞ**

### YAZARLAR

HAMDİ AYYILDIZ  
ÖMER BÜYÜKBAŞ  
SEVİM ŞEN  
SERKAN ARDA  
EMİNE ÖZTÜRK  
DİL RUBA İZGÜDEN  
İPEK CAMUZ BERBER  
SEDA GÖKTAŞ  
DENİZ ÖZYAKIŞIR  
NERMİN ZAHİDE AYDIN

HAKAN YÜKSEL  
DUYGU İLKHAN SÖYLEMEZ  
MURAT SUCU  
NURETTİN İMRE  
TOLGA YEŞİL  
ÖMER KARATAŞ  
NACİ YILMAZ  
İSRAFİL KARATAŞ  
YAKUP DİNÇ  
GÖKHAN ULUDAĞ  
SÜLEYMAN ÖCAL

OKTAY KARAMAN  
CANSU KAYA  
DERYA ÖZİLHAN ÖZBEY  
YONCA EROĞLU  
AHU YAZICI AYYILDIZ  
COŞKUN DİKBİYİK  
ESİN KARTOPU  
AYFER ŞEYMA ÜSTÜN

**İmtiyaz Sahibi / Publisher • Yaşar Hız**  
**Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • Eda Altunel**  
**Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Gece Kitaplığı**  
**Editörler / Editors • Doç. Dr. Oğuz Diker**  
Dr. Öğr. Üyesi Yasin AKYILDIZ  
Dr. Öğr. Üyesi Aytaç Toptaş  
**Birinci Basım / First Edition • © Mayıs 2021**  
**ISBN • 978-625-7411-55-4**

© **copyright**

Bu kitabın yayın hakkı Gece Kitaplığı'na aittir.  
Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla  
çoğaltılamaz.

The right to publish this book belongs to Gece Kitaplığı.  
Citation can not be shown without the source, reproduced in any way  
without permission.

**Gece Kitaplığı / Gece Publishing**  
**Türkiye Adres / Turkey Address:** Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak Ümit Apt.  
No: 22/A Çankaya / Ankara / TR  
**Telefon / Phone:** +90 312 384 80 40  
**web:** [www.gecekitapligi.com](http://www.gecekitapligi.com)  
**e-mail:** [gecekitapligi@gmail.com](mailto:gecekitapligi@gmail.com)



**Baskı & Cilt / Printing & Volume**  
**Sertifika / Certificate No: 47083**

# Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler

EDİTÖRLER

DOÇ. DR. OĞUZ DİKER

DR. ÖĞR. ÜYESİ YASİN AKYILDIZ

DR. ÖĞR. ÜYESİ AYTAÇ TOPTAŞ

gece  
kitaplığı





## İÇİNDEKİLER

### Bölüm 1

STRATEJİK YÖNETİM AÇISINDAN DENİZ ACİL SAĞLIK  
HİZMETLERİ YÖNETİMİ: DENİZ AMBULANSI  
HİZMETLERİ

Hamdi AYYILDIZ & Ömer BÜYÜKBAŞ & Sevim ŞEN &  
Serkan ARDA ..... 1

### Bölüm 2

CUMHURİYET TÜRKİYE'SİNDE KADIN

Emine ÖZTÜRK..... 15

### Bölüm 3

HASTANE ÇALIŞANLARININ GÜÇ MESAFESİ ALGILARININ  
ÖRGÜTSEL SESSİZLİK DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ  
ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Dilruba İZGÜDEN & İpek CAMUZ BERBER ..... 31

### Bölüm 4

KARS'TA KADIN YOKSULLUĞU ÜZERİNE BİR İNCELEME

Seda GÖKTAŞ & Deniz ÖZYAKIŞIR ..... 57

### Bölüm 5

MARAŞ'TA 1954 MİLLETVEKİLİ SEÇİMLERİ

Nermin Zahide AYDIN ..... 87

### Bölüm 6

GELENEKSEL DERGİ YAYINCILIĞININ MEVCUT  
PROBLEMLERİ ÜZERİNE DERİNLEMESİNE MÜLAKAT  
ÇALIŞMASI

Hakan YÜKSEL..... 113

### Bölüm 7

ART DECO ÜSLUBU BİR YAPI: ANKARA TREN GARI

Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ ..... 139

## Bölüm 8

### HİZMET VE ÜRETİM İŞLETMELERİNDE STRATEJİK MALİYET YÖNETİMİ UYGULAMALARI

Murat SUCU..... 165

## Bölüm 9

### ANADOLU BASINININ (ORTA KARADENİZ BÖLGESİ YEREL BASINININ) SORUNLARI VE ÇÖZÜMLER

Nurettin İMRE ..... 199

## Bölüm 10

### BAŞABAŞ NOKTASI SATIŞ TUTARININ YAPAY SİNİR AĞLARI KULLANILARAK ANALİZ EDİLEBİLİRLİĞİNİN MODELENMESİ ÖRNEĞİ

Tolga YEŞİL ..... 219

## Bölüm 11

### RUS SÖMÜRÜSÜNE KARŞI TÜRKİSTAN MİLLİ AYAKLANMASI: YEDİSU (SEMİREÇE) ÖRNEĞİ

Ömer KARATAŞ ..... 235

## Bölüm 12

### TÜRKİYE'DEKİ MEVDUAT BANKALARININ FİNANSAL PERFORMANS ANALİZİ: CRITIC TEMELLİ WASPAS YÖNTEMİ

Naci YILMAZ..... 263

## Bölüm 13

### DENİZ GEZMİŞ VE ARKADAŞLARINA YÖNELİK İDAM CEZALARI İLE İLGİLİ CUMHURBAŞKANLIĞI'NA YAPILAN BAŞVURULAR

İsrafil KARATAŞ ..... 283

## Bölüm 14

### BULGAR TUR OPERATÖRLERİNİN PAKET TUR DÜZENLEYECEKLERİ BÖLGESEL TURİZM PAZARLARINDA (DESTİNASYONLARDA) ARADIKLARI ÖZELLİKLER AYVALIK DESTİNASYONU ÖRNEĞİ

Yakup DİNÇ ..... 305

### Bölüm 15

PERSONEL GÜÇLENDİRMENİN, İŞ DOYUMU, MOTİVASYON  
VE İNOVASYON ÜZERİNDEKİ ETKİSİ İLE İLGİLİ BİR  
ARAŞTIRMA

Gökhan ULUDAĞ ..... 321

### Bölüm 16

OSMANLI, RUSYA, İRAN ÜÇGENİNDE BEDİRHAN BEY VE  
TORUNU ABDÜRREZZAK BEY (İLİŞKİLERİ, FAALİYETLERİ  
1821-1918)

Süleyman ÖCAL & Oktay KARAMAN ..... 349

### Bölüm 17

TURİZM SEKTÖRÜNDE DESTİNASYON REKABETİ: ALANYA  
DESTİNASYONUNU TEKRAR ZİYARET EDEN BİREYLERİN  
ZİYARET MOTİVASYONLARINI İNCELEMeye YÖNELİK  
AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Cansu KAYA & Derya Özilhan ÖZBEY ..... 371

### Bölüm 18

DİJİTAL PAZARLAMA KAPSAMINDA: T.C. KÜLTÜR VE  
TURİZM BAKANLIĞININ DİJİTAL UYGULAMALARININ  
DEĞERLENDİRİLMESİ

Yonca EROĞLU & Ahu YAZICI AYYILDIZ ..... 395

### Bölüm 19

OSMANLI'DA KİMLİK BELİRTİCİSİ OLARAK DİN

Coşkun DİKBİYİK ..... 413

### Bölüm 20

AÇ TIRTIL'I PAZARLAMA KARMASI  
ÜZERİNDEN OKUMAK

Esin KARTOPU & Ayfer Şeyma ÜSTÜN ..... 437



# Bölüm 1

## STRATEJİK YÖNETİM AÇISINDAN DENİZ ACIL SAĞLIK HİZMETLERİ YÖNETİMİ: DENİZ AMBULANSI HİZMETLERİ

*Hamdi AYYILDIZ*  
*Ömer BÜYÜKBAŞ<sup>2</sup>*  
*Sevim ŞEN<sup>3</sup>*  
*Serkan ARDA<sup>4</sup>*

---

1 Öğr. Gör. Hamdi Ayyıldız, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Türkoğlu Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Programı, hayyildiz@ksu.edu.tr, ORCID ID 0000-0001-6280-7182

2 Öğr. Gör. Dr. Ömer Büyükbaş, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Pazarlama Programı, omerbuyukbas@ksu.edu.tr ORCID ID 0000-0002-4415-3450

3 Dr. Öğr. Üyesi Sevim Şen, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Afşin Sağlık Yüksekokulu, Hemşirelik Bölümü, sevimsen@ksu.edu.tr, ORCID:0000-0002-6216-2342

4 Serkan Arda, Ticaret Bakanlığı, serkanarda@gmail.com



## 1. Acil Sağlık Hizmetleri Kavramı

Acil sağlık hizmeti doğuran durumlar; vücuda veya zihne ani bir yaralanma, enfeksiyon, obstetrik komplikasyonlar veya kimyasal dengesizlik oluşturan süreçler ile ortaya çıkmaktadır. Bu koşulları tedavi etmek amacıyla acil sağlık hizmetleri kavramı mümkün olan en kısa zamanda değerlendirmeyi, müdahale organizasyonunu, müdahaleyi, en yakın sağlık kurumuna naklini ve acil sağlık hizmeti yararlanıcısının hayatta kalabilmesini içermektedir. Bu noktada, acil sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyan yararlanıcının ulaşım konusu da acil sağlık hizmetlerinde nakil sürecinin en önemli kısımlarından birisini oluşturmaktadır.

Acil sağlık hizmeti yönetimi konusunda yapılan incelemelerde Green ve Kolesar (2004), acil durum müdahalesini iyileştirmede araştırmalar yapmıştır. Henderson (2011), acil sağlık hizmetlerinde sistemlerin iyileştirilmesini ve sistem yönetimini incelemiştir. Ingolfsson (2013), planlama ve yönetim konusunda çalışmış; talep tahmini, verimlilik, istasyon konumları ve ambulansların istasyonlara yönlendirilmesi konusunu incelemiştir.

Acil sağlık hizmetleri, yetersiz planlama ve kaynakların etkisiz kullanımı durumunda beklenen sonuçlara ulaşamamaktadır. Acil sağlık hizmetlerinin, acil durum ortaya çıkmadan etkin planlaması maliyet-etkin bir kazanım da sağlamaktadır. Acil sağlık hizmetlerinin doğru planlaması, maliyet-etkin bir kazanım sağlarken, kaynakların da doğru yönlendirilmesine imkân tanımaktadır.

**Tablo 1:** Acil sağlık hizmetlerinin genel yapı bileşenleri

Yapı Bileşeni	Olay Yeri-İlk Görünüm	Olay Yeri-Yararlanıcı Etkileşimi	Ulaşım	Sağlık Hizmet Sunusu
Acil sağlık hizmeti alt-türü	Tanı	Triyaj (kategorizasyon ve müdahale önceliği) ve stabilizasyon	Güvenli ve etkin ulaşımın sağlanması ve hastane servisine ulaşım	Hızlı, uygun ve kaliteli sağlık hizmeti
Anahtar süreç elemanı	Eğitilmiş personel ve ekipman	Eğitilmiş personel ve ekipman	Eğitilmiş personel, ekipman ve etkin ulaşım aracı	Eğitilmiş personel, ekipman ve sağlık hizmeti organizasyonu

**Kaynak:** Yazarlar tarafından literatürden yararlanılarak geliştirilmiştir.

**Tablo 2:** *Acil sağlık hizmetlerinde temel kavramlar*

Temel Kavramlar	Acil Sağlık Hizmeti – EMS (Emergency Medical Services)	Paramedik Personeli	Triyaj
Tanım	Akut tıbbi veya obstetrik bir sorunun başlangıcından veya bir yaralanmanın meydana gelmesinden sonraki ilk birkaç saat içinde verilen bakım.	Tıp ve ilk yardım eğitimleri ile ve ileri yaşam desteği için yeteneklere sahip uzman personel. İleri seviye, acil tıp teknisyeni de denilmektedir.	Sahada hastaların taranarak, tedavi için göreceli önceliklerini belirlemektir.

**Kaynak:** *Yazarlar tarafından literatürden yararlanılarak geliştirilmiştir.*

1970’lerden bu yana, hastane öncesi ortamdaki acil sağlık hizmeti sunum biçimi, farklı özelliklere sahip iki ana acil sağlık hizmeti modeli etrafında gelişmiştir. Bu iki ana model; Anglo-Amerikan ve Fransız-Alman modelidir. Bu kategorik ayrımlar; 1970’lerden 20. yüzyılın sonuna kadar gözlemlenmekteydi. Bugün, dünyadaki çoğu acil sağlık hizmeti sistemi, her modelden farklı kompozisyonlara sahiptir. Hastane öncesi ortamlarda acil tıbbi hizmetlerin sunulması, hastane öncesi bakım sunumu felsefesine göre genel olarak Fransız-Alman veya Anglo-Amerikan modelleri şeklinde kategorize edilebilmektedir. Acil sağlık hizmetleri sınıflandırmasının bir diğer yöntemi de, sağlanan bakım düzeyine göre Temel Yaşam Desteği ve İleri Yaşam Desteği ‘ne verilen bakım düzeyine göre (Moore, 1999).

Fransız-Alman acil sağlık hizmetleri modeli “kal ve stabilize et” felsefesine dayanmaktadır (Huiyi, 2007). Bu modelin amacı, hastaneyi hastalara getirmektir. Genellikle hekimler tarafından yürütülür ve çok ileri teknoloji ile kapsamlı bir uygulama alanına sahiptirler. Model, helikopterler ve kıyı ambulansları gibi kara ambulansının yanı sıra diğer ulaşım yöntemlerinden daha fazlasını kullanmaktadır (Dick, 2003). Bu model genellikle daha geniş sağlık hizmetleri sisteminin bir alt kümesidir. Bu felsefe, acil tıbbın nispeten genç bir alan olduğu Avrupa’da yaygın olarak uygulanmaktadır (Fleischmann ve Fulde, 2007). Bu nedenle, Avrupa’da hastane öncesi acil bakım hemen hemen her zaman acil doktorlar tarafından sağlanmaktadır. Sahadaki acil durum doktorları, karmaşık klinik kararlar verme ve hastaları evlerinde veya olay yerinde tedavi etme yetkisine sahiptir. Bu, birçok acil sağlık hizmetleri yararlanıcısının olay yerinde tedavi görmesine ve hastanelere daha az nakledilmesine neden olur.



Fransız-Alman modelinin aksine, Anglo-Amerikan modeli “kap ve koş” felsefesine dayanmaktadır(Dick,2003). Bu modelin amacı, hastaları daha az hastane öncesi müdahaleyle hastaneye hızlı bir şekilde getirmektir. Halk sağlığı hizmetleri ve hastanelerden ziyade genellikle polis veya itfaiye gibi kamu güvenliği hizmetleriyle müttefik olarak yürütülmektedir (Pozner vd. 2004). Eğitimli sağlık görevlileri ve Acil Tıp Teknisyenleri (EMT’ler), acil sağlık hizmetlerini klinik bir gözetim altında çalıştırır. Ağırlıklı olarak kara ambulansına rastlanmakta olup, havacılık tıbbi tahliyesine veya kıyı ambulansına çok daha az rastlanmaktadır. Bu modeli izleyen ülkelerde, acil tıp iyi gelişmiştir ve genellikle ayrı bir tıp uzmanlığı olarak kabul edilmektedir.

**Tablo 3: Acil Sağlık Hizmetlerinin Ana 2 Modeli**

<b>Fransız-Alman Modeli</b>	<b>Anglo-Amerikan Modeli</b>
Kal ve stabilize et	Kap ve koş
Hastaneyi, hastalara getirmek.	Hastayı, hastaneye yetiştirmek.
“Physicians” müdahalede başat rol oynar.	Paramedik personeli müdahalede başat rol oynar.

**Kaynak:** *Models of Emergency Medicine in the World, European Society of Emergency Medicine (EuSEM)*

## **2.Stratejik Sağlık Yönetimi Açısından Deniz Acil Sağlık Hizmetleri Yönetimi**

Sağlık hizmetleri, “İnsan sağlığına zarar veren çeşitli faktörlerin yok edilmesi ve toplumun bu faktörlerin tesirinden korunması, hastaların tedavi edilmesi, bedeni ve ruhi kabiliyet ve melekeleri azalmış olanların işe alıştırılması (Rehabilitasyon) için yapılan tıbbi faaliyetler” olarak Sağlık Hizmetlerinin Sosyalleştirilmesi Hakkında Kanun’da tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, sağlık hizmetlerinin temelde dört ana başlığa ayrılacağı de görülmektedir: 1.koruyucu sağlık hizmetleri, 2.tedavi edici sağlık hizmetleri, 3.rehabilitasyon edici sağlık hizmetleri, 4.sağlığı geliştirici hizmetler.

Odabaşı’nın(2008) ayrımına göre, sağlık hizmeti tüketimi;1. rastlantısaldır, 2.ikamesi bulunmaz, 3.ertelenemez, 4.tüketici davranışı rasyonel olmayabilir, 5.önceden test edilemez, 6.hatanın geri dönüşü olmaz, 7.doktor ve yararlanıcı arasında asimetrik bilgi ve bilgi boşluğu bulunmaktadır. Sağlık hizmetlerinin, doğrudan kişinin ve toplumun iyi

halini etkilemesi boyutundan hareketle, Türkiye denizlerinde acil sağlık hizmetleri sunumunun da incelenmesi gerekliliği göze çarpmaktadır.

Türkiye’de denizler; Karadeniz, Marmara, Ege ve Akdeniz’den oluşmaktadır. Karadeniz, doğu-batı yönünde 1149 km uzunlukta ve kuzey-güney yönünde 611 km genişliğindedir. Karadeniz, 423.488 km<sup>2</sup> yüzölçümü ile Akdeniz sonrası Türkiye’nin kıyısı bulunan 2. En büyük yüzölçümlü denizdir. Türkiye denizleri arasında ortalama derinliği en yüksek olan deniz olan Karadeniz’de ortalama derinlik 1271 metredir. Karadeniz, Türkiye’nin balıkçılık endüstrisinde oldukça önemlidir. Karadeniz, içerdiği zararlı gazlar ile birlikte biyolojik derinliği çok fazla olmayan bir denizdir. Marmara denizi ise Karadeniz ve Ege Denizi’ne iki ayrı doğal boğaz ile bağlanmaktadır. İstanbul Boğazı ile Karadeniz’e, Çanakkale boğazı ile Ege Denizi’ne bağlanan Marmara Denizi’nin yüzölçümü 11.350 km<sup>2</sup>’dir.

**Şekil 1:** Türkiye Denizleri (Kuzeyden Güneye: Karadeniz, Marmara, Ege, Akdeniz)



**Kaynak:** Google Haritalar; <https://www.google.com/maps/>

Ege denizi ise Anadolu ve Yunanistan’daki Mora yarımadası arasında yer alan irili ufaklı 3 bin civarında adadan oluşmaktadır. Yüzölçümü 214.000 km<sup>2</sup> olan Ege denizi, eni itibari ile 300 boyu itibari ile 600 km’den uzundur

Akdeniz 2.971.000 km<sup>2</sup> büyüklüğü ile 17 ülkenin ve milyonlarca insanın doğrudan temas ettiği Dünya'nın en büyük iç denizi olarak kabul edilmektedir. Kuzeyinde Avrupa, güneyinde Afrika, doğusunda ise Asya'nın uzantısı Orta Doğu yer almaktadır. Marmara denizi ve Karadeniz'e İstanbul boğazı ile, Atlas Okyanusu'na Cebelitarık Boğazı ile, Kızıldeniz'e ve Hint Okyanusu'na Süveyş Kanalı ile birleşmektedir. Yüzölçümü 2.971.000 km<sup>2</sup> dir. Batı'dan doğuya uzunluğu 3755 km, güneyden kuzeye ise 741 km'dir. Ortalama derinliği ise 1400 metredir.

Yarımada üzerinde kurulu olan Türkiye Cumhuriyeti, üç tarafı denizlerle çevrili olduğundan stratejik bir mimari ile deniz acil sağlık hizmetlerini planlamak durumundadır. Stratejik yönetim, kar amacı güden ve gütmeyen bütün organizasyonlar için bir süreç yönetimi aracıdır. Stratejik planlama ile organizasyonun amaçlarına ulaşılması için yönetilmesi gereken stratejik kararlar, sürdürülebilir kurum kültürünü oluşturarak uzun dönemde Vizyona ulaştıracaktır. Stratejik yönetim, planlama, organizasyon, uygulama ve kontrol aşamalarının tam merkezinde yer almaktadır (Ülgen ve Mirze, 2004, 26).

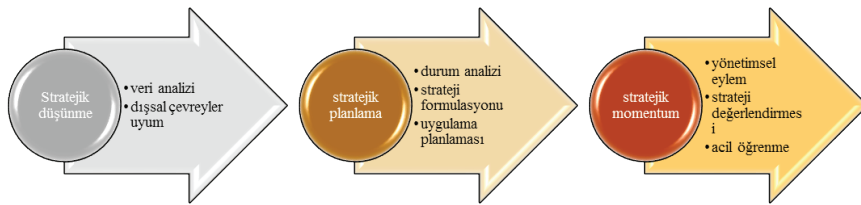
Stratejik yönetim açısından organizasyon/örgüt performansının açıklanmasında kullanılan temel paradigmadan biri kabul edilen Kaynak temelli teoridir. Kaynak temelli teori, stratejik kurguda organizasyon içi faktörlerin göz önüne alınmasını savunmaktadır (Güleş ve Bülbül, 2004, 41). Kaynak temelli teorisinin uygulamalarından birisi kabul edilen Hamel ve Prahalad'ın çalışmasına (1994) göre organizasyonların temel yeteneklerine vurgu yapılması önemlidir. Hamel ve Prahalad, dış faktörlerden çok iç faktörlere ve iç gelişime odaklanan "stratejik mimari" ile organizasyon stratejilerini kurgulamak gerektiğini savunmuşlardır. Özellikle stratejik mimarinin, gelecekte organizasyonun yeni yararlar sunması için sahip olması gereken temel yeteneklere yanıt araması gerektiğini ifade etmişlerdir (Hamel ve Prahalad, 1996, 144).

Slywotzky ise, Hamel ve Prahalad'dan farklı olarak temel organizasyon yetkinlikleri yerine, talep kısmına odaklanılması gerektiğini ileri sürmektedir. Slywotzky, bu iddiasına ek olarak klasik rekabet ve gerektirdiği yönetim anlayışından vazgeçilmesi gerektiğini tünel vizyonu ve radar vizyonu kavramları ile açıklamaktadır (Slywotzky, A. 1996). Tünel vizyonu kavramı, organizasyonun tünelin içindeki rakiplerini gözlemlemek ile uğraştığını ve bu nedenle sadece kendi sektörüne odaklanması ile körlük yaşadığını ifade ederken, radar vizyonu ise tüm sektörlerin bütününe incelemek gerektiğini anlatmaktadır.

**Tablo 4:** Zamanla değişen yönetim teknikleri

1970ler	1980ler	1990lar	2000ler	2010lar
-Portfoy yönetimi -Katılımcı yönetim -sıfır-tabanlı bütçe	-Z teorisi -Organizasyon kültürü -İçgirişimcilik -Boyut küçültme -İşleyişi yerinde görerek yönetim (Management by wandering around-MBWA) -Toplam kalite yönetimi	-müşteri odaklanması -kalite gelişimi -yeniden mühendislik -kıyaslama -kaynak-tabanlı bakış açısı	-6 sigma -Kurumsal karne(balanced scorecard) -Dönüşümsel liderlik -kendini yöneten ekipler -sanal organizasyonlar	-yenilik yönetimi -sanal gerçeklik/arttırılmış gerçeklik -4.0lular -sibernetik

Hem tünel vizyonu hem de radar vizyonu göz önüne alındığında, stratejik mimari ile “Deniz” için özel planlamalar yapılması gerekliliği göze çarpmaktadır. Acil sağlık hizmetlerinin planlı bir biçimde deniz için oluşturulması, gittikçe artan deniz trafiğinin, ülke vatandaşları kullanımında, transit ticari ve günlük geçişlerde ve yasadışı geçişlerde yaşanabilecek acil sağlık gereksinimlerine sorunsuz ve kapsamlı bir şekilde doğru yanıt vermesi gerekmektedir.

**Şekil 2:** Stratejik düşünme haritası

**Kaynak:** Yazarlar tarafından literatürden yararlanılarak geliştirilmiştir.

Stratejik düşünme, bireysel bir entelektüel süreç, bir zihniyet ve İnsanlardan kendilerini lider olarak konumlandırmalarını ve görmelerini isteyen entelektüel analiz üreten büyük resimdir. Bu noktada, Türkiye

denizlerinin sağlık yönetim hizmetleri açısından geliştirilmesi düşünüldüğünde uygulanması amaçlanan stratejik düşünme haritası stratejik momentuma ulaşmak için kurgulanmalıdır. Bu sayede, denizde acil sağlık hizmetleri açısından gelişim hızlanırken, ilerleyen senelerde gittikçe artacak olan deniz trafiğinde doğacak insani sağlık durumları için organizasyonel faaliyetler günümüzden hareketle planlanmış olacaktır. Stratejik düşünce ile;

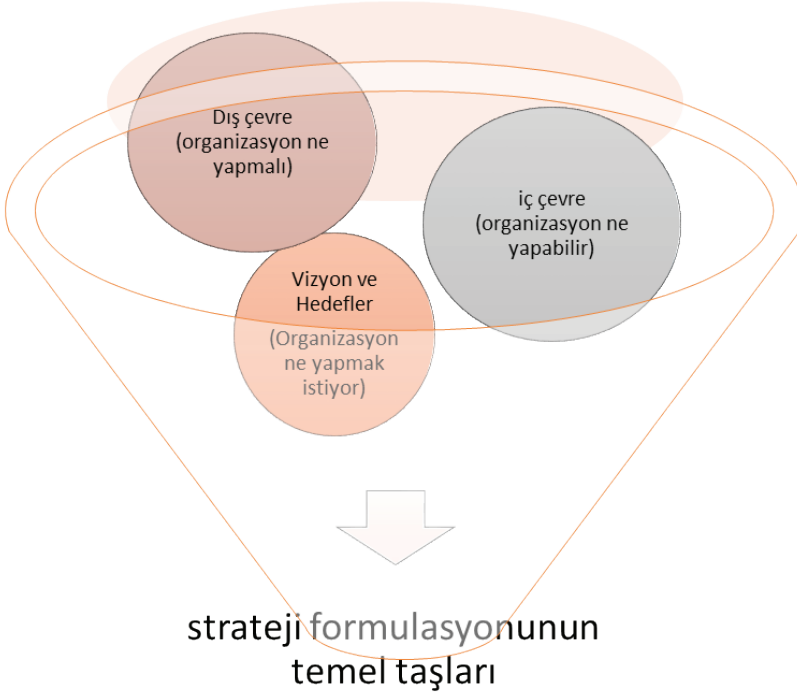
- Değişimin gerçekliği kabul edilir,
- Mevcut varsayımlar ve faaliyetler sorgulanır,
- Sistem anlayışı üzerine yeni kurallar inşa edilir,
- Olası gelecekler öngörülür,
- Yeni fikirler üretilir ve dış çevre ile organizasyonel uyum sağlanır.

Stratejik planlama kavramı ise, bir kuruluşun misyonunu ve vizyonunu kullanarak gerçekleştirmesi için bir dizi adım geliştirmenin periyodik sürecidir. Kuruluşun arzu edilen geleceği konusunda fikir birliği ve karar kuralları geliştirmek için hareket edilen bu süreçle;

- Bir strateji oluşturmak için sıralı, adım adım bir süreç sağlanır,
- Veri / bilgi uyumlanır, fikir birliğine ulaşılır,
- Organizasyonel odak oluşturulur,
- Tutarlı karar verme kolaylaştırılır,
- Kuruluşun dış çevreye uyması için neyin gerekli olduğu konusunda fikir birliğine varılır
- Belgelenmiş ve ilan edilmiş bir stratejik planla sonuçlanır.

Stratejik momentuma ulaşılması için en önemli aşama strateji formülasyonunun, stratejik planlama sürecinde ortaya konulmasıdır. Bu kapsamda, Şekil 3'te "Strateji formülasyonunun temel oluşum süreci" yer almaktadır.

**Şekil 3:** *Strateji formülasyonunun temel oluşum süreci*



**Kaynak:** *Fred Luthans, Richard M. Hodgetts, and Kenneth R. Thompson'in 1990 yılı çalışmasından uyarlanmıştır.*

Stratejik momentum kavramı ise, başarmak için stratejiyi yönetmenin günlük faaliyetleriyle ilgilidir. Bu nedenle, stratejik momentum stratejik formülasyonun stratejik planlama sürecinde oluşmasından sonra görülmektedir. Stratejinin ivmesini korumak için aktif olarak yönetilmeli ve uygulanmalıdır. Stratejik düşünme ve periyodik planlama stratejik momentumun kazanılması için asla durmamalıdır. Stratejik momentum süreci;

- Belirli hedeflere ulaşmak için fiili çalışmalar yapar,
- Karar verme süreçleri ve sonuçlarıyla ilgilidir,
- Organizasyon felsefesi ve kültürü sağlar,
- Beklentiyi, yeniliği ve mükemmelliği teşvik eder,
- Strateji performansını kontrol yoluyla değerlendirir,
- Bir öğrenme sürecidir ve kendisinden önceki stratejik düşünme ve periyodik stratejik planlamaya dayanır ve bunları güçlendirir.

Harvard Business Review dergisinin Editörlerinden Suzy Wetlaufer'a göre, karatenin paradoksal mantıktaki mu-shin felsefesi, organizasyon yöneticileri için gereken zihinsel-tasarıları içermektedir (Wetlaufer, 2000). Mu-shin felsefesi kısaca geriye çekil, her şeye bak ancak hiçbir şey görme anlamına gelmektedir. Bu felsefe, stratejik momentum sürecinde aşırı kontrol yanılıgısı ile sürecin baltalanmasının önüne geçecektir. Bu sayede, denizde sağlık hizmetlerinin stratejik formülasyonu yapılması sonrasında stratejik momentum sürecinin uygulayıcı ve planlayıcıları odak noktasını kaçırmamış olacaklardır.

### **3.Deniz Ambulansı Hizmetleri: Mevcut Yapı ve Olası Yapı Önerisi**

Deniz ambulansı, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'ndan çalışma izni almış ve yönetmelikte belirtilen tıbbi donanıma sahip olması gereken, nakil ve acil tıbbi müdahale için tasarlanmış, deniz taşıtıdır (Ambulans Hizmetleri Yönetmeliği). Ülkemiz coğrafi koşulları gereği, deniz ambulansı kullanımı adalar ve ana kara arasında hasta naklini sağlamak üzere organize edilmiştir. Ayrıca denizde tıbbi yardım gerektiren durumlarda kurtarma botu olarak görev yapabilir veya kurtarma botlar ile birlikte görev alabilir. Çanakkale, Balıkesir-Marmara adası ve İstanbul illerinde toplam 6 adet ambulans botu, başta boğulma vakaları olmak üzere, adadan ana karaya nakil, deniz kazası ya da olaylarında hasta naklinin gerektiği durumlarda hizmet vermektedir. (Korkut ve Parlak 2019). 2018 yılında toplam 3.559 vaka deniz ambulanslarla nakledilmiştir.

İstanbul ilinde deniz ambulansının konuşlanacağı uygun nitelikte liman bulunmamaktadır. Hava şartlarına göre civardaki limanlardan (Deniz Kuvvetleri, Belediye Limanları, Spor Kulüpleri Limanları) barınma talep edilmektedir. Diğer illerdeki kurtarma botlarının aynı anda 3 botun sığınabileceği büyüklükte ve olumsuz hava koşullarında rüzgâr ve dalga kesen özellikle limanları bulunmaktadır. Deniz ambulansında Sağlık Meslek Lisesi mezunu ATT ve İlk ve Acil Yardım Bölümü ön lisans mezunu Paramedikler ve Hemşireler çalışmaktadır. Deniz ambulansında çalışanların standart eğitimin dışında özel eğitimi yoktur.

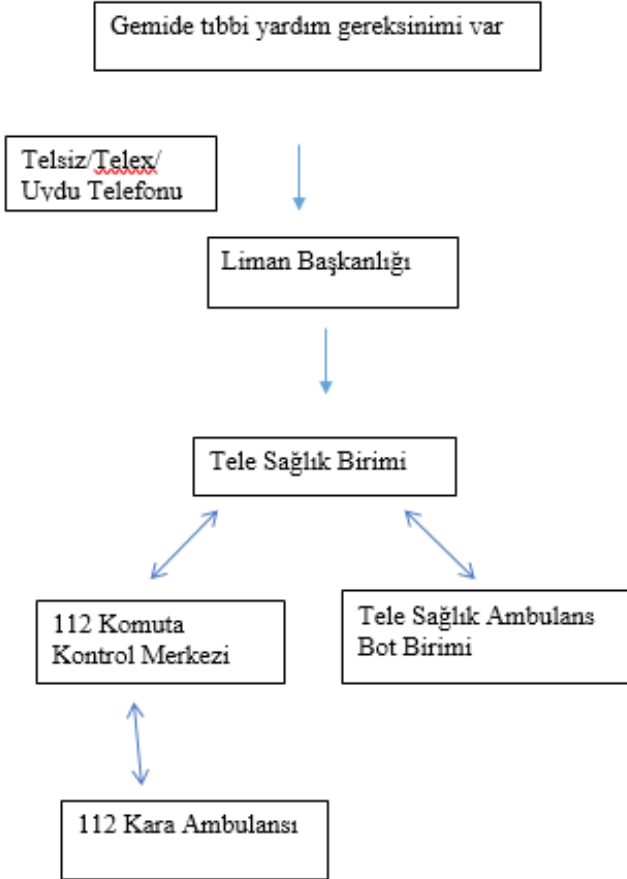
Denizde kurtarma gerektiren yangın, çatışma, batma vb. durumlarda ise Tele Sağlık Birimi olay yerine kurtarma botlarını ve ambulans botu yönlendirir. Kurtarma botları ise Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde çalışan Kıyı Emniyet botlarıdır. Olayın büyüklüğüne ve lokalizasyonuna göre kurtarma desteği için Sahil Güvenlik Komutanlığına bağlı botlarda olay yerine yönlendirilebilir.

Liman Başkanlığı Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığına bağlı, Tele Sağlık Bakanlığı Hudut ve Sahiller Genel Müdürlüğüne bağlı, 112 Ambulans

Hizmetleri Sağlık Bakanlığı Acil Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğüne bağlı olarak hizmet vermektedir. Farklı kurum ve kuruluşların organizasyonu yürütmesi hizmet standardizasyonunun önüne geçmektedir. Denizde tıbbi yardım gereksinimi olduğunda Sağlık Bakanlığı Acil Sağlık Hizmetleri Müdürlüğü bünyesindeki kuruluşların havadan ve denizden kurtarmayı yapabilecek teknik ve personel kapasiteye sahip olması beklenmektedir.

T.C. Sağlık Bakanlığı Acil Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nce deniz ambulansı hizmetleri planlanmakta olup, Türk arama-kurtarma bölgesi içerisinde seyreden tüm deniz araçları ve adalardan gelecek olan tüm acil sağlık müdahalesi taleplerinin koordinasyonla yönetilmesini sağlamaktadır.

**Şekil 4:** *İstanbul'da Örnek Bir Olaya Müdahalede Ortaya Çıkan Yapı (Mevcut Yapı)*



**Kaynak:** *Yazarlar tarafından mevcut organizasyonlar ile görüşülerek hazırlanmıştır.*



Özetle, yukarıdaki süreçte Ulaştırma Bakanlığı kapsamına giren Liman başkanlığı ilgisi dışında Tele Sağlık Birimi ile Sağlık Bakanlığı yetki alanına giren süreçler planlanmaktadır. Organizasyonda Sağlık Bakanlığı'na ilişkin birimler, olası durumlarda denizde müdahale amacı ile Kıyı Emniyeti ve Sahil Güvenlik ile de birlikte çalışmaktadırlar. Denizde gerçekleşen ve acil müdahaleyi gerektiren bir süreçte denizde karar verici otoritelerin çokluğu; organizasyonda dağınıklığa ve standardın yakalanamamasına neden olmaktadır.

Türkiye denizlerinde oluşturulması amaçlanacak bir denizde stratejik acil sağlık yönetimi organizasyonu yukarıda belirtilen dağınıklığı ve müdahale zorluğunu aşmak için öncelikle en zor durumu göz önüne alarak ideal bir organizasyon planlamaya gitmelidir. Böylesi bir organizasyonda, öncelikle Tele Sağlık Birimi'nden Yeni kurulacak Denizde 112 Hizmetleri Birimi'ne yönlendirmeler yapılmalıdır.

Müdahale başarısı ve organizasyon performansı açısından Tele Sağlık Birimi denizden gelen acil müdahale isteklerini alt birim olarak Denizde 112 Hizmetleri Birimi'ne ileticek olup, bu birim de içerisinde İngilizce bilen, denizde müdahale konusunda uzman ve yetkin, ayrıca denizi bilen ( bu konuda eğitilmiş, hatta Amatör denizci sertifikalı) yetkilendirilmiş sağlık personellerinden oluşmalıdır. Tele Sağlık Birimi'ne birden çok acil müdahale talebi geldiğinde, Denizde 112 hizmetleri Birimi İngilizce dilinde konuyu devralacak olup, Tele Sağlık Birimi ikinci acil müdahaleyi planlayarak, gemi ile teması sürdürecektir. Bu sayede, Fransız-Alman modeline benzer bir süreç denizde acil sağlık hizmetleri kapsamında sunulmuş olacaktır.

## Kaynakça

- Ülgen H. ve Mirze K.(2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayınları, İstanbul, 27.
- Güleş H.K ve Bülbül H. (2004). Yenilikçilik İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı, Nobel Yayınları, Ankara, 41.
- Hamel, G. ve Prahalad, C.K. (1996). Geleceği Kazanmak, Çev. Zülfü Dicleli, 144.
- Green L.V. and P.J. Kolesar (2004). Improving emergency responsiveness with management science. *Management Science*, 50(8):1001–1014.
- Ingolfsson A. EMS planning and management. In *Operations Research and Health Care Policy*, volume 190 of *International Series in Operations Research & Management Science*, pages 105–128. Springer, New York, 2013.
- Moore L. Measuring quality and effectiveness of prehospital EMS. *Prehosp Emerg Care* 1999. Oct-Dec;3(4):325-331. Review 10.1080/10903129908958963
- Dick WF. Anglo-American vs. Franco-German emergency medical services system. *Prehosp Disaster Med* 2003. Jan-Mar;18(1):29-35, discussion 35-37
- Fleischmann T, Fulde G. Emergency medicine in modern Europe. *Emerg Med Australas* 2007. Aug;19(4):300-302 10.1111/j.1742-6723.2007.00991.x
- Pozner CN, Zane R, Nelson SJ, Levine M. International EMS systems: The United States: past, present, and future. *Resuscitation* 2004. Mar;60(3):239-244. Historical Article.10.1016/j.resuscitation.2003.11.004.
- Odabaşı Y.(2001). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Google Haritalar, <https://www.google.com/maps/>
- Luthans F., Richard M. Hodgetts, and Kenneth R. Thompson, (1990). *Social Issues in Business: Strategic and Public Policy Perspectives*, 6th edn, p. 13.
- Wetlaufer S.(2000), “Mastering Mu-Shin Management,” *Harvard Business Review* 78, no. 5 (September–October 2000), p. 10.
- European Society of Emergency Medicine (EuSEM)
- Hui Yi, H. & Pi-Hsuan, C. C. (2010). Influence Of Message Trust in Online Word-Of Mouth On Consumer Behavior –By The Example Of Food Blog. 2010 International Conference on Electronics and Information Engineering (ICEIE 2010), 1, 395-399.
- Henderson, S.(2011). The Development of Competitive Advantage Through Sustainable Event Management, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Doi: 10.1108/1755421111114220.
- Slywotzky, A.J(1996). *Value Migration: How to Think Several Moves Ahead of the Competition*; Harvard Business School Press: Boston, MA, USA.

# Bölüm 2

## CUMHURİYET TÜRKİYE'SİNDE KADIN<sup>1</sup>

*Emine ÖZTÜRK<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Bu çalışma Emine ÖZTÜRK'ün Türk Kadınının Feminizme Bakışı adlı master tez çalışmasından üretilmiştir. Detay için bkz Öztürk., Emine, Türk Kadının Feminizme Bakışı Erzurum Örneği, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü Din Sosyolojisi Anabilim Dalı, Tez. Danışmanı: Prof. Dr. FAZLI POLAT, Erzurum, 2003.

<sup>2</sup> Prof. Dr., Kafkas Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü Din Sosyolojisi Öğretim Üyesi, E-Posta: ozturkemine25 @gmail.com, ORCID ID:0000-0003-2127-7431.



Cumhuriyet Türkiye’inde kadının sosyal tarihini anlatırken öncelikle, Millî Mücadele yıllarında Türk kadının sosyal tarihine değinmekte fayda vardır. Türk Ulusal Kurtuluş Savaşı akla geldiğinde belki de bu konuda hem yazıp çizdiği hem de bizzat cephede savaşa katıldığı ve hem de düzenlediği mitinglerle kadınları vatanın işgali konusunda uyardığı için akla ilk gelen isimlerden biri Halide Edib’dir.

### 1.1.Millî Mücadele Dönemi’nde Kadın

Meral Altındal Halide Edib Adıvar’ı şöyle anlatmaktadır: “Haziran 1919... İzmir’in işgali, yüreğimin her köşesini isyan duyguları harekete geçirmişti. Sultanahmet Meydanı’nda toplanan 200 bin insanın kalbi sanki bir anda atıyordu. Bu elektriği en çok hisseden ise aralarındaki hatipti: «ben İslamiyet’in bedbaht bir kızıyım. Ve bugün talihsiz, fakat aynı derecede kahraman devrinin anasıyım. Eğitimini Amerikan Kız Koleji’nde yapmıştı ve millî mücadeleye nutuklarla değil, elde silahla girebilecek kadar yürekliydi. 1884 İstanbul’da doğan Halide Edib Adıvar ilk yazılarını Vakit; Akşam; Mecmuâ ve Şehbal’de 1908’den itibaren yazmaya başlamış ve daha matematikçi Salih Zeki Bey’le evlenmiş, İstanbul Edebiyat Fakültesi’ne profesör olmuştur. İlk eşinden ayrıldıktan sonra doktor bir eşle evlenecek ve yaşamındaki büyük değişiklikler bundan sonra başlayacaktı. İstanbul düşman kuvvetleri tarafından işgal edilmişti. Sultanahmet protesto mitinglerinde düşmana ilk başkaldıranlardan biri oluyor ve ateşli konuşmaları ile halkı isyana çağırıyordu. Daha sonra kocası ile Anadolu’ya Mustafa Kemal’in yanına geçecek ve nedenle idama mahkûm edilen ilk kadın olacaktır. Adı listede Atatürk’ten hemen sonra geçiyordu. Cumhuriyetin ilanı sırasında başçavuşluk rütbesine yükseltilen Halide Edib Adıvar, sivil hayata dönecek ve Kurtuluş Savaşını “Vurun Kahpeye” ve “Ateşten Gömlek” ile yaşatacaktı. Türk kadınları içinde Halide Edib’in Adı «var»dır”.<sup>1</sup> Burada Meral Hanım’ın biraz da duygusallıkla anlattığı Halide Edib’i aslında önemli kılan onun Türk milletinin en zor döneminde tam bir aydın gibi hareket Edib halkın içinde savaşa katılabilecek cesaret ve metaneti gösterebilmesidir. Oysa o aslında iyi eğitim görmüş bir konak kızıdır. Ama elinde silah cepheye katılmakta hiçbir tereddüdü göstermemiştir. Bunu Ayşe Durakbaşa şöyle ifade etmektedir. “Halide Edib Hanım Saray memurlarından Edib Bey’in kızı, bir İstanbul hanımefendisiydi ve çocuklarını uzaklara yurtdışına eğitime yollamış kendini tam bir sorumlulukla ve kendinden vazgeçişle bu davaya adamıştı. O Ankara’da kendisini epik bir kavganın ve varoluş mücadelesinin bir üyesi olarak hissetmektedir. Durakbaşa daha sonra Halide Edib’in The Tuksih Oreal adlı İngiltere’de iken kaleme aldığı anılarından şu alıntılar yapıyor. Halide Edib Hanım

1 Altındal, Meral; Osmanlı’da Kadın, Altın Kitaplar Yayınları, İstanbul, 1994, s. 202 .

Karargâhtaki manzarayı ise şöyle özetliyordu. -Karargâhtaki hayatımız son derece sade ve gösterişsizdi. Adeta yeni kurulmuş bir sufi öğretisinin üyeleriymişçesine, başlangıç aşamasındaki sofuluk içinde yaşıyorduk-”<sup>2</sup> İşte Halide Edib Hanım savaşa böyle katkıda bulunurken dönemin hiçbir aydın kadını boş durmamaktadır.

Meral Altındal, Osmanlı Devleti'nin son yılları ile Kurtuluş Savaşı sırasında yararlılık gösteren kadınlardan söz etmektedir. “Dünyanın hiçbir milletinde, Anadolu köylü kadınının fevkinde kadın yoktur” diyen Atatürk, İstiklal Savaşı'nın kazanılmasında kadınların büyük katkısı olduğunu ifade etmiştir. Çift sürüp, tarla ekerek aile ocağının dumanını tütüren, kağnyı yavrusuyla cepheye silah taşıyan ve sofradaki yeri, sarı öküzden sonra gelen Anadolu kadınları, yurtseverliğin cinsiyeti olmadığını ortaya koymuşlardır. Dr. Fahri Can “Ordumuzun tek kadın askeri Halide Onbaşı'dır. Kırk arabalık, Nakliye Kolu Kumandanı Bilecikli Ayşe Çavuş, Türkmen kadınlardan meydana gelen diğer kollar ve Adana'ya yaya görülen Adile Çavuş gibi daha nicelerini zikretmek icap eder” demektedir.

“Köy kadınları sırtlarında yalnız cephaneye değil, şehir yükünü de taşıyordu. İstanbul hanımlarından Milli mücadeleye fiilen katılacak Saime Hanım'dan başkasını tespit edemedik” diyen Fevziye Tansel<sup>3</sup>, kestirme, bir yol bulup Anadolu'ya geçecek ve milli mücadele saflarına katılacaktır. Kırım Harbi'nde adından söz edilmeye başlanan Türk kadını, kadınlığın ve cesaretin eski Türk destanlarında kalmadığını İstiklal Savaşı'nda kanıtlamıştır. Namık Kemal'e Vatan Yahut Silistre'yi yazdıran hayal gücünden çok yaşanmış gerçeklerdir.<sup>4</sup>

Kurtuluş Savaşı'nda önemli yararlılıklar gösteren kadınlardan biri de Batı Cephesi'nde savaşan Kara Fatma'dır. Atatürk'ün “Kara Fatma” adını verdiği bu kahraman ise, İstiklal Savaşı'nda Atatürk'ten vazife isteyen Fatma Seher'dir: Ayağında mes, belinde fişekliği ve elinde kamçısıyla Atatürk'ten emir bekleyen Fatma Seher, Erzurumlu Yusuf Ağa'nın kızıdır. Kocaeli grubuna bağlı milli müfrezelerden birinde çalışan Seher, Harb-i Umumi sırasında kocasıyla birlikte Yanıkkışla'da bulunmuştu. Mütarekeden sonra kocasının ölümüyle Erzurum, daha sonra Adana, Dinar, Afyon, Nazilli ve İznik'teki çarpışmalara katılarak yaralanmıştı. Kuvayı Milliye'nin kadın kahramanlarından Kara Fatma, aldığı emirle, 15 genci etrafına toplayıp teşkilat kurmuştu. Afyon'da Yunanlılara esir düşecek ve Başkumandan Trikopolis'un huzuruna çıkarılacaktı. On dokuz gün sonra kaçmayı başaran Kara Fatma üsteğmenliğe terfi edecekti. Büyük zaferden sonra kendisine bağlanan maaşı bir hayır kurumuna bağışlayan

2 Durakbaşa, Ayşe, *Halide Edib ve Türk Modernleşmesi ve Feminizm*, İletişim Yay., İst., 2000., s. 133-138.

3 Altındal, a.g.e., s. 202

4 Altındal, a.g.e., s. 208

Kara Fatma, son yıllarını yoksulluk içinde geçirmişti. Kara Fatma aylık alacak ama bir yıl sonra ölecek, hayattaki tek zenginliği taşıdığı yürek ile üzerinden hiç çıkarmadığı bir istiklal madalyası olacaktı.<sup>5</sup>

Ayrıca Nene Hatun da ismi zikredilmesi gereken bir diğer şahsiyettir. “1877’deki Türk-Rus Harbinde gösterdiği kahramanlıkla adını tarihe duyuran Nene Hatun idi. İstiklal Savaşı’ndan önceki kadın mücahitlerimizin tanınmışıdır. Şöhreti, biraz da uzun yaşamasına bağlıdır, 1955’te zatürreden öldüğünde 100 yaşına yaklaşmış bulunuyordu. Nene Hatun’un benliğinde bütün kadınları kutsayan Mithat Cemal şu dizeleri “Erkek acaba kimdir, eğer sen de kadınsan ruhun adı olmaz: Ne kadınsın ne kızsın, bir tane değilsin Nene Hatun, sayısızın.” Rusların batı cephesinden Ayestefanos’a (Yeşilköy), doğu cephesi Aziziye Tabyaları’na dayandığı günlerde, Nene Hatun yirmi yaşlarında bir gelindi. Aziziye Baskını üzerine Erzurumlu kadınlar evlerinde ne varsa kılıç, satır ne buldularsa alıp Aziziye Tabyası’na koşmuşlardı: İşte bu kadınlar arasında Nene Hatun da vardı. 93 Harbi, diye bilinen 1877 Türk-Rus Savaşında kahramanlar arasında Name Kadın, Nene Hatun ve Gülizar Kadın gibi Erzurumlu olanlardan biri de Kara Fatma’dır. Düşman ordusu Erzurum’u kuşattığında Kara Fatma, Aziziye Tabyası’nda askere su ve yiyecek getirip, yaralarını saran bir Osmanlı kadınıdır.”<sup>6</sup>

Millî mücadelenin kadın kahramanlarından Süreyya Sülün, Van’da doğmuştu. Erek kasabasından toplanan 500 kişilik çeteye, Süreyya, üç erkek kardeşiyle birlikte katılmıştı. Iğdır’ın savunmasında bu kardeşlerini şehit veren Süreyya Sülün, kahramanca dövüşmeye devam eder. Müfreze Kumandanı Ali Haydar Bey’in üzüntüsünden intihar ettiği çatışmalarda dört kişi kalıncaya kadar savaş meydanında ayrılmayan Süreyya, daha sonra yaralanarak Erzurum’a geri dönecektir.

Sakarya Meydan Muharebesi’ni kaybedip Afyon’a dönen Türk ordusunun bir kolu da Akıncılar çetesi idi. Yunanlılarla çarpışan akıncılar çetesinin cesaret kaynağı ise Gördesli Makbule’dir. 1921 yılında Halı Efe ile evlenen Makbule, kocasının akıncılar çetesine katılmıştır. 1922’de Kocayayla’daki çatışmalarda korkusuzca ileri atılan Makbule, alını hedefleyen bir kurşunla şehit düşecektir.<sup>7</sup>

“Ben kadın olduğum halde ayakta duruyorum da siz erkek olduğunuz halde saklanmaktan utanmıyor musunuz?” diyerek Fransız karargâhına hücum edilmesini sağlayan Tayyar Rahmiye, Osmaniye’de doğmuştu. Millî kuvvetlere gönüllü katılan Rahmiye, Osmaniye’deki Fransız karargâhına doğru hızla atılmış ve karargâha on adım kala şehit düşmüştü. Bu yüzden kendisine uçan anlamına gelen “Tayyar” denilmiştir.

5 Altındal, a.g.e., s. 209-210

6 Altındal, a.g.e., s. 211-212.

7 Altındal, a.g.e., s. 213.

Rahmiye'nin müfrezesini Fransız karargâhına gizlice götüren ise, bir başka kadın, Hatice idi. Bu iki kadının çabaları ile Fransızlar esir edilmişti.

Türk Jandark'ı denilen küçük Nezahat, öksüz kaldığı 8 yaşından itibaren cephede babasıyla bulunmuş ve askerlere cesaret vermiştir. Hatta Yunanlılar, Küçük Nezahat'in bulunduğu 70. Alaya "Kızlı Alay" adını takmıştır. Yetmişinci Alay Kumandanı Hafız Halid'in kızı Nezahat'e, Ocak 1921'deki meclis görüşmeleri sırasında İstiklal Madalyası verilmesi de talep edilmiştir. Görüşmeler sırasında Bolu Mebusu Tunalı Hilmi Bey, Küçük Nezahat'e Osmanlı tarihinde ilk defa görülecek "Onbaşı Hanım" unvanı verilmesini dahi isteyecekti.

Bir de adıyla değil fedakarlıklarıyla tarihe yazılan kadınlar vardır. Yorganını kendi üstüne değil, cephaneye örttüğü için donarak şehit düşen Seydiler Köyünden bir kadın, Anadolu'nun binlerce isimsiz, kadın kahramanlarından biridir.<sup>8</sup>

## 1.2. Cumhuriyet Dönemi İnkılapları ve Kadın

Türk kadınının cumhuriyet döneminde kazandığı haklar, kurulan genç Türkiye Cumhuriyeti'nin ve bilhassa Atatürk'ün istek ve görüşleri doğrultusunda gerçekleştirilen büyük sosyal değişim çerçevesinde yani Türk İnkılabı'nın temel ilkeleri doğrultusunda hayata geçmiştir. Türk kadını nasıl savaşta cephede erkeğin yanında yerini almış ve vatani için canını vermişse savaştan sonra da bu inkılâp ve sosyal değişim sürecinde yerini alması gerektiği düşüncesinin bir yansıması olarak daha önce sahip olmadığı haklar kendisine verilmiştir.<sup>9</sup>

Osmanlı Devleti'nin son döneminde kadın hakları konusunda pek çok adımlar atılmış ve aslında kadının sosyal statüsünün iyileştirilmesi hususunda önemli mesafeler kat edilmeye başlanmıştır. Neticede bu iki devletin tebeası yani milleti aynıdır. Milletleri, aynı olan bu iki devletten önceki döneminde yapılan mücadeleler sonraki dönemde netice verecekti. Osmanlı Devleti döneminde kadın hakları konusunda yapılan mücadeleler, Cumhuriyet döneminde gerçek meyvesini verecek ve Türk kızları artık milletvekili dahi olmaya başlayacaklardır. Şu kadarı var ki, Cumhuriyet önemindeki kadın hakları ile ilgili reformlar Osmanlı döneminde başlayan kazanım denebilecek sürecini oldukça hızlandırmış ve Türk kadınlarının bu haklara daha erkence kavuşmalarını sağlamıştır. Bu haklar için Cumhuriyet kadının çok fazla mücadele etmesine bile gerek kalmamıştır. Ancak problem burada yani reformların yapılmasında değildi; problem bu reformların yapılış sürecinin hızlılığının toplum tarafından hemen algılanması ve yine hemen, önce kişilerin kendi

8 Altındal, a.g.e., s. 213-214.

9 Çaha, Ömer, *Sivil Kadın*, çev. Ertan Özensel, Vadi Yay., Ankara, 1996, s. 88.



ruhlarına yani bireysel yaşamlarına daha sonra da toplumsal yaşama uygulanmasının oldukça zor olmasıydı. Zira aynı eğitim düzeyine, aynı toplumsal çevreye ve aynı kuşağa mensup insanların bile aynı sosyal olay ve olgular ile değişim süreçleri karşısında gösterdikleri tepkilerin farklı oldukları düşünülürse toplumun oldukça farklı kesimlerine ve sınıflarına mensup insanlar tarafından bu reformların benimsenmesinin hemen olamayacağı ortaya çıkacaktır. Türk toplumunda bu reformların sosyal hayat içinde benimsenmesi ve uygulanması kuşkusuz ki zaman alacaktı.

### 1.3. Cumhuriyet Dönemi Ders Kitaplarında Kadın

Cumhuriyet ideolojisi, kadın hakları konusunda ciddi bir zihniyet ve bakış açısı değişikliğini gerçekleştirmek gerektiğini düşünerek bu konuya eğilmeye başladı. Ve bu zihniyet değişikliğinin de en başta eğitim ile olacağını farkında olan genç Cumhuriyet'in başta Atatürk olmak üzere tüm reformcuları öncelikle ders kitaplarını, yapılmak istenen yeni reformlar ve bu reformlar çerçevesinde oluşturulacak yeni toplumsal cinsiyet rolleri doğrultusunda yeniden düzenlemişlerdir. Bu yeni ders kitaplarında kadınlar okuyan yazan, çizen, öz güven sahibi ve özgür karakterler olarak tanıtılıyordu. Erkekler ise müşterek bir aile hayatının ortak bir hamisi olarak tanıtılmıştır.

Türkiye'de yapılmış bir araştırma çocuklara kitaplarla dayatılan ve bu yolla oluşturulan toplumsal cinsiyet konusuna Firdevs Gümüšoğlu tarafından kaleme alınan, "*Cumhuriyet Ders Kitaplarında Cinsiyet Rollerini*" başlıklı makaleyle ışık tutuyor. Bu araştırma 1928-1998 arası kapsamaktadır. Araştırmada kullanılan örnek kitaplar ise Köy Kıraatı, Okuma Kitabı, Türkçe, Hayat Bilgisi, Sosyal Bilgiler, Tarih Aile Bilgisi, Ev Ekonomisi ve Uygulaması, Yurt Bilgisi, Yurttaşlık Bilgisi kitaplarıdır.<sup>10</sup> Bu makalede anlatılanlara göre "1930'lu ve 1940'lı yıllardan 1945 yılına kadar kaleme alınan kitaplarda yaratılmaya çalışılan kadın imgesiyle 1945 tarihinden sonra yazılan ders kitaplarındaki kadın imgesi arasında büyük bir fark ortaya çıkmıştır. 1945'ten önce anneye, ülkenin kuruluşuna katkıda bulunması açısından önemli işlevler yüklenirken ve aile içi geleneksel roller yoğun olarak vurgulanmazken; bu tarihten sonra artan sayıda örnekle, kadınların asıl görevinin evi, ailesi olduğu ders kitaplarına girmiştir. 1945 yılı 5. Sınıf Okuma Kitabı'nda on iki yıl içinde kadının statüsü hakkında yapılanlar şöyle anlatılıyor. "Eskiden kadın kapalı yaşar, bir iş tutmaz, erkeğin eline bakardı. Şimdi kadın özgenliğine (özgürlüğüne) kavuşmuştur. Erkek gibi açık geziyor, çalışıyor, kazanıyor. Cumhuriyet bunlardan başka ona komutaya sayılabilecek (meclise milletvekili)

10 Gümüšoğlu, Firdevs, "*Cumhuriyet Döneminin Ders Kitaplarında Cinsiyet Rollerini (1928-1998)*", *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, Tarih Vakfı Yayınları ve Türkiye İş Bankası ortak yayını, İstanbul, Ekim /1998, s.101.

ve belediyeye aza olmak hakkını da vermiştir ki bu pek çok ileri memleket kadınının elde edememiş oldukları bir haktır.”

1945’lerden sonra ders kitaplarında resmedilen kadın tipini 1982 Hayat Bilgisi ders kitabındaki bazı örnekler<sup>11</sup> gayet iyi açıklamaktadır. Bu örneklerle göre anne yalnız yemek yapar, yün eğirir, ev işi yapar, baba ise dışarıda çalışır, para kazanır ve o parayı harcar. Bu fikir yeni yetişen çocuğun zihnine işlenerek eğer kız ise annesi gibi bir anne, erkek ise babası gibi bir baba olması ondan istenir, böylece yazılı materyal yoluyla toplumsal cinsiyet oluşturulmuştur bile. Burada bizim için asıl temel delili teşkil edecek olan husus şudur ki, Cumhuriyet’in ilk dönemlerindeki ders kitapları kadının toplumsal kimliğini değiştirmek amacıyla hazırlanmış öğelerle doludur. Ancak 1945’ten sonraki ders kitapları yeniden kadının androsentrik gelenekteki rollerine vurgu yapmaya başlamışlardır.

1945 öncesi ders kitaplarında çizilen kadın portresi bireysel özgürlüğünü elde etmiş olan, çalışan, kazanan, atıl olmaktan kurtulmuş, sosyal üretime katkıda bulunan ama aynı zamanda Halide Edib’in dediği gibi vatan hukukunu kadınlık hukukundan önde tutan bir kadın tipolojisidir. Bu kadın tipolojisi daha sonra “Cumhuriyet Kadını” olarak adlandırılacaktı. Aslında bu, toplumsal cinsiyet rollerinde yapılmak istenen bir değişimdi. 1945 öncesi ders kitaplarında oluşturulmaya çalışıldığından söz ettiğimiz yeni Türk kadını tipini Mediha Şen Sancakoğlu, güftesi ve bestesi kendisine ait olan Türk Kadını Marşı<sup>12</sup> adlı parçada dile getirmiştir.

#### 1.4. Cumhuriyet Döneminde Kadın Hakları

Cumhuriyet döneminde pek çok sahada olduğu gibi kadınlar ve onun sosyal ve hukuki kazanımlarıyla ilgili sahada da günün icaplarına uygun birtakım değişiklikler yapılmasının düşünüldüğünü açıkça ortaya koyduktan sonra şimdi de konuyla ilgili olarak Cumhuriyet Dönemi’nde yapılan değişikliklere değinelim:

“1924 yılında yeni bir Türk Medeni Yasası hazırlamak için çalışmalara başlanmıştır. Bu konuyla görevlendirilen İstanbul’daki Adliye Vekâletine bağlı olarak çalışan Hukuk-u Aile Komisyonu’nun çalışmaları istendiği gibi yürümektedir. Bu çalışmaların verimli gitmemesi neticesinde 1926 yılında Avrupa’da Aile Hukuku sahasında en mükemmel kanun sayılan İsviçre Medeni Kanun’u kabul edilmiştir.”<sup>13</sup> Kadın haklarının esas temelini teşkil eden ve kadına toplumda eşit haklar sağlayan Medenî

11 Gümüšoğlu, a.g.m., *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, 102, 109-114.

12 <https://turkuluyurekleryy.blogspot.com/2017/12/mediha-sen-sancakoglu-aydn-bir-turk.html>; Erişim Tarihi: 20.02.2021

13 Kırkpınar, *Leyla, Türkiye’de Toplumsal Değişme ve Kadın*, Kültür Bakanlığı Yay., Ank., 2001, 177-178.

Kanun'un 4 Ekim 1926 tarihinde yürürlüğe girmesiyle, Türk kadının gelişmesini engelleyen çelik halatlar koparılıp atılmıştır.<sup>14</sup>

Türk kadınları, 1926 yılında Medenî Kanun'un kabulünü, medenî haklarını tekrar kazanacağı ve Türk ailesinin hakiki temellerinin yeniden kurulacağı biçiminde algılamıştır. 1926 yılının koşullarına göre Medeni Yasa'nın getirdiği hükümler kadına adeta çağ atlatmıştı. Ne var ki, demokratik gelişme dönemlerinde, kadının sosyal statüsüne paralel olarak kimi yönlerinin yeniden ele alınıp düzenlenmesi gereken statüsü, ne yazık ki yeterince yapılamamıştır. Bu reform yapılamadığı için de kadının daha da eşitlikçi duruma gelmesi gereken statüsü, düne göre geride kalmıştır".<sup>15</sup>

Bu yasa, kadınlara bilhassa kendi dönemindeki diğer ülkelerde uygulanan yasalarla kıyaslandığında zamanın çok ilerisinde de sayılabilecek olan pek çok kazanım getirmekle birlikte birtakım sorunları da içinde barındırmaktaydı. Ancak kanundaki eksiklikleri toplumun farklı kesimleri farklı biçimlerde işlemekteydi. Yani farklı toplumsal kesimler bu yasada farklı eksiklikler görüyorlardı.

Bu döneme ilişkin bir de siyasi kazanımlar vardı. Bu kazanımlar da yine 1930'lu yılların diğer ülkelerine göre oldukça ileri reformlardı. Gazi M. Kemal, Afet İnan'ı kadınlara genel oy hakkı tanınması ile ilgili çalışmalar yapmak üzere görevlendirmiştir. 3 Nisan 1930'da Türk kadınların belediye seçimlerine katılma, belediye seçimlerinde seçme ve seçilme hakkı; 26 Ekim 1933'te kadınlara köyde muhtar ve ihtiyar heyetleri seçimlerinde oy kullanmaları ve aynı zamanda muhtar ve ihtiyar heyetine seçilme hakkı verilmiştir. <sup>16</sup> 5 Aralık 1934'te ise kadınlar genel seçimlerde de erkeklerle aynı konuma geliyorlar, kadınlara milletvekili seçimlerinde seçme ve seçilme hakkı tanınıyordu. 1 Mart 1935'te TBMM'ye 18 kadın katılıyordu. Bu kadın milletvekillerinin çoğu eğitim ailesine mensup okul müdür ve idarecileriydi.

Bütün bu süreçte belki de katkılarından söz edilebilecek tek kadın hareketi vardır. O da Türk Kadınlar Birliği'dir. Şimdi Türk Kadınlar Birliği'nin tarihçesine bir göz atalım. Birten Gökyay Türk Kadınlar Birliği hakkında özetle şunları söyler. "Türk Kadınlar Birliği Cumhuriyet döneminde kurulan (7 Şubat 1924) ilk kadın derneğidir."

Tüm bu reformlarla birlikte Türk kadınları sosyal hayatta sendikal faaliyetlerden kütüphaneciliğe, akademik sahadan hukuk sahasına kadar her sahada kendilerini göstermeye başlamışlardı.<sup>17</sup>

14 Kırkpınar, ag.e., s. 178.

15 Kırkpınar, a.g.e., s. 179.

16 Kırkpınar, a.g.e., s. 193-196.

17 Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunda kamusal hayatta ilk olan kadınların isimleri için bkz. Topçuoğlu, Orhan; *Cumhuriyet Dönemi'nde Olaylarda ve Mesleklerde Basınımızda Yer Alan İlk Kadınlar*, Ankara, 1984, s.130-131.

Cumhuriyet Dönemi'nde kendi alanlarının ilki olan kadınlardan bilhassa ilk milletvekili olan kadınlar üzerinde biraz düşünmek gerektiği kanaatindeyiz. Çünkü eski dönem tabiriyle ilk kadın sayınlardan Atatürk'ün kendisine Satı dediği Hatı Çırpan, mecliste hiç konuşmadığını ancak konuşursa ilk müdafaa edeceği konunun çocukları sersefil ettiği için boşanmanın kaldırılması olacağını söylemiştir. Arslan Tufan Egemen'in 27.11.1935'te 7. Gün Mecmuası'nda yayınladığı kendisiyle yapılan röportajda Hatı Çırpan diğer kadın milletvekillerinin de henüz mecliste söz alıp konuşmadıklarını ifade etmektedir. Kadın milletvekillerinin mecliste henüz söz almamış olmaları da bize bu kadınların milletvekilliğine ve kadınların değişen statüsüne yeni yeni uyum sağlamaya başladıklarını göstermektedir. Ayrıca bu ilk kadınlar arasında belki de sayılması gereken en önemli simlerden biri de Türkiye'de başbakanlık yapan ilk kadın olan Prof. Dr. Tansu Çiller'dir. Tüm bu reform süreçleri çok hızlı bir biçimde gerçekleşmiştir.<sup>18</sup>

### 1.5. Cumhuriyet Döneminde Kadın Hareketi

Konumuza Cumhuriyet Tarihi'nde Türk Kadınlar Birliği'nden başka kurulmuş olan kadın hareketlerini anlatarak başlayacağız. İlk dönemlerden beri mevcut kadın derneklerinden biri de daha çok Virginia Woolf'un ifade ettiği annelik şefkatiyle tüm toplumu kucaklamaya çalışan, yardım işleri organize eden bir dernek olan Yardım Sevenler Derneği'dir. 19 Şubat 1928'de Kadın Esirgeme Kurumu olarak kurulan Yardım Sevenler Derneği, Dernekler Kanunu'nun çıkmasıyla 1938'de bizatihi Atatürk'ün önerisiyle adını Yardım Sevenler Derneği olarak değiştirmiştir. Derneğin ilk kurucusu Fitnat Fevzi Çakmak'tır.

İstanbul Soroptimist Kulüpleri Derneği (1948), Üniversiteli Kadınlar Derneği (1949), Türk Amerikan Kültür Kadınları Derneği, Kadının Sosyal Hayatını Tetkik Kurumu gibi pek çok dernek faaliyet sürdürmüştür. Bunlardan Üniversiteli Kadınlar Derneği'nin kurucuları arasında Avukat Süreyya Ağaoğlu gibi pek çok kadın vardır. Bu derneğin amacı üniversite eğitimi almış kadınlar arasında uyumlu bir iş birliği sağlayarak bu iş birliği vasıtasıyla kadınların aydınlatılması ve Türk kadınını yurtdışında temsil etmektir.

1948 yılında Müfide Ferit Tek'in kurduğu ilk soroptimist kulübü İstanbul'da faaliyete başladı, 1995'te bu kulüplerin sayısı otuz altıya ulaştı. Soroptimist, "en iyi amaçlayan kadın" demektir. Soroptimistliğin amacı iş, meslek hayatı ve yaşamın diğer alanlarında yüksek ahlak ilkelerine bağlı kalmak, tüm insanların insan haklarını sağlamak ve özellikle kadınların durumunun iyileşmesini temin etmek, bütün ülkelerin soroptimistleri

---

18 Topçuoğlu, a.g.e., s.130-131.

arasında dostluğu canlı tutmak, uluslararası anlayışa ve evrensel dostluğa katkıda bulunmaktır.

Kadının Sosyal Hayatını Araştırma ve İnceleme Derneği, 1953 yılında Afet İnan tarafından kurulmuştur. Türk Anneler Derneği ise 1959 yılında Halide Nusret Zorlutuna tarafından kurulmuş olup derneğin amacı, kadınların ve bilhassa annelerin insan eğitimi hususunda geliştirilmesiydi. Ayrıca Türk Kadınlar Konseyi, Türk Kadınları Kültür Derneği gibi dernekler de feminist hareket hususunda faaliyet gösteren kadın dernekleridir. Tüm bunlardan başka bir de 1990 senesinde İstanbul'da İstanbul Kadın Kuruluşları adı altında birlikte çeşitli eylem ve etkinlikler gerçekleştirilmiştir. İstanbul'daki tüm kadın kuruluşları bu birliğin üyesidirler.<sup>19</sup>

Ayrıca Başkent Kadın Platformu vardır ki, bu platform 11 Ekim 1995 senesinde kurulmuş ve kuruluşunu da Kadının Statüsü Genel Müdürlüğüne bildirmiştir. Bu platforma üye pek çok vakıf, dernek ve girişim grubu bulunmaktadır.<sup>20</sup> Amaçları ise kadınların mevcut durum ve problemlerini tespit ederek onların fikri, siyasi, hukuki, psikolojik, sosyal, ekonomik, varlığını geliştirecek alternatif görüşler, teorik ve pratik çözümler üretmek, insan mutluluğuna katkıda bulunabilmek için kadınlar arası diyalog, iletişim ve dayanışmayı sağlamak, farklı gruplardan kadınları bir araya getirerek ortak yararlar doğrultusunda çalışmalar planlamak, toplumun dini, insani ve ahlaki değerleri dikkate alan faaliyetlerde bulunmak, insanların akıl, din, nesil, can ve mal emniyetinin sağlanması, evren ve doğanın yaratılış gayesine uygun şekilde değerlendirilmesi ve korunmasına katkıda bulunmayı amaçlayan çalışmalar gerçekleştirmektir. Ancak Yeşim Arat, Başkent Kadın Platformu ve bu platformla aynı paralelde çalışmalar yapan Gökkuşluğu İstanbul Kadın Platformu'ndan, “*The Turkish Economic and Social Studies Foundations*” adlı çalışmasında bu kuruluşlar daha çok dini ve ahlaki değerleri ön plana çıkararak faaliyetlerini yürüteceklerini bahsetmelerinden dolayı olsa gerek İslamcı ismiyle söz etmekte ve bu iki kadın platformunu İslamcı Kadın Hareketleri ve Kuruluşları olarak lanse etmektedir. Aynı şekilde *Birten Göktay* da “*20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek*” adlı konferansta sunduğu “*60'lardan 90'lara Kadın Derneklerine Bakış*” adlı çalışmasında bu derneklerden İslamcı dernekler olarak bahsetmektedir. Ayrıca yine Yeşim Arat, Bursa, Konya, Antalya ve Diyarbakır'da da aynı tarzda kadın kuruluşlarının bulunduğunu söylemektedir. Arat, araştırmasının devamında İstanbul Gökkuşluğu

19 Göktay, Birten, “60'lardan 90'lara Kadın Derneklerine Bakış”, *20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek*, Edt: Oya Çitci, TODAİE (Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü), İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi Yayınları Ank., Kasım/1998, s. 467-488.

20 Göktay, a.g.m., *20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek*, s. 483-484.

Kadın Platformuna üye kuruluşların adlarını da zikreder.<sup>21</sup> Biz bu kadar dernek ismi vermeyi yeterli bulmaktayız. İşte bu kadın dernekleri daha çok muhafazakâr kimlikleriyle ön plana çıkarak bazı çalışmalar yapmaya çalışmışlardır. Bu iki platform ve muhafazakâr kimliklerini ön plana çıkaran kadın dernekleri aslında bir anlamda feminist ahlak geliştirmek hususunda katkıları olabilecek kurum ve kuruluşlardır.

Buraya kadar Cumhuriyet'in ilk dönemlerindeki kadın hareketlerinden, daha sonra da 60'lardan bugüne kadınların haklarını savunacağı iddiasıyla ortaya çıkan kadın derneklerinden ve bu kadın derneklerinin amaç, hedef ve gayelerinden kısaca bahsettik. Şimdi de kısaca 80'li yıllardan sonra Türkiye'de gerçek anlamıyla açığa çıkmaya başlayan feminist hareketlerden söz etmeye çalışalım. Feminizm ilk olarak Osmanlı döneminde Türkiye'ye gelmiş ve Osmanlı kadınları 1800'lü yılların bilhassa ikinci yarısından itibaren Avrupalı hemcinsleriyle birlikte erkek şovenizmine karşı mücadele vermişlerdir. Birinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesinden sonra Osmanlı kadınlarının kurduğu Teali Nisvan Cemiyeti gibi pek çok cemiyet kadın hakları için mücadele vermek yerine yurt savunmasına katkıda bulunmak için faaliyetlerini yardım alanına kaydırmışlardır. Onların sloganı ise. "Vatanın Hukuku Kadınlık Hukukundan Mühimdir" şeklindeydi. Dönemin, halkı milli savunmaya çağıran afişlerinde Anadolu yarımadası genç bir kız olarak simgelenmiştir. Artık hakkı savunulması gereken yegâne kadın Anadolu'dur. Kadınlar artık eforlarını İstiklal Savaşı'nın bitimine kadar Millî Mücadele'ye ayırmışlardır. Ancak Millî Mücadele'den sonra Cumhuriyet'in kurulmasıyla bu kez de maddi plandaki kalkınma ön plana geçivermiştir. Kadınlar bu dönemde seçimlerde oy hakkı dışında çok fazla bir talepte bulunmamışlardır.

Kadınlar 8 Mart 1975 tarihinden itibaren her yıl bu tarihte Dünya Kadınlar Günü'nü kutlamak üzere bir araya geldiler. Bu toplantılar daha sonra Amerikan Kültür Merkezi'ne taşındı. Kadınlar burada farklı feminist akımlar hakkında bilgi edinmeye başladılar. Bu toplantılarda sol feminist hareketten gelen kadınlar tamamen dışlandılar. Artık kadınlar bilhassa Liberalist ve Sosyalist feministler olmak üzere ikiye ayrıldılar.

Daha sonraki dönemlerde, yukarıda ismini zikrettiğimiz birtakım kadın dernekleri varlıklarını korusalar da Türkiye'de feminizmin gerçek anlamıyla ortaya çıkışı 1980'lere rastlamaktadır. Türkiye her alanda olduğu gibi feminizm alanında da Avrupa'yı birkaç yüzyıl geriden takip etmiştir ve ancak 1980'lerden sonra gerçek anlamıyla Türkiye'de kadın hakları tartışılmaya başlanmıştır. Ve işte tam da bu dönemde pek çok feminist akım da Türkiye'de kendine taraftar bulmaya başlamıştır ve

21 İstanbul Gökkuşuğu kadın Platformuna üye kuruluşların isimleri için bkz. Arat, Yeşim, Political Islam, in Turkey and Woman Organizations, TESEV Yay., İst., 1999, s. 77-83.

Türk feministleri de liberal, radikal ve sosyalist gibi gruplara ayrılmaya başlamışlardır.

1980’lerde öncelikle Avrupa’daki feminist literatüre dair temel eserler çevrilmeye başlanmıştır. Öncelikle YAZKO’nun yayımladığı *Somut Dergisi*’nde bir sayfa kadınlara ayrılmış ve bu Türkiye feministlerinin en çok takip ettiği yayın olmuştur. Türkiye’deki pek çok feminist tartışma buradan yola çıkılarak filizlenmiştir. Bu yeni feminist hareketin bilhassa Başkent ayağının en önemli sloganı “*kişisel olan politiktir*” ibaresidir. Ki bu slogan Avrupa’da radikal feministlerin sloganıdır. Daha sonra ilk olarak Türk feministleri Nükhet Sirman’ın evinde toplanarak feminizmi, birbirlerini ve haklarını tanımaya çalışmışlardır. Bu kadınların pek çoğu sol hareket içinde yıllarca çalışmış olup kadın haklarına gerçek anlamda saygısını görmemiş olan kadınlardır. Kadınlar artık birebir kendi hayatlarını sorgulamaya başlamışlardır. İlerleyen dönemde örgütlenme sürecine girdiklerinde kadınlar gruplara ayrılmaya başlamışlardır.<sup>22</sup>

Sonraki süreçte bu kadın girişimleri sonuç vermeye başladı. 1987’de *Kadınlara Karşı Her Türü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi*’nin imzalanması için imza kampanyası başlatılmıştır. 8 Mart 1987 tarihinde bu sözleşmenin imzalanması için toplanan dilekçeler Meclis’e verilmiştir. Anneler gününde de “*Annenizi seviyor, karınızı dövüyor musunuz?*” söylemiyle gösteriler yapılmıştır. Daha sonra Perşembe Grubu denen bir grup toplantılar düzenlemeye başlamıştır. Bu toplantıların temel konusu “Nasıl feminist politika yapılabileceği?” 11-12 Şubat 1989 tarihinde Türkiye’deki kadın grupları biraya geldi. Bütün bunların ardından 19-21 Mayıs 1989 tarihinde I. Kadınlar Kurultayı düzenlendi. Kadın Dayanışma Ağı kuruldu. İşte bu ağı kuranlardan biri feminizmi şöyle tanımlamıştır: “Feminizm, içi değişik koşullarda hem toplumsal hem kişisel düzeyde değişik biçimlerde doldurulabilecek bir projedir.” Feminist hareketin denilebilir ki, Osmanlı Kadın Hareketi’nden sonraki ilk dalgası Türkiye’de 1980’lerdeki bu feminist harekettir. 1980’lerdeki feminist hareket kadın hareketi açısından çok önemli işlevler yerine getirmiştir. Öncelikle bu dönemde feminist literatürün en temel eserleri Türkçeye çevrilmeye başlanmıştır. Ayrıca yine 80’li yıllarda feminizm, üniversitelerin gündemine akademik bir konu olmak anlamında derinlemesine girmiştir. Yani kısaca feministlerin deyimiyle feminist sözlüğe sızmıştır.<sup>23</sup>

1980’lerle ilgili kanımca en çok değinilmesi gereken bir konu da yine 80’li yıllarda “*Dayağa Hayır*” kampanyalarının yürütülmesidir. Bu kampanyaların başlangıcı ise 1987’de Çankırı’da kocasından sürekli

22 Timisi, Nilüfer Gevrek, Meltem Ağduk, “1980’ler Türkiye’sinde Feminist Hareket”, *90’larda Türkiye’de Feminizm*, İletişim.Yay, İst., 2002, s.15-20.

23 Timisi, Nilüfer Gevrek, Meltem Ağduk, a.g.m., *90’larda Türkiye’de Feminizm*, s. 20-39.



dayak yiyen hamile bir kadının açtığı boşanma davasını reddeden hâkimin karara gerekçe olarak eski bir atasözünü göstermesidir. Bize Çankırı'daki bu olayı aktaran Nazik Işık hâkimin kararına gerekçe olarak “Kadının sırtından sopayı eksik etmemelisin” şeklindeki atasözünü gösterdiğini ve bundan sonra tüm ülke çapında Dayağa Hayır kampanyalarının başlatıldığını söylemektedir. Bu haberin kamuoyuna çokça yansımaları üzerine, 17 Mayıs 1987’de başlatılan kampanyaya beklenenin çok üzerinde bir katılım olmuştur. Bu kampanya ile birlikte 1990’lı yıllarda bu konuya daha yakından ilgi gösterilmiş ve kadınların şiddete uğramalarını önlemek üzere bağımsız danışma merkezleri ve sığınma evleri kurulmuştur. 1992-93 yılları arasında Mor Çatı Kadın Sığınma Vakfı faaliyete başlamıştır. Bu sığınma evi, Ankara’daki Kadın Dayanışma Vakfı ve vakfa bağlı Altındağ Kadın Dayanışma Merkezi’ne bağlı olarak kuruldu. Bütün bu mücadeleleri neticesinde kadınların 1990’larda önemli sayılabilecek pek çok kazanımları oldu. Örneğin Çocuk Esirgeme Kurumları bünyesinde kadınlara özel mekânlar oluşturuldu ve böylece kadınların korunması bizatihi devlet bünyesinde ele alınmaya başlandı. Ayrıca 4320 sayılı Aileyi Koruma Kanunu çıkarıldı.<sup>24</sup>

Medeni Kanun’da da kadının durumunu iyileştirici pek çok uygulamaya gidildi.<sup>25</sup> Yürürlüğe konan bu yasaların dışında bir de kısa adı KSGM olan Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü’nün kuruluşu bizim açımızdan önemli bir yer teşkil etmektedir.<sup>26</sup>

Sonuç olarak, Türk kadını bilhassa Cumhuriyet’in kuruluşu yıllarında vatanın hukukunu kadınlık hukukunun önüne koymuştur, kadın hakları gibi bir problemin çözümüne dönemin ne sosyal ne de siyasi konjonktürü müsaade etmemiştir. Medeni Kanunu’nun kabulü yahut kadına seçme hakkının verilmesi gibi hukuki ilerlemeler ise Türk kadınının talep mücadelesi ile kazandığı haklar değildir. Belki de yine dönemin şartları gereği bu haklar bilhassa daha çok devletin Türk kadınına belki milli mücadelede gösterdiği yararlılıkların karşılığı sunduğu bir bağış niteliğindedir. Ancak bu haklar zamanla kadınlar bilinçlenip hak ve vazifelerinin farkına vardıkça anlam kazanacaktır. Aslında Türk yahut Osmanlı kadın hareketi en başından beri Türk kadınlığının tümünü kapsayacak bir söylem geliştirmeyi asla başaramamıştır. Millî mücadele yılları haricinde Türk kadın hareketi, asla bütünleyici bir hareket olamamıştır. Zira Türk kadın hareketi temelde toplumun üst ve orta-üst tabakalarında oluşmuş, daha entelektüel kadınlara has bir girişim olarak süregelmiştir. Toplumsal bir hareket olarak yeniden

24 Işık, S.Nazik, “1990’larda Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Hareketi İçinde Oluşmuş Bazı Gözlem ve Düşünceler”, 90’larda Türkiye’de Feminizm, İletişim. Yay., İst., 2002, s.41-73.

25 Akgün, Nilüfer, “Medeni Kanunda ve Aileyi Koruma Yasasında Değişiklik”, Türk Kadınlar Birliği Trabzon Şubesi, s.14.

26 Cumhuriyet’in 75. Yılında Türkiye’de Kadının Durumu, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ank., Kasım/1998, s. 73-95.



başlaması çok sonralara 80’li yıllara rastlar. Ancak bu dönemde bile yine daha çok burjuva denebilecek bir sınıfa mahsus bir hareket olma özelliğini sürdüren Türk feminizmi, hemen her kadının hak ve vazifelerinin bilincine varmaya başladığı 90’larda gerçek halk tabanını yakalayabilmiştir. Bu bilinçlenme sürecinde, bizim yukarıda kendilerinden İslamcı diye söz edildiğini belirttiğimiz kadın hareketinin yani halk tabanıyla daha iç içe muhafazakâr kadın hareketlerinin oluşumunun da büyük etkisi vardır. Nilüfer Göle kadın hareketlerini Müslüman kadının toplumda görünür kılınması olarak nitelemekte ve bilhassa İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri adlı eserinde manevi değerlere vurguyu, kadın kimliğine vurguyla birlikte ön plana çıkararak bu kadınların muhafazakâr sosyal duruş ve pozisyonlarını tartışmaktadır.<sup>27</sup>

---

27 Konuyla ilgili daha geniş bilgi için bkz. Göle, Nilüfer, *Modern Mahrem*, Metis Yay., İst.,1991.

## KAYNAKÇA

- Akgün, Nilüfer, “*Medeni Kanunda ve Aileyi Koruma Yasasında Değişiklik*”, Türk Kadınlar Birliği Trabzon Şubesi.
- Altındal, Meral; *Osmanlı’da Kadın*, Altın Kitaplar Yayınları, İstanbul, 1994.
- Arat, Yeşim, *Political Islam*, in *Turkey and Woman Organizations*, TESEV Yay., İstanbul, 1999.
- Cumhuriyet’in 75. Yılında Türkiye’de Kadının Durumu*, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, 1998.
- Çaha, Ömer, *Sivil Kadın*, çev. Ertan Özensel, Vadi Yay., Ankara, Nisan/1996.
- Durakbaşı, Ayşe, *Halide Edib ve Türk Modernleşmesi ve Feminizm*, İletişim Yay., İstanbul, 2000.
- Göktay, Birten, “60’lardan 90’lara Kadın Derneklerine Bakış”, **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek**, Edt: Oya Çitci, TODAİE (Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü), İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi Yayınları Ankara, 1998.
- Göle, Nilüfer, *İslamın Yeni Kamusal Yüzleri*, Metis Yay., İstanbul, 2000.
- Göle, Nilüfer, *Modern Mahrem*, Metis Yay., İstanbul, 1991.
- Gümüšoğlu , Firdevs, “*Cumhuriyet Döneminin Ders Kitaplarında Cinsiyet Rollerini (1928 -1998)*” , **75 Yılda Kadınlar ve Erkekler**, Tarih Vakfı Yayınları ve Türkiye İş Bankası ortak yayını, İst., Ekim /1998.
- <https://turkuluyurekleryy.blogspot.com/2017/12/mediha-sen-sancakoglu-aydn-bir-turk.html>; Erişim Tarihi:20.02.2021
- Işık, S.Nazik, “*1990’larda Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Hareketi İçinde Oluşmuş Bazı Gözlem ve Düşünceler*”, 90’larda Türkiye’de Feminizm, İletişim. Yayınları, İst., 2002.
- Kırkpınar, Leyla, *Türkiye’de Toplumsal Değişme ve Kadın*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ank., 2001.
- Timisi, Nilüfer Gevrek, Meltem Ağduk, “1980’ler Türkiye’sinde Feminist Hareket”, *90’larda Türkiye’de Feminizm*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2002.
- Topçuoğlu, Orhan; *Cumhuriyet Dönemi’nde Olaylarda ve Mesleklerde Basınıımızda Yer Alan İlk Kadınlar*, Ankara, 1984.

# Bölüm 3

## HASTANE ÇALIŞANLARININ GÜÇ MESAFESİ ALGILARININ ÖRGÜTSEL SESSİZLİK DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ<sup>1</sup>

*Dilruba İZGÜDEN<sup>2</sup>*  
*İpek CAMUZ BERBER<sup>3</sup>*

<sup>1</sup> Bu çalışma 10-13 Ekim 2019 tarihinde gerçekleşmiş olan 3. Uluslararası 13. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi'nde sunulan özet bildirinin genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Arş. Gör. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, dilrubaizguden@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6938-8854

<sup>3</sup> Arş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, ipekcamaz@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-4807-9139



## 1. Giriş

Örgütlerin etkili yönetimi ve örgütsel başarı için insan gücü en önemli kaynaklardan biri olarak görülmektedir. Ancak yapılan çalışmalar, çalışanların örgütteki potansiyel sorunlar konusundaki bilgi ve düşüncelerini bilinçli olarak sakladıklarını ve bu durumun örgütler arasında çok yaygın olduğunu göstermektedir. Bu da örgütsel sessizlik çalışmalarının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Çakıcı, 2008: 118). Örgütsel sessizlik, örgüt çalışanlarının işleri ve örgütü güçlendirmeye ilgili bilgi, düşünce ve fikirlerini bilinçli bir şekilde saklaması olarak ifade edilmektedir (Morrison ve Milliken, 2000: 707). Daha geniş bir ifade ile örgütsel sessizlik, değişimi etkileyebilme yeteneğine sahip olan kişilerin, örgütsel durumların gelişimiyle ilgili hususlarda, bilişsel, davranışsal ve duygusal olarak samimi görüşlerini paylaşmaması olarak tanımlanmaktadır (Pinder ve Harlos, 2001: 334). Örgütsel sessizliğin oluşmasının altında pek çok neden bulunabilmektedir. Örgütlerdeki hiyerarşik yapılanma, ast-üst ilişkileri arasındaki mesafenin genişliği, yöneticilerden olumsuz geri bildirim alma korkusu benzeri faktörler çalışanları örgütsel sessizliğe itmektedir. Bu nedenledir ki; örgütsel sessizliğe yol açabilecek unsurlardan biri olarak Hofstede'nin güç mesafesi kavramı gösterilebilecektir. Güç mesafesi; bir toplumdaki, örgütteki üyelerin (özellikle daha az güçlü üyelerin) gücün eşit dağıtılmadığını kabul etme, bekleme durumlarını ifade etmektedir (Mooij ve Hofstede, 2010: 89; Hofstede vd., 2010: 61; Hofstede, 2011: 9). Güç mesafesinin yüksek olduğu örgütsel kültürlerde daha merkezi, hiyerarşik bir yapılanma söz konusu iken, güç mesafesinin düşük olduğu örgütsel kültürlerde ise daha merkezi olmayan yapılanmalar mevcuttur (Gümüştakin ve Emet, 2007). Yüksek güç mesafesinin bulunduğu örgütlerde yöneticilerin daha otoriter yapıda olduğu, çalışanların yöneticileri ile fikir ayrılığına düşme konusunda korku yaşadığı ve fikir beyan etme noktasında çekimser kaldığı görülmektedir (Hofstede vd.,2010: 61). Güç mesafesinin yüksek olduğu bir kültürde yetişen yöneticiler, kendilerini diğer çalışanlara göre daha üstün görme ve astlarının düşünce ve görüşlerini önemsememe eğilimdedirler. Böyle bir kültürde yöneticiler kararlarını, çalışanlara danışmadan almaktadırlar. Çalışanlar da yöneticilerin aldıkları bu kararları kabul ederek sessiz kalma yoluna gitmektedirler. Yani örgütlerdeki güç mesafesi, çalışanların sessizlik davranışı sergilemesine neden olmaktadır.

Sağlık hizmeti sunumunda önemli bir yere sahip olan sağlık insan gücünün sağlık kurumuna ilişkin sorunlar hakkında sessiz kalma davranışı sergilemeleri o kurumun faaliyetlerini etkileyebilmektedir. Sağlık hizmetlerinin birincil amacı insan sağlığını korumaktır. Sağlık çalışanları arasında oluşabilecek iletişim sorunları, sağlık çalışanlarının örgütsel sorunlar hakkında sessiz kalmaları, düşüncelerini saklamaları,

gizlemeleri gibi davranışlar bu amaçların gerçekleştirilmesi açısından olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Bu çalışmanın amacı; bir üniversite hastanesinde çalışmakta olan personelin örgütsel sessizlik davranışlarının ve güç mesafesi algılarının belirlenerek, hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının örgütsel sessizlik davranışları üzerine etkisinin tespit edilmesidir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Örgütsel Sessizlik

Türk Dil Kurumu sözlüğünde sessizlik, ortalıkta gürültü olmama, sessiz olma durumu olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Bir örgüt içerisindeki sorunlar hakkında iş görenler bazen konuşmayı tercih ederken bazen de sessiz kalmayı tercih etmektedirler. İş görenlerin neden ve nasıl sessizleştikleri, en çok hangi konularda seslerini çıkarmada isteksiz oldukları gibi konuların açığa çıkarılması örgütsel başarı açısından önem arz etmektedir (Milliken vd., 2003: 1454). Morrison ve Milliken (2000: 706) sessizliğin kişilerin bilgilerinin yetersiz olmasından, kendilerini anlatma imkanlarının olmamasından, düşüncelerinin ifade etmenin gereksiz olduğu inancından kaynaklanabileceğini savunmuşlardır. Sessizlik, sadece insanların konuşmaması durumu değil, aynı zamanda yazı yazmaması, konuşulanları duymazdan gelmesi, olumsuz tutum sergilemesi ve göz ardı edilmesi durumudur (Deniz vd., 2013: 691).

Örgütsel sessizlik, örgüt çalışanlarının işleri ile ilgili ve örgüte güç kazandırabilecek düşünce ve bilgilerini bilinçli şekilde saklaması olarak tanımlanmaktadır (Morrison ve Milliken, 2000: 707). Daha geniş bir ifade ile örgütsel sessizlik, örgütsel değişimi sağlama potansiyeline sahip çalışanların, örgütün gelişmesine katkı sağlayacak konulardaki fikirlerini davranışsal, bilişsel ve duygusal olarak saklamaları ve paylaşmamaları olarak tanımlanmaktadır (Pinder ve Harlos, 2001: 334). Sessizlik kavramının, yalnızca sesliliğin zıttı olarak algılanmaması gerektiğine vurgu yapan Van Dyne ve arkadaşları (2003: 1360) çalışanların, genellikle ilgili bir bilgiyi, diğer çalışanlarla paylaşmayı o bilgiyi korumaları durumunun da sessizlik olarak nitelendirilebileceğini ifade etmişlerdir. Örgütsel sessizlik ile ilgili yapılan tanımlamalar sessizliğin genellikle; aktif, bilinçli ve kasıtlı bir davranış olarak ele alındığını göstermektedir (Kahveci ve Demirtaş, 2013: 169).

Sağlık hizmeti sunumunda önemli bir yere sahip olan sağlık insan gücünün sağlık kurumuna ilişkin sorunlar hakkında sessiz kalma davranışı sergilemeleri o kurumun faaliyetlerini etkileyebilmektedir. Sahip olduğu bazı özellikler (sağlık hizmeti ihtiyacının ne zaman ortaya çıkacağını bilmemesi, acil ve ertelenemez olması gibi) sağlık hizmetlerini diğer

hizmetlerden ayırmaktadır. Bu özelliklerden dolayı hastalarla sürekli etkileşim halinde olan sağlık çalışanlarının verimlilik, performans ve motivasyonlarını etkileyen faktörlerin tespit edilmesi gerekmektedir. Sağlık hizmetlerinin birincil amacı insan sağlığını korumak ve geliştirmektir. Bu nedenle sağlık çalışanları arasındaki iletişim sorunları, kurumda ortaya çıkan sorunlar karşısında düşünce ve görüşlerini beyan etmekten kaçınmaları ve sessizlik davranışı sergilemeleri bu amacın gerçekleştirilmesi konusunda olumsuz sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Bunu önlemek için sağlık çalışanlarının sessizlik davranışı gösterip göstermediklerinin, neden ve hangi konularda sessiz kalmayı tercih ettiklerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Çalışanların örgütsel sorunlarla ilgili sergileyecekleri tutumları ve davranışları analiz etmek sağlık kurumları için önem arz etmektedir (Yeşilaydın vd., 2015: 629).

Sessizlik davranışının etkili yönetilebilmesi için sessizlik durumunun hangi şartlarda ve durumlarda ortaya çıktığının bilinmesi gerekmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde yöneticilerin astlarından olumsuz geri bildirim almaya dair korkuları; yöneticilerin, çalışanların güvenilmez, çıkarıcı veya bencil olduklarına; yönetime dair birçok şeyi en iyi kendilerinin bildiğine; örgüt içindeki birlik ve uzlaşmanın iyi bir örgüt yapısının işareti olduğuna; anlaşmazlık ve karşıt görüşlerin örgüt içinde kaçınılması gereken unsurlar olduğuna dair inançları (Karacaoğlu ve Cingöz, 2008: 160-161), başka çalışanlara zarar vermek istememe düşüncesi gibi bireysel korku ve inançlar, örgütsel yapı ve politika uygulamaları (Durak, 2014: 94) gibi faktörlerin çalışanların sessizlik davranışı sergilemelerine neden olduğu görülmektedir. Ayrıca deneyim eksikliği, başarıma ihtiyacının düşük düzeyde olması, iletişim sorunu, özsaygının düşük olması gibi bireysel faktörler; sessizlik iklimi, hiyerarşik yapının varlığı gibi örgütsel faktörler; üst yöneticilerin örtük inançları, üst yönetime güvenin az olması gibi yönetsel faktörler ve çalışanların olumsuz biri olarak algılanacaklarına, örgütten izole edileceklerine dair korkuları ile açıkça konuşmalarının herhangi bir yarar sağlamayacağına dair inançları çalışanların örgüt içerisinde sessiz kalmalarında etkili rol oynamaktadır (Çakıcı, 2010: 19).

Çalışanların örgütsel sorunlara yönelik sergiledikleri sessizlik davranışları genel olarak kabullenici (razı olunan) sessizlik, savunmacı sessizlik ve prososyal sessizlik olmak üzere 3 farklı şekilde ortaya çıkmaktadır (Pinder ve Harlos, 2001; Van Dyne vd., 2003; Briensfield, 2009; Perlow ve Repeating, 2009; Çakıcı, 2010).

**Kabullenici Sessizlik:** çalışanların örgütteki gelişmelere karşı razı göstermeye dayalı olarak bilgi, görüş ve düşüncelerini ifade etmemeleri olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle katılım düzeyinin az olduğu pasif bir davranış türüdür. Kabullenici sessizlikte çalışanlar, var olan durumu kabul

etmekte, konu hakkında konuşmak istememekte ve durumu değiştirmeye yönelik hiçbir girişimde bulunmamaktadırlar (Çakıcı, 2010).

**Savunmacı Sessizlik:** Korku temelli biçimde, çalışanların kendilerini korumak amacıyla bilgi, fikir ve görüşlerini saklamaları olarak tanımlanmaktadır (Van Dyne vd., 2003: 1367). Bu sessizlik türünde çalışanlar örgüt içinde herhangi bir probleme sebep olmaktan sakınmak için yöneticilerinin kararlarını kabul ederler veya sessiz kalmayı tercih ederler (Morrison ve Milliken, 2003). Savunma anlamındaki sessizliği diğer sessizlik türlerinden ayıran fark, savunma anlamındaki sessizliğin çalışanlara diğer alternatifleri ölçüp biçerek kendileri için en güvenli seçenek olarak fikir, bilgi ve düşüncelerini saklayıp saklamama konusunda bilinçli bir seçim yapma olanağı sağlamasıdır.

**Prososyal Sessizlik:** Örgütün ya da diğer kişilerin yararlarını gözetmek amacıyla iş ile ilgili bilgi, görüş ve fikirlerin kasıtlı şekilde ifade edilmemesidir. Bu sessizlik türünde çalışanların sergilediği davranışlar, başkalarının yararına odaklanmış kasıtlı ve proaktif türden davranışlardır (Van Dyne vd., 2003: 1368).

## 2.2. Güç Mesafesi

Hofstede farklı toplumlardaki bireylerin tutum ve davranışlarının farklılık göstermesinin kültürel sebeplerini incelemek üzere çalışmalar yapmıştır (Demir, 2017: 33). Hofstede'nin çok uluslu büyük bir şirket olan IBM (International Business Machines) çalışanları üzerinde yapmış olduğu çalışmasından yola çıkarak ve konuyla ilgili yapılan diğer çalışma sonuçlarıyla da bağdaştırarak ortaya koymuş olduğu kültürel boyutlar; Güç Mesafesi, Belirsizlikten Kaçınma, Bireyselci / Toplulukçu, Maskülen / Feminen, Kısa Vadeli / Uzun Vadeli Oryantasyon ve Sınırlama / Hoşgörü şeklindedir (Hofstede, 2011: 6-8). Hofstede'in çalışmalarının bir kısmında ise kültürel boyutlar 5 madde şeklinde ele alınarak sınırlama/hosgörü maddesine yer verilmemiştir (Hofstede, 2001: xix-xx; Mooij ve Hofstede, 2010: 88). Fakat Hofstede'nin yapmış olduğu güncel çalışmalarında altı boyutun yer aldığı görülmektedir.

Hofstede'nin kültürel boyutları arasında yer alan güç mesafesi bir toplumdaki, örgütteki üyelerin (özellikle daha az güçlü üyelerin) gücün eşit dağıtılmadığını kabul etme, bekleme durumlarını ifade etmektedir (Mooij ve Hofstede, 2010: 89; Hofstede vd., 2010: 61; Hofstede, 2011: 9). Güç mesafesi kişilerarasındaki güç farklılıklarını saptar ve daha az gücü olanın bu durumu nasıl algıladığını ortaya koyar (Hofstede, 2001: 83). Bu tanımlamada eşitsizliğin liderler yani gücün yüksek seviyede olduğu kişiler tarafından kabul edilmesine ek olarak daha az gücü olan kişiler tarafından da kabul ediliyor olmasının gerektiği ortaya konmaktadır.



Yani güç dağılımdaki eşitsizlik gücü elinde bulunduramayan bireyler tarafından da beklenen ve kabul edilen bir durum halindedir (Hofstede, 2011: 9). Yüksek güç mesafesinin bulunduğu toplumlarda her birey sosyal bir hiyerarşi içerisinde bir yere sahiptir. Bireylerin toplumdaki rolleri ve sosyal hiyerarşideki yerleri statülerini de gösterir niteliktedir (Mooij ve Hofstede, 2010: 89).

Eşitsizliğin, güç mesafesinin seviyesi toplumlar, toplumda yer alan örgütler bağlamında değişim göstermektedir (Hofstede, 2011: 9). Bu bağlamda Hofstede (2011: 9-10)'ın düşük ve yüksek güç mesafesinin bulunduğu toplumlar arasındaki farklılıkların ve bu toplumların özelliklerinin yer aldığı tabloya (Düşük ve Yüksek Güç Mesafeli Toplumlar Arasındaki 10 Fark) yer verilmektedir.

*Düşük ve Yüksek Güç Mesafeli Toplumlar Arasındaki 10 Fark*

<b>Düşük Güç Mesafesi</b>	<b>Yüksek Güç Mesafesi</b>
Güç kullanımı meşru ve iyilik- kötülük kriterlerine tabi olmalıdır.	Güç toplumun iyilik veya kötülükle mücadele etmesinin temel bir gerçeğidir, meşruiyeti önemsizdir.
Ebeveynler çocuklarına eşit olarak davranırlar.	Ebeveynler çocuklara itaat etmeyi öğretir.
Yaşlı insanlara ne saygı duyulur ne de korkulur.	Yaşlı insanlara hem saygı duyulur hem de korkulur.
Öğrenci merkezli eğitim	Öğretmen merkezli eğitim
Hiyerarşi, kolaylık sağlamak için kurulan rollerin eşitsizliği anlamına gelir.	Hiyerarşi, varoluşsal eşitsizlik anlamına gelir.
Astlar danışılmayı bekler.	Astlar ne yapılmasının gerektiğinin söylenmesini bekler.
Çoğulcu hükümetler çoğunluğun oyuna dayanır ve barışçıl bir şekilde değişir.	Otokratik hükümetler seçime dayanır ve devrim tarafından değiştirilir.
Yolsuzluk nadir; skandallar politik kariyerlere son verir.	Yolsuzluk sık; skandallar örtülüdür.
Toplumdaki gelir dağılımı oldukça dengeli.	Toplumdaki gelir dağılımı çok dengesiz.
Dinler, inançların eşitliğini vurgular.	Dinler rahipler hiyerarşisine sahiptir.

*Kaynak: Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. Online readings in Psychology and Culture, 2(1), 8.*

Hofstede'nin yüksek ve düşük güç mesafesinin bulunduğu toplumların özelliklerini tablolastırmasından; düşük güç mesafesine sahip kültürel yapıdaki toplumlarda gelir, güç kullanımı, insan ilişkileri vb. konularda daha adil, eşit bir dağılıma sahip olduğu, yüksek güç mesafesinin bulunduğu toplumlarda ise gücün dağılımında eşitsizliklerin söz konusu olduğu, daha otoriter, itaatkâr yapılanmaların var olduğu anlaşılmaktadır.

Hofstede toplumların kültürel yapılarının, toplumun içerisinde yer alan örgütlerin yapısını ve bireylerin özelliklerini, tutumlarını da etkilediğini

ortaya koymaktadır (Gümüştekin ve Emet, 2007). Toplumun bir birimi olan örgütlerde de Hofstede'nin kültürel boyutlarından güç mesafesi, gücün dağılımında görülen eşitsizlikler kendini göstermektedir. Örgütlerde bulunan hiyerarşik yapılar, ast-üst ilişkileri de güç mesafesinin örgütteki yansımalarına verilebilecek en güzel örneklerdendir (Hofstede, 2001: 82).

Yüksek güç mesafesinin bulunduğu örgütsel kültürlerde daha merkezi, hiyerarşik bir yapılanma söz konusu iken, güç mesafesinin düşük olduğu örgütsel kültürlerde ise daha merkezi olmayan yapılanmalar mevcuttur (Gümüştekin ve Emet, 2007). Hofstede ve arkadaşları (2010: 61) da benzer biçimde güç mesafesinin yüksek olduğu örgütlerde yöneticilerin daha otoriter yapıda olduğunu, çalışanların yöneticileri ile fikir ayrılığına düşme konusunda korku yaşadığından ve fikir beyan etme noktasında çekimser kaldığını ifade etmiştir. Düşük güç mesafesinin bulunduğu örgütlerde ise yöneticilerin daha çok danışman rolü üstlendiği ve çalışanların yöneticileri ile iletişim kurmada ve görüşlerini bildirmede daha girişken olabildiği belirtilmiştir. Hofstede ve arkadaşları ayrıca güç mesafesinin düzeyinin örgütlerde yönetici ve ast arasındaki bağımlılık düzeylerini de ortaya koymada etkili olduğunu dile getirmiş ve düşük güç mesafeli örgütlerde yönetici ile ast arasında sınırlı bağımlılık, danışman-danışman rolü bulunmakta iken yüksek güç mesafeli örgütlerde ise daha katı bir bağımlılığın söz konusu olduğunu ifade etmişlerdir.

### **3. Yöntem**

#### **3.1. Amaç**

Bu çalışmanın amacı; bir üniversite hastanesinde çalışmakta olan personelin örgütsel sessizlik davranışlarının ve güç mesafesi algılarının belirlenerek, hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının örgütsel sessizlik davranışları üzerine etkisinin tespit edilmesidir.

#### **3.2. Evren ve Örneklem**

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'de incelemeye alınan bir üniversite hastanesinin çalışanları oluşturmaktadır. Anketler 1-15 Mart 2019 tarihlerinde hekim, hemşire, ebe, diğer sağlık personeli ve diğer personele (idari personel, temizlik-güvenlik görevlileri vb.) uygulanmıştır. Araştırmada kolayda örneklem yoluyla 240 ankete ulaşılarak elde edilen anketler değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

#### **3.3. Veri Toplama Aracı**

Çalışmada veriler, Van Dyne ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilen ve Taşkiran(2012) tarafından Türkçeye uyarlanmış 15 maddeden

oluşan “Örgütsel Sessizlik Ölçeği” ve Varoğlu ve arkadaşları (2000) tarafından geliştirilen 10 maddelik “Güç Mesafesi Ölçeği” aracılığıyla toplanmıştır. Örgütsel Sessizlik Ölçeği’nde kabullenici sessizlik (1-5. Maddeler), savunmacı sessizlik (6-10. Maddeler) ve prososyal sessizlik (11-15. Maddeler) olmak üzere 3 alt faktör bulunmaktayken, Güç Mesafesi Ölçeği ise tek boyuttan oluşmaktadır. Veri toplama aracında 5’li Likert tipi ölçek kullanılmış olup, ankete cevap verenlerin ifadelerine katılma düzeyi hiç katılmıyorsa “1”, tamamen katılıyorsa “5” puan aralığında ölçeklendirilmiştir. Anketin son bölümünde ise demografik sorular yer almaktadır.

### 3.4. Analiz Yöntemi

Araştırmada kullanılan formlar aracılığıyla elde edilen veriler Sosyal Bilimler İçin İstatistik paket Programı (SPSS-24.0) kullanılarak bilgisayara aktarılmış ve verilerin analizi bu program aracılığıyla yapılmıştır. Analizde, katılımcılara dair demografik bilgiler için sıklık ve yüzdelik hesaplamaları yapılmıştır. Anket formunda örgütsel sessizlik ve güç mesafesi alt faktörleri içerisinde yer alan maddelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmış, istatistikî değerlendirmeler bu puanlar temel alınarak yapılmıştır. Veriler normallik testine tabi tutularak, her bir boyutun basıklık ve çarpıklık değerleri bulunmuş, örgütsel sessizlik alt boyutları ve güç mesafesi boyutunun normal dağılım gösterdiği görülmüştür. Bu doğrultuda boyutların demografik değişkenlere göre karşılaştırmaları yapılırken parametrik testler kullanılmıştır. İkili grupların karşılaştırılmasında parametrik testlerden olan ‘iki bağımsız ortalama arasındaki farkın önemlilik testi (t testi)’ ve üç ve üzeri grubun karşılaştırılmasında ise parametrik testlerden olan ‘varyans analizi (ANOVA) (F testi)’ kullanılmıştır. İki den fazla değişkenli grupların karşılaştırılması sonucunda gruplar arasında fark bulunduğu, farkın kaynağını tespit etme üzere izleme (post-hoc) testlerinden ‘Tukey’s-b testi’ kullanılmıştır. Ayrıca bireylerin güç mesafesi algılarının örgütsel sessizlik davranışları üzerindeki etkisini incelemek üzere regresyon analizi yapılmıştır.

### 4. Bulgular

Araştırma çerçevesinde hastane çalışanlarının ele alınan bağımsız değişkenlere göre dağılımına Tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Hastane Çalışanlarının Demografik Özellikleri

Değişkenler	Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	103	43.5
Kadın	134	56.5
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	144	61.8
Evli Değil	89	38.2
<b>Yaş (Yıl)</b>		
18-30	86	35.8
31-39	91	37.9
40+	63	26.3
<b>Görev</b>		
Hekim	50	20.9
Hemşire/Ebe	84	35.1
Diğer Sağlık Personeli	70	29.3
Diğer	35	14.7
<b>Eğitim Durumu</b>		
Lise	48	20.3
Ön lisans	54	22.9
Lisans	78	33.1
Lisansüstü	56	23.7
<b>Toplam Çalışma Yılı</b>		
1-5	80	33.5
6-11	79	33.1
12+	80	33.5
<b>Hastanedeki Çalışma Yılı</b>		
1-3	87	36.4
4-7	92	38.5
8+	60	25.1
Toplam	240	100

Tablo 1’de görüleceği üzere, araştırmaya katılan hastane çalışanlarının dağılımları birbirine yakın olmakla birlikte çoğunluğunun kadın ve evli olduğu görülmüştür. Ayrıca çoğunluğun yaş dağılımında 31-39 yaş aralığında, görev dağılımında hemşire/ebe pozisyonunda yer aldığı görülmektedir. Eğitim durumlarına bakıldığında Çalışanların daha çok lisans mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Son olarak hastane çalışanlarının toplam çalışma yıllarındaki dağılımın 1-5 yıl, 6-11 yıl ve 12 yıl ve sonrası aralıklarındaki dağılımlarının hemen hemen eşit olduğu görülmekle birlikte, araştırmanın yürütüldüğü hastanedeki çalışma yıllarında yoğunluğun 4-7 yıl arasında yer aldığı ortaya konulmuştur.

Araştırmaya katılan hastane çalışanlarının güç mesafesi anketinde yer alan ifadelerle vermiş oldukları cevapların aritmetik ortalaması ve standart sapması Tablo 2’de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Hastane Çalışanlarının Güç Mesafesi ile İlgili İfadelerden Aldıkları Puanların Dağılımları

No	İfadeler	$\bar{X}$	SS
1	Güçlü insanların desteğini almak sosyal hayatta ve iş yaşamında çok önemlidir.	4.18	0.975
2	Çocukların itaat duygularının geliştirilmesi ailelerin önemli hedeflerinden biri olmalıdır.	3.51	1.335
3	Etraftaki kişi ve gruplarla iyi ilişkiler kurmak, güç elde etmede uzmanlık ve pozisyona nazaran daha etkilidir.	3.69	0.962
4	İyi yönetilen bir organizasyon, astlara yapılacakların tamamının belirtildiği ve belirsiz en küçük alanın dahi bırakılmadığı bir yapıyı ve iletişim biçimini içerir.	3.70	1.050
5	Astlara danışmaya gerek yoktur.	2.39	1.242
6	Yönetimde etkin olmak için yansız verilerden ziyade yöneticilerin sağduyusu önem arz etmektedir.	3.11	1.120
7	Bir organizasyonda yemek yeme ve dinlenme alanları görevlilerin statüsüne göre ayrı yerler olmalıdır.	2.80	1.297
8	İyi bir yönetici, otoriter-babacan (yerine göre hem döven hem de seven, sahip çıkan baba benzeri) yapıda olmalıdır.	3.38	1.095
9	Hiyerarşik yapılar en sağlıklı organizasyon modeli olarak göze çarpmaktadır.	3.53	1.024
10	Üstlerin astlar hakkındaki düşünceleri, astların üstler hakkındaki düşüncelerine nazaran daha önemlidir.	3.50	1.063

Tabloya bakıldığında, “Güçlü insanların desteğini almak sosyal hayatta ve iş yaşamında çok önemlidir.” ifadesi (4.18) hastane çalışanları tarafından katılım düzeyi en yüksek ifade ve “Astlara danışmaya gerek yoktur.” ifadesi (2.39) çalışanlar tarafından katılım düzeyi en düşük ifade olduğu görülmüştür. Genel olarak ölçekte yer alan ifadelerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında, orta nokta olan 3.00 ve üzerinde olan ortalamalar, katılımcıların o ifadelere katılma eğilimi içerisinde olduklarını göstermektedir. Buradan ifadelerin büyük çoğunluğunun 3’ün üzerinde ortalamaya sahip olması dolayısıyla çalışanların hastane içerisindeki güç mesafesinin yüksek olduğuna dair algılarının varlığından söz edilebilecektir.

Araştırmaya katılan hastane çalışanlarının örgütsel sessizlik anketinde yer alan ifadelere vermiş oldukları cevapların aritmetik ortalaması ve standart sapması Tablo 3’te gösterilmektedir.

**Tablo 3.** Hastane Çalışanlarının Örgütsel Sessizlik ile İlgili İfadelerden Aldıkları Puanların Dağılımları

No	İfadeler	$\bar{X}$	SS
1	Bu hastanede benimle ilgili olmadığı için değişime yönelik yapılan öneriler hakkında konuşmakta isteksizimdir.	3.11	1.151
2	Bu hastanede alınacak kararlara rıza gösteren biri olduğumdan düşüncelerimi kendime saklarım.	3.00	1.138
3	Bu hastanede problemlere çözüm üretme noktasında görüşlerimi kendime saklarım.	2.96	1.155
4	Bu hastanede lehime bir değişiklik yaratacağına inanmadığım için, kendimi geliştirmeye yönelik fikirlerimi ifade etmekten çekinirim.	3.00	1.180
5	Bu hastanede beni alakadar etmediğini düşündüğüm için, buradaki işlerin nasıl daha iyi yapılabileceği konusundaki görüşlerimi ifade etmekten kaçınırım.	2.99	1.141
6	Yöneticimin tepkisinden korktuğum veya çekindiğim için değişime ilişkin fikirlerimi ileri süremem ve konuşamam.	2.86	1.178
7	Yöneticimin tepkisinden korktuğum veya çekindiğim için iş ile ilgili bilgilerimi kendime saklarım.	2.95	1.179
8	Bu hastanede çalışmaya devam edebilmek için iş ile ilgili olumsuz durumları görmezden gelirim.	2.81	1.137
9	Hastanedeki devamlılığımı korumak amacıyla eksik hususları düzeltmeye yönelik görüşlerimi açıklamaktan sakınırım.	2.80	1.184
10	Yöneticimin tepkisinden korktuğum veya çekindiğim için ortaya çıkan problemlere yönelik çözümlerimi geliştirmekten çekinirim.	2.98	1.177
11	Bu hastane ile olan işbirliğime dayanarak, gizli kalması gereken bilgileri kendime saklarım.	3.79	1.200
12	Bu hastaneye yararlı olmak amacıyla özel bilgilerimi saklarım.	4.02	1.063
13	Bu hastane ile ilgili sırları açıklamam konusunda başkalarından gelen baskılara direnirim.	4.14	0.937
14	Bu hastaneye zarar verebilecek bilgileri açıklamayı reddederim.	4.25	0.869
15	Bu hastane ile ilgili gizli kalması gereken bilgileri en uygun şekilde muhafaza ederim.	4.36	0.816

Tabloya bakıldığında, “Bu hastane ile ilgili gizli kalması gereken bilgileri en uygun şekilde muhafaza ederim.” ifadesi (4.36) çalışanlar tarafından katılım düzeyi en yüksek ifade ve “Hastanedeki devamlılığımı korumak amacıyla eksik hususları düzeltmeye yönelik görüşlerimi açıklamaktan sakınırım.” ifadesi (2.80) hastane çalışanları tarafından

katılım düzeyi en düşük ifade olduğu görülmüştür. İfadelerin ortalamalarına bakıldığında prososyal sessizlik alt boyutu içerisine giren maddelerin ortalamaların çoğunluğu 4'ün üzerinde olduğundan hastane çalışanlarının örgütün yararına yönelik bir örgütsel sessizlik davranışı içerisinde olma eğilimlerinin yüksek olduğu anlaşılmıştır. Yanı sıra savunmacı sessizlik alt boyutuna giren maddelerin ortalamalarına bakıldığında 3'ün altında değerlere sahip oldukları görülmüş ve hastane çalışanlarının kendilerini korumak amacıyla geliştirdiği örgütsel sessizlik davranışlarının düşük seviyede olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 4.** Güç Mesafesi Boyutunun Psikometrik Özellikleri

Boyut	İfade Sayısı	Max/Min	Cronbach Alfa	$\bar{X}$	SS	Normallik Testi	
						Kurtosis (Basıklık)	Skewness (Çarpıklık)
GüçMesafesi	10	1-5	0.781	3.378	0.650	-0.188	-0.277

Araştırmada güç mesafesi boyutunun güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmış ve boyutun Cronbach Alfasi'nin 0.70'in üzerinde (0.781) olduğu görülmüştür. Hastane çalışanlarının güç mesafesi boyutundan aldığı puanların 3'ün üzerinde bir ortalamaya (3.378) sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın uygulandığı hastane çalışanlarının güç mesafesi algısına sahip olduğu ifade edilebilecektir.

**Tablo 5.** Örgütsel Sessizlik Boyutlarının Psikometrik Özellikleri

Boyut	İfade Sayısı	Max/Min	Cronbach Alfa	$\bar{X}$	SS	Normallik Testi	
						Kurtosis (Basıklık)	Skewness (Çarpıklık)
Kabullenici Sessizlik	5	1-5	0.949	3.010	1.051	-0.736	-0.228
Savunmacı Sessizlik	5	1-5	0.947	2.881	1.065	-0.807	-0.049
Prososyal Sessizlik	5	1-5	0.911	4.112	0.847	0.532	-0.910

Örgütsel sessizlik alt boyutlarının güvenilirliğini ölçmek amacıyla cronbach alfalarına bakıldığında; kabullenici sessizlik boyutunun cronbach alfasının 0.949, savunmacı sessizlik boyutunun cronbach alfasının 0.947 ve prososyal sessizlik boyutunun cronbach alfasının ise 0.911 olduğu görülmüştür. Örgütsel sessizliğin tüm alt boyutlarının cronbach alfası 0.70'in üzerinde olduğu görülmüş ve güvenilir bulunmuştur. Hastane çalışanlarının örgütsel sessizlik alt boyutlarından

aldığı puanlara bakıldığında savunmacı sessizlik davranışını sergileme eğilimlerinin (2.881) ortalamanın altında bir düzeyde olduğu ve prososyal sessizlik davranışını sergileme eğilimlerinin (4.112) ise daha yüksek seviyede olduğu görülmüştür. Kabullenici sessizlik davranışını sergileme eğilimlerinin (3.010) de orta düzeyde görüldüğü söylenebilecektir.

Hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının demografik değişkenlere göre farklılaşma yaşayıp yaşamadıklarını tespit etmek amacıyla Levene Homojenlik testi yapılarak (Levene-cinsiyet: 0.287,  $p>0.05$ , homojen; Levene-medeni durum: 0.212,  $p>0.05$ , homojen; Levene-yaş: 1.903,  $p>0.05$ , homojen, Levene-eğitim: 1.140,  $p>0.05$ , homojen; Levene-görev: 1.653,  $p>0.05$ , homojen; Levene-toplam çalışma yılı: 1.750,  $p>0.05$ , homojen; Levene-hastanede çalışma yılı: 1.278,  $p>0.05$ , homojen) varyansların homojen-heterojenlik durumlarıyla ilgili elde edilen veriler doğrultusunda Tablo 6'nın değerleri oluşturulmuştur.

**Tablo 6.** Güç Mesafesi Boyutunun Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırması

Değişkenler	n	$\bar{X}$	Test Değeri	p
<b>Cinsiyet</b>				
Erkek	103	3.446	t=1.425	0.156
Kadın	134	3.325		
<b>Medeni Durum</b>				
Evli	144	3.386	t=0.052	0.958
Evli Değil	89	3.381		
<b>Yaş</b>				
18-30	86	3.452	F=1.703	0.184
31-39	91	3.280		
40+	63	3.416		
<b>Görev</b>				
Hekim	50	3.200	F=4.891	0.003
Hemşire/Ebe	84	3.328		
Diğer Sağlık Personeli	70	3.611		
Diğer	35	3.277		
<b>Eğitim Durumu</b>				
İlköğretim/Lise	48	3.687	F=8.038	0.000
Ön Lisans	54	3.511		
Lisans	78	3.161		
Lisansüstü	56	3.325		
<b>Toplam Çalışma Yılı</b>				



-5	80	3.436	F=4.051	0.019
6-11	79	3.491		
12+	80	3.217		
<b>Hastanede Çalışma Yılı</b>				
-3	87	3.279	F=1.729	0.180
4-7	92	3.450		
8+	60	3.424		

Tablo 6'daki yaşam doyumu boyutu puanları açısından çalışanlar hastanedeki görevleri bakımından karşılaştırıldığında, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur (F=4.891, p=0.003). Yapılan ileri analizlerde farkın diğer sağlık personelinin güç mesafesi algısının hekim, hemşire/ebe ve diğer hastane çalışanlarına kıyasla daha yüksek seviyede olmasından kaynaklandığı anlaşılmıştır.

Güç mesafesi boyutunun katılımcıların eğitim durumlarına (F=8.038, p=0.000) göre karşılaştırılması yapıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Yapılan ikili karşılaştırmalarda farklılığın ilköğretim/lise mezunu hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının lisans mezunu hastane çalışanlarına göre daha yüksek seviyede olduğu anlaşılmıştır. Hastane çalışanlarında eğitim seviyesinin düştükçe algılanan güç mesafesinin genel olarak arttığı görülmüştür. Yanı sıra, hastane çalışanlarının toplam çalışma yılları açısından yapılan karşılaştırmalara bakıldığında da istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (F=4.051, p=0.019). Farkın toplam çalışma yılı 4-7 yıl arasında olan hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının 8 yıl ve daha fazla toplam çalışma yılına sahip olanlara kıyasla daha yüksek seviyede olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Diğer değişkenler arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Hastane çalışanlarının kabullenici sessizlik davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılaşma yaşayıp yaşamadıklarını tespit etmek amacıyla Levene Homojenlik testi yapılarak (Levene-cinsiyet: 0.543, p>0.05, homojen; Levene-medeni durum: 0.200, p>0.05, homojen; Levene-yaş: 2.207, p>0.05, homojen, Levene-eğitim: 1.393, p>0.05, homojen; Levene-görev: 1.809, p>0.05, homojen; Levene-toplam çalışma yılı: 4.987, p>0.05, homojen; Levene-hastanede çalışma yılı: 1.054, p>0.05, homojen) varyansların homojen-heterojenlik durumlarıyla ilgili elde edilen veriler doğrultusunda Tablo 7'nin değerleri oluşturulmuştur.

**Tablo 7.** *Kabullenici Sessizlik Boyutunun Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırması*

Değişkenler	n	$\bar{X}$	Test Değeri	P
<b>Cinsiyet</b>				
Erkek	103	2.988	t=-0.161	0.872
Kadın	134	3.010		
<b>Medeni Durum</b>				
Evli	144	3.211	t=3.721	0.000
Evli Değil	89	2.701		
<b>Yaş</b>				
18-30	86	3.123	F=3.063	0.050
31-39	91	2.797		
40+	63	3.161		
<b>Görev</b>				
Hekim	50	2.232	F=14.220	0.000
Hemşire/Ebe	84	3.183		
Diğer Sağlık Personeli	70	3.208		
Diğer	35	3.365		
<b>Eğitim Durumu</b>				
İlköğretim/Lise	48	3.408	F=6.477	0.000
Ön Lisans	54	3.033		
Lisans	78	3.087		
Lisansüstü	56	2.553		
<b>Toplam Çalışma Yılı</b>				
-5	80	2.990	F=0.280	0.756
6-11	79	2.967		
12+	80	3.085		
<b>Hastanede Çalışma Yılı</b>				
-3	87	2.885	F=1.865	0.157
4-7	92	3.000		
8+	60	3.223		

Tablo 7’deki kabullenici sessizlik boyutundan katılımcıların aldıkları puanlar medeni durumlarına göre karşılaştırıldığında, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur (t=3.721, p=0.000). Buradan hareketle evli bireylerin evli olmayan bireylere göre kabullenici sessizlik davranışını sergileme eğilimlerinin daha yüksek seviyede olduğu söylenebilir. Katılımcıların hastanedeki görevleri kabullenici sessizlik boyutundaki değişimler açısından karşılaştırıldığında

da istatistikî anlamda önemli bir fark olduğu tespit edilmiştir ( $F=14.220$ ,  $p=0.000$ ). Yapılan ileri analizler sonucu anlaşılmıştır ki hekimlerin kabullenici sessizlik davranışını sergileme düzeyleri diğer hastane çalışanlarına kıyasla daha düşük seviyededir. Ayrıca kabullenici sessizlik boyutunun katılımcıların eğitim durumlarına ( $F=6.477$ ,  $p=0.000$ ) göre karşılaştırılması yapıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Farkın lisansüstü seviyesindeki hastane çalışanlarının kabullenici sessizlik davranışını sergileme durumlarının diğer eğitim seviyesindeki hastane çalışanlarına göre daha düşük düzeyde olmasından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Hastane çalışanlarının eğitim seviyelerinin arttıkça kabullenici sessizlik davranışı sergileme düzeylerinin düştüğü, aynı zamanda çalışanların hastanedeki görev seviyelerinin de yükseldikçe yine kabullenici sessizlik davranışı sergileme düzeylerinin düştüğü ortaya konulmaktadır. Diğer değişkenler arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Hastane çalışanlarının savunmacı sessizlik davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılaşma yaşayıp yaşamadıklarını tespit etmek amacıyla Levene Homojenlik testi yapılarak (Levene-cinsiyet: 0.862,  $p>0.05$ , homojen; Levene-medeni durum: 0.300,  $p>0.05$ , homojen; Levene-yaş: 2.566,  $p>0.05$ , homojen, Levene-eğitim: 1.058,  $p>0.05$ , homojen; Levene-görev: 2.496,  $p>0.05$ , homojen; Levene-toplam çalışma yılı: 5.646,  $p>0.05$ , homojen; Levene-hastanede çalışma yılı: 1.008,  $p>0.05$ , homojen) varyansların homojen-heterojenlik durumlarıyla ilgili elde edilen veriler doğrultusunda Tablo 8'in değerleri oluşturulmuştur.

**Tablo 8. Savunmacı Sessizlik Boyutunun Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırması**

Değişkenler	n	$\bar{X}$	Test Değeri	P
<b>Cinsiyet</b>				
Erkek	103	2.844	t=-0.337	0.736
Kadın	134	2.891		
<b>Medeni Durum</b>				
Evli	144	3.031	t=2.679	0.008
Evli Değil	89	2.655		
<b>Yaş</b>				
18-30	86	3.002	F=2.758	0.065
31-39	91	2.676		
40+	63	3.012		
<b>Görev</b>				

Hekim	50	2.176	F=10.764	0.000
Hemşire/Ebe	84	3.054		
Diğer Sağlık Personeli	70	3.076		
Diğer	35	3.137		
<b>Eğitim Durumu</b>				
İlköğretim/Lise	48	3.233	F=3.885	0.010
Ön Lisans	54	2.802		
Lisans	78	2.946		
Lisansüstü	56	2.553		
<b>Toplam Çalışma Yılı</b>				
-5	80	2.917	F=0.056	0.946
6-11	79	2.865		
12+	80	2.872		
<b>Hastanede Çalışma Yılı</b>				
-3	87	2.756	F=1.222	0.297
4-7	92	2.912		
8+	60	3.030		

Savunmacı sessizlik boyutunun katılımcıların eğitim durumlarına (F=3.885, p=0.010) göre karşılaştırılması yapıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Yapılan ileri analizlerde farklılığın lisansüstü eğitim seviyesindeki çalışanların ilköğretim/lise seviyesindeki çalışanlara göre savunmacı sessizlik davranışını sergileme düzeylerinin daha düşük seviyede olmasından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Savunmacı sessizlik boyutundan çalışanların aldıkları puanlar medeni durumlarına göre karşılaştırıldığında, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur (t=2.679, p=0.008). Buradan hareketle evli bireylerin evli olmayan bireylere göre savunmacı sessizlik davranışını sergileme eğilimlerinin daha yüksek seviyede olduğu söylenebilir. Yani sıra katılımcıların hastanedeki görevleri savunmacı sessizlik boyutundaki değişimler açısından karşılaştırıldığında da istatistikî anlamda anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir (F=10.764, p=0.000). Yapılan ileri analizler sonucu anlaşılmıştır ki hekimlerin savunmacı sessizlik davranışını sergileme düzeyleri diğer hastane çalışanlarına kıyasla daha düşük seviyededir.

Hastane çalışanlarının prososyal sessizlik davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılaşma yaşayıp yaşamadıklarını tespit etmek amacıyla Levene Homojenlik testi yapılarak (Levene-cinsiyet: 0.364, p>0.05, homojen; Levene-medeni durum: 0.278, p>0.05, homojen; Levene-yaş: 0.160, p>0.05, homojen, Levene-eğitim: 1.132, p>0.05, homojen; Levene-görev: 2.944, p>0.05, homojen; Levene-toplam çalışma

yılı: 1.795,  $p > 0.05$ , homojen; Levene-hastanede çalışma yılı: 1.972,  $p > 0.05$ , homojen) varyansların homojen-heterojenlik durumlarıyla ilgili elde edilen veriler doğrultusunda Tablo 9'un değerleri oluşturulmuştur.

**Tablo 9.** *Prososyal Sessizlik Boyutunun Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırması*

Değişkenler	n	$\bar{X}$	Test Değeri	p
<b>Cinsiyet</b>				
Erkek	103	4.011	t=-1.709	0.089
Kadın	134	4.200		
<b>Medeni Durum</b>				
Evli	144	4.169	t=1.648	0.101
Evli Değil	89	3.982		
<b>Yaş</b>				
18-30	86	4.086	F=1.596	0.205
31-39	91	4.226		
40+	63	3.984		
<b>Görev</b>				
Hekim	50	3.744	F=4.729	0.003
Hemşire/Ebe	84	4.166		
Diğer Sağlık Personeli	70	4.211		
Diğer	35	4.348		
<b>Eğitim Durumu</b>				
İlköğretim/Lise	48	4.420	F=5.984	0.001
Ön Lisans	54	4.318		
Lisans	78	3.969		
Lisansüstü	56	3.864		
<b>Toplam Çalışma Yılı</b>				
-5	80	4.015	F=1.003	0.368
6-11	79	4.192		
12+	80	4.157		
<b>Hastanede Çalışma Yılı</b>				
-3	87	4.002	F=3.160	0.050
4-7	92	4.291		
8+	60	4.033		

Prososyal sessizlik boyutunun katılımcıların eğitim durumlarına ( $F=5.984$ ,  $p=0.001$ ) göre karşılaştırılması yapıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Yapılan ileri analizlerde farklılığın

lisansüstü ve lisans eğitim seviyesindeki çalışanların ilköğretim/lise ve ön lisans seviyesindeki çalışanlara göre prososyal sessizlik davranışını sergileme düzeylerinin daha düşük seviyede olmasından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Ayrıca hastane çalışanlarının eğitim seviyeleri ile prososyal sessizlik davranışı sergileme eğilimleri arasında ters yönde bir ilişki olduğu, eğitim seviyesinin arttıkça prososyal sessizlik davranışı sergileme düzeyinin düştüğü görülmektedir.

Katılımcıların hastanedeki görevleri prososyal sessizlik boyutundaki değişimler açısından karşılaştırıldığında da istatistikî anlamda anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir ( $F=4.729$ ,  $p=0.003$ ). Yapılan ileri analizler sonucu anlaşılmıştır ki hekimlerin prososyal sessizlik davranışını sergileme düzeyleri diğer hastane çalışanlarına kıyasla daha düşük seviyededir. Çalışmanın genelinde görülmektedir ki; hekimlerin diğer hastane çalışanlarına kıyasla örgütsel sessizlik davranışı türlerini sergileme düzeyleri düşük seviyededir.

**Tablo 10.** *Güç Mesafesi AlgısınınKabullenici Sessizlik Davranışı Üzerine Etkisinin Analizi*

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R	R <sup>2</sup>	F	p	$\beta$	t	p
Güç Mesafesi	Kabullenici Sessizlik	0.311	0.097	25.543	0.000	0.503	5.054	0.000

Hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının örgütsel sessizlik davranışları üzerindeki etkisini incelemek üzere yapılan doğrusal regresyon analizi sonucunda,kabullenici sessizlik boyutundaki değişimin %9.7'sinin( $R^2=0.097$ ) güç mesafesi tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. Ayrıca modelin açıklayıcı gücünün anlamlılığı açısından bir problem olmadığı görülmüştür ( $F=25.543$ ,  $p=0.000$ ). Yapılan regresyon analizi sonucunda bağımsız değişken olarak ele alınan güç mesafesi boyutunun ( $\beta=0.503$ ,  $t=5.054$ ,  $p=0.000$ ) kabullenici sessizlik boyutu üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu ve bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Buradan, hastane çalışanlarının kurumda güç mesafesi algılama seviyelerinin artmasıyla kabullenici sessizlik davranışı sergileme seviyelerinin de artma eğiliminde olacağı söylenebilecektir.

**Tablo 11.** *Güç Mesafesi Algısının Savunmacı Sessizlik Davranışı Üzerine Etkisinin Analizi*

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R	R <sup>2</sup>	F	p	$\beta$	t	p
Güç Mesafesi	Savunmacı Sessizlik	0.272	0.074	19.057	0.000	0.446	4.365	0.000

Yapılan regresyon analizi sonucunda savunmacı sessizlik boyutundaki değişimin %7.4'ünün ( $R^2=0.074$ ) güç mesafesi tarafından açıklanmaktadır. Ayrıca modelin açıklayıcı gücünün anlamlılığı açısından bir problem olmadığı görülmüştür ( $F=19.057$ ,  $p=0.000$ ). Yapılan regresyon analizi sonucunda güç mesafesi boyutunun ( $\beta=0.446$ ,  $t=4.365$ ,  $p=0.000$ ) kabullenici sessizlik boyutu üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu bulunmuştur. Anlaşılır ki, hastane çalışanlarının güç mesafesi algıları arttıkça savunmacı sessizlik davranışı sergileme düzeyleri de artmaktadır.

**Tablo 12.** *Güç Mesafesi Algısının Prososyal Sessizlik Davranışı Üzerine Etkisinin Analizi*

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R	R <sup>2</sup>	F	p	$\beta$	t	p
Güç Mesafesi	Prososyal Sessizlik	0.190	0.036	8.913	0.003	0.247	2.986	0.003

Regresyon analizi sonucunda prososyal sessizlik boyutundaki değişimin %3.6'sının ( $R^2=0.036$ ) güç mesafesi tarafından açıklanmaktadır. Modelin açıklayıcı gücünün anlamlılığı açısından bir problem olmadığı görülmüştür ( $F=8.913$ ,  $p=0.003$ ). Yapılan regresyon analizi sonucunda güç mesafesi boyutunun ( $\beta=0.247$ ,  $t=2.986$ ,  $p=0.003$ ) prososyal sessizlik boyutu üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu bulunmuştur. Anlaşılır ki, hastane çalışanlarının güç mesafesi algıları arttıkça prososyal sessizlik davranışı sergileme düzeyleri de artmaktadır.

Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları toparlanacak olursa; hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının örgütsel sessizlik davranışları üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre çalışanların güç mesafesi algısındaki bir birimlik artışın kabullenici sessizlik davranışında 0.097, savunmacı sessizlik davranışında 0.074 ve prososyal sessizlik davranışında 0.036 düzeyinde anlamlı değişmeye sebep olduğu bulunmuştur.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın amacı, hastane çalışanlarının örgütsel sessizlik davranışlarını ve güç mesafesi algılarını belirlemek ve güç mesafesi algılarının örgütsel sessizlik davranışları üzerine etkisini tespit etmektir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar incelendiğinde hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının, örgütsel sessizlik davranışlarını etkilediği görülmüştür. Hastane çalışanlarının güç mesafesi algılarının ve kabullenici, savunmacı ve prososyal sessizlik davranışları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Araştırmanın sonuçlarını desteklemek amacıyla bu konuda yapılan benzer çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışma ile benzer olarak Acaray ve Şevik (2016) tarafından uluslararası ölçekli bir firmanın 462 çalışanı ile gerçekleştirilen çalışmada güç mesafesinin kabullenici sessizlik ve savunmacı sessizlik davranışları üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak bu çalışmadan farklı olarak güç mesafesinin prososyal sessizlik davranışları üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Sarıbay ve Kayalı (2016) tarafından 306 kamu kurumu çalışanı ile gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları da bu çalışmanın sonuçlarına benzerlik göstermektedir. Buna göre güç mesafesinin kabullenici sessizlik ve savunmacı sessizlik davranışları üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu; prososyal sessizlik davranışları üzerinde ise negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Bu çalışmadan çıkarılan sonuçlar, Sarı Aytekin ve arkadaşlarının (2017) yaptığı çalışmaya göre farklılık göstermektedir. Sarı Aytekin ve arkadaşlarının (2017) 153 hekim ile gerçekleştirdikleri çalışmada hekimlerin güç mesafelerinin kabullenici ve savunmacı sessizlik davranışları üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu; ancak prososyal sessizlik davranışları üzerinde negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Işık ve arkadaşları (2017) tarafından çalışanların güç mesafesi algısının ile örgütsel sessizliğin alt boyutları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla Bitlis ilinde bulunan çeşitli hizmet işletmelerinde yer alan çalışanlar ile farklı kamu kurumlarında görev yapan çalışanlar ile gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları da bu çalışma ile farklılık göstermektedir. Işık ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmada güç mesafesinin korunma amaçlı sessizliği artırdığı ancak prososyal sessizlik ve kabullenici sessizlik üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Ayrıca örgütsel sessizlik ile güç mesafesi arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Atilla ve Dirin (2018) tarafından Afganistan-Kabil’de çalışan 94 Türk iş gören ile gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda güç mesafesi ile



örgütsel sessizlik boyutları arasında anlamlı bir ilişki görülmediğinden bu çalışmanın sonuçları ile farklılık göstermektedir.

Çalışmada ayrıca demografik değişkenlere göre güç mesafesi algısı ve örgütsel sessizlik boyutları açısından farklılık olup olmadığı da tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre eğitim seviyesi ve meslek grubunun güç mesafesi algısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. Hastane çalışanlarının eğitim seviyesi düştükçe güç mesafesi algısı ve örgütsel sessizlik davranışları artmaktadır. Ek olarak hekimlerin örgütsel sessizlik davranışlarının diğer çalışanlara göre daha düşük, diğer sağlık personelinin güç mesafesi algısının ise diğer çalışanlara göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Hastanelerin diğer örgütlerden farklı özelliklere sahip olmasından ve çıktılarının insan sağlığı üzerindeki önemli etkilerinden dolayı hastane çalışanlarının kurumda alınan kararlara katılımının sağlanması ve ortaya çıkabilecek sorunlar hakkında düşünce ve görüşlerini özgürce ifade edebilecekleri bir ortamın yaratılması önem arz etmektedir. Bu nedenle sağlık kurumlarında güç mesafesinin azaltılması çalışanların sessizlik davranışlarının da azaltılmasını sağlayarak örgüt içerisinde olumlu değişim ve gelişimlerin yaşanmasına imkân verebilecektir. Bu çalışma kapsamında Türkiye’de incelemeye alınan bir üniversite hastanesinde çalışmakta olan sağlık personeli, idari personel ve diğer personele (temizlik-güvenlik görevlileri vb.) ulaşılmaya çalışılmış ve bu kapsamda 240 kişiye ulaşılmış, araştırma bu 240 kişi ile sınırlı kalmıştır. Sonuçların genellenebilmesi açısından, konu ile ilgili olarak daha çok kişiye ulaşılarak yapılacak benzer çalışmalar yararlı olacaktır.

## Kaynakça

- Acaray, A. & Şevik, N. (2016). Kültürel boyutların örgütsel sessizliğe etkisi üzerine bir araştırma. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 34(4): 1-18.
- Atilla, G. & Dirin, İ. (2018). Güç mesafesi-örgütsel sessizlik ilişkisi: Afganistan'daki Türk iş görenler örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(59), 861-870.
- Brinsfield, C. T. (2009). Employee Silence: Investigation of dimensionality, development of measures and examination of related factors (PhD Thesis). The Ohio State University, USA.
- Çakıcı, A. (2008). Örgütlerde sessiz kalınan konular, sessizliğin nedenleri ve algılanan sonuçları üzerine bir araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17 (1), 117-134.
- Çakıcı, A. (2010). Örgütlerde işgören sessizliği. Ankara: Detay Yayınları.
- Demir, G. (2017). Yardımsever liderlik ve çalışan ses verme davranışı arasındaki ilişkide kişi yönelimli güç mesafesinin düzenleyici rolü (Yüksek Lisans Tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Rize.
- Deniz, N., Noyan, A. & Ertosun, Ö. G. (2013). The relationship between employee silence and organizational commitment in a private healthcare company. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 99, 691-700.
- Durak, İ. (2014). Örgütsel sessizliğin demografik ve kurumsal faktörlerle ilişkisi: öğretim elemanları üzerine bir araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 28(2), 89-108.
- Dyne, L. V., Ang, S. & Isabel, C. B. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. Journal of Management Studies, 40(6), 1360-1392.
- Gümüştekin, G. E. & Emet, C. (2007). Güçlendirme algılarındaki değişimin örgütsel kültür ve bağlılık üzerinde etkileşimi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17, 90-116.
- Hofstede, G. (2001). Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. Sage publications.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1), 8.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. & Minkov, M. (2010). Cultures and organizations: Software of the mind-revised and expanded. 3. Edition. New York: Mcgraw-hill.
- Işık, M., Yalçınsoy, A. & Bilen, A. (2017). Güç mesafesi ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik bir araştırma. Uluslararası Ekonomi, Siyaset ve Yönetim Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 45-59.

- Kahveci, G. & Demirtaş, Z. (2013). Öğretmenler için örgütsel sessizlik ölçeği geliştirme çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(43), 167-182.
- Karacaoğlu, K. & Cingöz, A. (2008). Örgütsel sessizlik: Örgütsel davranışta seçme konular. Özdevecioğlu, M. ve Karadal, H. (Eds.). Ankara: İlke Yayıncılık.
- Milliken, F. J., Morrison, E. W. & Hewlin, P. F. (2003). An exploratory study of employee silence: Issues that employees don't communicate upward and why. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1453-1476.
- Mooij M. & Hofstede G. (2010). The hofstede model applications to global branding and advertising strategy and research. *International Journal of Advertising*, 29, 85-110.
- Morrison, E. W. & Milliken, F. J. (2000). Organisational silence: A barrier to change and development in pluralistic world. *Academy of Management Review*, 25(4), 706-725.
- Perlow, L. A. & Repenning, N. P. (2009). The dynamics of silencing conflict. *Research in Organizational Behavior*, 20, 1-29.
- Pinder, C. C. & Harlos, K. P. (2001). Employee Silence: Quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 20, 331-369.
- Sarı Aytakin, S., Sis Atabay, E. & Okan, T. (2017). Örgütsel sessizlik kültürel bir sonuç mudur?, *International Journal of Academic Value Studies*, 3(13), 316-327.
- Sarıbay, B. & Kayalı, C. A. (2016). Çalışan sessizliğinin kültürel değerlerle olan ilişkisini belirlemeye yönelik izmir ili kamu kuruluşlarında bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 16(3), 531-540.
- Taşkıran, E. (2010). Liderlik tarzının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde örgütsel adaletin rolü ve bir araştırma (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Türk Dil Kurumu (Erişim: <http://tdk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 25.12.2019).
- Varoğlu, A. K., Basım, N. & Ercil, Y. (2000). Bilimsel araştırma yöntemine farklı bir bakış: Analitik düşünce-bütünleşik düşünce modellemeleri ile belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesi araştırması, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Nevşehir.
- Yeşilaydın, G., Bayın, G. & Yılmaz, G. (2015). Sağlık personelinin örgütsel sessizlik nedenlerinin belirlenmesi: Özel hastane örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 629-645.



# Bölüm 4

## KARS'TA KADIN YOKSULLUĞU ÜZERİNE BİR İNCELEME<sup>1</sup>

*Seda GÖKTAŞ<sup>2</sup>*  
*Deniz ÖZYAKIŞIR<sup>3</sup>*

---

1 Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırlayıp 2019'da Kafkas Üniversitesi SBE'de savunduğu "Kadın Yoksulluğu Üzerine Bir Alan Araştırması: Kars Örneği" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

2 Öğr. Gör. Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Orcid: 0000-0002-9878-2885

3 Doç.Dr. Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Orcid: 0000-0002-9710-3238



## Giriş

Yoksulluk kavramı, son dönemlerdeki yoksulluk çalışmalarına cinsiyetin değişen rolü de eklenerek daha çok kadınlar üzerinden anılmaya başlanmıştır (Kümbetoğlu 2002, 134). Kadınlar yoksulluk deneyimini erkeklerden daha farklı yaşadıkları için toplumda erkeklere göre daha dezavantajlı bir konumdadırlar. Bu durum savunmasızlıklarını artırarak yoksulluktan kurtulmalarını imkansız hale getirmektedir. Toplumsal cinsiyet normları, kadınının rolünü genellikle hane içerisinde annelik ve bakıcılık gibi sorumlulukların yerine getirilmesi olarak görmekteyken, erkeklerin rolünü ise hane dışı üretken kaynaklardan sorumlu olarak görmektedir. Bu roller kadınların eğitim, istihdam, arazi sahipliği ve kredi gibi üretken kaynaklara erişimini engellemektedir (Gupta 2012, 12). Aksu'ya göre yoksulluğu erkeklerden farklı olarak yaşayan kadınlar, aynı zamanda yoksulluğu birbirlerinden de farklı deneyimlerler (Aksu 2016, 41). Eşlerinden boşanmış ve eşleri vefat etmiş kadınlar, hanelerin sorumluluğunu tek başlarına almışlardır. Bu kesim, evli olan kadınlara göre daha yoksul ve zor durumda olan kesimdir. Özellikle eşinin ölümüyle dul kalan ve yalnız yaşayan kadınlar önemli parasal kayba uğrarlar (Arun ve Arun 2011, 1520). Bu sorunlar genel olarak birçok ülkede yaşanmakta olsa da Türkiye'de kadın yoksulluğunun boyutu kadına atfedilen geleneksel roller ve aile içi sorumluluklar ile eğitim ve istihdama erişim noktasında nispeten farklılık gösterebilmektedir. Ayrıca Türkiye'deki kadın yoksulluğu özellikle bekar ve boşanmış kadınlar özelinde yerleşik bir takım önyargılar üreten ve toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliklerden beslenen kısır bir döngüye ve soruna dönüşmektedir. Kadına yönelik dışlayıcı ve ötekileştirici politik dil ve bakış açısı söz konusu sorunu günümüzde daha da derinleştirmektedir.

### 1. Kadın Yoksulluğu

Yoksulluk kavramı, son dönemlerdeki yoksulluk çalışmalarına cinsiyetin değişen rolü de eklenerek daha çok kadınlar üzerinden anılmaya başlanmıştır. Fakat bu konu üzerine çalışan araştırmacılar, kadın yoksulluğunu sadece toplumsal cinsiyet olgusuyla açıklamanın sağlıklı bir tanımlamaya hizmet etmeyeceğini düşünmektedirler. Gelişen dünyada hızlı kentleşme ve endüstrileşme gibi değişikliklere rağmen, kadınların yaşamlarında gözle görülür bir değişimin olmaması, ülkeleri gelişmişlik derecesine göre gruplandıran araştırmacıları bu eksikliği gidermeye yöneltmiştir (Kümbetoğlu, 2002, 134).

Yoksulların büyük bir kısmını oluşturan kadınlar çoğu zaman yoksulların en yoksuludurlar. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2009 *Yoksulluk Çalışması* sonuçlarına bakıldığında hane halkı fertlerinin cinsiyetine göre yoksulluk oranı kentte 2002'de erkeklerde %26,72

iken kadınlarda %27,19, 2003'te erkeklerde %27,92 iken kadınlarda %28,31 olmuştur. 2009'a gelindiğinde kadınlar açısından her ne kadar kent yoksulluğu oranında azalma söz konusu olsa da kırdaki yoksulluk oranı kadınlar için %40,15 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2011).

Ayrıca kadınların yoksulluk deneyimini erkeklerden daha farklı olarak yaşamaları ve karşılaştıkları eşitsizlikler nedeniyle toplumda erkeklere göre daha dezavantajlı bir konumdadırlar. Bu durum savunmasızlıklarını artırarak yoksulluktan kurtulmalarını imkansız hale getirmektedir. Toplumsal cinsiyet normları, kadının rolünü genellikle hane içerisinde annelik ve bakıcılık gibi sorumlulukların yerine getirilmesi olarak görmekteyken, erkeklerin rolünü ise hane dışı üretken kaynaklardan sorumlu olarak görmektedir. Bu roller kadınların eğitim, istihdam, arazi sahipliği ve kredi gibi üretken kaynaklara erişimini engellemektedir (Gupta, 2012, 12). Böylesi eşitsizlikler, kadın haklarının en fazla olduğu Avrupa Birliği ülkelerinde de görülebilmektedir (Şenses, 2017, 175). Nitekim Avrupa Komisyonunca hazırlanan 2018 kadın-erkek raporundaki bulgulara göre 2017'nin üçüncü çeyreğinde kadın istihdamının yavaş ama istikrarlı bir şekilde artmaya devam ederek %66.6'ya ulaştığını fakat buna rağmen, kadınların tam ekonomik bağımsızlığı yakalamaktan halen uzak oldukları vurgulanmaktadır. Kadınların istihdam edilme oranlarının halen daha düşük seviyelerde olduğu, kadınların daha düşük ücretli sektörlerde çalıştırıldığı, erkeklere göre haftada ortalama 6 saat daha fazla çalıştıkları ve işyerinde yükselmelerinin daha az ve daha yavaş gerçekleştiği belirtilmektedir. Raporda ayrıca Avrupa Birliğinde kadınların erkeklerle kıyaslandığında halen saat başına ortalama %16 daha az kazandıklarını ve karar alma süreçlerinde AB'ye üye ülkelerde kayıtlı en büyük şirketlerde kadın kurul üyelerinin sadece dörtte bir oranında olduğu ifadelerine yer verilmektedir (Avrupa Komisyonu, 2018).

Kadın yoksulluğu hem çok boyutlu hem de çok sektörlü olarak ortaya çıkmaktadır. Kadınlar sadece toplum içerisinde değil hane içerisinde de çeşitli eşitsizliklerle karşılaşmaktadırlar (Bradshaw ve Linnekar, 2003, 9). Yaptığımız saha çalışmasında kadınların iş hayatına ek olarak hane içerisinde üstlendiği (eş ve anne olmanın getirdiği) bütün sorumlulukların, erkeklerden daha fazla çalıştığının göstergesi olduğu gözlenmiştir. Kadınların *ücretsiz ev işçisi* olarak dahil olduğu bu işlerin, çocuk bakımı ile ev işleri ve bazen yaşlı bakımı gibi sorumlulukları da içerdiği ayrıca çok çocuklu hanelerde yaşayan kadınların çocuk bakımı nedeniyle çalışma hayatına katılımı ilgili oldukça ciddi sorunlar yaşadığı görülmüştür.

Kümbetoğlu'na göre "*Toplumdaki sosyal ve kültürel norm ve değerler kadınların sosyal rollerini, bireysel özellikleri temelinde değil kadınlıkları ile sınırlamıştır*" (Kümbetoğlu, 2002, 134). Toplumsal cinsiyet ayrımının başlangıcı kız çocuklarının okula gönderilmemesi ve buna bağlı olarak



meslek ve işe alınma konusunda kendini göstermektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kadınlar, sosyal statülerindeki artışa rağmen erkeklere göre daha düşük statülü enformel sektörlerde çalışarak daha az gelir elde etmektedirler (Kula Demir ve Kula, 2007, 462). Ayrıca işe alımda öncelik erkeklerde iken ne yazık ki işten çıkarılma noktasındaki öncelik kadınlara verilmektedir.

Aksu'ya göre yoksulluğu erkeklerden farklı olarak yaşayan kadınlar, aynı zamanda yoksulluğu birbirlerinden de farklı deneyimlerler (Aksu, 2016, 41). Eşlerinden boşanmış ve eşleri vefat etmiş kadınlar, hanelerin sorumluluğunu tek başlarına almışlardır. Bu kesim, evli olan kadınlara göre daha yoksul ve zor durumda olan kesimdir. Özellikle eşinin ölümüyle dul kalan ve yalnız yaşayan kadınlar önemli parasal kayba uğrarlar (Arun ve Arun, 2011, 1520). Maddi kaybın yanı sıra, yalnız yaşayan kadına yönelik toplumda yerleşmiş ön yargılardan dolayı gerek iş hayatında gerekse çeşitli mekanlarda dışlanma, taciz ve cinsel sömürüye açık hale gelmektedirler. Özellikle *“Şehirde yalnız yaşayan kadınlar, fizikî şiddet tehdidiyle sınırlı olmayan korkuların kaskacındalar, çoğunlukla. Adeta davranışlarına, bakışlarına sinmiş bir ihtiyatla yaşıyorlar. Gözetilmiyor ama gözetleniyorlar. Sadece sosyal ilişki rejiminin ve mekânların “erkekliği” değil, bekâr kadınların sosyal politikaların menzili dışına itilmiş olması da, onların yaşamını zorlaştırıyor. Oysa, yalnız yaşayan -kimisi de çocuklu kadınların varlığı, özellikle büyük şehirlerde giderek genişleyen bir vakıa”*ya dönüşmektedir (Lordoğlu, 2018).

## 2. Literatür Taraması

Pearce (1978), kadın yoksulluğunun nedenini, hükümet desteğinin eksikliği olarak görürken Peterson (1987), hane yapılarındaki değişikliklere, kadınların iş gücü piyasalarındaki statüsüne, bu piyasalardaki eşitsizliklere ve yardım programlarının kadınlar üzerindeki etkinliklerine bağlamaktadır. Buvinic (1998) kadın yoksulluğunu işgücü piyasalarına erişimdeki sıkıntılara, Veraan (2000) ise hane içerisindeki sorumluluklara, erkeklerden daha fazla çalışmalarına rağmen daha az gelir elde etmelerine, doğurganlıklarını kontrol edememelerine ve emek piyasalarındaki toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayalı meslek algılamalarına dayandırmaktadır. Chant (2003) kadın yoksulluğuna yönelik sosyal ve politik çıkarımlara odaklanıp iktidarın feminizasyonuna vurgu yaparken Moghadam (2005) ise, hane içerisinde kaynakların kadınlar ve kız çocuklarının aleyhine dağılması ve neoliberal politikaların etkisini dikkat çekmektedir. Bircan (2002) kadınların yoksulluk kısır döngüsüne dikkat çekerek karar mekanizmalarına ve çalışma hayatına erişime vurgu yaparken Kümbetoğlu (2002), kadın yoksulluğunun yapısal nedenleri üzerinde durmakta ve kadınların işgücü piyasalarındaki

ikincil konumlarına dikkat çekmektedir. Kardam ve Yüksel (2004) ise yoksulluğun kaynağında kadınların hane içerisinde gördüğü şiddet, hasta ve yaşlı bakımı gibi hane içi yükler olduğuna vurgu yapmaktadır. Körükmez (2008), kadın yoksulluğunda geleneksel yapının gerektirdiği hane içi sorumluluklara dikkat çekerek sorunun kaynağı olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğine vurgu yapmaktadır. Öztürk ve Çetin (2009) eğitim, sağlık ve işgücü piyasalarına erişimdeki dezavantajlı konumlarına dikkat çekmektedir. Ulutaş (2009), kadın yoksulluğunu toplumsal cinsiyet eşitsizliğine bağlarken Açıkgöz (2010) ise, bu sorunu kadınların hem hane içi ve toplumda yaşanan cinsiyet eşitsizlikleri hem de düşük gelirli ve güvencesiz işlerde çalışmak zorunda kalmalarına bağlamaktadır.

Alptekin ve Aksan'a (2010) göre kadınların büyük bir kısmı yoksulluğu kader olarak görmekte ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği nedeniyle kadın yoksulluğu giderek derinleşmektedir. Yusufoglu'nun (2010) çalışmasında ise daha çok işsizlik ve eğitimsizlik, yoksulluğun kısır döngüsü olgusuyla birlikte ele alınmıştır. Batur (2011) toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yoksul hanelerde kadınların yoksulluğunu daha da artırdığını dile getirirken, Güneş (2011), farklı emek kategorilerindeki koşulların kadınları insani yoksullukla baş başa bıraktığına dikkat çekmektedir. Ekiz Gökmen (2013), hane içerisinde kaynakların dağılımına dikkat çekerken Güneş (2014), hanelerin yoksullukla başa çıkma stratejilerinde kadınların rolünü incelemiş ve kadınların yoksullukla mücadele adına geçici süreli enformel işlerde çalıştıklarına ve yaşadıkları yoksulluğun derinleştiğine değinmektedir. Sallan Gül (2014) ise kadınların işsiz olması nedeniyle erkeklere bağımlı olmalarının, hem yoksulluğun kadınlaşmasını arttırdığını hem de aile içi şiddeti artıran bir etki yarattığını dile getirmektedir. Bayat (2015), toplumsal cinsiyetin kadının işgücü piyasalarındaki durumunu önemli ölçüde etkilediğini vurgulamış yoksul kadınların hane içindeki geleneksel rollerinin ve eğitimsiz olmalarının onları enformel sektörlere yönelttiği sonucuna yer vermiştir. Berber (2016) toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yüksek olduğu geleneksel aile yapısı ve erkek egemen yapı üzerinde dururken Güzel (2017) ve Yücel (2017) ise özellikle eğitim ve istihdam konusuna dikkat çekmiştir.

### 3. Yöntem

Çalışmada, nicel araştırma yöntemi ve anket tekniği esas alınmakla birlikte bazı soruların detaylandırılması amacıyla çeşitli görüşmeler de gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler anket formu doldurulduktan hemen sonra gerçekleştirilmiş olup bazı kadınların araştırmanın amacını tam olarak kavrayamadıkları için (aldıkları yardımların kesileceği endişesiyle) anket sorularına şüpheyle yaklaştıkları görülmüştür. Bu yüzden daha güvenilir sonuçlara ulaşabilmek için araştırma modeli olarak hem nitel hem de

nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanılmasıyla ortaya çıkan *karma araştırma yöntemi* kullanılmıştır.

### 3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmanın amacı Kars'ta kadın yoksulluğunun nedenlerini ve sosyo-ekonomik boyutlarını tespit etmek ve sosyal yardımlarla maskelenmeye çalışılan yoksulluk hallerini ortaya koymaktır. Araştırma, Kars kent merkezinde 2018'de Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfından (SYDV) yoksulluk yardımı alan 9144 haneyi kapsamaktadır. Bu sayı, SYDV'den aynı ve nakdi yardım alan yoksul kadın ve erkeklerin dahil olduğu hane sayısını ifade etmektedir. Araştırmamıza konu olması nedeniyle yalnızca yoksul kadın sayısı SYDV'den talep edilmiş fakat sistematik bir veri girişi yapılmadığı için kurumdan olumlu yanıt alınamamıştır. Kadın yoksulluğunun yoğun olarak yaşandığı bir yerde, verilerin sistematik bir biçimde gruplandırılmaması, kadınların yardımların kesileceği endişesi taşımaları araştırmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Ayrıca zaman ve maliyet kısıtından dolayı araştırma sadece Kars kent merkeziyle sınırlandırılmıştır.

### 3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Evren Kars kent merkezinde 23 mahallede ikamet eden ve 2018'de SYDV'den yardım alan 9144 haneden oluşmaktadır. Bu kapsamda 400 gözleme ulaşılarak veri toplanmış bunlardan geçerli olan 391 tanesi kullanılmıştır. Araştırmada *kolayda örnekleme yöntemi* kullanılmış olup örneklem  $\alpha = 0,05$  hata payı ve % 95 güvenilirlik seviyesinde söz konusu evreni yeterince temsil etmektedir. Zira 10.000 kişilik bir evren için gerekli örneklem büyüklüğü 370 olarak hesaplanmaktadır (Lorcu 2015, 20).

**Tablo 1.** Yardım Alan Yoksul Haneler ve Örneklem Sayıları, 2018

Mahalle Adı	Yoksul Hane Sayısı (Evren)	Örneklem Sayısı
30 Ekim Mahallesi	241	12
Alpaslan Mahallesi	406	15
Atatürk Mahallesi	206	8
Aydınlıkevler Mahallesi	501	19
Bahçelievler Mahallesi	250	12
Bayrampaşa Mahallesi	235	12
Bülbül Mahallesi	644	26
Cumhuriyet Mahallesi	242	12
Fevzi Çakmak Mahallesi	363	15
Hafızpaşa Mahallesi	288	15
Halitpaşa Mahallesi	801	34

İstasyon Mahallesi	875	37
Kaleiçi Mahallesi	297	12
Karadağ Mahallesi	166	8
Merkez Mahallesi	305	12
Örnek Mahallesi	421	19
Ortakapı Mahallesi	276	12
Paşaçayırı Mahallesi	133	8
Şehitler Mahallesi	761	30
Sukapı Mahallesi	110	4
Yenimahalle Mahallesi	321	15
Yenişehir Mahallesi	1057	45
Yusufpaşa Mahallesi	245	12
Toplam	9144	391

**Kaynak:** Kars, SYDV İl Müdürlüğü verilerinden oluşturulmuştur.

Anket sayısı mahallelerde ikamet eden hane sayısı göz önüne alınarak hane sayıları ile orantılı olarak dağıtılmıştır (Tablo 1).

### 3.3. Verilerin Analizi

Verilerin elde edilmesinde yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket soruları konuyla ilgili literatürdeki saha çalışmalarından (Ekiz Gökmen 2013; Güneş 2011; Batur 2011; Yusufoglu 2010; Güzel 2017; Çamur Duyan, 2010) derlenerek hazırlanmıştır. Veriler SPSS 20.0 programıyla analiz edilmiştir. Derinlemesine görüşmeler, katılımcıların fikirlerini daha rahat ifade edebilmeleri açısından bizzat kadın araştırmacı tarafından kabul edenlere kayıt cihazıyla etmeyenlere ise not tutmak suretiyle gerçekleştirilmiştir.

#### 3.3.1. Bulgular

Araştırma bulguları, katılımcıların demografik özelliklerinin yanı sıra, yaşadıkları mekan, istihdam durumları, evliliklerin gerçekleşme şekli, sosyal dışlanma, hanedeki nüfus gibi birtakım başlıklar altında analiz edilmektedir. Buna göre araştırmaya katılanların yaklaşık %75'i evliyken geri kalan %25'lik kesim ise bekar ve boşanmış kadınlardan oluşmaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Medeni Durum	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Evli	293	74,9
Bekar	40	10,2
Boşanmış	58	14,8

Yaş		
15-25 arası	43	11,0
26-35 arası	81	20,7
36-45 arası	123	31,5
46-60 arası	85	21,7
61 ve üstünde	59	15,1
Toplam	391	100,0

Kadınların büyük çoğunluğunun evli olmasına ve eşlerinin çalışıyor olmasına rağmen yoksulluktan kurtulamamaları dikkat çekicidir. Kadınların eşlerinin çalışma durumlarına bakıldığında yaklaşık %30'unun çalışmadığı, çalışanların da yaklaşık %44,5'inin vasıfsız/ara işlerde çalışan işçi konumunda oldukları ve aylık gelir düzeylerinin de 1000 TL ve altı olduğu görülmüştür.

Dolayısıyla çalıştığı halde düşük gelir elde ettiği için yoksul olan bu kesim, *çalışan yoksullar* olarak ifade edilmektedir. Bu kavram ilk defa 1970'li yıllarda ABD' de piyasalara aktif olarak katılan ancak gelir elde ettiği halde yoksul olan kimseleri ifade etmek için kullanılmıştır (Can 2017, 1117). Bununla birlikte medeni durumunu bekâr olarak ifade eden kadınların bir kısmını eşlerinden boşanmış kadınlar oluşturmaktadır.

“Eşim beni başka bir kadınla aldattı. Şu anda o kadınla evlidir. 2 tane çocuğum var. Nafaka da almıyorum. Maddi imkansızlıktan çocuklarımın okul masraflarını bile karşılayamıyorum. Psikolojim bozuldu. İlaç kullanıyorum.” (M.T)

“Eşimden 2010 yılında aldatma nedeniyle boşandım. Cezaevine girdi. Çıkınca tekrar barıştık. Evlilik dışı bir çocuğumuz oldu. Bizi tekrar terk etti ve başka bir kadınla evlendi.” (A.A)

“Kuma olarak geldim. Çocukları olmadığı için beni getirdiler. Nikahsız eşim memur olarak çalışıyor. Bu üçüncü evliliğim. Evliliklerimden sadece birisi resmi nikahlıydı. Kumamın kendisi beni evlendirdi zorla getirilmedim. Çocuklarımı kendi çocuğu gibi seviyor.” (B.Ç)

“Kuma olarak evlendirildim. Ama bu durumdan şikayetçi değilim. Kumamla iyi anlaşılıyor. Eşim rahatsız çalışmıyor. Bu yüzden biz kumamla birlikte evlere temizliğe gidiyoruz.” (A.Y)

Öte yandan katılımcıların büyük çoğunluğunun işgücü piyasasına katılabilecek yaşta olmalarına rağmen büyük bölümünün çalışmıyor olması dikkat çekicidir (Tablo 3). Görüşmelerde, kadınlar çalışmamalarına gerekçe olarak ev işleri, çocuk, hasta ve yaşlı bakımı gibi gerekçeler sunarken bazıları da kentte istihdam imkanlarının olmayışına, işe alımlarda eş-dost-akraba kayırmacılığının ve bürokrasinin artan etkisine özellikle vurgu yapmışlardır.

**Tablo 3.** Katılımcıların Eğitim ve Meslek Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Okur-yazar değil	167	42,7
İlkokul mezunu	130	33,2
Ortaokul mezunu	51	13,0
Lise mezunu	30	7,7
Okul terk	13	3,3
Meslek		
Ev kadını ve çalışmıyor (ücretsiz ev işçisi)	361	92,3
Ev kadını ve Temizlikçi	24	6,1
Ev kadını ve Bakıcı	1	0,3
Diğer (sigortalı çalışanlar)	5	1,3
Toplam	391	100,0

Tablo'ya göre kadınların eğitim seviyelerinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Özellikle orta yaş ve üzerindeki kadınların büyük bir kısmı okuma yazma bilmemektedir. Ortaokul ve üzeri eğitim alanlar, katılımcıların sadece % 24'lük kısmını oluşturmakta, geriye kalan % 76'lık kısım ise en fazla ilkokul mezunu kadınlardan oluşmaktadır. Maddi imkansızlıklardan dolayı *okulu terk ettim* diyenlerin oranı ise %3,3 olmuştur. Gerek literatürdeki çalışmalar (Dansuk 1997; Şener 2009; Kızılgöl ve Demir 2010) gerekse TÜİK'in 15 yaş ve üstü bireylerin eğitim ve yoksulluk verilerine bakıldığında eğitim düzeyi ile yoksulluk oranı arasında negatif bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Eğitim düzeyinin bu denli düşük olmasında hem Türkiye'de yıllardır kız çocuklarının eğitime erişimde yaşadığı sorunların payı hem de katılımcıların yarısının Kars kent merkezine göçle geldikleri yerlerin kırsal kesim olmasının payı olduğu düşünülmektedir. (Tablo 4).

**Tablo 4.** Katılımcıların Kente, Göçle Gelme Durumlarına Göre Dağılımı

Cevap	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Evet	195	49,9
Hayır	196	50,1
Toplam	391	100,0

Göç olgusunun kentlerdeki yoksulluk sorununu büyüten önemli bir faktör olduğunu, özellikle az gelişmiş ülkelerde kent yoksulluğunun ortaya çıkmasında ciddi bir rolü olduğunu söylemek mümkündür. Zira kentsel yoksulluk ve göç olgusu birbirleriyle iki yönlü bir ilişki arz etmektedir.

Birincisi kentsel yoksulluğun ortaya çıkmasında göçün oynadığı rol, diğeri ise kentteki yoksulluktan en fazla göçle gelen kesimlerin etkileniyor olmasıdır (Kaygalak 2001, 132).

Öte yandan kırsal kesimde eğitim imkanlarına erişimin kısıtlı olması, toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve ailelerin eğitim masraflarını karşılayamamaları gibi faktörlerin eğitim seviyesindeki düşüklüğün nedenleri arasında yer aldığı söylenebilir. Dolayısıyla kadınların eğitimden yoksun kalmaları ile birlikte yoksulluğun kalıcı hale geldiği hatta sonraki nesillere aktarıldığı söylenebilir.

“Köyümüzde okul yoktu. O yüzden ilkokulu tamamlayamadım. Evlenmeden önce maddi durumumuz daha iyiydi. Şimdi çocukların servis paralarını ödeyemiyorum. Okul masraflarını karşılayamıyorum.” (K.K)

Araştırma kapsamında görüşülen kadınların genellikle 15-16 yaşlarında çocuk evlilikler yaptıkları tespit edilmiştir. Bu yüzden erken yaştaki evliliklerin de eğitimin tamamlanamamasında etkili olduğu söylenebilir.

Öte yandan kadınların meslekleri de aldıkları veya alamadıkları eğitimin doğal bir sonucu olarak şekillenmiş ve tablodaki yerini almıştır. Tablodan da görüleceği gibi, kadınların %92,3’ü çalışma hayatında yer almamaktadır (Tablo 3). Bunda eğitim düzeyinin yetersizliği ve istihdam imkânlarının kısıtlı olmasının yanı sıra toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliklerin de payı olduğu söylenebilir.

“Lise mezunuyum sürekli bir işim yok. İş olursa evlere temizliğe giderim. Kalfalık ve usta öğreticilik belgelerim var ama iş bulamıyorum. İŞKUR’a başvuru yaptım bana çıkmadı. Çocuklarıma güzel gelecek sunmak istiyorum. 1996 yılından 213 günlük sigorta girişim var onu tamamlayıp emekli olursam rahatlarız.”(Z.K)

Çalışan % 7,7’lik kesimin ise, ev hanımlığı yanında gündelikçilik (temizlik işleri) ve çocuk bakıcılığı gibi enformel sektörlerde sigortasız ve geçici çalıştığı görülmektedir.

“65 yaşındayım merdiven temizliği yapıyorum. Kumalı evlilik yaptım. Çocuklarım diğer kadının üzerine kayıtlı. Evimin kirasını ödemekte zorlanıyorum. Çocuklarımin hepsi evlendiler. Bana para yardımı yapmıyorlar. Eşyalarını bile hayırseverler aldı.” (A.Ç)

Aslında pek çok kadının gündelik işlerde çalıştıklarını fakat sosyal yardımların kesintiye uğramasından çekindikleri için çalışmadıklarını ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Öte yandan saha çalışmasında kadınların İŞKUR’un başlattığı Toplum Yararına Programa (TYP) çok fazla talep gösterdikleri tespit edilmiştir. Fakat yapılan görüşmelerde kadınlar, bu programa başvuru yaptıklarını

ancak herhangi bir referansları olmadığı için kabul edilmediklerini, işe yerleştirmelerde ciddi oranda siyasi referansların geçerli olduğunu belirtmişlerdir. İşgücü piyasalarında aktif olarak rol almayan katılımcı kadınların büyük bir kısmının eşleri de ya işsiz ya da inşaat işleri gibi ara işlerde çalışmaktadırlar.

**Tablo 5.** Katılımcıların İkamet Ettiği Konut Tipi ve Mülkiyetine Göre Dağılımı

Konut Tipi	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Apartman dairesi	127	32,5
Müstakil ev	264	67,5
Konut Mülkiyeti		
Ev sahibi	278	71,1
Kiracı	113	28,9
Toplam	391	100,0

Katılımcıların % 67,5'i müstakil evde, % 32,5'i ise apartman dairesinde ikamet ettiklerini ifade etmişlerdir. Apartman dairelerinin büyük bir çoğunluğunu Kars Belediyesi tarafından kentsel dönüşüm projeleri kapsamında yaptırılan Toplu Konut İdaresi (TOKİ) konutları oluşturmaktadır. TOKİ konutları, ev sahiplerine daha önce sahip oldukları gecekonduları karşılığında ve belirli taksit ödemeleri çerçevesinde verilmiştir. Buralarda ikamet edenler ayrıca kira öder gibi her ay ilgili bankaya belirli bir miktar kredi ödemesi de yapmaktadırlar. TOKİ konutları ödemeleri kişinin geliri ile ilişkili olmayıp hanenin büyüklüğüne göre değişmektedir. Ancak gelir düzeyi çok düşük olan bu aileler, kredilerini ödemekte büyük zorluklar yaşamaktadırlar.

Öte yandan konut mülkiyeti açısından her ne kadar ev sahipliği oranı (%71,1) fazla olsa da kadınların bir bölümü yaşadıkları evlerin, kendi veya eşlerinin aileleri ve akrabalarına ait olduğunu, buralarda kira vermeden oturduklarını belirtmişlerdir. Üzerinde taşınmaz kayıtlı olmasına rağmen haneler, *muhtaçlık sınırına* bakılarak yardım açısından değerlendirilmektedir. Hane üzerine kayıtlı taşınmazın rayiç bedeli ile hanede sigortalı veya sigortasız çalışan fertlerin gelirlerinin toplamı fert sayısına bölünmekte ve ortaya çıkan kişi başı gelirin belirlenen muhtaçlık sınırının altında olması halinde yardımdan faydalanılmaktadır. Ancak SYDV Mütevelli heyeti bazı durumlarda muhtaçlık sınırının üzerinde olan kişilere yardım ödenmesine karar verebilmektedir. Örneğin çocuk yardımı alan bir haneye gelir düzeyinin düşük olması halinde nakdi yardım da yapılabilmektedir.

“Eşim başkasıyla beraber yaşıyormuş 3 yıl sonra öğrendim. O kadından çocukları da varmış. Beni 4 çocukla dışarı attı. Kendi ailemin evine



geri döndüm. Onlarında durumu iyi değil. Çalışmak istiyorum ama iş bulamıyorum. 15 yaşındaki kızımı kaçırdılar. Sonra geri bıraktılar. Kızımın da bir buçuk yaşında kızı var hepimiz bu evde sığıntı gibi yaşıyoruz. Kızım şu anda Adana’da Sosyal Hizmetlerin koruması altında yaşıyor.” (A.O)

Bununla birlikte kadınların yaşadıkları yoksulluğun ikamet ettikleri evlerin fiziki durumlarına da yansdığı görülmektedir. Bazılarının çok eski yapıda olduğu, bazılarında mutfağın olmadığı ve tuvaletin dışarıda olduğu, birçoğunun duvarlarının boyasız, çatlak veya sıvasız olduğu görülmüştür.

“Bu gördüğümüz tek göz odalı evde 6 kişi yaşıyoruz. Mutfağımız yok. Tuvalet dışarıda kışın çok sorun oluyor. Eşim trafik kazasında vefat etti. Ailesi bizi o günden sonra ne aradı ne de sordu.” (C.Y)

Sadece SYDV’den aldığı yardımlarla geçinen kadının ifadelerinden ve görüşme esnasındaki izlenimlerden yola çıkarak bu kadınların insani gelişme ve insanca yaşam için gerekli imkanlardan yoksun kaldıklarını ve bu yönüyle bazılarının, yoksulluğu *insani yoksulluk* boyutunda yaşadıklarını söylemek mümkündür. Ayrıca burada geleneksel aile yapısının da çözüldüğüne dair ipuçlarının belirdiğini söylemek mümkündür.

**Tablo 6.** *İkamet Edilen Konutun Isıtma Durumuna Göre Dağılımı*

Isıtma durumu	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Kalorifer-Kömür	21	5,4
Kalorifer-Doğalgaz	109	27,9
Soba	261	66,8
Toplam	391	100,0

Örnekleme grubu içerisindeki kadınların yaşadıkları evler genellikle (%66,8) soba ile ısınmaktadır. Ancak evlerdeki kapı ve pencerelerin soğuğu geçirmesi ve ısı yalıtımı olmaması nedeniyle, Kars gibi özellikle sert kış koşullarının yaşandığı bir kentte ısınma faaliyeti çok zor ve maliyetli bir hal almaktadır. Her ne kadar SYDV yoksul hanelere yılda bir kez kömür yardımı yapsa da bu yardım bile ağır iklim koşullarına sahip bu şehirde yoksul hanelerin ısınmasında yetersiz kalmaktadır. Kaldı ki sahada görüşülen bazı kadınlar kömür yardımının bile belli ölçüde siyasi referanslarla ve muhtarlıklarda şeffaf olmayan yönetmelerle yapıldığını ve bu yardıma erişimde de sorun yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bazıları da dağıtılan kömürün çok kalitesiz olduğunu bu nedenle ya kaliteli kömürle takviye yapmak zorunda kaldıklarını ya da yardım kömürünü satıp odun aldıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca doğalgazla ısınan konutların daha çok TOKİ konutları olduğunu belirtmekte fayda vardır. Fakat ısıtmanın

*merkezi sistem* olduğu bazı TOKİ konutlarında oturan kadınlar, yüksek doğalgaz faturalarını ödeyemediklerini ve ilgili kuruluşa borçlu olduklarını belirtmişlerdir.

Borçlanma konusunda banka gibi teminat karşılığında borçlanılan finans kurumlarından ziyade kişilere ve elektrik, su, doğalgaz gibi zorunlu hizmetleri sağlayan kurumlara olan borçların yüksekliği (%76) dikkat çekmektedir.

**Tablo 7.** *Katılımcıların Banka Dışı Kişi ve Kurumlara Olan Borçlara Göre Dağılımı*

Kişi ve kurum borcu	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Var	297	76,0
Yok	94	24,0
Toplam	391	100,0

Görüşmeler sırasında kadınlar, borçlarının genellikle birikmiş elektrik, telefon ve su borcu ile mahalle bakkallarına olan veresiyelerden oluştuğunu belirtmişlerdir.

“Çocuklarım küçük ben çalışmıyorum. Eşim her gün evden iş bulacağım diye çıkıyor. Akşam eli boş dönüyor. Yazları inşaat işlerinde çalışıyor. Devletin arada bir verdiği çocuk parasından başka gelirimiz yok. Birikmiş su borcumuz var. Eşya aldık onun borcu var. Ödeyemiyoruz.” (N.Ç)

6 kişinin yaşadığı bu hane çocuk parası diye isimlendirilen şartlı nakit transferinden yararlanılmaktadır. Bu destek, çocukların eğitime devam etmesi şartıyla aylık çocuk başına 35 ile 50 TL arasında değişmektedir.

Hanelerdeki çocuk ve yaşlı sayısının fazla olması da yoksulluğun artmasına etki eden bir faktör olarak göze çarpmaktadır. Zira yeni doğan her çocuğun, beraberinde oluşturduğu masraflarla diğer çocukların eğitim, sağlık vb. harcamalarının azalmasında önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Yaşlı sayısının fazla olmasında hem hanelerin aldıkları yaşlı yardımının, hem de yaşlılara dönük toplumsal ve geleneksel değerler üzerinden hissedilen sosyal baskının etkisi olduğu söylenebilir.

**Tablo 8.** *Katılımcıların Hanede Yaşayan Kişi Sayısına Göre Dağılımı*

Hanede yaşayan kişi sayısı	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
1	27	6,9
2	44	11,3
3	47	12,0
4	78	19,9
5 ve üstü	195	49,9
Toplam	391	100,0

Tabloya göre kadınların yaklaşık %50'si kalabalık ailelerde yaşamaktadır. Yoksul hanelerin nüfuslarının fazla olması, hanede kişi başına düşen geliri de azaltmaktadır. Ayrıca 5 ve üzeri nüfusu olan hanelerde nüfusun çoğunluğunu çocuklar oluşturmaktadır. Bu hanelerde yaşayan kadınların doğum kontrol hakkında bilgi sahibi olmamalarının ve buna bağlı olarak yüksek doğurganlık hızınının, çocuk sayısının fazla olmasında etkili olduğunu söylemek mümkündür. Yoksul hanelerdeki nüfus fazlalığının bir diğer nedeni de kadınların veya eşlerinin anne babaları ve yakın akrabaları ile birlikte yaşamalarıdır. Bu akrabalar da yoksul olduğu için hanedeki yoksulluk kısır bir döngüye dönüşebilmektedir. Bazı kadınlarla yapılan görüşmelerde aile planlaması konusunda yeterince bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür.

“Evlenen iki kızımдан biri boşandı. Diğerinin de kocası intihar etti. İkisi de çocuklarıyla bizim evde yaşıyor. Evde çalışan bir oğlum var. O da ara işlerde çalışıyor. Başka da gelirimiz yok.” (Y.K)

“Abim ve ailesi bizimle yaşıyor. Ablamın eşi cezaevinde o da çocuklarıyla bizim evde yaşıyor. 13 kişi bu evdeyiz. Babam rahatsız çalışmıyor. Ben 14 yaşındayım. Ortaokulu bitiremedim.” (M.L)

“18 yaşındaki üvey çocuğum ve kayınım bizimle yaşıyor. Eşimin ayağında platin var çalışmıyor. Evlenmeden önce İzmir’de yaşıyordum. Ailemin maddi durumu iyiydi. Aslen İzmirliyim. Çalışmak isterim ama iş yok.” (G.O)

Yukarıda sözü edilen çok çocuklu hanelerde okula giden çocuk sayısına bakıldığında yoksulluğun eğitime erişimde bir engel teşkil ettiğini söylemek mümkündür (Tablo 9).

**Tablo 9.** Katılımcıların Hanede Okula Giden Çocuk Sayısına Göre Dağılımı

Okula giden çocuk sayısı	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Yok	133	34,0
1 kişi	81	20,7
2 kişi	101	25,8
3 kişi	52	13,3
4 ve üstü kişi	24	6,1
Toplam	391	100,0

Bu olumsuz tabloya rağmen kadınlar her ne koşulda olursa olsun öncelikli olarak çocuklarının iyi bir eğitim almalarını talep etmektedirler. Fakat kısıtlı bütçeleriyle çocukların ancak temel ihtiyaçlarını karşıladıklarını ve eğitime yeterince bütçe ayıramadıklarını ifade etmişlerdir. Buradan hareketle çocukların kadınlarla birlikte yoksulluktan

en fazla etkilenen kesimi oluşturdukları söylenebilir. Devletin yaptığı bazı kırtasiye yardımlarına rağmen özellikle çok çocuklu hanelerdeki kadınlar, çocukların eğitim masraflarını karşılamada oldukça yetersiz kaldıklarını ifade etmişlerdir.

“Biz okuyamadık bari onlar okusunlar.” (S.L)

“Çocuğuma okul çantası alacak param yok” (P.E)

“Eşimle resmi nikâhım yok. Çocuklarım kumamın üstüne kayıtlıdır. 10 sene sonra ayrıldım kendime ev tuttum. Eşimin maddi durumu çok iyi ama bize yardım etmiyor. Evimiz çocukların okuluna uzak servis parasını ödeyemiyorum. Çocuklar okula yürüyerek gidiyorlar.” (B.A)

“Eşim beni başka bir kadınla aldattı. Şiddet uyguluyordu. Boşandık. Şu anda o kadınla evli iki çocukları var. Çocuklarımın okul masraflarına falan yardım etmiyor. Benim parasızlıktan dolayı psikolojim bozuldu. İlaç kullanıyorum.” (T.Y)

Kadınların yaşadıkları yoksulluğun eğitim boyutunun yanı sıra hane içinde bakmakla yükümlü oldukları kişilerden kaynaklı psikolojik boyutu da söz konusudur.

**Tablo 10.** Katılımcıların Bakmakla Yükümlü Oldukları Hasta, Yaşlı, Engelli Sayısı

Hasta, yaşlı, engelli sayısı	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Yok	317	81,1
1 kişi	64	16,4
2 kişi	9	2,3
3 kişi	1	,3
Toplam	391	100,0

Nitekim kadınların hane içerisinde yüklendiği sorumluluklardan bir tanesi hanedeki ev işleri ve çocuk bakımı dışında bakıma muhtaç olan anne-baba ya da diğer yakın akrabalarının sorumluluğunu üstlenmektedir. Görüşmeler esnasında hanelerde bakıma muhtaç kişilerin genellikle kadınların kendi engelli çocukları olduğu görülmüştür. Böylesi bir durumla karşı karşıya kalmanın birçok kadının psikolojisini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir:

“İki kızım zihinsel engelliler birisi 22 yaşında diğeri 16 yaşında ve yatalak kayınvalidem de bizimle yaşıyor. Eşimin de beyniyle ilgili bir rahatsızlığı var. Kızlarım da o yüzden bu durumdalar. Tek başıma üç hastaya bakıyorum. Devletin verdiği engelli maaşı yetmiyor.” (Z.K)

“Eşim şizofreni hastası iğne ilaç kullanıyor. Kullanmazsa etrafa saldırıyor. Başını alıp gidiyor.” (Y.Y)

“Eşim vefat etti. Zihinsel engelli olan 63 yaşındaki kız kardeşime bakıyorum. İkimiz birlikte yaşıyoruz.” (A.Ç)

“Kızım sağır dilsiz ve zihinsel engelli. Eşimin de kulakları duymuyor. 75 yaşındayım. Bu yaşta ikisine de bakıyorum. Oğlum bazen gelip ihtiyaçlarımızı karşılıyor.” (N.M)

“İki oğlum da zihinsel engelli. Birisi Bakırköy Ruh ve Sinir Hastalıkları hastanesinde diğerine de ben bakıyorum.” (S.D)

“Eşim ve 2 çocuğum engelli. Eşimin ve büyük oğlumun gözleri görmüyor. Küçük oğlum da zihinsel engelli hepsine ben bakıyorum.” (A.M)

Aktarılan ifadelerden de anlaşılacağı üzere yoksulluk sorunu sadece bir düşük gelir sorunu değil aynı zamanda ciddi bir psikolojik sorun olarak da karşımıza çıkmaktadır. Sağlıkları ciddi anlamda etkilenen kadınların bu alandaki ihtiyaçlarını da karşılamada bir takım zorluklar yaşadıkları dile getirilmiştir.

**Tablo 11.** *Katılımcıların Sosyal Güvence Durumlarına Göre Dağılımı*

Sosyal güvence türü	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Yok	6	1,5
SSK	54	13,8
BAĞKUR	8	2,0
Emekli Sandığı	1	,3
Genel Sağlık Sigortası (GSS)	322	82,4
Toplam	391	100,0

Tabloya göre katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal güvencesinin GSS olduğu görülmektedir. Devlet bu sigorta ile belli bir gelir düzeyinin altında kalan bireylere herhangi bir ücret ödemediği sağlık imkanlarından yararlanabilme hakkı sağlamaktadır. Ancak GSS sahipleri ilaç alırken eczanelerin ilaç fiyatının belirli bir oranı kadar kesinti yaptıklarını ve bu konuda mağdur olduklarını aktarmışlardır.

“Böbrek hastasıyım. Eczaneye ilaç parası ödeyemiyorum.” (S.E)

“Devlet sadece 400 TL engelli maaşı veriyor. Benim sağ gözüm görmüyor. Eczane parasını ödeyemiyorum. Eşim rahatsız çalışmıyor.” (A.S)

“Midemden ameliyat oldum. 6 ve 8 yaşlarında iki çocuğum var. Hastane raporum daha çıkmadı. İlaçları parayla alıyorum.”(G.B)

“Eşimle 12 yıl resmi nikahsız yaşadım. Kuma olarak gittim. Şiddet gördüm. Kızımın yaşıyorum. KOAH ve zehirli guatr hastasıyım. Kulağım duymuyor. Hastane ve ilaç masraflarını ödeyemiyorum.” (A.C)

Bunca yoksulluğun içinde kadınların çalışmama gerekçelerine bakıldığında hem istihdamla ilgili hemde ailevi ve toplumsal bir takım engellerin varolduğu görülmektedir.

**Tablo 12. Katılımcıların Çalışmama Nedenine Göre Dağılımı**

Çalışmama nedeni	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çocuk bakımı	153	39,1
İş İmkânı Yok	121	30,9
Ev işleri	100	25,6
Diğer	79	20,2
Eşim izin vermiyor	46	11,8
Hasta ve yaşlı bakımı	42	10,7
Ailem izin vermiyor	1	0,3

Kadınların çalışmama gerekçelerinin sorulduğu ve katılımcıların birden fazla seçeneği işaretlediği bu soruda ilk sırada yaklaşık %40'lık büyük bir oranla *çocuk bakımı* ve hemen arkasından yaklaşık %31 ile *iş imkânının olmayışı* yer almıştır. Bunların yanı sıra *ev işleri* %25,6'lık bir payla üçüncü gerekçe olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu başlıkların dışında *diğer* şeklinde ifade edilen gerekçeler ise kadınların çalışmamalarında %20,2'lik bir paya sahiptir. Ayrıca *eşinin izin vermemesi* (%11,8) ve *hasta-yaşlı bakımı* gibi gerekçeler de (%10,7) kadınların dile getirdiği çalışmama gerekçeleri arasında yer almıştır. Bunlardan en çok "*çocuk bakımı*", "*ev işleri*" ve "*iş imkânı yok*" seçeneklerinin birlikte işaretlendiği görülmektedir.

Yoksul kadınların çalışmama nedenlerinin büyük bir kısmının hane içinde yüklendikleri; ev işleri, çocuk, hasta ve yaşlı bakımı oluşturmaktadır. Kadınların erkeklere göre çalışma oranlarının düşük olması hane içinde almış oldukları sorumluluklarla büyük oranda örtüşmektedir.

"17 yaşındaki kızım psikolojik tedavi görüyor. Evde sürekli huzursuzluk yapıyor. Evden kaçıp gidiyor. Eşimden ayrıldım. Temizliğe gidiyordum çocuklarım için. Ama kızımı tek bırakamıyorum artık..." (S.Y)

Kadınların işgücü piyasasına katılmasına engel olan bir başka durum ise eşlerinin çalışmalarına izin vermemeleridir. Özellikle ataerkil aile yapısına sahip olan bu bölgelerde hane içinde kararlar erkekler tarafından alınmaktadır. Bu durum kadınlar üzerinde ayrıca psikolojik bir baskı da oluşturmaktadır. Yoksul kadınların %20'sinden fazlası "diğer" nedenlerle çalışmadıklarını belirtmişlerdir. Yapılan görüşmelerde "diğer" kategorisindeki nedenlerin neredeyse tamamına yakınının sağlık sorunları

olduğu görülmüştür. Kadınlardan bazıları maddi imkânsızlıkların neden olduğu psikolojik hastalıklarla mücadele ederken, bazıları da başta eklem ağrıları olmak üzere çeşitli hastalıkların çalışmalarına engel olduğunu ifade etmişlerdir.

Hanelerin içinde buldukları yoksullukla mücadele için devletin yapmış olduğu yardımların türüne bakıldığında en büyük kalemin yakacak, nakit ve çocuk parası olduğu görülmektedir. Bu yardımlardan faydalanma süresi; yaşlılık süresi, doğum süresi, çocuk doğum tarihi, çocuğun okula başladığı tarih gibi kişilerin durumlarına ve yardımın türüne göre değişebilmektedir.

**Tablo 13.** *Katılımcıların Devletten Alınan Yardıma Göre Dağılımı*

Devletten alınan maddi yardımın türü	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Yakacak Yardımı	203	51,9
Nakdi Yardım	196	50,1
Çocuk Parası	182	46,5
Engelli maaşı	46	11,8
Dul maaşı	35	9
Gıda Yardımı	19	4,9
Yaşlı Maaşı	18	4,6

Devletin yoksul hanelere yaptığı ayni ve nakdi yardımlar, hane halkının işsizlik dolayısıyla yaşanan geçim sıkıntısını hafifletme amaçlıdır. Yapılan yardımların miktarı ve kime yardım verileceği il valiliklerindeki mütevellî heyetleri tarafından belirlenmektedir. Hanelerde yaşayan kişi sayısı, hanenin kazancı, engelli sayısı vb. gibi değerler yardım için kıstas oluşturmaktadır.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde kendilerine SYDV tarafından dul maaşı olarak aylık 275 TL, yaşlı maaşı aylık 500 TL ve engelli maaşı ise engelli raporuna göre aylık 400-600 TL ödendiği tespit edilmiştir. Bunların yanısıra yakacak yardımları yılda bir kez 2,5 ton kömür yardımı, çocuk parası, ailede eğitim gören çocuk sayısına göre üç ve altı aylık dönemlerde, nakdi yardımlar ise dini bayramlar öncesi ve yıl içinde birkaç defa hanenin nüfus ve maddi durumuna göre ödenmektedir. Ödenecek yardımlar kapsamında ayrıca hanelerin durumunu kontrol etmek için SYDV çalışanları da hanelerde gerekli inceleme ve gözlem faaliyetlerinde bulunmaktadırlar.

Yoksullukla mücadelede kamu yardımlarının katkısı önemli olmakla birlikte dünyanın birçok ülkesinde özellikle yoksul kadınlara yönelik uygulanan mikro kredi uygulaması söz konusudur. Fakat aşağıdaki

tabloya bakıldığında katılımcıların neredeyse tamamının mikro kredi uygulamasından haberdar olmadığı görülmektedir.

**Tablo 14.** *Katılımcıların Mikro Krediden Haberdar Olma Durumuna Göre Dağılımı*

Mikro Kredi	Frekans (Kişi Sayısı)	Yüzde (%)
Var	4	1,0
Yok	387	99,0
Toplam	391	100,0

Oysa tamda kadınların içinde buldukları yoksulluk durumunun ortadan kaldırılmasına dönük olan böylesi bir uygulamadan bu kadar yüksek oranda kadının haberdar olmaması dikkat çekicidir. Bu konuda yeterince bilgilendirme yapılmadığı söylenebilir.

Mikro kredi; yoksul kişilerin üretim sürecine katılarak, ekonomik kalkınmaya destek olması için uygulamaya konulan bir projedir. Herhangi bir gelirleri olmadığı için finansal kurumların sundukları kredi hizmetlerinden faydalanamayan yoksul kesimler, mikro kredi sayesinde verilen düşük miktarda kredilerle üretim yaparak aile ekonomisine katkıda bulunabilmektedir (Şengür ve Taban 2012, 65). Mikro kredi uygulaması sayesinde yoksullara bir iş yeri açabilmek için gerekli olan parasal sermaye sağlanmaktadır. Bu uygulamada, yoksul hanelerde yaşayan kadınlara öncelik verilmektedir.

Mikro kredi projesi Kars'ta 2011 yılında Valilik tarafından uygulamaya konulmuş olup dönem içerisinde 1.000TL-5.000 TL arasında olacak şekilde 77 haneye kredi kullanılmıştır (Serhat TV 2011). İl özel idaresi ile yapılan görüşmede alınan kredilerin bir kısmının girişime dönüştüğü ve kredi borçları ödenerek tasfiye edildiği, diğer kısmının ise kredi ödemelerinde gecikme yaşanması nedeniyle icralık olduğu bilgisine ulaşılmış ve 2011'den bu yana mikro kredi projesinin uygulamadığı bildirilmiştir.

**Tablo 15.** *Katılımcıların Hane Ekonomisine Gelir Getirecek Üretime Göre Dağılımı*

Hane ekonomisine yapılan katkı	Frekans (Kişi Sayısı)	Yüzde (%)
Yok	348	89,0
Yemek-hamur işi	3	0,8
El işi	19	4,9
Evlere temizlik	20	5,1
Çocuk bakımı	1	0,3
Toplam	391	100,0



Katılımcıların yaklaşık % 90'ı hane ekonomisine ek gelir getirecek bir üretimlerinin olmadığını belirtirken el işi ve evlere temizlik faaliyetinden dolayı hane ekonomisine katkı sağlayanların oranı ise %5 civarında seyretmektedir.

Kadınların çocuk bakımı ve ev temizliği gibi sorumluluklarının olması gelir getirici bir işe vakit ayırmalarını da zorlaştırmaktadır. Daha önceden el işi, hamur işi gibi işleri evinde yapıp satan kadınlar da, ürünlerini satma konusunda zorlandıkları için vazgeçtiklerini belirtmiş yani pazar sorununa dikkat çekmişlerdir. Ancak görüşmeler sırasında yoksul kadınların haneye üretim sağlayacak bir faaliyet gerçekleştirme çabalarının beklenenden az olduğu görülmüştür. Kent merkezinde kadınların ürünlerini arz edeceği mevcut pazarlar, beceri kazandırıcı meslek edindirme kursları ve mikro kredi gibi finansman imkanlarının olmayışı bu anlamda önemli bir sorun teşkil etmektedir.

Kadın yoksulluğuyla ilgili başka bir sorun ise kadınların gerçekleştirdikleri evlilik şekline bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir.

**Tablo 16. Katılımcıların Evliliklerinin Gerçekleşme Şekline Göre Dağılımı**

Evliliğin gerçekleşme şekli	Frekans (Kişi Sayısı)	Yüzde (%)
Evli değilim (hiç evlenmemiş veya boşanmış)	38	9,7
Görücü usulü ve kendi rızası ile	237	60,6
Görücü usulü ama kendi görüşü sorulmadan aile kararıyla	16	4,1
Kendi kararı ve ailesinin rızası ile	43	11,0
Kendi kararı ve ailesinin rızası dışında	2	0,5
Kaçma/kaçırılma ile	55	14,1
Toplam	391	100,0

Yapılan görüşmelerde yoksul kadınların evlenme şeklinin genellikle görücü usulü olduğu anlaşılmıştır. Doğu illerinde fazlaca görülen geleneksel aile yapısına göre özellikle köylerde yaşayan kız çocukları, erken yaşlarda görücü usulü evlendirilmektedirler. Dolayısıyla kadınlar için yoksulluğun bir nedeni de erken yaştaki evlilikler olduğu söylenebilir.

“15 yaşında görücü usulü ile evlendirildim. Maddi imkansızlıktan dolayı ailem beni okutamadı. Okuyup öğretmen olmayı çok isterdim.” (A.D)

Ayrıca kaçma-kaçırılma ve bunun sonucu olarak kumalı evlilikler de diğer evlenme şekilleri arasındadır:

“Eşim beni zorla kaçırdı. Kuma olarak gittim. Ailemin adını kötü etmemek için geri dönmedim. Çocuklarım kumamın üstüne kayıtlı. Eşim vefat etti. Benim resmi nikahım olmadığından eşimin maaşını o alıyor.” (G.D)

“Kaçarak evlendim. Ama cahillik yaptım. Eşim çalışmıyor. Her gün kavga ediyoruz. Kavga etmek fayda etmiyor. Babanın evine git diyor. Durumuma isyan etmiyorum. Yine de çok şükür.” (A.K)

Kadınlarla yapılan görüşmelerde evlilik öncesi yaşanan yoksulluğun evlilik sonrasında da yaşanıldığı dile getirilmiştir. Özellikle erken yaşta gerçekleştirilen evliliklerin, kız çocuklarının eğitime ulaşma fırsatını engellediği için yoksulluğun adeta bir kadere dönüştüğü söylenebilir.

Bununla birlikte kadınların yaşadığı yoksulluk olgusu bir süre sonra gerek eşlerinden gerekse aile veya toplum bireylerinden kaynaklı bir şiddet olgusunu da beraberinde getirmektedir. Görüşmelerde, kadınların şiddeti sadece fiziksel şiddet olarak algıladıkları anlaşılmıştır. Nitekim kadınlar; bağırma, hakaret etme, kazanılan paranın eşe verilmeye zorlanması, gebeliğe zorlanma gibi durumların şiddet kapsamına girmediğini hatta bu tarz durumların her ailede yaşanabilecek olağan durumlar olduğunu ifade etmişlerdir. “Şiddet gördüm” diyenler ise, bu şiddeti en çok aile içinde eşlerinden gördüklerini ifade etmişlerdir. Yapılan görüşmelerde hanedeki erkeklerin alkol ve uyuşturucu kullanımı, yoksulluk, psikolojik problemler gibi nedenlerle kadınlara şiddet uyguladıkları tespit edilmiştir. Kadınlar, evliliklerinin başlarında şiddetin daha çok olduğunu ilerleyen zamanlarda azaldığını ayrıca eşlerinin alkol kullanımı ve aldatma gibi sorunlarının, hanelerinde şiddet ve sonrasında boşanmalara yol açtığını belirtmişlerdir:

“Eşim alkol kullanıyor. Ev ile ilgisi yok şiddet uyguluyor. Şiddet yüzünden Karakolluk olduk. Boşanmak istiyorum ama arada çocuk var. 14 yıldan sonra çocuğumuz oldu. Daha önceden çocuk olmadığından dövdüğünü düşünüyordum. Çocuk olduktan sonra da aynı hiç düzelmedi.” (D.E)

“Eşim beni ve kızımı dövüyor. Psikolojisi bozuk, sürekli şiddet sürekli şiddet. Mahkemeye verdim.” (N.T)

“Eşim eskiden alkol kullanıyordu. Alkol kullandığı bir gün gözüme vurdu. Bir gözüm % 90 görmüyor. Engelli raporum var. Şimdi kendisi yatalak benim elime düşmüş ben bakıyorum. Ne yapayım adamı kapıya da atamam. Ne olursa olsun benim eşim o.” (L.S)

“Eşime üç yıldır boşanma davası açtım. Kendisi davalara gelmiyor. Eşimden ve ailesinden daha önce çok şiddet gördüm. Kayınvalidem öldüresiye dövdü. Ama köyde yaşıyorduk. Kendi aileme de söyledim. Ama bela olmasın diye ilgilenmediler. En sonunda kardeşim beni getirdi ve eşime dava açtım.” (F.S)

“Eşimden 2 yıldır doğru düzgün haber alamıyorum. Kendi ailesini arıyormuş. Beni aramıyor. Evlenmeden önce durumumuz daha iyiydi. Eşimden çok şiddet gördüm. Her şeye kavga çıkarıyordu. Şimdi Kıbrıs'taymış. Ama nüfusta kaydı Maraş'ta çıkıyor. Boşanmak istiyorum. Ama beni tehdit ediyor. Seni öldürürüm diyor.” (N.Y)

Yapılan görüşmelerde kadınların daha çok psikolojik şiddet gördükleri ifade edilmiştir. Alkol kullanımı, aldatılma ya da benzeri nedenler dışında yoksulluğun bizzat kendisi de hanelerde çıkan psikolojik ve fiziksel şiddetin nedeni olabildiği görülmektedir. Hanede geçim sıkıntısı çeken erkekler, bunun psikolojik yansımasını ne yazık ki eşlerine uyguladıkları baskı, aşağılama, hakaret ve şiddetle göstermektedirler. Şiddetin, burada erkek tarafından bir tür sorun çözme mekanizmasına dönüştüğü söylenebilir. Nitekim;

“İşsizliğin ve iş güvencesizliğinin üstesinden gelemeyen erkek ise erkeklik inşalarında aldıkları bu darbeyi başka bir yöntemle, erkekliklerini başka yollardan kanıtlama peşine düşerek aşmaya çalışırlar. Bu yolların başında, bir şiddet türü olan psikolojik şiddet şeklinde yaşanan işsizliğin, erkek fiziksel gücünün dışı vurumu ile ortaya çıkan fiziksel şiddete dönüşmesi yer alır. Erkekliğine laf edilen işsiz erkek, şiddeti araç olarak kullanarak erkekliğini ispat etme peşine düşer” (Barutçu 2013, 115).

Öte yandan yardım almak, erkekler açısından kendi başarısızlıklarının bir itirafı olarak algılanmaktadır. Bu yüzden gerek yardım başvurusu gerekse ücretsiz yiyecek ve ekmek kuyruklarına girme işi kadınlar tarafından üstlenilmektedir. Bunun nedeni kadınların yoksul olduklarını daha kolay “itiraf” edebilmeleridir (Aksu 2016, 108).

Kadınların ifadelerinde görüleceği gibi aile içi şiddetin fiziksel etkileri, beraberinde pek çok psikolojik etki de getirmektedir. Hatta bu psikolojik baskıların sosyal sonuçları da ortaya çıkabilmektedir. Psikolojik tehdit ve baskılarla karşılaşan kadınlar zamanla hayata bakış açılarını değiştirmekte ve olumsuzluğa kapılmaktadırlar (Öztürk 2014, 52). Örneğin sosyal dışlanma olgusu kadınların olumsuzluklara kapılmalarını tetikleyen önemli bir sorundur.

**Tablo 17.** Katılımcıların Çevreden Dışlanmaya Göre Dağılımı

Çevrenizden dışlandığınızı düşünüyor musunuz?	Frekans (Kişi Sayısı)	Yüzde (%)
Evet	234	59,8
Hayır	157	40,2
Toplam	391	100,0

Nitekim tabloya göre katılımcıların yaklaşık % 60'ı kendilerini çevreden dışlanmış hissettiklerini belirtmişlerdir. Yapılan görüşmelerde yoksul kadınların kendilerini maddi olarak güçsüz hissettikleri için dışlanmış hissine kapıldıkları dile getirilmiştir. Özellikle çocuklarının isteklerine karşı kendilerini çaresiz hissettiklerini ifade etmişlerdir. Görüşmelerde çocuklarını dershaneye gönderememe, onların bazı arkadaşları gibi giyinememesi, bilgisayara sahip olamaması gibi

nedenlerle kendilerinden çok, çocukları için dışlanmışlık hissi yaşadıkları gözlemlenmiştir.

## Sonuç

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin oluşturduğu; eğitim, istihdam, sağlık ve beslenme gibi alanlarda görülen dezavantajlı durumların yanı sıra erken yaşta evlilikler, şiddet ve sosyal dışlanma gibi nedenler kadın yoksulluğunun boyutlarını açıkça ortaya koymaktadır. Eğitim bu anlamda oldukça önemli bir alandır.

Nitekim Kars'ta yaşayan yoksul kadınların eğitim seviyelerinin oldukça düşük olduğu görülmüştür. Yoksul hanelerde kız çocuklarının okullaşma oranı, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin meydana getirdiği kültürel yapılar nedeniyle erkek çocuklarının gerisinde kalmaktadır. Düşük eğitim seviyesi; işgücü piyasalarına erişememe, şiddet ve sosyal dışlanma gibi yoksulluğun diğer nedenlerini de beraberinde getirmektedir. Araştırmaya katılan kadınların büyük çoğunluğunun eğitimlerini ancak ortaokula kadar tamamlayabildiği görülmüştür. Bu durumun nedenleri olarak başta geleneksel hane yapısına sahip bu bölgelerde kız çocuklarını okula göndermeme zihniyeti, yoksulluk, erken evlilikler ve kırsal yerlerde ikamet etme olarak görülmektedir.

Yoksul kadınların bir diğer sorunu da kendilerini yoksulluktan kurtaracak bir işe sahip olmamalarıdır. Katılımcı kadınların çok büyük bir kısmı çalışmamaktadır. Çalışmama nedenleri arasında; kadınların hane içi üstlendiği çocuk bakımı, ev işleri engelli bakımı, yaşlı bakımı, gibi sorumluluklar ve kent merkezinde kendi eğitim seviyelerine uygun çalışabilecek iş bulamamaları ön plana çıkmaktadır. Yoksul kadınların eşleri de düzenli bir işe sahip olmamakla birlikte genelde enformel sektörlerde kısa süreli olarak çalışmaktadırlar. Bu durum hanenin aylık gelirinin çok düşük olmasına yol açmaktadır. Bu anlamda kadın başlı haneler, evli kadınlara göre daha çok geçim sıkıntısı yaşamaktadırlar. Araştırma sonucunda örneklem grubundaki hanelerin büyük bir kısmının yoksulluk sınırının altında yaşadığı görülmüştür.

Kars'ta yaşanan ağır iklim şartları, yoksul kadınlar için yaşam koşullarını daha da ağırlaştıran bir faktördür. İkamet edilen hanelerin fiziki şartlarının kötü olması ağır iklim şartlarıyla birleşince yoksulluğu daha da artırmaktadır. Kent merkezinin istihdam olanaklarının az olması da yoksulluğa neden olmaktadır. Yoksul kadınlar ve eşleri kent merkezinde kendi eğitim seviyelerine göre iş bulmakta zorluk çekmektedir.

Yoksul hanelerde yaşayan kişi sayısının fazla olması, kadın yoksulluğunu artıran başka bir unsurdur. Hanelerin nüfus bileşiminin çoğunluğu çocuklardan oluşmaktadır. Bu bölgelerde kadınların doğum

kontrol yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmaması ve erkek çocuk sahibi olmak için gebeliğe zorlanması gibi nedenler hanelerin çocuk sayısını artırmaktadır. Çok çocuklu hanelerin yoksulluğu, çocukların eğitimine de yansiyarak yoksulluğu kısır döngü haline getirmektedir. Araştırma kapsamında kadınların en çok dile getirdiği çocuklarının özellikle okul servisi ücretleri, çanta ve üniforma gibi masraflarıdır. Özellikle gelir yoksulluğu yaşayan haneler için bu masraflar çok büyük sorun oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında dikkati çeken başka bir nokta ise kadınların sosyal yardımlara bağımlılıklarının çok yüksek olmasıdır. Saha çalışması sırasında sosyal yardımlar dışında başka geliri olmayan çok sayıda haneye rastlanmıştır. Bu haneler için en büyük geçim kaynağı sosyal yardımlardır. Bu nedenle SYDV'lerin önlerinde özellikle kadınların yer aldığı uzun kuyruklar oluşmaktadır. Oysa devlet tarafından verilen aynı ve nakdi yardımlar hanelerin geçimine kısa süreli çözümler sunmaktadır. Kadınların yoksulluktan kurtulmak için sosyal yardımlar dışında kendilerinin bir çaba sarf etmedikleri görülmüştür. Hanenin gelirine katkı sağlayacak üretimleri oldukça sınırlı düzeydedir. Daha önce el işi, dikiş, nakış ve hamur işi tarzı ürünler yaparak satan kadınlar, bu ürünleri ulaştıracak yeterli sayıda alıcı bulamadıklarından artık üretim yapmaktan vazgeçtiklerini dile getirmişlerdir. Dolayısıyla gelir getirici bir faaliyette bulunmamları kabullenilmiş yoksulluk yaşadıklarının göstergesidir. Yapılan görüşmelerde kadınların yoksullaşmasında payı olan ve çalışmalarına engel teşkil eden çeşitli rahatsızlıklarının yaygın olduğu görülmüştür. Bu hastalıklar daha çok yoksulluğun meydana getirdiği beslenme ve ısınma yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca yoksulluk sorunu kadınlarda psikolojik rahatsızlıklara da yol açmaktadır. Eş baskısı, çocuklarının isteklerini karşılayamama ve hane içinde yüklenen yaşlı, hasta bakımı gibi durumlar yoksul kadınlarda psikolojik hastalıklara yol açmaktadır. Kadın yoksulluğuna dair kent merkezinde yaşanan sorunlara dayanarak bazı politika önerilerinde bulunulabilir.

Kadın yoksulluğunu kökten çözebilecek en önemli araç kadınların eğitim seviyelerinin yükseltilmesidir. Bu anlamda kadınlara verilen okuma yazma kurslarının yaygınlaştırılması ve uygulanan mesleki eğitimlerin çeşitliliğinin artırılarak kadınların bu konuda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca kız çocuklarının eğitimleri konusunda hanelerin okul masraflarını destekleme amaçlı ödemelerin artırılması hem hanelerde kız çocukları aleyhine ortaya çıkabilecek eşitsizlikleri hem de gelecekte oluşabilecek kadın yoksulluğunu da önleyici bir işlev görecektir.

Kadın yoksulluğu ile mücadelede atılması gereken diğer önemli adım ise kadınların işgücü piyasalarına katılmasının sağlanması ve bu piyasalardaki eşitsizliklerin giderilmesine yönelik önlemlerdir.

Böylece kadınların çalışması gelir yoksulluğunu ortadan kaldırmak dışında ekonomik bağımsızlık kazanmalarını da sağlayacağı için hem hane içerisinde hem de toplumda güç kazanmalarında önemli bir katkı sağlayacaktır. Bu konuda istihdam piyasalarında mevcut olan çeşitli engellerin kaldırılması gerekmektedir. Bu amaçla kadınların hane içi sorumluluklarını azaltmak için sosyal hizmetler bünyesinde ücretsiz kreş, hasta ve yaşlı bakımı gibi hizmetlerin verilmesi son derece önem arz etmektedir.

İstihdamı artırmaya yönelik diğer önemli nokta da kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik politikalar olup bu politikalar işsizliğe kalıcı çözümler getirmektedir. Kadın girişimciliğini teşvik etmek için ürünlerinin tüketiciye arz edilebileceği kadın kooperatiflerinin kurulması önemli bir konudur. Bu anlamda gerek yerel yönetimler gerekse STK'lar ortaklaşa hareket ederek bu kooperatiflerin kurulmasına aracılık etmelidirler.

Girişimciliği teşvik amaçlı kadınların becerilerinin ön plana çıkarılması adına mesleki kursların açılması, var olan mesleki kurslara kadınların katılımını sağlamak için sosyal hizmetler tarafından mahalle bazlı çalışma yapılarak kadınlara ulaştırılması ve kadınların bu yönde bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca bölgede, kadınları mesleki eğitimlerle birlikte bilgisayar kursları ve annelik eğitimi gibi geliştirici sosyal ve kültürel faaliyetlerinin bir çatı altında toplandığı Çok Amaçlı Toplum Merkezi (ÇATOM) niteliğinde bir kadın toplum merkezinin açılarak faaliyete geçirilmesi kadınların eğitim, girişimcilik ve sosyal alanda güçlenmesinde yardımcı olacaktır. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi açısından kadınlara kredi imkanlarının sağlanması da önemli konulardan biridir. Yoksul kadınların bir iş yeri açabilmesi için belirli bir sermayeye ihtiyacı varken bölgede kredi imkanlarının az olması bu anlamda finansman sorununa yol açmaktadır. Bu finansman sorununu gidermek için kadınların mikro kredilerden faydalandırılması gerekmektedir. Mikro kredinin yanı sıra KOSGEB, Belediye, Kent Konseyleri ve STK'lar üzerinden çeşitli gelir getirici projelere gereksinim duyulmaktadır.

Yoksul kadınların ve kız çocuklarının hane içi ve toplumdaki eşitsizlerden kaynaklanan baskılar ve bu baskıların oluşturduğu çeşitli psikolojik sorunların çözümü için sosyal hizmetler bünyesinde var olan ücretsiz psikolog hizmetlerinin artırılması ve alanında profesyonellerin kadınlara mahalle çapında çeşitli alanlarda eğitim vermesi gerekmektedir. Aşçılık, dikiş-nakış, bilgisayar, ebru kursları, pazarlama-satış, annelik seminerleri, el sanatları, kuaförlük ve okuma yazma kursları bu alanlar arasında sayılabilir.

## Kaynakça

- Açıkgöz, R. (2010). Kadın Yoksulluğu Üzerine Bir İnceleme. *Yardım ve Dayanışma Dergisi*, 1(2), 45-60.
- Alptekin, D. ve Aksan, G. (2010). Yoksulluk ve Kadın: Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma. Mahmut Kardaş (Ed.). *Uluslararası Yoksullukla Mücadele Sempozyumu: Deneyimler ve Yeni Fikirler* (ss.421-434). İstanbul: Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü.
- Aksu, B. (2016). *Kadınların Sınıfı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arun, Ö. ve Arun, B.K. (2011). Türkiye’de Yaşlı Kadının En Büyük Sorunu: Dulluk. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(4), 1515-1527.
- Avrupa Komisyonu. (2018). Sorular ve Cevaplar: Kadın hakları ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda AB neler yapıyor? Brüksel, 8 Mart 2018, Erişim Tarihi: 12.06.2019 [https://www.avrupa.info.tr/sites/default/files/2018-03/EU%20factsheet%20on%20gender%20equality\\_BC.pdf](https://www.avrupa.info.tr/sites/default/files/2018-03/EU%20factsheet%20on%20gender%20equality_BC.pdf)
- Barutçu, A. (2013). *Türkiye’de Erkeklik İnşasının Bedensel ve Toplumsal Aşamaları*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Batur, E.B. (2011). *Nevşehir’de Kadın Yoksulluğu* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Üniversitesi, Nevşehir.
- Bayat, İ. (2015). Türkiye’de Yoksul Hanelerde Yaşayan Kadınların Enformel İstihdama Katılma Nedenleri. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 6(1), 53-69.
- Berber, N. (2016). Kadına yönelik şiddet. Feryal Saygılıgil, (Ed.), *Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*, (ss. 249-270). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bircan, İ. (2002). Türkiye’de Yoksulluk ve Kadınlar. Yasemin Özek (Ed.), *Yoksulluk Şiddet ve İnsan Hakları* ( s441-466). Ankara: TODİE Yayınları, No: 311.
- Bradshaw, S. ve Linneker B. (2003). Challenging Women’s Poverty. Erişim Tarihi :02.04.2018, <http://www.progressio.org.uk/sites/default/files/Challenging-womens-poverty.pdf>.
- Buvinic, M. (1998). Women in Poverty: A New Global Underclass Erişim Tarihi: 04.03.2018, <http://www.onlinewomeninpoliticorg/beijing12/womeninpoverty.pdf>.
- Can, Y. (2017). Yoksulluk, Yerel Küresel Eşitsizlikler, [Elektronik Sürüm]. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(63), 1111-1126.
- Chant, (2003). *Female Household Headship and the Feminisation of Poverty: Facts, Fictions and Forward Strategie*, Newyork Paper Series 9.
- Dansuk, E. (1997), *Türkiye’de Yoksulluğun Ölçülmesi ve Sosyo-Ekonomik Yapılarla İlişkisi*, DPT Uzmanlık Tezi, Ankara.



- Demir Kula, N. ve Kula, (2007). Kadın Sorununa Yönelen Sivil Toplum Örgütlerinin Kadınların Yoksulluğu Konusuna Eğilimleri. Ali Akdemir vd. (Ed.), *IV. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı*, 19-21 Ekim 2007, (ss. 461-479). Ankara: Pozitif Yayıncılık.
- Ekiz Gökmen, Ç. (2013). *Kaynakların Hane İçerisindeki Dağılımı Açısından Kadın Yoksulluğu: Mardin-Muğla Örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Gupta, G. R. (2012). Women and Poverty. *Global Women Issues Women in the World Today*. Erişim Tarihi: 04.04.2018, <https://publicationamerica.gov/publication/global-womens-issues-women-in-the-world-today/>.
- Güneş, F. (2011). Farklı Emek Kategorileri Açısından Kadın Yoksulluğu. *Çalışma ve Toplum*, 2(29), 217-247.
- Güneş, F. (2014). Yoksullukla Başa Çıkma Stratejileri, Kaynakların Yoksulluğu mu? : Kadın Emeği Merkezli Eleştirel Bir Analiz. Abdullah Topçuoğlu vd. (Ed.), *Yoksulluk ve Kadın* (ss.89-128). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Güzel, E. (2017). *Malatya’da Kadın Yoksulluğu* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.
- Kardam, F. ve Yüksel, İ. (2004). Kadınların Yoksulluğu Yaşama Biçimleri: Yapılabilirlik ve Yapılabilirlikten Yoksunluk. *Nüfusbilim Dergisi*, 26, 45-72.
- Kaygalak, (2001). Yeni Kentsel Yoksulluk, Göç ve Yoksulluğun Mekansal Yoğunlaşması: Mersin/Demirtaş Mahallesi Örneği, *Praksis*, (2), 124-172.
- Kızılgöl, A.Ö. ve Çiğdem, D. (2010). Türkiye’de Yoksulluğun Boyutuna İlişkin Ekonometrik Analizler, *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 21-32.
- Körükmez, L. (2008). Kent Yoksulluğu ile Mücadelede Kadınların Geliştirdiği Stratejiler ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini. Ayça Duru Salıcı (Ed.), *Türkiye’de Yoksulluk Çalışmaları* (s207-244). İzmir: Yakın Kitabevi.
- Kula, Demir N. ve Kula, S. (2007). Kadın Sorununa Yönelen Sivil Toplum Örgütlerinin Kadınların Yoksulluğu Konusuna Eğilimleri. Ali Akdemir vd. (Ed.), *IV. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı*, 19-21 Ekim 2007, (ss. 461-479). Ankara: Pozitif Yayıncılık.
- Kümbetoğlu, B. (2002). Afet Sonrası Kadınlar ve Yoksulluk, Yasemin Özek (Ed.), *Yoksulluk, Şiddet ve İnsan Hakları* (ss.129-142). Ankara: TODİE Yayınları. No: 311.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lordoğlu, C. (2018). *İstanbul’da Bekar Kadın Olmak*, (Tanıtım Bülteninden), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Moghadam, V.M. (2005). The Feminization of Poverty and Women’s Human Rights UNESCO SHS Papers in Women’s Studies/ Gender Research.



- No:2. Erişim Tarihi: 20.06.2018. [http://www.cpahq.org/cpahq/cpadocs/Feminization\\_of\\_Poverty.pdf](http://www.cpahq.org/cpahq/cpadocs/Feminization_of_Poverty.pdf).
- Öztürk, E. (2014). Türkiye’ de Aile, Şiddet ve Kadın Sığınmaevleri, *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi*, 3(7), 39-55.
- Öztürk, M. ve Çetin, B. I. (2009). Dünyada ve Türkiye’ de Yoksulluk ve Kadınlar. *Journal of Yaşar University*, 3(11), 2661-2698.
- Pearce, D. (1978). The Feminization of Poverty: Women, Work, and Welfare, *Urban and Social Change Review*, 11 (1-2), 28-36.
- Peterson, J. (1987). The Feminization of Poverty. *Journal of Economic Issues*, 21(1), 329-337.
- Sallan Gül, S. (2014). Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet ve Yoksulluk Arasındaki İlişkiyi Sorgulamak. Abdullah Topçuoğlu vd. (Ed.). *Yoksulluk ve Kadın* (ss.179-210). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Serhat TV. (2011). Kars İl Özel İdaresinden Mikro Kredi. Erişim Tarihi: 15.05.2018, <http://www.serhattv.com.tr/kars-il-ozel-idaresinden-mikro-kredi-89521h.html>.
- Şener, Ü. (2012). Kadın Yoksulluğu. *Mülkiye Dergisi*, 36(4), 51-67.
- Şener, Ü. (2009). *Kadın Yoksulluğu*, TEPAV Değerlendirme Notu, Erişim Tarihi: 15.06.2019, [www.tepav.org.tr/upload/files/1271312994r5658.Kadin\\_Yoksullugu.pdf](http://www.tepav.org.tr/upload/files/1271312994r5658.Kadin_Yoksullugu.pdf)
- Şengür, M. ve Taban, (2012). Yoksullukla Mücadele Stratejisi Olarak Mikro Kredi Uygulaması: Eskişehir İli Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 59-89.
- Şenses, F. (2017). *Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- TÜİK, (2011). *2009 Yoksulluk Çalışması*, Haber Bülteni, Sayı:3, Erişim Tarihi: 15.06.2019, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6365>
- Ulutaş, Ü.Ç. (2009). Yoksulluğun Kadınlaşması ve Görünmeyen Emek. *Çalışma ve Toplum*, 2(21), 25-40.
- Veraan, V. (2000). Feminization of Poverty. Erişim Tarihi :21.05.2018, <https://www.researchgate.net/publication/268560084>.
- Yusufoğlu, Ö. (2010). *Kadın Yoksulluğu Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Elazığ Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Yücel, D. (2017). Women Poverty Women in Secondary Labour. *Social Sciences Research Journal*, 6(3), 12-21.



# Bölüm 5

MARAŞ'TA 1954

MİLLETVEKİLİ SEÇİMLERİ

*Nermin Zahide AYDIN<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Nermin Zahide AYDIN, Dr. Öğr. Üyesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi Muallim Rifat Eğitim Fakültesi Temel Eğitim Bölümü, ORCID ID: 0000-0001-7772-6764



## Giriş

Birinci Dünya Savaşı sonrasında ülke işgalden kurtarılmış ve barış sağlanmıştı. Ülke gerçeklerini yakından takip eden Mustafa Kemal, haberleşme araçlarının sınırlı olduğunu biliyor, eğitimde yaşanan fırsat eşitsizliğini görüyordu. Faaliyetlerini bu noktada yoğunlaştıran Mustafa Kemal, ülkenin yeni bir partiye ihtiyacı olduğunu farkındaydı. Bu nedenle birtakım çalışmalar ve araştırmalar yaptırdı. Yapılan çalışmalar sonunda 8 Ağustos 1923'te Büyük Millet Meclisi salonunda düzenlenen toplantıda, yeni kurulacak partiye niçin ihtiyaç duyulduğunu anlattı ve Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin Halk Partisi'ne dönüştürüldüğünü açıkladı (Turgut, 2005: 210-211). Mustafa Kemal'in umumi reis sıfatı ile katıldığı 11 Eylül tarihinde yapılan toplantıda, partinin nizamnamesi kabul edildi (Cebesoy, 2011: 428). Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) kurulduktan sonra çok partili siyasi hayata geçilmesi hususunda bir kaç başarısız girişimde bulunulsa da İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yapılan girişimler, etkisini göstermeye başladı. Mustafa Kemal'in vefatından sonra Cumhurbaşkanı olan İsmet İnönü, savaş sonrası dönemde beliren Rus tehlikesini ortadan kaldırmak için çoğu çok partili demokratik sistemle yönetilen Batı devletleri ile işbirliği kurmak istedi. Yapılan işbirliğinin bir sonucu olarak, Rus tehdidi engellendi. Ülkede farklı partilerin kurulması teşvik edildi ve bir süre sonra Milli Kalkınma Partisi kuruldu. Öte yandan CHP'de partinin aldığı bazı kararlara muhalif olanlar bulunmaktaydı. Toprak reformu yasa tasarısının görüşüldüğü sırada yasa tasarısına karşı olan ve CHP içinde yer alan muhaliflerden Celal Bayar, Adnan Menderes, Fuat Köprülü ve Refik Koraltan partiden ayrıldılar (Lewis: 2000: 305). CHP'den ihraç edilenler ile birlikte Celal Bayar, 7 Ocak 1946 tarihinde ülkede demokrasinin geniş ölçüde gerçekleşmesini sağlamak gerekçesi ile Demokrat Parti'yi (DP) kurdu (Koçak, 2002: 181). Çok partinin katıldığı 21 Temmuz 1946 tarihinde yapılan milletvekili seçimleri, CHP'nin zaferi ile sonuçlandı. Seçimler sonunda CHP, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ndeki 465 sandalyenin 390'ını, DP 65'ini, bağımsız adaylar ise 7'sini elde etti (Öztürk, 2015: 167). Seçimlerin hemen ardından DP, ülke içindeki teşkilatını tamamlayarak, kuvvetlenmeye başladı. DP'nin bu hamlesine karşılık İsmet İnönü'de geniş kapsamlı siyasal ve ekonomik liberalleşmeyi başlattı (Zürcher, 2015: 318). Fakat 14 Mayıs 1950'de yapılan genel seçimler, CHP'de oldukça büyük sarsıntıya yol açtı. Seçim sonucunda 8.905.576 kişiden 7.916.091 kişi yani seçmenlerin % 88.88'i oy kullandı. DP oyların 4.242.831'ini alarak 408 milletvekili, CHP 3.165.096 oy alarak 69 milletvekili, Millet Partisi (MP) 240.209 oy alarak 1 milletvekili, bağımsızlar 267.955 oy alarak 9 milletvekilliği kazandı. DP başarısını 1949 yılında mahsulün kılığına bağladıysa da bu başarı CHP'ye karşı uzun yıllar süren bir tepkinin sonucuuydu (Haytoğlu,

2011: 101). Üstelik İsmet İnönü'nün başlattığı geniş kapsamlı siyasal ve ekonomik liberalleşme hareketi de başarısızlıkla sonuçlanmıştı (Zürcher, 2015: 318).

1950 milletvekili seçimlerinden sonra, TBMM tarafından Celal Bayar, cumhurbaşkanı olarak seçildi. Başbakanlığa ise Adnan Menderes getirildi. 2 Haziran 1950 tarihinde yeni hükümet programının TBMM'de görüşülmesi sırasında Başbakan Menderes'in konuşmasından sonra muhalefete söz verilmemesi ve akabinde CHP'li milletvekillerinin salonu terk etmesi, her iki partinin gelecekte sert bir mücadele içine gireceklerinin bir işaretiydi. Esasında DP ile CHP'nin hemfikir olduğu çok fazla konu vardı fakat bu durum partiler arası ilişkilerin gereğinden fazla gerilmesini engelleyemedi (Haytoğlu, 2011: 118).

Hükümet kurulduktan sonra DP'li yöneticiler, bir yandan ekonomik, siyasal ve toplumsal hamleler yaparken, diğer yandan da CHP ile olan mücadelelerini olanca sertliği ile devam ettirdiler. İki parti arasındaki var olan mücadele, 1953 yılının son ayında CHP'nin mal varlıklarına el konulması ve halkevlerinin kapatılmasıyla bir kat daha arttı (Haytoğlu, 2011: 119). 1953'te basın ve üniversiteler üzerinde hükümet denetimini arttıran yasa değişiklikleri yapıldı. Mayıs 1954 seçimlerinden iki ay önce basın yasası sertleştirildi (Zürcher, 2015: 326). Ücretli maaşlı grupların durumları geriledi, ticaret sermayesinin milli hasıladan payları arttı. Bununla birlikte DP'nin önemli sayılabilecek hamleleri de oldu. 1946-1953 yılları arasında tüm sosyal grupların yaşam koşulları ve gelirleri düzeldi (Boratav, 2002: 347). Çoğu karayolu ağı, inşaat sanayi ve tarım sanayine yapılan toplam yatırımlar % 256 oranında arttı (Zürcher, 2015: 328). DP'nin iktidara geldikten sonra yaptığı bu çalışmalar, 1954 yılında yapılan genel seçimlerde başarıyı da beraberinde getirdi.

Her seçim çevresinden çıkacak milletvekili sayısının 1950 genel nüfus sayımına göre belirlendiği 2 Mayıs 1954 milletvekili seçimlerine DP, CHP, Cumhuriyetçi Millet Partisi (CMP), Türkiye Köylü Partisi (TKP) ve İşçi Partisi katıldı. DP ve CHP 64 ilin hepsinde, CMP 40 ilde, TKP ise 19 ilde aday gösterdi. Siyasi partilerin rekabet ettiği yerlerden biriside Maraş'tı. Bu çalışmada, 1954 milletvekili seçimlerinin Maraş boyutunu ele alınmış, seçimler öncesi partilerin Maraş'taki faaliyetleri ve seçim sonuçları, Halk Postası Gazetesinde yer alan bilgiler doğrultusunda incelenmiştir. Araştırma yapılırken T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Cumhuriyet Arşivi'nde bulunan belgeler, dönem gazeteleri, Halk Postası gazetesi ve basılı diğer kaynaklardan yararlanılmıştır.

## 1.1954 Seçimleri Öncesinde Maraş'ta Siyasi Durum

Milletvekili seçimlerinin 2 Mayıs 1954 tarihinde yapılmasına karar verildikten sonra siyasi partiler, hemen çalışmalarına başladılar. Maraş, özellikle DP ile CHP'nin kıyasıya rekabet ettiği yerler arasında yer almaktaydı. Seçim çalışmalarına hızlı başlayan CHP, Eloğlu nahiye merkezinde 27 ocak teşkilatının katılımı ile bir toplantı düzenledi. Toplantıya il, ilçe idare kurulları ile merkezden birçok partili katıldı. Havanın yağışlı olmasına ve toplantıya yalnız ocak başkanlarının davet edilmiş olmasına rağmen, geniş bir vatandaş kitlesinin katıldığı toplantıda Dr. Halil Gürün, Dr. Emin Karpuzoğlu ve Abdülkadir Sezal birer konuşma yaptı. Ocak başkanlarıyla parti meseleleri üzerinde yapılan fikir alışverişinden sonra şehre dönüldü (CHP'nin Eloğlu Toplantısı, 1954).

Seçim çalışmalarına başlayan diğer bir parti ise TKP'ydi. Maraş'taki milletvekili seçimlerine katılacak olan TKP üyeleri tarafından, 10 Şubat 1954 tarihinde açık hava toplantısı düzenlendi. Bu toplantı için Adana'dan gelen TKP Genel Başkanı Remzi Oğuz Arık, parti ileri gelenleri ile parti mensupları tarafından karşılandı. Parti ileri gelenleri ve Genel Başkan Remzi Oğuz Arık, tarafından konuşmalar yapıldı (Şehrimiz Köylü Partisinin Açık Hava Toplantısı, 1954). Diğer taraftan seçimlerin yaklaştığı bu dönemde yerel yayın yapan gazeteler, siyasi partiler tarafından etkili bir şekilde propaganda aracı olarak kullanıldı. Örneğin Halk Postası gazetesinde, TKP liderinin yaptığı konuşma ile ilgili olarak yapılan bir eleştiride, TKP genel başkanını karşılamaya gelen kalabalığın büyük bölümünün tarafsız ve CHP'li olduğu belirtilerek, Arık'ın bu durumu bilmeden yaptığı konuşmasında, CHP'ye yüklendiği bildirildi (Sayın Köylü Partisi Liderinin Konuşması Münasebeti İle, 1954).

Maraş merkez ve çevre ilçelerde partiler, propaganda çalışmalarına devam ettiler. CHP, yaptığı toplantılarda DP'nin muhalefetteyken verdiği sözleri yerine getirip getirmediğini sorgulamaktaydı. Örneğin Pazarcık'ta CHP'nin ilk açık hava toplantısına Kemali Bayazıt ve kalabalık bir topluluğunun dışında, Antep ve Hatay'dan, hatta civar ilçe ve köylerden gelen partililer de katılmıştı. İlçe başkanının yaptığı konuşmayla açılan toplantıda söz alan Kemali Bayazıt, iktidar üyelerinin muhalefette iken verdikleri vaatler ile iktidara geldikten sonraki icraatları arasındaki durumu değerlendirdi. Gaziantepli avukat ve milletvekili adayı Refik Danış ve Hataylı Abdullah Bilen, Antep ve Hataylıların selamlarını getirdiklerini söyleyerek başarı dileklerinde bulundular. Son olarak söz alan Emin Soysal, iyiniyetli ve hizmetlerinden istifade edilir değerler nerede ise halkın o tarafa oy vermesi gerektiğini belirterek konuşmasını tamamladı (C. Halk Partisinin Pazarcık Açık Hava Toplantısı ve Gaziantep CHP'nin Siyasi İçtimalı, 1954). DP ise ilk açık hava toplantısını Akdere

mevkiinde yaptı. İktidar partisinin üç üyesi bu toplantıda konuşma yaptı (Nasıl Konuştular, 1954).

DP, iktidara geldikten sonra her ne kadar önemli sayılabilecek ve memleketin kalkınmasına sağlayacak çalışmalar yapsa da yapılan bazı uygulamalar, tepkilere neden oldu. DP'ye tepki gösterilen uygulamalardan biri memurların yerlerinin değiştirilmesi ile ilgiliydi. Seçim çalışmalarının başladığı ve rekabetin arttığı bu dönemde, şehirde görev yapan memurların görev yerlerinin değiştirilmesi ile ilgili olarak çıkan söylentiler, esasında yeni değildi. Bu tip söylentiler, genel olarak her seçim öncesinde çıkmaktaydı. Fakat bu tür haberlerin yayılarak devam etmesi ve hükümet aleyhine durumun ortaya çıkmasını engellemek için hükümet yetkilileri, konu ile ilgili açıklama yapmak durumunda kaldı. Maraş DP Başkanının yaptığı basın toplantısında, Engizek ve Hizmet gazetelerinin yanı sıra Halk Postası temsilcileri ile Mersin Sabah Postası gazetesinin güney bölge muhabiri de hazır bulundu. DP Başkanı Mahmut Karaküçük konuşmasında, 2 Mayıs gününün seçim günü olarak ilan edilmesi üzerine, partilerdeki faaliyet ve hareketlerin görülmesinin normal olduğunu belirterek, son günlerde çıkan dedikodu ve havadislere üzülerək şahit olduğunu söyledi. Örnek olarak da DP teşkilatı tarafından bir kara liste hazırlandığı ve bu listenin yetkili makamlara sunulduğu ve Maraş Valisinin tayininin de sözü edilen kara liste doğrultusunda verildiğini ve bunu daha 20 kadar idari adliye mensubunun takip edeceği söylentisinin çıkarıldığını belirtti. Valinin tayinine veya tayininin düşünülmesine sadece üzüldüğünü ve esasen mevsimsiz ve mucip sebepsiz memur naklinin prensiplerine uymadığı gibi memur naklinin partiye fayda sağlamayacağını sözlerine ekledi. Memurların, memleketin en münevver kimseleri olduğunu teyit eden DP başkanı, bu anlayışın DP'nin prensibi ve şiarı olduğunu ifade etti. Dedikoduya mevzu olan kara liste hikâyesinin seçim arifesinde, memurları partisi aleyhine çevirmek için yapılan küçük bir politika haberinden ibaret olduğunu belirtti. Devlet hizmetinde çalışan bütün memurlar hakkında itham edilecek en ufak menfi bir düşünceye sahip bulunmadığını söyleyen Mahmut Karaküçük, basının memleketin davalarında, büyük bir yardımcı olduğunu ifade ederek, memur camiasına bu hususun duyurulmasını rica etti (Demokrat Parti Başkanının Basın Toplantısı, 1954). Başkanının yaptığı konuşmalardan anlaşıldığına göre seçimler öncesinde yapılan bu tür propagandalar gerçeği yansıtmamaktaydı. DP yöneticileri, memurlar hakkında en ufak menfi bir düşünceye sahip olmadıkları gibi gerekmedikçe memur tayinleri yapmamaktaydı. DP İl Başkanının konuşmasında dikkat çeken bir başka husus ise basından övgüyle bahsedilmesidir. Seçimlerin hemen öncesinde basının etkili olarak kullanılması isteği, muhtemelen bu övgüleri de beraberinde getirmekteydi.



DP il başkanı, konuyla ilgili olarak her ne kadar açıklamalar yapsa da, çok geçmeden yapılan açıklamaya itirazlar başladı. Örneğin *Halk Postası* gazetesinde yazan Doğan Keçecioğlu, bundan önceki seçimlerde böyle listelerin hazırlanarak uygulamaya konulduğu için bu haberlere inanmamanın elde olmadığını, Maraş'a altı ay önce gelen Vali Tekelioğlu'nun Malatya'ya tayin söylentilerinin çıktığını, bu durum karşısında halkın, sözü edilen kara listenin varlığına inanmaya başladığını ifade etti (Keçecioğlu, Kara Liste, 1954). Zeki Arifioğlu ise *Halk Postası* gazetesindeki yazısında, memurun kanun teminatından emin olduğunda rahatladığını, rahat memurun da huzur içinde ve randımanlı bir şekilde çalıştığını, ancak bu şekilde millete ve devlete faydalı olacağını ifade etti. Keyfi olarak memurların görev yerlerinde yapılan değişikliğinin bazı kişiler tarafından hem eski iktidar döneminde hem de yeni iktidar döneminde devam ettirildiğini söyleyen Arifioğlu, geçmişte CHP'nin bu tarz davranışlarını, iktidarı elinde tutan DP'nin tercih etmesi durumunda ise CHP'nin 27 yıl sonra düştüğü akıbete, onların tek bir devrede düşebileceğini belirtti (Arifioğlu, Kara Listenin Yankıları, 1954). Esasında yazar tarafından önemli bir noktaya dikkat çekilmişti. Anlaşıldığına göre keyfi memur tayinleri CHP iktidarının da ara ara başvurduğu bir uygulamaydı. Fakat memuru hiçe sayarak yapılan bu tür hareketler, geçmişte CHP'ye zarar vermiş ve seçimleri kaybetmesine neden olmuştu. Yazar, gazetede yazdığı yazısında DP'nin aynı hatayı yapması durumunda, iktidardan düşebileceği uyarısında bulunmaktaydı.

Memur tayinleri ile ilgili haberlerin çokça konuşulduğu bu dönemde, Valinin asalaten Maraş'ta görevine devam edeceğine dair Bakanlık emrinin Vilayet makamına geldiğine dair haberler alındı (Memnuniyet Verici Bir Haber, 1954). Fakat çok geçmeden Maraş Valisi Ahmet Tekelioğlu, Malatya Valiliğine 5442 sayılı kanunun 6. maddesine göre tayin edildi (BCA, Kararlar Daire Başkanlığı 1928, 30.18.1.2/134.117.3,15.02.1954, s.1). Valinin tayini üzerine Turan Çıngı *Halk Postası* gazetesinde durumu eleştiren bir yazı yazdı. Çıngı yazısında, 1950 seçimlerinde DP'lilerin, memurların nakli ile ilgili eleştirdikleri konuları, iktidara geldikten sonra kendilerinin bizzat yaptıklarını vurguladı. Maraş'ta dört senede altı Vali, dört jandarma kumandanı, bunun iki katı hâkim ve dört katı öğretmenin başka şehirlere tayinlerinin yapılmasını da örnek olarak gösterdi (Çıngı, Huzur ve Harcırah, 1954). Esasında sık aralıklarla yapılan memur tayinleri, şehre istenilen hizmetin getirilememesine neden olmaktaydı. Valinin tam şehri tanıyıp faydalı hizmetler vereceği bir sırada tayin edilmesi, yeni gelen Valinin de, tayin nedeni ile şehirden ayrılan Vali ile neredeyse aynı akıbete uğraması kuşkusuz şehre faydadan çok zarar getirmekteydi. Durum sadece Vali ile de sınırlı değildi. Halk Postası gazetesinde yazılan haberlerden anlaşıldığına göre Valinin nakil emrinin

gelmesinden sonra bakım memurlarının da farklı nedenlerle görev yerleri değiştirilmişti. Bakım memurlarından, köylere giderek vatandaşlara “DP’ye oy vermezseniz, orman konusunda sizi perişan ederiz” şeklinde baskıda bulunmaları istenmiş, bunu yapmayan memurların görev yerleri değiştirilmişti. On beş bakım memurunun bu nedenle seçim öncesinde Osmaniye vb. yerlere tayin edildiği haberleri de gazetede yer almıştı. Bakım memurlarının yer değişikliğinin sebebi olarak ise CHP eğilimli oldukları, verilen direktifler doğrultusunda hareket etmemeleri gösterilmişti (Hani Baskı ve Kara Liste Yoktu, 1954).

Parti liderlerinin halk ile kurdukları samimi ilişkiler, halkın nezdinde kabul edilmelerini o nispette arttırmaktaydı. DP liderlerinin muhalefette iken yapmış oldukları gezilerde, insanlarla kurdukları samimi iletişim, iktidara gelmelerinde önemli bir etken olmuştu. Fakat bir partinin geniş kitleler tarafından uzun süre benimsenmesi için bundan daha fazlası gerekti. Öncelikle partide yer alan diğer üyelerin de parti liderlerinin sahip oldukları özelliklere yakın özellikler göstermesi gerekiyordu. Aksi takdirde parti liderine ve partiye olan güven sarsılabilirdi. Mehmet Fırıçoğlu, *Halk Postası* gazetesinde kaleme aldığı yazısında çok partili hayata geçildiğinden beri birbirinden farklı olmayan parti tüzüklerinin ileri sürüldüğünü, parti genel lideri iyi olan bir partinin bünyesinin de iyi olacağı kanaatinin, yaygın bir düşünce haline geldiğini belirtti. Fırıçoğlu, daha önceki seçimlerde, parti liderlerinin iyi olmasına rağmen partide gücü olmayan ve hoşla gitmeyen davranışlar sergileyen bazı kişilerin de bulunduğunu, bu nedenle her zaman iyi lidere sahip bir partinin kusursuz bir parti olduğu anlamına gelmemesi gerektiğini ifade etti. Artık bazı şeylerin değiştiğini, seçmenlerin gözlerini açtığını, iktidara gelen bir partinin başarı ölçüsünün, icraatlarına bağlı olduğunu sözlerine ekledi. Bununla birlikte seçim kampanyasına çıkan birçok kişinin diğerini kötüleyerek öne çıkmaya çalışmasının yanlış olduğunu ifade etti. Siyasi parti üyelerinin bir köyde “Kemali Bayazıt parti değiştirdi. CHP’ye kaydoldu” tarzında konuşmalar yaptığını eleştiren yazar, milletin parti değil çalışan insan aradığını, bu nedenle halkın, icraatını beğenmediği kişileri tekrar seçmeyeceğini ifade etti (Fırıçoğlu, Gaflet Uykusu, 1954). Fırıçoğlu’nun tespitlerinde bir hayli ilginç noktalar bulunmaktaydı. Öncelikle bazı şeylerin değiştiğini ve seçmenlerin gözünü açtığını belirtmesi esasında muhalefette iken DP’nin verdiği demokratikleşme vaadinin bir oranda gerçekleştiğini göstermekteydi. Seçmen gözünü açmış, en azından DP ile CHP’yi mukayese etme şansını elde etmişti. Bundan sonra yaşanacak gelişmeler, iktidarda olan DP’nin hata yapmasına ve muhalefette olan CHP’nin kendini geniş yığınlara kabul ettirmesine bağlıydı. Diğer önemli bir konu ise özellikle seçim kampanyalarında partililerin birbirlerini kötülemek yerine, yaptıklarından bahsetmelerinin gerekliliğiydi. Çünkü

halkın büyük bölümü icraatlarını beğenmediği partiyi seçmeyecekti. Partinin icraatlarının halkı memnun etmesi ise partililerin çalışmalarına bağlıydı. Fırıñoğlu bir anlamda kişilerin birbirlerini eleştirerek vakit kaybetmelerinden ziyade, çalışmaları gerektiğine vurgu yapmaktaydı. Başarının sırrı çalışmaktan geçiyordu.

## 2.Seçim Hazırlıkları

2 Mayıs tarihinde yapılacak milletvekili seçimleri için hükümet tarafından hazırlıklara başlandı. İlk olarak seçmen kütüklerinin hazırlanması üzerinde duruldu. Seçmen kütüğüne adı yazılmayan kişilerin, gerekli düzeltmeleri yaptırmadığı takdirde oyunu kullanamayacağı, bu nedenle her vatandaşın seçmen kütüklerini dikkatle incelemesi ve kendisi ile ilgili yanlışlık varsa, yanlışlığın düzeltilmesi için gerekli başvuruları yapması gerektiği bildirildi (Seçmen Kütükleri, 27 Şubat 1954, 1). Siyasi partilerin seçimlere hazırlandıkları bu dönemde, belediye de birtakım çalışmalar içine girdi. Seçimlerin 1954 senesinde yapılacağıın ilan edilmesinden sonra, belediye görevlileri tarafından Maraş'ta numarataj işine başlandı. Belediye tarafından oluşturulan ekipler, şehirde numarası olmayan bina ve sokakları tespit ederek, numaralandırmaya başladılar (Numarataj İşİ Başladı, 1954).

Partilerin, milletvekili aday belirleme çalışmalarına başladığı bir dönemde, CHP Genel Başkanı İsmet İnönü, CHP Kurultayını olağanüstü toplantıya davet etmek üzere bir tebliğ yayınladı. Bu tebliğde Mayıs başında yapılacağı söylenen milletvekilleri seçimine ait meselelerin kurultayda görüşülmesi, gereken kararların alınması ve partinin seçim beyannamesine esas olacak konular hakkında kurultayın düşüncelerini öğrenilmesi üzerinde durulmaktaydı. Kurultay olağanüstü toplantısının 25 Şubat 1954 günü Ankara'da yapılacağı, il kongresini yapmış olanların yeni delegelerini, kongrelerini yapmamış olanların ise eski delegelerini kongreye göndermeleri gerektiği, parti meclisi toplantısının ise kurultaydan sonraya ertelendiği bildirildi (CHP Genel Başkanlığı Aşağıdaki Tebliği Yayınlamıştır, 16 Şubat 1954, 2). Maraş'ta 25 Şubat 1954 tarihinde Ankara'da toplanacak olan CHP Kurultayına iştirak edecek vilayet delegeleri belirlendi. Bu delegeler İl Başkanı Mehmet Şişman, Avukat Ahmet Karan, Mehmet Tümer, A. Rıza Çuhadar, Emin Soysal, Kemal Aksöyek, Hasan Duyar, Murat Şirikçi, Mehmet Şerbetçi, Sıddık Balık, Abdullah Yayıcıoğlu, Hulusi Çıngı, Ahmet Paksoy, Müştak Ketizmen, Mehmet Özdoğan, Seyit Erdoğan, Hacı Çetin, Süleyman Şahin, Mahmut Emiroğlu ve Nazım Bayazıt'tan oluştu. Çok geçmeden hazırlıklarını tamamlayan Güney illeri delegeleri, Adana'da birleşerek Ankara'ya hareket etmeye karar verdiler (Cumhuriyet Halk Partisi'nin Fevkalade Kurultayı, 1954). Kısa bir süre sonra Maraş'ta CHP ilçe

kongresinin yapılmasına karar verildi (CHP Şehrimiz İlçe Kongresi, 27 Şubat 1954, 1). Hemen ardından da il ve ilçe kongrelerinin 10 Mart tarihinde yapılması uygun görüldü. Kongreye Ankara'dan eski Başbakan Şemseddin Günaltay, Genel Sekreter Kasım Gülek, Sinop Milletvekili Server Somuncuoğlu ve genel kurul üyesi Avukat Sahir Kurutluoğlu davet edildi (CHP İlçe ve İl Kongreleri, 1954). Davetten kısa bir süre sonra, 10 Mart 1954 tarihinde CHP ilçe ve il kongrelerine iştirak edecek delegeler hazırlıklarını tamamlayarak hareket ettiler. Eski milletvekillerinden Abdullah Yayıoğlu ve Mehmet Özdoğan, Celalettin Saltoğlu ve arkadaşları Maraş'a geldi (CHP İlçe ve İl Kongreleri, 1954). CHP ilçe ve il kongrelerinde katılmak üzere Maraş'a gelecek olan Genel Sekreter Kasım Gülek ve beraberindeki kişileri karşılamak için CHP tarafından gereken hazırlıklar yapıldı (Kasım Gülek Bugün Geliyor, 1954).

CHP Genel Sekreteri Kasım Gülek, eski Sağlık Bakanı Dr. Kemali Bayazıt ve yanındakiler, Maraş'a geldiklerinde tezahüratla karşılandılar. Misafirlerin gelecekleri gün, sabahın erken saatlerinde birçok vatandaş parti binasına doğru geldi. Misafirleri Eloğlu'nda karşılayacak olan grup, araçlarla hareket etti. Eloğlu'nda yalnız bucak halkı değil, köylerden gelen büyük bir halk topluluğu da bulunmaktaydı ve yaklaşık 1000 kişiden oluşan köylü vatandaşın yakasında parti rozeti vardı. Kasım Gülek, eski Sağlık Bakanı Dr. Kemali Bayazıt ve refakatindeler, kendilerini karşılamaya gelenlerin ellerini sıktıktan ve yaptıkları kısa konuşmadan sonra Maraş'a hareket ettiler. Çeltik fabrikası önünde ise yaklaşık 3000 Maraşlı, misafirlerini beklemekte idi. Misafirler, gittikçe sayıları artan kalabalıkla birlikte çarşı başına doğru yaya olarak yürümeye başladılar. Halk gruplar halinde "Hoş geldiniz, Yaşasın Halk Partisi, Yaşasın İnönü, Var Olsun Kasım Gülek, Var Olsun Kemali Bayazıt" şeklinde bağırıyordu. Çarşı başında kalabalıklaşan vatandaşların sayısı giderek artmaya başladı. Kasım Gülek ve beraberindeki ekip, iki dakikada gidilebilecek belediye önüne ancak yarım saatte gelebildiler. Evlerin balkonları ve damlar, misafirleri selamlayan ve alkışlayan Maraşlılarla dolu idi. Vatandaşların, Genel Sekreterin ve arkadaşlarının ayrı ayrı ellerini sıkmak istemeleri yüzünden, Kasım Gülek'in mikrofon başına gelmesi uzun sürdü. Genel sekreter kısa bir şekilde Maraşlıları selamladıktan sonra, CHP'ye karşı gösterilen bu yakın ve çok sıcak alakadan ve sevgiden dolayı teşekkür etti. Bir müddet istirahat eden ve partililerle konuşan Kasım Gülek, daha sonra çarşıya çıkarak, dükkânları, kuyumcu ve saraçları, Kapalıçarşı ile bakırcıları gezerek, sırma işleri ile ilgili bilgi aldı. Hâbil'in kahvesi diye bilinen yerde, bir kahve içen Kasım Gülek, orada hazır bulunanlarla da sohbet etti (Misafirlerimiz Geldiler, 1954). Seçim çalışmalarının yoğun bir şekilde devam ettiği günlerde CHP Genel sekreterinin Maraş ziyareti oldukça önem arz etmekteydi. Kasım Gülek'i karşılamaya

gelen ve gelmesini bekleyen topluluğun oldukça kalabalık olması, CHP'nin Maraş'ta oldukça taraftarı olduğunu göstermekteydi. Fakat aynı kalabalığın ne kadarının 1954 seçimlerde CHP'ye oy verdiği sorusu cevapsızdı. Burada önemli bir husus, Kasım Gülek'i görmek isteyenlerin de taraflı tarafsız aynı kalabalık içinde yer alma ihtimalinin olmasıdır. Diğer bir konu ise genel sekreterin Maraş esnafını ziyaret etmesidir. DP'nin muhalefette iken yapmış olduğu halkın içine girme ve sorunlarını dinleme yöntemini görünen o ki Kasım Gülek de uygulama ihtiyacı duymuştur. Esnafla bir arada bulunmuş, onlarla sohbet etmiştir. Fakat yine bu faaliyetler, seçimlere istenilen oranda etki etmemiştir. Bunda DP'nin iktidarda iken yürüttüğü başarılı çalışmalarının yanı sıra halkın DP'ye gösterdiği kredinin devam ettiği de söylenebilir.

CHP İlçe Kongresi, Yeni Sinema'da delegelerin, vatandaşların, Genel Sekreter Kasım Gülek ve eski Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanı Dr. Kemali Bayazıt'ın katılımı ile yapıldı. Kongre başkanlığına Maraş Milletvekili Abdullah Yayıcıoğlu, ikinci başkanlığına Dr. Halil Gürün, kâtipliklere de Mesut Can'la, Mahir Gönen seçildi. Kongre divanı yerini aldıktan sonra Atatürk ve Türk Şehitleri ruhu için iki dakikalık saygı duruşunu müteakip bütün partililerin iştiraki ile hep birlikte İstiklal Marşı okundu. Genel başkandan gelen mesajı, partililer ayakta dinlediler. Daha sonra diğer parti ileri gelenleri ile civar il ve ilçe parti teşkilatından gelen telgraflar okundu. Gündem maddelerine geçildi. İlçe idare kurulunun bir yıllık çalışma raporu okundu. Rapor ile ilgili yapılan konuşmalardan sonra oylamaya geçildi. Kongre Başkanı delegelere Genel Sekreterin bir program dairesinde gezdiğini ve buradan sonra başka illere gideceğini bildirerek, ilk sözü Genel Sekreter Kasım Gülek'e verdi. Kürsüye gelen Genel Sekreter Kasım Gülek, olumsuz mevsim şartlarına rağmen, halkın kongreye katılmasının CHP'nin canlı, diri, kuvvetli ve ayakta bulunduğunun bir göstergesi olduğunu söyledi. Daha sonra memleketin içinde bulunduğu iktisadi buhran, yanlış takip edilen mali politika, dış siyaset ve iktidarın tavrı ve daha birçok memleket meseleleri üzerinde eleştirilerde bulundu. Vaktinin yetersiz olduğunu belirterek, konuşmasını bitirdi ve kongreden ayrılarak, Adana'ya hareket etti. Kasım Gülek'ten sonra Abdülkadir Sezal, Mesut Can, Hasan Demir, Emin Soysal, Ziya Öztekin, Celal Erzurumluoğlu ve Dr. Kemali Bayazıt birer konuşma yaparak, iktidarı eleştirdiler. Kemali Bayazıt, konuşmasında DP'nin kongrelerinden önce seçimleri yapmaya karar verdiğini, bunun nedeninin ise DP'nin, CHP gibi şehirli, köylü, kasabalı şu veya bu meslekten olan bir sınıf üzerine kurulmuş bir parti olmamasından kaynaklandığını söyledi (Cumhuriyet Halk Partisi İlçe Ve İl Kongreleri, 1954). Kemali Beyazıt'ın DP'nin kongrelerini yapmadan önce seçimleri yapmaya karar vermesini eleştirmesi de oldukça ilginçti. Çünkü DP'nin kurulduğu 1946 yılında,

daha ülke genelinde teşkilatlarını kuramadığı bir dönemde CHP tarafından genel seçimlerin bir yıl erkene alınması henüz hafızalardan silinmemiştir. Kemali Bayazıt'ın konuşmasından sonra seçimlere geçildi. Seçimlerin sonunda Nazım Bayazıt ilçe başkanlığına, Mehmet Altun, Avukat Mehmet Ali Aydın, Kemal Aksöyek, Kemal Şişman, Sıddık Balık, İsmail Akkaya, Mehmet Şerefoğlu ve Ziya Öztekin İlçe İdare Kuruluna seçildi. Öğleden sonra da il kongresi yapıldı. Kongre Başkanlığına Dr. Kemali Bayazıt, ikinci başkanlığa Emin Soysal, kâtipliklere de Hasan Duyar, Sıh Özendal seçilerek kongre divanı oluşturuldu. Seçimlerin sonunda Kemali Bayazıt, şahsı ve divan arkadaşları adına kongreye katılanlara teşekkür etti. Gündem gereğince İl Başkanı Mehmet Şişman bir yıllık çalışma raporunu okudu. Yapılan konuşmalardan sonra, rapor onaylandı. Hemen ardından seçimler yapıldı. Seçimleri müteakip yapılan tasnif sonunda 165 delegenin ittifakı ile başkanlığına tekrar Mehmet Şişman'ın seçildi. İl İdare kuruluna Dr. Halil Gürün, Dr. Basri Sarıfakıoğlu, Hulusi Çingı, Dr. Emin Karpuzoğlu, Muharrem Aykut, Abdülkadir Sezal, Avukat Ahmet Karan, Ali Rıza Sağocak ve Esat Söğütlü, Haysiyet Divanına ise Nuri Şişman, Avukat Zekeriya Zevkli ve Şerefoğlu Mehmet Ağa seçildi. Kurultaya gidecek delegelerin seçiminden sonra ülke meseleleri üzerinde konuşmalar yapıldı ve iktidarın icraatı tenkit edildi. Gündem tamamlandıktan sonra kongre, geç vakit başkan Kemali Bayazıt'ın başarı dilekleri ve üyeleri selamlayan konuşması ile tamamlandı (C. Halk Partisi İl ve İlçe Kongresinden İntibalar, 1954). Bu arada Maraş'ta CHP'nin yaptığı kongre nedeni ile başta İsmet İnönü olmak üzere diğer partili üyelere birçok telgraf geldi (C. Halk Partisi İlçe Ve İl Kongresine Gelen Telgraflar, 1954). Kongreden sonra CHP yeni idare kurulu Mehmet Şişman'ın başkanlığında toplanarak aralarında görev dağılımı yaptı. Sekreterliğe Dr. Halil Gürün, muhasipliğe de Muharrem Aykut seçildi (CHP İl İdare Kurulunda Vazife Taksimi, 1954). Çalışmalarına hız veren CHP, Maraş Gençlik Kolu müteşebbis heyetini kurarak, üye kaydına başladı (CHP Maraş Gençlik Kolu, 1954).

Seçim çalışmalarına hız veren sadece CHP ve DP değildi. CMP de seçim çalışmalarına başlayarak, müteşebbis heyetini oluşturdu. Müteşebbis heyetinde Başkanlığa emekli Albay Rıza Balta, ikinci başkanlığa eski milletvekillerinden Arslan Toğuzata, muhasipliğe Tacir Mehmet Doğrulu ve sekreterliğe İsmail Ramazanoğlu seçildi. Üyeler ise avukat Kanber Rıvanoğlu, avukat Ahmet Erdin, tacir Ziya Kazancı ve çiftçi Mustafa Büyükdere'den oluştu (CMP Maraş Müteşebbis Heyeti Kuruldu, 1954).

Seçim yaklaştıkça il seçim kurulu da çalışmalarına hız verdi. İl Seçim Kurulu Başkanı Cevdet Can, 5545 sayılı milletvekilleri seçim kanununun 64. maddesi gereğince oluşturulacak il seçim kuruluna belediye ve il genel meclisinden, asil ve yedek üyeliklere seçileceklerle ilgili olarak gazetelere ilan verdi. İlanda yedek üyelik seçimlerinin 24 Mart 1954

günü Ağır Ceza Mahkemesi Riyaset odasında kura ile tespit olunacağını belirtildi (İl Seçim Kurulu Başkanlığından, 1954). İl seçim Kurulu, Ağır Ceza Başkanlık Odasında Başkan Cevdet Can başkanlığında CHP, DP ve TKP gözlemcilerinin katılımı ile toplandı. İl seçim kurulunu teşkil edecek belediye meclisi üyeliği için çekilen kurada Bekir Şirikçi ve İsmet Hüdayioğlu asil, Yahya Karcı yedek üyeliğe seçildi. Meclisi Umumi azaları arasında çekilen kurada ise Sait Yalçın, İsmail Uyan asil ve Durdu Kale yedek üyeliğe seçildi. Partilerin göstermiş olduğu üyelere ise CHP'den Hulusi Çıngı, Ahmet Gürün asil ve Mustafa Kuşçu yedek, DP'den Mehmet Emirmahmutoğlu, Sabit Eren ve Seyit Diler yedek, TKP'den ise Sadettin Sular, Mustafa Sarıfakıoğlu seçildi (İl Seçim Kurulu Teşekkül Etti, 1954). Çok geçmeden 5545 sayılı milletvekilleri seçim kanununun 68. maddesi hükümlerine göre ilçe seçim kurulu için 25 Mart 1954 tarihinde siyasi partilerle il genel meclisi ve belediye meclisi üyeleri arasından asil ve yedek üyeler seçileceği ilan edildi (Maraş Merkez İlçe Seçim Kurulu Başkanlığından, 1954). İlan edilen tarihte toplanılarak, milletvekilleri seçim kanununun 68. maddesine göre İlçe Seçim Kurulu oluşturuldu. DP'den avukat Selahattin Aydın ve Hüsnü Öksüz, CHP'den Muharrem Aykut, TKP'den Turan Eken, Belediye Meclis Üyesi Abdi Şerbetçi, Genel Meclis Üyesi Mehmet Kayışoğlu asil üyeleri oluşturdu. Yedek üyeler ise CHP'den İsmail Akalın, TKP'den Sıtkı Çelebi, Belediye Meclis Üyesi Yıldırım Cemil Yüksel ve Genel Meclis Üyesi A. Saim Emirmahmutoğlu'ndan oluştu (İlçe Seçim Kurulu Teşekkül Etti, 1954). Kısa bir süre sonra Maraş Merkez İlçe Seçim Kurulu Başkanlığından *Halk Postası* gazetesinde yayımlanmak üzere bir ilan gönderildi. Bu ilana göre görülen kanuni lüzuma binaen 25 Mart 1954 tarihinde aleni kura ile teşkil olunan merkez ilçe seçim kurulunun iptaline karar verildiği belirtildi. Merkez İlçe Seçim Kurulunun yeniden teşkili için 31 Mart 1954 Çarşamba günü, Sulh Hukuk Hâkimliği odasında İl Genel Meclisi ile belediye meclisi üyeleri arasından kurula iştirak edecek asil ve yedek üyelerin aleni kura ile tespit edileceği ifade edildi (Maraş Merkez İlçe Seçim Kurulu Başkanlığından, 1954).

## 2.1. Ocak Toplantıları

Maraş'ta seçim çalışmaları kapsamında partiler mahalle ocaklarında toplantılar yaparak, propaganda faaliyetlerine devam ettiler. CHP Divanlı ocağı, Kuyucak'taki bir binada yapılan bir törenle açıldı. Kalabalık halk topluluğunun katıldığı açılış törene Maraş'ta bulunan eski Maraş milletvekili Abdullah Yayıoğlu ile Dr. Halil Gürün de katıldı. Her ikisi de yaptıkları konuşmalarda, iktidarı tenkit ettiler (Yeni Bir CHP Ocağı, 1954).



Seçim çalışmaları kapsamında Maraş'ta bulunan CHP Genel İdare Kurul üyesi Kemali Bayazıt, CHP ocaklarını ziyaret etmeye başladı. Mağaralı ve Devecili ocaklarını ziyaretinde Kemali Bayazıt, Emin Soysal, Mehmet Şişman, Halil Gürün ve Hulusi Çıngı geniş bir ilgi ile karşılandılar. Ocak binalarının içini ve dışını dolduran partili vatandaşlarla sohbetler yapıldı. Bu toplantılarda konuşan Kemali Bayazıt, Emin Soysal ve Halil Gürün, iktidarı eleştirerek, ülke sorunları hakkında bilgiler verdiler (Dr. Kemali Bayazıt'ın Mağaralı ve Devecili C. Halk Partisi Ocaklarını Ziyaretleri, 1954). Daha sonra Yörükselim ocağında bir toplantı yapıldı. Toplantıda Kemali Bayazıt ve Emin Soysal'ın yanı sıra diğer parti ileri gelenleri de hazır bulundu. Nazım Bayazıt, Emin Soysal ve Ziya Öztekin'in konuşmalarından sonra Kemali Bayazıt, memleket davaları üzerinde eleştirilerde bulundu. Özellikle lehte verilen uzman raporlarına ve her bakımdan elverişli olan şartlara rağmen çimento fabrikasının Maraş'a verilmeyişinin üzerinde önemle durarak, bu hususta iktidar partisini suçladı (CHP'nin Bu Akşamki Yörükselim Toplantısı, 1954). Kalabalık bir katılım ile gerçekleşen Duraklı ocağında yapılan toplantıda ise, Kemali Bayazıt, Abdulkadir Sezal, Mehmet Şişman ve Kemal Aksöyek tarafından birer konuşma yapıldı. Konuşmacılar, Maraş'ta yapılması lazım gelip iktidar tarafından yapılmayan işler üzerinde durdular (CHP'nin Bu Akşamki Ocak Toplantısı, 1954). Kemali Bayazıt, teşkilatın ocak kademelerine yaptığı ziyaretlere, Kayabaşı ocağını ve Kurtuluş ocağı ziyaretlerini ekleyerek devam etti (CHP Ocak Toplantıları Dr Kemali Bayazıt Vatandaşlarla Hasbihallerde Bulunuyor, 1954). CHP yetkilileri yaptıkları ocak toplantılarında DP'nin Maraş'ta gerçekleştiremediği çalışmalar üzerinden DP'ye yüklenmesi önemliydi. Maraş'ın kalkınması için yapılması gerekenlerin neden yapılmadığını sorgulaması, esasında mjhalefet yapmasının bir gereği idi. Çimento fabrikasının Maraş'ta kurulması demek il istihdamının sağlanması demekti. Şayet o tarihte çimento fabrikası kurulmuş olsaydı DP hanesine artı puan olarak yazılacak ve seçmenin DP'ye olan desteği artacaktı. Bu durum da haliyle CHP'nin DP ile olan mücadelesini daha da zorlaştıracaktı. Fakat çimento fabrikasının bir şekilde Maraş'a kazandırılmaması, muhalefetin sorgulamasına ve CHP'nin Maraş temsilcilerine yüklenmesine neden oldu.

Parti ileri gelenleri ile birlikte Önsen köyüne giden Kemali Bayazıt ve arkadaşları, civar köylerden gelerek toplantıya katılan kalabalık bir topluluk önünde, ülkeyi ilgilendiren çeşitli sorunlar üzerinde konuşmalar yaptılar. Akşama kadar devam eden konuşmalardan sonra uğurlanan Kemali Bayazıt ve arkadaşları, gece de Divanlı ve Kuyucak ocaklarını ziyaret ettiler. Her iki ocakta da parti ileri gelenleri, hükümetin icraatını eleştirdiler. Ocak ziyaretlerine devam eden Kemali Bayazıt, cumartesi



akşamı İsmetpaşa ocağı toplantısına, Pazar akşamı da Sakarya ocağının toplantısına katıldı. Kalabalık vatandaş topluluğunun hazır bulunduğu bu toplantıda konuşan Kemali Bayazıt ve diğer konuşmacılar, yine ülke sorunlarına değindiler. Gazipaşa ocağında yapılan toplantıyı ise kalabalık bir topluluk dinledi (CHP'nin Ocak Toplantıları, 1954). Bu arada ocak kongrelerinde istenmedik bazı olaylar da meydana geldi. Örneğin CHP üyeleri, İsmetpaşa ocağında toplantı yaparken, DP'liler ise bu ocağın çok yakınında bulunan başka bir yerde toplantı yapmaktaydılar. Her iki partinin aynı anda toplantı yapması, CHP'liler tarafından demokratların kendi taraftarlarının halkçıların toplantılarına gidip, onları dinleyerek, bazı şeylerin farkına varmalarını önlemek veya dört yıllık hatalarının partilileri tarafından bilinmesini önlemek için yapılan bir teşebbüs olarak değerlendirildi. Toplantıların aynı anda olması, bir takım huzursuzluklara da neden oldu. Örneğin CHP'liler, toplantılarını bitirip semt ocaklarına gittiklerinde, DP'lilerin toplantı masalarını, sandalyelerini sokak kenarına kurmaları, CHP'lilerin geçeceği sırada yolu kapatmaları ve bu nedenle CHP'lilerin otomobil ve jiplerinin durmak zorunda kalması, parti taraftarları arasında sınırların gerilmesine neden oldu. Yolun açılması için CHP'liler kornalara basarken, DP'lilerin ise ıslık çalması, özellikle CHP taraftarları arasında tepkiyle karşılandı (Utanın Efendiler Utanın, 1954). Yine CHP'nin İsa Divanlı ocağında yaptığı toplantıda, Kemali Bayazıt'ın konuşmasını yaptığı sırada, ocak binasının çatı kısmı kimliği tespit edilemeyen bazı kişiler tarafından taşlanması tepkilerin artmasına neden oldu (Yeter Artık Yeter, 1954). Yaşanan bu olaylar, Maraş'ta seçim öncesi dönemde sınırların iyiden iyiye gerildiğini göstermekteydi. CHP ve DP'nin yakın mesafelerde bulunan ocaklarda aynı anda yaptıkları toplantılar, istenmeyen durumların yaşanmasına neden olmaktaydı. Karşılıklı tahammül sınırlarını zorlayan davranışlar ve söylemler, bireylerin eleştiriyi kaldıramamalarına bir örnek teşkil ettiği gibi tedbir alınmadığı takdirde bu mücadelenin çok daha farklı sonuçlar ortaya çıkarmasına da zemin hazırlayabilirdi. Yolun kapatılmasının farklı nedenleri olabileceğinin göz ardı edilmesi, ya da yol kapatılmasına karşılık olarak araç kornaları ile uyarılarda bulunulması, DP'lilerin korna seslerine ıslıkla karşılık vermeleri, rakip bile olsalar toplum sağlığı ve düzeni için sürdürülmesi gereken ikili ilişkilerin sürdürülemediğini göstermekteydi. Gerek DP'liler ve gerekse CHP'lilerin ortak paydası, Maraş için hizmet etmek olmalı ve bu noktada mücadele etmeliydiler.

## 2.2.Siyasi Partilerin Maraş'taki Milletvekili Adayları

Maraş Valiliği tarafından, TBMM'nin 12 Mart 1954 tarihinde aldığı karara binaen, seçimlerin 2 Mayıs 1954 tarihinde yapılacağı ilan edilmesi ile birlikte, Maraş'ta milletvekili adaylarının belirlenmesi için

yapılan çalışmalar hız kazandı (Maraş Valiliğinden, 1954). Bu esnada eski Genelkurmay Başkanı Emekli Orgeneral Abdurrahman Nafiz Gürman'ın, CHP'nin Maraş listesinde aday gösterileceği iddia edildi (CHP'ye Kaydolan Kıymetler, 1954). Milletvekilliği adaylığını koymasından yönünde ısrar edilen Fehmi Evliya ise hiçbir siyasi parti ile bağlantısının ve isteğinin olmadığını belirtti (Hukuk Doktoru Hemşehrimiz Fehmi Evliya'nın Beyanatu, 1954).

Seçim çalışmaları kapsamında, Maraş'ta siyasi partiler, milletvekili adaylarını belirlemek için bir yoklama yaptılar. Fakat milletvekili adaylarının belirlenmesi konusunda DP'nin aday belirlemesi ile ilgili kullanmış olduğu yöntem eleştiri konusu oldu. *Halk Postası* gazetesinde yer alan bir haberde DP'de adayların seçiminde merkez teşkilatın sözcü sahibi olduğu, DP Genel Başkanının arzusu ile Ankara, İzmir gibi büyük vilayetlerde il başkanlarının değiştirildiğini ifade edildi. Bu durumun Maraş'ta da değişmediği, Maraş demokratlarının milletvekili aday seçme konusunda Genel Başkanlarının isteğini yerine getirdikleri belirtildi (Aday Tayini, 1954). İddia edilen bu durum, DP genel başkanının partisine hakim olduğunu gösterdiği gibi, parti içinde demokratik yaklaşımın ihlal edildiğini de göstermekteydi. Konuyla ilgili olarak *Halk Postası* gazetesinde imzasız yazılan bir yazıda ise hükümete yönelik sert eleştiriler yer aldı (Yumudular Ağızlarını Açtılar Gözlerini, 1954). Yapılan yoklamalar sonunda CHP'nin milletvekili adayları arasında eski Sağlık Bakanı ve Maraş Milletvekili Dr. Kemali Bayazıt, Afganistan Tıp Fakültesi profesörlerinden serbest tabip Dr. Halil Gürün, CHP İl Başkanı ve aynı zamanda çiftçi olan Mehmet Şişman, Tunceli C. Müddeiumumisi Sadettin Eren, eski Maraş Milletvekili Abdullah Yayıcıoğlu, Elbistan CHP İlçe Başkanı Müştak Ketizmen ve eski Maraş Milletvekili ve Karagöz gazetesi sahibi Emin Soysal yer aldı. DP'nin milletvekili adayları ise Ziraat Vekili Nedim Ökmen, çiftçi ve Milletvekili Ahmet Kadıoğlu, çiftçi ve Milletvekili Remzi Öksüz, milletvekilleri Ahmet Bozdağ, Abdullah Aytemiz ve Mazhar Özsoy'dan oluştu. DP'nin yedinci Milletvekili adayının %20 kadrosundan merkezden gösterileceği belirtildi (CHP Ve DP'nin Maraş Milletvekili Adayları, 1954). *Halk Postası* gazetesinde DP'nin milletvekili adaylarını belirlemek için yaptığı denemesinde CHP adaylarından Dr. Kemali Bayazıt'a ve Halil Gürün'e de oy verenlerin çıktığı iddia edildi (Demokratın Aslanı, 1954). Çok geçmeden, gazetenin bu haberine DP İl İdare Kurulu İkinci Başkanı Lütfü Emirmahmutoğlu tarafından itiraz edildi. Maraş'ta 28 Ağustos 1954 günü yapılan milletvekili adaylığı denemesi sonunda, ne merkez ve ne de çevresinde verilen oylarda 21 kişilik aday listesinde isimleri yazılan kişilerden başka hiçbir kimseye oy verilmediği belirtildi (DP'nin Bir Tekzibi, 1954). CHP'lilerin DP'nin milletvekili adaylarını belirlemek için yaptığı yoklamada Kemali

Beyazıt'a oy verildiği yönündeki iddiasının DP'yi güç duruma düşürmek için yapıldığı düşünülebilir. Zaten DP yetkililerin belirledikleri 21 kişilik aday listesinde yer alanlar haricinde hiç kimseye oy çıkmadığının açıklanması, CHP'nin bu girişimini önlemeye yönelikti. Bununla birlikte Kemali Beyazıt'ın parti değiştirdiğini bilmeyenlerin oylarını Beyazıt'a vermeleri de mümkündü.

Öte yandan Ziraat Vekili olan ve aslen Kilisli bulunan Nedim Ökmen'in kendi vilayeti yerine Maraş'tan adaylığını koymasına diğer parti taraftarlarının eleştirilerine neden oldu (Seçim Arifesinde Partilerin Vaziyeti, 1954). Aslında Tarım Bakanı Nedim Ökmen'e karşı çok daha önceden bilhassa CHP'liler tarafından tepkiler gelmeye başlamış, adaylığını koymadan önce Ökmen'in Maraş ve çevresinde parti işleri ile uğraşması, tekrar milletvekili adaylığı olmak istediği şeklinde yorumlanmıştı. DP ocak toplantılarına katılması da mevcut tepkilerin artmasına neden oldu (Ne Hazin Manzara, 1954). Nedim Ökmen ile ilgili tartışmalar devam ederken, DP İl Başkanı Mahmut Karaküçük, merkez tarafından 7. milletvekili adaylığı olarak gösterildi (Mahmut Karaküçük DP Şehrimiz Merkez Adayı, 1954). Kısa bir süre sonra da TKP, milletvekili adaylarını açıkladı. TKP adayları DP müstafi Milletvekillerinden Selahattin Hüdayioğlu, DP ilçe başkanlığından müstafi müteahhit İhsan Bat, CHP denemesinde kazanamayıp TKP'ye geçen eski Orman Müdürü Mesut Can, Genel Meclis üyesi DP'den müstafi İsmail Uyan, avukat Necati Bingöl ve ziraat mühendisi Kemal Kaynak'tan oluştu (Köylü Partisi Maraş Mebus Adayları, 1954). Maraş Esnaf Kefalet Kooperatifi idare meclisi reisi, esnaf dernekleri birliği başkanı kefalet kooperatifi müdürü serbest orman mühendislerinden Akçam Kereste Ticarethanesi sahibi Bedri Kısakürek, TKP merkezince Maraş'tan, İstanbul ve Malatya'dan milletvekili adaylığı olarak gösterildi (D. Partinin Göksun Kubbesi de Çöktü, 1954). TKP'nin ardından CMP'de milletvekili adaylarını tespit etti (C. Millet Partisi Maraş Adayları, 1954). CMP Başkanı emekli Albay Rıza Balta, milletvekili adaylarını açıkladı. CMP'nin milletvekili adayları vaiz Zekeriyâ Hoca, Ziraat Bankası Memuru Şemseddin Bekiç, hukukçu Sadi Kazancı ve Kanber Rüşvanoğlu'ndan oluştu. Diğer üç adayın, merkez tarafından belirleneceği ifade edildi (C. Millet Partisi Adayları Kat'î Olarak Belli Oldu, 1954).

İl Seçim Kurulu, 2 Mayıs 1954 Pazar günü yapılacak milletvekili seçimi için Maraş ili seçim çevresine ait olmak üzere bütün partilerin aday listeleri ilan etti. Buna göre CHP'nin milletvekili adayları şunlardı: Kemali Bayazıt, Sadettin Erten, Halil Gürün, Müştak Ketizmen, Emin Soysal, Mehmet Şişman ve Abdullah Yayıoğlu. DP'nin adayları Nedim Ökmen, Ahmet Kadıoğlu, Remzi Öksüz, Ahmet Bozdağ, Abdullah Aytemiz, Mazhar Özsoy ve Mehmet Karaküçük'ten oluştu (İl Seçim Kurulu

Reisliğinden, 1954). CMP Adayları ise Sadi Kazancı, Sadi Seçmeer, Ali Kafadar, Şemseddin Bekişoğlu, Zekeriya Güven, Kamber Rişvanoğlu ve Hacı Ergin'di. TKP adayları ise İsmail Uyan, İhsan Bat, Necati Bingöl, Mesut Can, Selahattin Hüdayioğlu, Kemal Kaynak ve Bedri Kısakürek'ten oluştu (İl Seçim Kurulu Reisliğinden, 1954). Müstakil adaylar ise Sezai Harmankaya, Fahri Dalsar, Emin Pakdil, Reşit İnanç, Turgut Kamer, Nefise Aytaç'tı (İl Seçim Kurulu Reisliğinden, 1954).

### 3.1954 Milletvekili Seçimleri

Siyasi partilerin seçim propaganda çalışmaları, Seçim Kanunu gereğince seçimden hemen önce bitirildi (Dört Yılda Seçmen Adedi 1.353.345 Kişi Arttı, 1954). Seçim günü vatandaşların emniyet ve sükûn içinde oy vermelerinin sağlanması için, bazı yasaklar ve cezalar getirildi. Bu nedenle parti ve seçim propagandası için toplantı yapılması ve bu maksatlarla yayınlarda bulunulması veya her ne suretle olursa olsun seçimin düzenini bozabilecek, oy vermenin tam bir serbestlikle yapılmasına tesir edecek mahiyette söz veya yazı ile propaganda yapılması ve asılsız söylentiler çıkarılması yasaklandı (Seçim Propagandası Dün Sona Erdi, 1954).

2 Mayıs 1954 tarihinde yapılan seçimler, olaysız sonuçlandı (Seçim İmtihanını Olgunluk İçinde Geçirdik, 1954). 1954 yılı milletvekili seçiminde umumi seçmen miktarı ile seçime iştirak eden seçmen miktarı ve seçime iştirak oranı ise şöyleydi. Genel seçmen miktarı 10.262.063 kişi, oyunu kullanan seçmen miktarı 9.095.617 kişi genel iştirak oranı ise % 88,63'tü. Aynı seçimde parti adayları ile bağımsızlara oy veren seçmen miktarı ve aralarındaki oran ise şöyleydi. DP 5.313.659 % 58,42; CHP 3.193.471 % 35,11; CMP 480.249 % 5,28; TKP 50.935 % 0,56; İşçi Partisi 910 % 0,0; Bağımsızlar 56.393 %0,62. Bu sonuçlara göre toplam kullanılan oy sayısı 9.095.617 olarak tespit edildi (BCA, Başbakanlık Özel Kalem Müdürlüğü, 30.1.0.0/51.509.7,02.05.1954, s.1). Seçim sonucunda DP'den 503, CHP'den 31, CMP'den 5 ve bağımsız adaylardan 2 olmak üzere toplam 541 milletvekili seçildi (BCA, Başbakanlık Özel Kalem Müdürlüğü, 30.1.0.0/51.509.7,02.05.1954, s.2).

Maraş'taki 1954 milletvekili seçimlerine 133.800 seçmenden 122.815'i iştirak etti. Yüzde olarak belirtildiğinde bu oran % 91,6'dıydı. Partilerin Maraş'ta kazandıkları oy sayıları ise şöyleydi. DP 60.138, CHP 48.825, TKP 6.853. Yüzde olarak partilerin Maraş'ta aldıkları oyların oranları ise şöyleydi. DP %55.39, CHP % 39,2, TKP % 5,49 (BCA, Başbakanlık Özel Kalem Müdürlüğü, 30.1.0.0/51.509.7,02.05.1954, s.7).

Maraş'ta oy sayımının devam ettiği sırada İlçe Seçim Kurulu 56 sandığın açıldığını açıkladı (Milletvekilleri Seçimini DP Adayları Kazandı,

1954). Milletvekili adaylarının merkez ve çevresinden aldıkları oy miktarı ise şöyleydi. DP Adaylarından Nedim Ökmen 67137 oy, Ahmet Kadioğlu 65138 oy, Remzi Öksüz 65192 oy, Ahmet Bozdağ 64066 oy, Abdullah Aytemiz 69453 oy, Mazhar Özsoy 65642 oy, Mahmut Karaküçük 63609 oy aldı. CHP adaylarından Kemali Bayazıt 48825 oy, Sadettin Erten 46209 oy, Halil Gürün 46382 oy, Müştak Ketizmen 39791 oy, Emin Soysal 44560 oy, Mehmet Şişman 38987 oy, Abdullah Yayıoğlu 41722 oy aldı. CMP adaylarından Sadi Kazancı 5390 oy, Sadi Seçmeer 3299 oy, Ali Kafadar 867 oy, Şemseddin Bekişoğlu 1327 oy, Zekeriya Güven 6804 oy, Kamber Rışvanoğlu 3495 oy, Hacı Ergen 1317 oy aldı. TKP adaylarından İsmail Uyan 4170 oy, İhsan Bat 6853 oy, Necati Bingöl 2953 oy, Mesut Can 5774 oy, Selahattin Hüdayioğlu 6702 oy, Kemal Kaynak 6920 oy, Bedri Kısakürek 4032oy aldı. Müstakil adaylardan Sezai Harmankaya 17 oy, Fahri Dalsar 117 oy, Emin Pakdil 3 oy, Reşit İnanç 229 oy, Turgut Kamer 472 oy, Nefise Aytaç 13 oy aldı (Milletvekili Seçiminin Tam Neticesini Bildiriyoruz, 1954.).

1950 tarihinde yapılan genel seçimlerde DP'den Remzi Öksüz, Mazhar Özsoy, Nedim Ökmen, Ahmet Kadioğlu, Selahattin Hüdayioğlu, Abdullah Aytemiz ve Ahmet Bozdağ milletvekili seçilmişti (BCA, 30.10.0.0/77.511.9,26.05.1950,s.2). 2 Mayıs 1954 tarihinde yapılan milletvekili seçimlerinde ise Maraş'ta DP'den Mehmet Abdullah Aytemiz, Ahmet Bozdağ, Ahmet Tahir Kadioğlu, Mahmut Karaküçük, Nedim Ökmen, Remzi Öksüz ve Mazhar Özsoy milletvekili olarak seçildi (BCA, 30.10.0.0/78.517.28,21.05.1954, s.3).

## Sonuç

14 Mayıs 1950 milletvekili seçimlerinden sonra iktidara gelen DP'nin, yaptığı icraatlarının halk tarafından kabul edilip edilmediğinin tespit edildiği 1954 milletvekili seçimleri, DP'nin üstünlüğü ile sona erdi. DP'nin ülke genelinde başarı kazanmasında, iktidarda buldukları dönemde yaptıkları çalışmaların halk tarafından onaylanması önemli bir etkendi. Fakat buna rağmen seçim öncesinde bütün siyasi partiler, seçimleri kazanmak için başta taşra teşkilatları olmak üzere, ulaşabildikleri bütün yerlerde etkili bir seçim kampanyası yürütmeye çalıştılar. Siyasi partilerin kıyasıya rekabet ettiği yerlerden birisi de Maraş'tı. Maraş'ta milletvekili seçimleri öncesinde, her parti kendi propagandasını farklı yollarla yapmaya çalıştı. Ocak kongreleri ve açık hava toplantıları siyasi partilerin halkı etkilemek için sık olarak kullandıkları propaganda faaliyetleri arasındaydı. CHP'liler, DP'ye yönelik birtakım suçlamalarda bulunuyor, DP'nin muhalefetteyken verdiği sözleri yerine getirmediğini iddia ediyorlardı. Memur tayinlerinin zamansız yapılması CHP'nin eleştirdiği bir diğer konuydu. Esasında memur tayinleri, CHP iktidardayken de

eleştirilen konular arasında yer almaktaydı. İktidara gelen siyasi partilerin memur yerlerinin değiştirilmesi ile ilgili olarak aynı yolu takip etmesi, kısa vadede olmasa da iktidarı boyunca yıpranan hükümetlerin daha çok yıpranmasına ve hatta diğer etkenlerle birleşerek seçimleri kaybederek, iktidarı bırakmak zorunda kalmalarına bile neden olmaktaydı. Fakat gerek CHP'nin gerekse DP'nin memur tayinleri konusunda aynı uygulamalar yapması, diğer etkenlerle birlikte halk nezdinde kabul edilebilirlik düzeylerinin azalmasına neden oldu. Bir diğer konu ise gerek CHP'nin gerekse DP'nin, 1954 seçimlerinden önce seçim çalışmaları kapsamında basını etkili olarak kullanmak istemeleriydi. DP, basından övgüyle söz etmekte ve hükümetin aldığı kararların halka çabuk iletilmesi ve halk nezdinde kabul görmesi için basını oldukça gerekli görmekteydi. CHP'de de durum pek farklı değildi. Hükümetin kararlarının eleştirilmesi ve bu eleştirilerin halka anlatılarak, halk nezdinde kabul görülmesi için basına ihtiyaç duyulmaktaydı. Dikkat çeken bir başka husus ise partilerdeki liderlerin her ne kadar güçlü olsa bile partiye üye olan fakat hoş davranışlarda bulunmayan kişilerin neden oldukları sonuçlardı. Parti lideri ne kadar güçlü olursa olsun, partide yer alan ve hoş olmayan tavırlar sergileyen kişilerin bu davranışları önlenemediği takdirde partilerin gücünü kaybedeceklerine yönelik tespit de oldukça ilginçti.

DP'nin iktidara geldikten sonra yaptıklarının halk tarafından değerlendirileceği 1954 seçimlerinden önce, dikkat edilmesi gereken bir önemli husus ise oy verecek seçmenin artık eski seçmen olmadığıdır. Demokrasiyi ülkeye getirmek vaadiyle yola çıkan DP'nin karnesinin ne olacağı, kendi oyunu serbest biçimde kullanacak olan milletin iradesine bağlıydı. Seçmen artık gözünü açmıştı. Yapılan hizmetleri değerlendirerek, istediği şekilde oy verecekti. 1954 seçim sonuçlarına bakıldığında, seçmenler gerek Maraş'ta ve gerekse Türkiye genelinde DP'nin çalışmalarından memnun olduğunu verdiği oylarla göstermiş, bir dönem daha DP'nin çalışmalarını görmek istemiştir.

## Kaynakça

- Aday Tayini. (1954, 1 Nisan). Halk Postası, s.1-2.
- Arifioğlu, Z. (1954, 24 Şubat). Kara Listenin Yankıları. Halk Postası, s.1-3.
- Başkanlık Cumhuriyet Arşivi (BCA)
- BCA, Başbakanlık Özel Kalem Müdürlüğü, 1954 yılı Milletvekili Seçimlerinin 1950 Seçimleri İle Mukayeseli Sonuçları 30.1.0.0/51.309.7,02.05.1954.
- BCA, Kararlar Daire Başkanlığı, Maraş Valisi Ahmet Tekeli'nin Malatya'ya, Malatya Valisi Rauf İnan'ın Merkez Valiliğine Tayinleri 1928, 30.18.1.2/134.117.3,15.02.1954.
- BCA, Muamelat Genel Müdürlüğü, Kahramanmaraş milletvekilliklerine seçilen yedi kişinin isim listesi 30.10.0.0/77.511.9,26.05.1950.
- BCA, Muamelat Genel Müdürlüğü, 15 İlde Milletvekili Seçilenlere Ait Seçim Tutanaklarının Sunulduğu 30.10.0.0/78.517.28,21.05.1954.
- Boratav, K. (2002). İktisat Tarihi (1908-1980). Sina Akşin (Yay. Yön.), *Türkiye Tarihi 4 Çağdaş Türkiye 1908-1980 içinde* (s.297-380). İstanbul: Cem Yayınevi.
- C. Halk Partisinin Pazarcık Açık Hava Toplantısı ve Gaziantep CHP'nin Siyasi İçtimaı. (1954, 5 Nisan). Halk Postası, s.3.
- C. Halk Partisi İl ve İlçe Kongresinden İntibalar. (1954, 12 Mart). Halk Postası, s.1-2.
- C. Halk Partisi İlçe Ve İl Kongresine Gelen Telgraflar. (1954, 12 Mart). Halk Postası, s. 1-2.
- C. Millet Partisi Maraş Adayları. (1954, 6 Nisan). Halk Postası, s.1.
- C. Millet Partisi Adayları Kat'i Olarak Belli Oldu. (1954, 7 Nisan). Halk Postası, s.1.
- Cebesoy, F. (2011). Siyasi Hatıralar Büyük Zaferden Lozan'a Lozan'dan Cumhuriyet'e. C.I-II. Osman Selim Kocahanoğlu (Yay. Haz.), İstanbul: Temel Yayınları.
- CHP Genel Başkanlığı Aşağıdaki Tebliği Yayınlamıştır. (1954, 16 Şubat). Halk Postası, s. 2.
- CHP İl İdare Kurulunda Vazife Taksimi. (1954, 16 Mart). Halk Postası, s. 1.
- CHP İlçe ve İl Kongreleri. (1954, 3 Mart). Halk Postası, s. 1.
- CHP İlçe ve İl Kongreleri. (1954, 6 Mart). Halk Postası, s. 1.
- CHP Maraş Gençlik Kolu. (1954, 23 Mart). Halk Postası, s. 1.
- CHP Ocak Toplantıları Dr Kemali Bayazıt Vatandaşlarla Hasbihallerde Bulunuyor. (1954, 19 Mart). Halk Postası, s.1.



- CHP Şehrimiz İlçe Kongresi. (1954, 27 Şubat). Halk Postası, s. 1.
- CHP ve DP'nin Maraş Milletvekili Adayları. (1954, 29 Mart). Halk Postası, s.1.
- CHP'nin Eloğlu Toplantısı. (1954, 15 Şubat). Halk Postası, s.1-2.
- CHP'nin Bu Akşamki Ocak Toplantısı. (1954, 14 Nisan). Halk Postası, s.1.
- CHP'nin Bu Akşamki Yörükselim Toplantısı. (1954, 3 Nisan). Halk Postası, s.1-2.
- CHP'nin Ocak Toplantıları. (1954, 22 Mart). Halk Postası, s.1.
- CHP'ye Kaydolan Kıymetler. (1954, 15 Mart). Halk Postası, s.1.
- CMP Maraş Müteşebbis Heyeti Kuruldu. (1954, 23 Mart). Milliyet, s.7.
- Cumhuriyet Halk Partisi İlçe Ve İl Kongreleri. (1954, 11 Mart). Halk Postası, s.1-2.
- Cumhuriyet Halk Partisi'nin Fevkalade Kurultayı. (1954, 23 Şubat). Halk Postası, s. 1.
- Çıngı, T. (1954, 8 Mart). Huzur ve Harcırah. Halk Postası, s.3.
- D. Partinin Göksun Kubbesi de Çöktü. (1954, 10 Nisan). Halk Postası, s.1.
- Demokrat Parti Başkanının Basın Toplantısı. (1954, 19 Şubat). Halk Postası, s.1.
- Demokratın Aslanı. (1954, 1 Nisan). Halk Postası, s.2.
- Dört Yılda Seçmen Adedi 1.353.345 Kişi Arttı. (1954, 29 Nisan). Akşam, s.1.
- DP'nin Bir Tekzibi. (1954, 3 Nisan). Halk Postası, s.2.
- Dr. Kemali Bayazıt'ın Mağaralı ve Devecili C. Halk Partisi Ocaklarını Ziyaretleri. (1954, 17 Mart). Halk Postası, s.1.
- Fırıçoğlu, M. (1954, 22 Şubat). Gaflet Uykusu. Halk Postası, s.1-2.
- Hani Baskı ve Kara Liste Yoktu. (1954, 1 Nisan). Halk Postası, s. 1.
- Haytoğlu, E. (2011). İnönü Döneminde Türkiye'de Siyasal Yaşam. Süleyman İnan ve Ercan Haytoğlu (Ed.), *Yakın Dönem Türk Politik Tarihi içinde* (s.77-115). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Hukuk Doktoru Hemşehrimiz Fehmi Evliya'nın Beyanatı. (1954, 1954). Halk Postası, s.1-2.
- İl Seçim Kurulu Başkanlığından. (1954, 23 Mart). Halk Postası, s. 1.
- İl Seçim Kurulu Reisliğinden. (1954, 15 Nisan). Halk Postası, s.2.
- İl Seçim Kurulu Reisliğinden. (1954, 16 Nisan). Halk Postası, s.1.
- İl Seçim Kurulu Reisliğinden. (1954, 20 Nisan). Halk Postası, s.2.
- İl Seçim Kurulu Teşekkül Etti. (1954, 24 Mart). Halk Postası, s. 1.
- İlçe Seçim Kurulu Teşekkül Etti. (1954, 26 Mart). Halk Postası, s. 1.



- Kasım Gülek Bugün Geliyor. (1954, 9 Mart). Halk Postası, s. 1.
- Keçecioglu, D. (1954, 22 Şubat). Kara Liste. Halk Postası, s.2.
- Koçak, C. (2002). Siyasal Tarih (1923-1950). Sina Akşin (Yay. Haz.), *Türkiye Tarihi 4 Çağdaş Türkiye 1908-1980 içinde* (s.127-211). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Köylü Partisi Maraş Mebus Adayları. (19548 Nisan). Halk Postası, s.1.
- Lewis, B. (2000). *Modern Türkiye'nin Doğuşu*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Mahmut Karaküçük DP Şehrimiz Merkez Adayı. (1954, 13 Nisan). Halk Postası, s.1.
- Maraş Merkez İlçe Seçim Kurulu Başkanlığından. (1954, 19 Mart). Halk Postası, s. 1.
- Maraş Merkez İlçe Seçim Kurulu Başkanlığından. (1954, 30 Mart). Halk Postası, s.1.
- Maraş Valiliğinden. (1954, 18 Mart). Halk Postası, s.1.
- Memnuniyet Verici Bir Haber. (1954, 24 Şubat). Halk Postası, s.1.
- Milletvekilleri Seçimini DP Adayları Kazandı. (1954, 4 Mayıs). Halk Postası, s.1.
- Milletvekili Seçiminin Tam Neticesini Bildiriyoruz. (1954, 5 Mayıs). Halk Postası, s.1.
- Misafirlerimiz Geldiler. (1954, 10 Mart). Halk Postası, s. 1,3.
- Nasıl Konuştular. (1954, 19 Nisan). Halk Postası, s.1.
- Ne Hazin Manzara. (1954, 22 Mart). Halk Postası, s.1.
- Numarataj İşi Başladı. (1954, 20 Şubat). Halk Postası, s.2.
- Öztürk, C. (2015). Türkiye Cumhuriyeti (1923-1950). Cemil Öztürk (Ed.), *Türk Tarihi ve Kültürü içinde* (s.139-173). Ankara: Yorum Basım Yayın ve Matbaacılık Ltd. Şti.
- Sayın Köylü Partisi Liderinin Konuşması Münasebeti İle. (1954,17 Şubat). Halk Postası, s. 1-2.
- Seçim Arifesinde Partilerin Vaziyeti. (1954, 27 Nisan). Milliyet, s.7.
- Seçim İmtihanını Olgunluk İçinde Geçirdik. (1954, 4 Mayıs). Akşam, s.2.
- Seçim Propagandası Dün Sona Erdi. (1954, 29 Nisan). Milliyet, s.1,7.
- Seçmen Kütükleri. (1954, 27 Şubat). Halk Postası, s. 1.
- Şehrimiz Köylü Partisinin Açık Hava Toplantısı. (1954, 12 Şubat). Halk Postası, s. 4.
- Turgut, H. (2005). Atatürk'ün Sırdaşı Kılıç Ali'nin Anıları. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Utannın Efendiler Utannın. (1954, 20 Mart). Halk Postası, s.1.

Yeni Bir CHP Ocağı. (1954, 9 Mart). Halk Postası, s.1.

Yeter Artık Yeter. (1954, 15 Nisan). Halk Postası, s.1.

Yumdular Ağızlarını Açtılar Gözlerini. (1954, 20 Mart). Halk Postası, s.1-2.

Zürcher, E. J. (2015). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Ek

Devlet İktisatı

# HALK POSTASI

*Halâ için çıkar, halkın davası için çıkar, siyasi gazetesi*

İmtiyaz Sahibi  
**HASAN DUYAR**

Yazı İşleri Müdürü  
**ZEKİ ARİFOĞLU**

Baskı yeri : HALK  
Pazanesi — MARAŞ

Yıl : 1 Sayı : 11

24-2-1954 Çarşamba

Sayısı her yerde 5 kuruş

## Kara Listenin yankıları

Zeki ARİFOĞLU

Memur; kanunlarımızın teatrisi altında, mutlak, adilet ve eşitlik prensiplerine uygun olarak, devletin gözeteceği her yerde halk hizmetini, vatan ve millet işini gözetir ve görür. Memur haklarında ve hanes teatrisinde emniyet bulundukca rahatsız. Huzur içinde, zevk ve neşe ile en randımanlı bir şekilde çalışır.

Memurun gönlü rahat, vicdanı kaygısız oldukça millete faydalı devlete de yararlıdır. Önemli memurları devletin bir kola ve kamaş sayılır. Memurun muvafık olması devletin itibarını yükselttiği gibi Hükümetin de başarısını mümkün kılar.

Cok partili parlamenter rejimlerde ve hele bu rejimlerin ilk kuruluş zamanlarında memurların huzursuzlukları müstade edilmiş ve adlandırılmış. Zira halâki kezde kemalîde hazırlanmış olan bu rejimlerde memurların siyasi teşekküllerin keyfi ve zarurlarına temayül ettirilmeğe istenir. Siyasi teşekküller (Partiler) memurları kendisine meyilli görmek ve onun memurluk nufuzuna kendi bünyesine intibak edici yani faydalı elucu şekilde kullanmasını isterler. Bu istekler daima itidarda olan siyasi teşekküllerden gelmiştir. Muhalefetler buna isteklerde yapamazlar, yaptırılmazlar. Çünkü memur statüsünü tabii yetkilerinden mahrumdur.

Cok partili bir demokrasi rejiminde memurlar ne zaman ki kanunlar hükümleri içinde halk hizmetini göreceği bir mevkie çıkarılır, işte o rejim o zaman kemalini bulmuş demektir. Bizde bu yolda yavaş yavaş gitmek celdindeyiz.

(Devamı sayfa 3 de)

## Memnuniyet verici bir haber

### Sayın Valimiz Ahmet Tekelioğlu Maraş'ta kaldı

Sayın Valimiz Ahmet Tekelioğlu'nun Malatya nakli hakkında çıkan şayialara halk etkileri üzerinde menfi tesirler husule getirmişti.

Memnuniyetle haber aldığımız göre Muhterem Valimizin asaleten Maraş'ta ipka edildiği hakkındaki Bakanlık kararları vilâyet makamına dünkü gün gelmiştir.

Bu hususta memnuniyet duygularımızı ifade ederken, Valimize tebriklerimizi sunar yeni çarşama bantlarında muvafakiyetler dileriz.

### Memlekette pamuk ekim sahası

Ankara (H.A.)—Yapılan tahmini bir hesaba göre bu yıl Türkiye'de 750 bin hektar araziye pamuk ekilecektir.

### İstanbulda yeni bir besleme gazete

A.B. (H.A.) - D.P. illerinden Mükerrer Sarol tarafından İstanbulda Yeni İki günlük besleme gazete çıkarılacaktır.

Bu gazeteye şimdiden ayda kırk bin liralık ilan verilecektir.

## SALİB'E İHTAR

YÜZ DOKSAN ÜÇ BÖYLÜ, ALTIRIS YEDİ YILIN PASANI, KIRKAYAKLAR SÜPÜRGE SAKALINA YUVVA KURASICA KARA PAPAZ SEN... İMAN VE İTİKAT KABRİSTANINDA DERİNLİK YAPMIŞ ZULMET KUYUSU SEN... SEN NESİN, NİCESİN, ASLİN NEDİR, NE İLE VE KİMİNLE UĞRAŞIYORSUN?. YİNE BİR GRİGORYUS VAKASI MI... 131 SESE EVEL YUKSEK BİR HÜKÜMET GÖRÜŞÜNÜN İPADESİ OLARAK İTİRA OLUNMUS BİR İHTİRAM İSTİYORSUN? KARŞINDA YILDIZLILARIN, FATİHLERİN TORUNLARI BULUNDUGUNU UNUTUYORMUSUN YOKSA?!

M. K.

Bun gâzetelerden öğrendiğimiz göre ya iman zâgârları papaz. Müslümanlığa meydan okumak cüretini gösteriyormuş. Bu yazmada bu din vâkıfında neha aryan şekline hasbâhale nispetliyim.

Dikkat et, bu kalemin tabiiyeti papaz efendi. Ateşle oynamak tehlikesi başına olduğuna hatırlanmış olmasın! Kara heyullarıyla sen, Alp Arslanların, Yıldırımın Fatihlerin kapılarında usulük ettiğini ne çıkabı tutmuş. Ne çabuk unuttun, ehlile oynanmış zanettigün bombu din, imanın postonunda, itikadın Aktopolunda patlamıştı? Ayarada gözüne ilşen mülevven varmadığı tokat ideri sana bereçler hatırlamadı mı? Yani Şu meşhur 30 ağustoflki şamarın izleri... Kafa görsün görmedigi o tarih hatırlanmış, kalp görsün de mi görmedi? Masamafik bir, erkâliğe kalleşlikle değil, kalleşliğe erkâlikle cevap vermedi.

Din merçe şunamıza yetmiştir, bu gün kalleşçe antikim almak istiyorsun oyle mi. Kuveytük beklemiyecğine, kuşbeyimle manadığın kolumuz, şimdiki vâkıfı okubardığına beklemek istiyorsun oyle mi.

Zulmet kayusu adam!!  
360 derecelik tabiiyet turmeninden sonra, o örümcek saratına yine çıkan karagim... sen bu reis değilsin, sadecce, salibin şartki bir din casusu... Bu sözlerin doğruluğuna, sinisi misyonerliğine sen de kalben müdâie etmiş değil mi? Nitekim durmadan vatanadığı ve tabiiyet değıştirmen bunu ifade eder. Kilitendeki: Grigoryus k a p u s u n u h a l d

(Devamı sayfa 2 de)

## Gençlerimizin dikkatine !

### Gazetemiz her pazartesi altı sayfa

Malûm olduğu üzere gazetemiz haftanın pazartesi günleri nüshasının bir sayfasını Edebiyat ve Sanat konularında gençlerimize tahsis etmiştir.

Beliren umumi arzu ve gençlerimizin rağbeti üzerine gazetemiz pazartesi günleri 6 sayfa olarak çıkarmaya ve iki sayfasını aynı konulara tahsisine karar vermiş bulunuyoruz.

**HALK POSTASI**



# Bölüm 6

## GELENEKSEL DERGİ YAYINCILIĞININ MEVCUT PROBLEMLERİ ÜZERİNE DERİNLEMESİNE MÜLAKAT ÇALIŞMASI

*Hakan YÜKSEL'*

1 Öğr. Gör. Dr., Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu,  
Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, hakanyuksel25@gmail.  
com, ORCID ID:0000-0002-4560-6685



## GİRİŞ

Basın faaliyetlerinin süreli yayınları olarak öne çıkan dergi yayıncılığı, tarihsel süreçte belirli konulara odaklanması ve özgün içerikler sunmasıyla okuyucu nezdinde her zaman ayrı bir yere konulmuştur ve her ne kadar popülerlik bağlamında diğer medya alanlarının arkasında kalsa da hatırı sayılır kitlelere hitap ederek ayakta kalmayı başarmıştır. Nitekim güncellik kaygısının olmaması ve asli hedef olarak sunulan içeriğin okuyucuya en etkili ve doğru düzeyde aktarmanın gaye edinilmesi, dergileri diğer medya araçlarından farklı kılan husus olmuştur.

Edebiyattan sanata, kültürden felsefeye, spordan magazine ve aktüel içeriklerden bilim ve teknolojiye kadar geniş bir bilgi havuzunu okuyucuya aktarmak için öne çıkan dergilerde, zamanla bu başlıkların her birisi için ayrı dergiler çıkarılmıştır ve bilhassa 90'lı yıllarla birlikte dergi sayılarında hızlı artışlar gerçekleşmiştir. Dolayısıyla edebiyat tutkunlarının kitap okur gibi dergiye yönelmesi, bilim teknoloji meraklılarının bu yaklaşımla dergilere müracaat etmesi ve felsefi içeriklere merak saranların felsefe dergileri okuması, aynı zamanda elit bir kitleyi doğurmuştur ve dergiler için elit kitlenin medya aracı ifadesi kullanılmaya başlanmıştır.

Öte yandan okurların dergi içeriklerine ilgi duymasıyla satış rakamların yükselişe geçmesi ve bu paralelde reklam gelirlerinin artması, geleneksel dergilerin ekonomik olarak güçlü kalmasını sağlayan ana etmenler olmuştur. Piyasada bu beklentiyle ardı ardına çıkan dergiler ticari kaygıları öne çıkardığı gibi niteliğin nispeten düşmesine sebebiyet vermiştir ve okurların dergilere yaklaşımı daha seçici bir boyuta gelmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber dijital alanların medya alanlarına sirayet etmesi ise geleneksel dergiler açısından yeni bir süreç inşa etmiştir.

Zira görsel zenginlik arz eden içeriği, her ortamda erişim sağlayan kolaylığı ve cep telefonları başta olmak üzere çeşitli cihazlarla medya verilerine ulaşabilme imkânı, dijital dergileri piyasada bir adım öne geçirmiştir. Böylece dergi okuyucularının farklı platformlar üzerinden dijital dergilere yönelmesi satış rakamlarını azaltarak reklamların bir bir geri çekilmesine neden olduğu gibi beraberinde ekonomik minvalde ciddi sorunlar doğurmuştur. Herhangi bir ekonomik gelir olmadan piyasa şartları ile baş edemeyen birçok basılı derginin kapanması ise bu sorunların ilk neticesi olarak vuku bulmuştur.

Ayrıca baskı kalitesi olarak diğer yazılı basın mecralarından farklı olan ve kuşe kağıdı kalitesiyle okurlarının karşısına çıkan geleneksel dergilerin bu anlamda da büyük bir maliyet oluşturduğu söylenebilir. Bu maliyetleri karşılamak içinse düzenli reklam gelirleri, birtakım sponsorluk destekleri ve elbette ki en azından giderleri karşılayabilecek dergi satışları oldukça

mühim bir durum arz etmektedir. Fakat dijital dergilerin sektöre güçlü olarak girmesiyle bu mühim nitelikteki parametreler giderek azalmaktadır.

Nihayetinde dijital dergilerin mevcudiyeti başta olmak üzere çeşitli problemlere karşılaşılan bir geleneksel dergi yayıncılığı karşımıza çıkmaktadır. Mevcut çalışmanın temas ettiği nokta geleneksel dergilerin söz konusu bu problemlerini öne çıkarmak ve üzerinde tartışmaktır. Bu sürecin kurgulanması bağlamında ise analiz verilerinden yararlanarak güncel bulguları bilimsel alana kazandırmak amaçlanmaktadır.

İlgili amaç doğrultusunda literatür sürecinde geleneksel dergi yayıncılığına kavramsal eksende yaklaşan, aynı zamanda basılı dergilerin karşılaştığı problemlere vurgu yapan mevcut çalışmada, analiz sürecinde ise derinlemesine mülakat tekniği gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda ulusal düzeyde yayın yapan ve ölçüt örnekleme modeliyle belirlenen beş farklı derginin genel yayın yönetmenleriyle icra edilen mülakat safhasında, yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilerek elde edilen veriler irdelenmiştir.

Netice olarak gerek alanyazın verileri doğrultusunda gerekse analiz süreci sonucunda elde edilen nitel bulgular bağlamında, geleneksel dergilerin hem mevcut durumları hem de karşılaştıkları problemler ortaya çıkarılmıştır. Böylece basılı dergilerin problemleri üzerinde duran güncel ve özgün bir çalışmayla literatürdeki boşluk doldurulmuştur.

## 1. GELENEKSEL DERGİ YAYINCILIĞI

Konvansiyonel medyanın ve bu bağlamda yazılı basının ana unsurlarından birisi olan geleneksel dergi yayıncılığı, belirli okuyucu kitlesiyle dünya genelinde ve ülkeler özelinde uzun yıllardır ayakta durmayı başarabilen bir medya organı konumundadır. Öte yandan teknolojinin giderek gelişmesi ve medya mecralarına doğrudan yansımış olması gerekçesiyle, dijital dergilerin de etkin olarak sektörde yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla dergi yayıncılığını dijital ve geleneksel olarak iki ana kısma ayırmak doğru bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda geleneksel dergi yayıncılığının kavramsal boyutuna bakacak olursak; düzenli ve süreli bir basım-yayın sürecinden bahsetmek mümkündür.

Nitekim geleneksel dergi yayıncılığı; düzenli periyotlarla yayımlanan (haftalık, aylık, üç aylık vb.), okuyucu ekseninde belirli ilgi alanlarına temas eden, araştırma içeriklerinden edebi konulara kadar geniş bir yelpazesi mevcut olan ve hedef kitlenin beklentileri bağlamında şekillenen basılı medya mecrasıdır (Topuz, 1996: 207). Geleneksel dergi yayıncılığını diğer medya alanlarından ayıran temel nokta da keza belli temalara yönelmiş olmasıdır. Örneğin; yalnızca otomobil konularını



içeren dergilerin var olması, otomobil tutkunlarını bu derginin ana kitlesi yapmaktadır. Benzer şekilde futboldan seyahate, kültürden sanata kadar her geçen gün yeni ve özgün alanlara yönelen basılı dergiler piyasada yer almaktadır.

Farklılık teşkil eden özel alanlara yöneldiği gibi makale, deneme, haber ve eleştiri gibi yayınları da içeren dergiler (Demir, 2016: 74), süreli yayın olarak okuyucuya ulaştırılması münasebetiyle medya sektöründe özgün bir nitelik edinmektedir. Zira gazeteler gibi aktüel gelişmelerin aranmaması, radyo/televizyon ve internetteki gibi görsel hareketli/işitsel unsurları içermemesi söz konusu olsa da, belli konulara daha derinlemesine temas etmesi dergileri özgün kılmaktadır. Öyle ki geleneksel dergiler, sadece içerikleriyle değil mevcut kapaklarıyla dahi sansasyonel bir etki uyandıran mecra konumundadır. Yeni sayının çıkmasını haftalarca ve aylarca bekleyen okur kitlesinin olması da dergileri denilebilirse kitap statüsüne yaklaştırmaktadır.

Geleneksel dergi yayıncılığının özgün bir kitleye hitap etmesi ve konu ağının oldukça geniş olması, bu yayıncılığı belirli fikirleri okuyucularına empoze etmek minvalinde ayrıca öne çıkarmaktadır (Akyürek, 2019: 5). Misalin; ideolojik yaklaşımı gereği belli bir düşünceye sahip olan ve bu düşünceyi okurlarına aktarma edimini üstlenen dergilerin genel profili bu yöndedir. İdeoloji dışında sivil toplum hareketlerinin, siyasi yapılanmaların ve gençlik örgütlenmelerinin de yayın aracı olarak dergilere ağırlık vermesi, geleneksel dergi yayıncılığını kitlesel hareketlerin etkin bir medya unsuru kılmaktadır. Bu nedenle ulusal ve küresel anlamda giderek sayıları artan ve satış rakamları beklentilerin altında olmasına rağmen ticari kaygılardan ziyade kitleye ulaşma hedefiyle hareket eden geleneksel dergiler bulunmaktadır.

Nihayetinde dergi yayıncılığı türlerinin giderek öze indirgenmesi ve karma yayıncılığın dışına çıkılarak ana konulara temas edilmesi, konvansiyonel dergi yayıncılığı sektöründe bilhassa şu alanları öne çıkarmıştır (Akyürek, 2019: 10-17):

- Akademik Yayın İçerikli Dergiler
- Tüketici Odaklı Sunulan Dergiler
- Kültür ve Sanat Kapsamlı Dergiler
- Magazin Konulara Temas Eden Dergiler
- Haber Ağırlıklı İçeriğe Sahip Dergiler
- Spor Branşları Özelinde Yayımlanan Dergiler
- Çocuklara Yönelik Tasarlanan Dergiler

- Kurumsal Bağlamda Hazırlanan Dergiler
- Teknoloji ve Bilişim Konularını İçeren Dergiler
- Yönetimsel, İktisadi ve Pazarlama Eksenli Dergiler
- Edebi Hususlara Yer Veren Dergiler
- Diğer Sektörler Özelinde Çıkarılan Dergiler

Dergi yayıncılığında vakitsel bir problemin bulunmaması ise gerek çalışmaların daha detaylı yapılmasına gerekse okuyucu beklentilerinin daha etkin ve esnek bir tempoyla hazırlanmasına olanak tanımaktadır. Böylece dergilerin haber içeriklerine diğer medya alanlarına nazaran daha net temas edilebilmesi ve aynı zamanda ilgi çekici içeriklere ağırlık verilebilmesi söz konusu olmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2001: 15). Aktüel içerikli bir dergi yayınına dikkate alırsak; gazeteler ve diğer medya alanları herhangi bir haberi kısa süre içerisinde kitlesine aktarmak için hızlı hareket ederken ve hem sahadaki muhabirlerinden hem de ajanslardan destek alırken, dergilerde yayın süresinin esnek olması, hadiselerin arka planını sunmak açısından önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla diğer medya mecralarının dergi içeriklerine atıfta bulunarak habercilik yapması ve artık dergilerin bilhassa araştırma haberlerinde haber kaynağı olarak öne çıkması daha fazla karşımıza çıkmaktadır.

Öte yandan internet medyasında her ne kadar radyolara ve televizyon içeriklerine doğrudan içerik sağlanması mümkünken basılı dergilerin yazınsal içeriklerine tam olarak erişim sağlanamaması ve yalnızca kapak resimlerine ulaşılması, özgün kitlenin mevcudiyetini nispeten korumaktadır. Zira bu duruma rağmen giderek azalan bir okuyucu kitlesi söz konusudur. Söz konusu özgün kitlenin dergi yayınlarına doğrudan ulaşımı ise; düzenli biçimde, süreli olarak ve belirli bir ücret karşılığında gerçekleşmektedir (Yapar, 2000: 68). Bu süreç abonelik sistemiyle ayrıca devam ederken gazete satışı gibi bayilerden de devam ettirilmektedir. Bilhassa ulusal dergilerde okuyucuya erişim bu şekilde icra edilirken, makul kitlelere hitap eden küçük ölçekli dergilerde ise satış yerleri daha azdır ve bellidir. Ya da elden dağıtımla kişilere ve kurumlara dergiler ulaştırılmaktadır.

Hedef kitlesi, mevcut niteliği ve kurumsal kapasitesi ne olursa olsun basılı dergileri ortak noktada buluşturan birtakım nitelikler ayrıca önem arz etmektedir. İlgili nitelikleri şu başlıklar altında değerlendirmek mümkündür (Girgin, 2000: 66):

- Basılı dergilerin yazınsal içeriklere sahip olması ve içeriklerin kaynaklarla desteklenmesi, dergileri denilebilirse arşivlenen bir belge niteliğine büründürmektedir.

- Okuyucu açısından içeriği daha net anlama ve algılama olanağı tanıyan basılı dergiler, hızlı sunum ve algılama minvalinde anlık geri dönüş gerektiren görsel ve işitsel medya araçlarına nazaran tercih edilebilir görülmektedir.
- Gazetelerle eş değer olarak okuyucu, dergi içeriğinde muğlaklık sezdiğinde daha anlaşılır olması adına tekrarlarla içeriği yeniden gözlemleyebilmektedir.
- Ayrıca basılı dergiler okuyucuya metinsel kontrol sağlama ve sunulan içerikte kendi ilgiyi bağlamında ilerleme fırsatı vermektedir.
- Fikirselsel etki uyandırma niteliği de bulunan dergilerin okuyucu nezdinde hem egemen söylemi hem de belirli bir saygınlığı bulunmaktadır.

Basılı dergileri farklı ve özgün kılan bir diğer husus ise okuyucular üzerinde kitap ve gazete arası bir etki uyandırıyor olmasıdır. Kitap yayınları gibi çok kapsamlı ve sürükleyici olmayan dergiler, gazeteler gibi de aktüel nitelikte değildir. Netice olarak dergiler, okuyucu özelinde kitap ve gazetelerin ortak noktası bağlamında lanse edilmektedir (Aydeniz, 2016: 19). Literatürdeki tanımlamaları ve nitelikleriyle öne çıkan basılı dergilerin içerik olarak üzerinde durduğu konular da giderek çeşitlenmektedir.

Kategoriler üzerinden dergilerin ele aldığı mevcut konulara temas edecek olursak; aşağıdaki başlıklar karşımıza çıkacaktır (Elden, 2009: 240):

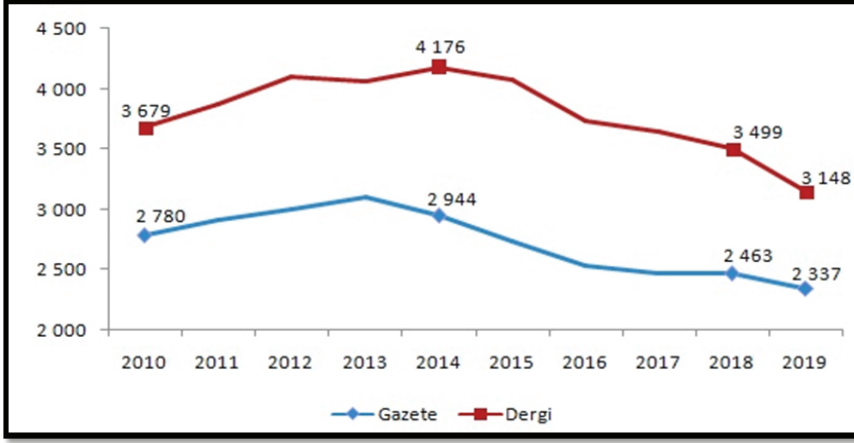
Kariyer, Moda, Yemek, Dekorasyon, Sağlık, Din, Spor, Kişisel Bakım, Para, Otomobil, Ziraî Faaliyetler, Psikoloji ve Çeşitli Hobiler.

Bu başlıklar dışında her geçen gün değişkenlik göstererek yeni alanlara yönelim sağlayan dergiler, güncel gelişmeler ölçeğinde içeriğini sürekli olarak genişletmektedir ve okuyucusuna herhangi bir konuyu en detaylı sunumuyla aktarmaya çalışmaktadır. Her ne kadar dijital dergilerin mevcudiyeti basılı dergilere olan talebi azaltsa da, söz konusu yayıncılık anlayışıyla hatırı sayılır kitlelere erişim sağlanmaya devam etmektedir.

## **2. TÜRKİYE'DE GELENEKSEL DERGİ YAYINCILIĞININ MEVCUT DURUMU**

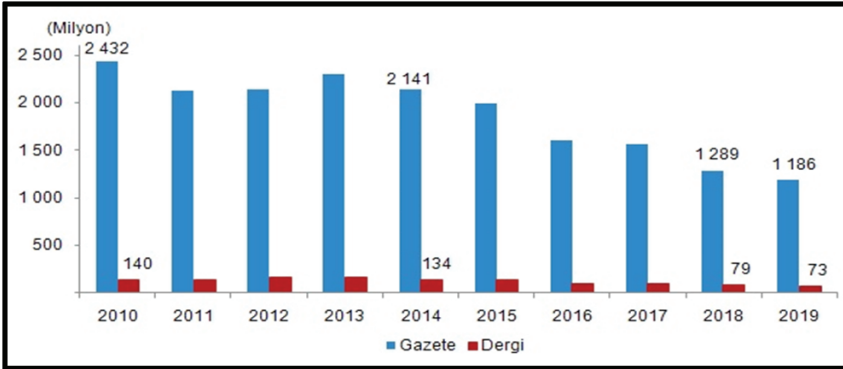
Teknolojik gelişmelerin ve bu ekseninde dijital yayıncılığın dergi sektörüne temas etmiş olması, küresel dünyada olduğu gibi Türkiye'de de basılı dergilerin sayısını, satış rakamını ve içerik bağlamında biçimsel yapısını etkilemiştir. Zira Türkiye İstatistik Kurumu'nun her yıl düzenli olarak paylaşmış olduğu nicel bilgiler, dergi yayıncılığının güncel durumunu açıkça göstermektedir. Dolayısıyla aşağıdaki paylaşacağımız görsel veriler, Türkiye'de geleneksel dergi yayıncılığının gerek geçmişe

nazaran ne durumda olduğunu gerekse gelecekte nasıl bir sürece gireceğini algılamak minvalinde destekleyici olacaktır.



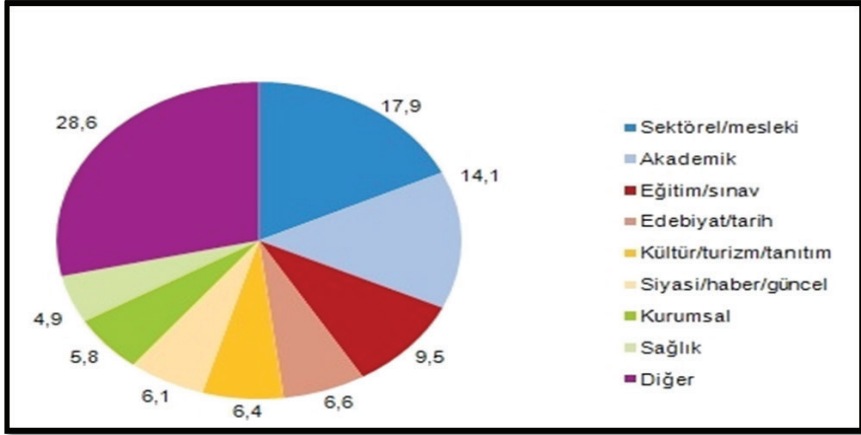
Şekil 1: Dergi Sayıları (tuikweb.tuik.gov.tr, 2020)

İlk olarak bir numaralı mevcut şeklin içeriğini irdelediğimizde TÜİK tarafından paylaşılan veriler bağlamında basılı dergilerin ve gazetelerin sayısını görmekteyiz. 2020 yılı itibariyle erişime açılan ve bir önceki yıla kadar olan verileri sunan ilgili görsel içerikte, üst kısımda yer alarak kare biçiminde işaretlenen dergi sayılarının bilhassa 2014 yılı sonrasında hızlı bir düşüşe geçtiği anlaşılmaktadır. Dijital dergilerin bu süreçte hızla yaygınlaşması ve okuyucu ilgisinin bu yöne kayması, sayıların azalmasında önemli bir unsur teşkil etmektedir. Ayrıca literatür içeriğinde temas edeceğimiz gibi, baskı maliyetlerinin artması, reklam gelirlerinin düşmesi gibi etkenler de bu verilerin dayanağını oluşturmaktadır. Bu nedenle bir taraftan yeni dergiler piyasaya sürülürken diğer taraftan daha fazla sayıda dergi kapanmaktadır.



Şekil 2: Dergi Satış Rakamları (tuikweb.tuik.gov.tr, 2020)

İki numaralı şekilden yansıyan veriler ise, tıpkı dergi sayılarında olduğu gibi satış rakamlarında da düşüş olduğunu göstermektedir. Öyle ki 2010 yılında 140 bin civarında olan dergi satışları belli bir süre bu istikrarını korusa da 2014 yılından sonra ciddi bir azalma yaşamıştır. 2019 yılında 73 bine kadar düşerek neredeyse on yıllık süreçte %50 oranında azalış göstermiştir. İlgili düşüş sürecinin devam edeceği ise ayrıca öngörülmektedir ve nitekim dijital mecralara olan ilgi bu rakamların oluşmasında baş etkiyi teşkil etmektedir.



Şekil 3: Dergi İçerikleri (tuikweb.tuik.gov.tr, 2020)

Güncel veriler doğrultusunda Türkiye'deki geleneksel dergi yayıncılığının hangi içeriklere temas ettiğine ise üç numaralı şekil üzerinden bakabiliriz. Bu veriler doğrultusunda %28,6 oranıyla ilk sırada yer alan diğer kategorisinin içeriğini; bilişim dergileri, ticaret dergileri, ekonomi dergileri, magazin dergileri, moda dergileri, çocuk dergileri ve fikir/sanat dergileri oluşturmaktadır. %17,9 oranıyla ikinci sırada yer alan sektörel ve mesleki dergiler ise basılı dergilerin yaklaşık beşte birinin içeriğini teşkil etmektedir. Daha sonra sırasıyla akademik dergiler, eğitim ve sınav dergileri, edebiyat/tarih içerikli dergiler, kültür/turizm/tanıtım dergileri, siyasi/güncel dergiler, kurumsal dergiler ve sağlık konulu dergiler gelmektedir. Bu çeşitlilik her ne kadar yeni dergilerin yayına sürülmesine zemin hazırlasa da, aynı zamanda dijital dergilerle baş edemeyen dergiler havuzuna eklemeler yapmaktadır. Kalıcı dergiler olarak ise, ticari kaygıları olmayan ve mevcut yapısını genel anlamda kurumsal destekle sürdüren akademik dergiler öne çıkmaktadır.

TÜİK tarafından paylaşılan son veriler doğrultusunda Türkiye'deki basılı dergilerin yayınlanma aralıklarına yönelik bilgiler de paylaşılmıştır. Ağırlıklı olarak aylık olarak çıkarılan dergileri daha sonra üç aylık ve altı

aylık dergiler takip etmiştir. Bu çerçevede; aylık dergilerin genele oranı %23,4 iken, üç aylık dergiler %21,9 olarak kayıtlara geçmiştir. Altı aylık safhalar bağlamında çıkan dergilerin oranı ise %16,7'de kalmıştır. Bu verilerin satış rakamlarıyla ilişkilendirilmesi de yapılarak, 2019 yılının toplam dergi tirajının %62,1'ini aylık süreçlerle çıkarılan dergilerin teşkil ettiği belirtilmiştir. Yıllık dergi satış rakamlarının %9,8'ini üç aylık dergiler, %8,7'sini haftalık dergiler ve %7,8'ini de iki aylık dergiler oluşturmuştur (tuikweb.tuik.gov.tr, 2020).

Hedef kitle bağlamında öne çıkan son veriler ölçüğünde; sayısal olarak en çok ulusal dergilerin yayımlandığı görülmektedir. Yerel düzeydeki ve bölgesel nitelikteki dergiler ise kalan kısmı temsil etmektedir. Öyle ki; ulusal dergilerin toplam sayıya oranı %65,9 ile çoğunluğu oluştururken, %29,5 oranı ile yerel dergiler, %4,6 ile de bölgesel dergiler piyasada yer almıştır. İstatistik bilgileri minvalinde son olarak ise, mevcut dergilerin sadece %7,2'sinin okuyucusuna ek içerik verdiği bilgisi paylaşılmıştır (tuikweb.tuik.gov.tr, 2020). 2021 yılının Temmuz ayında güncellenerek bir önceki yılın yani 2020'nin verilerini paylaşacak olan ilgili istatistik kurumu, küresel dünyayı olduğu gibi Türkiye'yi de her anlamda etkileyen Covid 19 salgınının dergi rakamlarına ve tirajlarına nasıl yansıtıldığını göstermek açısından bilimsel çalışmaların yine müracaat merkezi olacaktır.

### **3. DİJİTAL DERGİLERİN GELENEKSEL DERGİLERE ETKİLERİ**

Kavramsal bağlamda dijital dergiler; geleneksel dergilerin bilgisayar ortamında yeni özellikler doğrultusunda teknik olarak dönüşmesi anlamına gelmektedir. Yani mevcut dergi içeriğinin kurgulanmasından biçimsel olarak tasarlanmasına, kullanıcıları etkileşim sürecinde dâhil etmesinden internet aracılığıyla yaygın kitlelere eriştirilmesine kadar etkin niteliklere sahip yayıncılığa dijital dergicilik denilmektedir (Silva, 2011: 301). Dolayısıyla kavramda öne çıkan nitelikler neticesinde; hedef kitlelerin dijital ortamlara yönelmiş olması, geleneksel dergiciliği birçok açıdan olumsuz etkilemektedir.

Örneğin basılı dergilerde he ne kadar tasarımın, baskı kalitesinin ve özgün içeriklerin var olması okuyucuları cezp etse de, dijital dergilerde görsel açıdan zengin verilerin daha yoğun olması ilgiyi bu yöne kaydırmaktadır. Ayrıca, sunulan bağlantı linkleriyle beraber farklı sitelere yönlendirmenin gerçekleşmesi dijital yayınları tercih sebebi kılan bir diğer faktör olarak değerlendirilmektedir. Zira basılı dergilerde yazınsal ve görsel veriler dışına çıkılmaması neticesinde okuyucuların seçenekleri kısıtlı kaldığından, daha sığ bir içerik söz konusu olmaktadır.

Dijital dergileri ön plana çıkararak aynı zamanda küresel kılan husus ise, farklı dil seçeneklerine imkân tanıyor olmasıdır. Öyle ki basılı dergilerin ana dili ne ise hedef kitle de o ülke toplumuyken, dijital dergilerde dil seçeneklerinin bulunması kullanıcı kitlesini oldukça genişletmektedir. Başlı başına bu faktör bile dijital dergileri yaygın kitleler karşısında bir adım ileriye taşımaktadır. Dil seçeneği niteliği, dergilerin uluslararası profili açısından da önemlidir ve reklam verenlerin dijital ortamlarda görünürlüğünü küresel boyuta taşımaktadır. Geleneksel dergi yayıncılığında reklam gelirlerinin giderek düşmesinin alt nedenlerinden birisi olarak da bu durum değerlendirilebilir.

Dergilerin dijitalleşmesi; erişim kolaylığını ve arşivlere rahatça ulaşabilmeyi kullanıcıya sunarak aynı zamanda hareketli ve işitsel öğelerle dergi içeriğini desteklemektedir (Özyurt, 2003: 1). Nasıl ki internet medyası geleneksel gazeteler karşısında video ve ses içerikleriyle daha nitelikli duruma geliyorsa, benzer durum dijital dergilerin geleneksel dergiler karşısındaki konumunda karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle geleneksel dergi yayıncılığında kuşe kâğıtlara basılan görsellerin dijital dergilerde hareketli ve sesli içeriklerle geliştirilmesi, okuyucuların kullanıcıya dönüşmesinin ana etkenlerinden biri olmaktadır. Aynı zamanda mobil uyumlu olarak telefonlar üzerinden dijital dergilerin kolayca takip edilebilmesi, bu mecrayı giderek çekici kılmaktadır ve adeta geleneksel dergiciliğin dijital alanlarla mücadele şansını ortadan kaldırmaktadır.

Dergilerin ayakta kalabilmesi için can damarı niteliği arz eden reklamların da dijital alanlardaki bu gelişmelere kayıtsız kalamaması, hem reklam veren kurumların işine gelmektedir hem de doğrudan geleneksel dergiciliği etkilemektedir. Zira bir önceki başlıkta temas ettiğimiz ve on binlerde kalan dergi satış rakamlarının yerini ulusal bağlamda milyonlarca küresel ölçekte ise milyarlarca kullanıcı almış durumdadır. Dolayısıyla dergilerin popülerliği dijital ortamlarda daha da artabileceği için reklamların ulaşacağı kitle de bu ekseninde giderek genişleyecektir. Ortaya çıkan bu realite ise, basılı dergiciliği çıkmaza sürükleyerek dijital dergiciliği tercih edilir pozisyona getirmektedir.

Geleneksel dergicilik mecrasında cereyan etmesine rağmen dijital dergi yayıncılığında sorun oluşturmayan aşağıdaki hususlar, her iki alanın farkını ortaya koymaktadır (Çatalcalı, 2017:9):

- Yaşanan iktisadi meselelere karşı bir hamle olarak derginin baskı boyutunun azaltılması
- Baskı maliyetini azaltabilmek için sayfa sayısının düşürülmesi
- Giderlerden kısmak bağlamında görsel içeriklerin ve renk kullanımının en aza indirgenmesi

- Ekonomik problemlere dair son girişim minvalinde işten çıkarmaların yaşanması

Dergi sayılarında olduğu gibi satış rakamlarında da düşüş eğilimine giren mevcut süreç, ilgili maddelerin birçok dergi yayınında hayata geçtiğini ve durum böyle devam ettiği takdirde diğer dergi mecralarında da benzer neticeler doğurabileceğini göstermektedir. Dijital dergilerde ise bu tablonun aksine ve gelişme eğiliminde bir durum yaşanmaktadır. Nihayetinde; maliyeti daha düşük olan, sınırsız bir içerik sunabilen, reklamları geniş kitlelere aktarabilen ve ücretsiz erişime fırsat sağlayabilen profildeki dijital dergiler, geleneksel dergiciliği doğrudan etkilemektedir.

#### **4. GELENEKSEL DERGİ YAYINCILIĞINDA ÖNE ÇIKAN PROBLEMLER**

Diğer medya alanlarında yaşandığı gibi geleneksel dergicilik mecrasında da problem teşkil eden birtakım unsurlar öne çıkmaktadır ve küresel dünyayı etkileyen pandemi şartları dikkate alındığında bu problemlerin etkisi daha fazla hissedilmektedir. Bu çerçevede aşağıdaki unsurları geleneksel dergi yayıncılığının ana problemleri arasında gösterebiliriz:

- Dergi Satış Rakamlarının Azalması
- Reklam Gelirlerinin Düşmesi
- Okuyucuların Dijital Dergilere Yönelmesi
- Salgın Hastalığın Etkilemesi

##### **4.1. Dergi Satış Rakamlarının Azalması**

Yazılı basının gazetelerle birlikte iki ana bileşeninden birisi olan dergilerde satış rakamlarının düşüş eğiliminde olması, kâğıt medyanın geleceğini dergicilik açısından da sorgulatmaktadır. Nasıl ki geleneksel gazeteler arasında yer alıp uzun yıllar okuyucularıyla buluşan Vatan ve Habertürk gazeteleri basın faaliyetlerine son verip dijital ortama geçtiyse, benzer tablo dergi yayıncılığında da cereyan etmektedir.

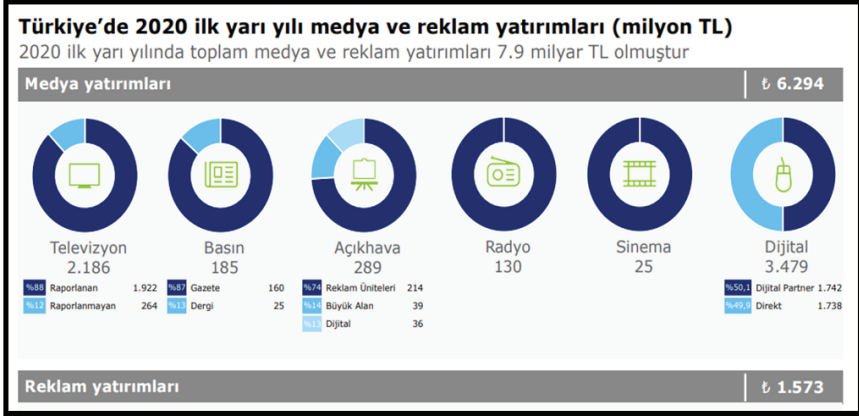
Dergi sayılarının düşmesine de sebebiyet veren söz konusu tiraj problemi, Türkiye özelinde değerlendirdiğimizde 2014 yılında 4176 olan dergi sayısını 2019 yılında 3148'e kadar düşürmüştür. Satış rakamlarını ise yine ilgili tarih aralığı dikkate alındığında ciddi düzeyde etkilemiştir. Öyle ki 2014 yılında 134 bin olan dergi satışları 2019'da 73 bine gerilemiştir (tuikweb.tuik.gov.tr, 2020). Yerel, bölgesel ve ulusal dergiler bağlamında toplam rakamı yansıtan bu veriler, basılı dergilerin geleceğini



tehdit altında bıraktığı gibi birtakım ekonomik problemleri de gün yüzüne çıkarmaktadır.

## 4.2. Reklam Gelirlerinin Düşmesi

Reklam faktörü medya alanının ekonomik anlamda en güçlü dayanağı olarak değerlendirilmektedir ve bu bağlamda geleneksel dergilerin reklam/sponsorluk desteğiyle ayakta durduğu bilinmektedir. Öte yandan hedef kitlenin kültürel seviye bakımından vasatın üzerinde yer alması, reklamların dergilerdeki imajını farklı kılmaktadır. Bu minvalde imaj unsurunu ön plana çıkaran reklamlar, geleneksel dergilerde daha fazla kabul görmektedir (Özkundacı, 2011: 48). Ancak dijital yayınların okuyucu kitlesini tarafına çekmesi ve sunmuş olduğu yenilikçi içeriklerle basılı dergileri ikinci planda bırakması, reklam verenlerin tercihini de dönüştürmüştür ve dijital içeriklerde daha çok yer edinen bir reklamcılık yaklaşımı belirlemiştir.



Şekil 4: Medya ve Reklam Yatırımları (Deloitte, 2020)

Nitekim yukarıdaki içerikte yer alan veriler, reklam ve medya yatırımlarının hangi alanlara daha çok yapıldığını göstermektedir. Basılı dergiler tüm veriler arasında en az yatırımı alan medya aracı olarak dikkat çekerken, dijital alanlar ise televizyonları dahi geride bırakarak ilk sırada yer edinmiştir. Görselde, basın başlığı altında yer alan dergilerin 185 Milyon TL’lik yatırımdan sadece %13’ünü elde etmesi, netice olarak dergileri 24 Milyon Elli Bin TL ile son sırada bırakmıştır. Diğer taraftan; dijital alanların reklam payındaki artış, dergilerin ve aynı zamanda diğer medya mecralarının payını giderek düşürmektedir.

Böylece gelir kaybı yaşayan dergilerin kapanma süreci hızlanmaktadır ve her ne kadar yeni yayınlar piyasaya sürülse de uzun yıllardır sektörde

bulunan dergilerin dijital ortama geçişinin önü açılmaktadır. Dergi çalışanları açısından ise, reklam gelirlerinin düşmesi gerek kurumsal gerekse şahsi bağlamda ekonomik problemleri beraberinde getirmektedir. İşten çıkarmalar, yapısal küçülmeler, masraftan kısmalar ve sponsor destek arayışlarına girmeler bu sürecin nihai sonuçları olarak gerçekleşmektedir.

### 4.3. Okuyucuların Dijital Dergilere Yönelmesi

Pratik erişimin, içerik zenginliğinin, farklı aygıtlar üzerinden edinimin ve etkileşimli yayıncılığın mevcut olduğu dijital dergilerin konumu, okuyucuların yoğun bir biçimde dijitalde yönelmesine zemin hazırlamıştır. Zaman ve mekân probleminin olmadığı dijital dergilerin kolayca yayınlanması (Curtis, Virginia ve Adolfo, 2000: 7), basılı dergilerin de bu alana entegre olmasını sağlamıştır. Kullanıcı statüsüne dönüşen okuyucu profiline gerek doğrudan dijitalde öne çıkan yayınları görebilmesi gerekse dijitalde geçen geleneksel dergileri takip edebilmesi, basılı ve dijital dergiler arasındaki uçurumu daha da arttırmıştır. Üstelik son yıllarda telefon, tablet ve bilgisayar üzerinden erişimin sağlandığı “Dergilik” adlı dijital yayın platformu, birçok kurumun bu alan üzerinden okuyucuya ulaşmasının önünü açmıştır.

“Dergilik” platformu ile ilgili 2018 yılına dair bilgiler, dergi yayıncılığının okuyucu/kullanıcı nezdinde gelmiş olduğu noktayı gözler önüne sermektedir:

*Türkiye'nin en çok takip edilen dijital yayın platformu Dergilik üzerinden 2018/Eylül'de 5 milyon 420 bin yayın indirildi. Yılın ilk 9 ayında toplam 43 milyon yayın dijital platformdan okundu. Dijital platform sayesinde birçok derginin satış rakamı 100 bin barajını aşarak altın çağlarına yeniden dönmeye başladı (medya.turkcell.com.tr, 2018).*

Abonelik/üyelik sistemiyle takipçilerine binlerce yerli ve yabancı dergiye ulaşma imkânı tanıyan bu platformun dergi yayıncılığını dijitalde de olsa medya alanı bağlamında güçlü kılması, sektör açısından ehemmiyet teşkil etmektedir. Dolayısıyla reklam yatırımlarının bu alanda yer almasının ana gerekçesi karşımıza çıkmaktadır.

Aynı platformun 2020 verileri de söz konusu mecraaya ilginin hızla arttığını ve yoğun içeriğe olan ciddi talebin bilhassa salgın döneminde zirveye ulaştığını göstermektedir:

*Dergilik platformunda 2020 yılının ilk 11 ayında 60 milyonun üzerinde yayın okundu. Platformun aylık okunma sayısı karantina öncesi ortalama 2,5 milyon iken, nisan ayı sonunda 5 milyona ulaştı. Platformun indirme oranı yüzde 38, ilk giriş oranı da yüzde 34 artış gösterdi (AA, 2020).*

#### 4.4. Salgın Hastalığın Etkilemesi

Covid 19 salgınının tüm sektörleri vurmuş olduğu darbe, medya alanını ise bilhassa reklam verenler üzerinden etkilemiştir. Her ne kadar salgın döneminde evine kapanan insanların medya içeriklerine daha fazla yönelmesi sektör açısından kısmi bir hareketlilik oluştursa da, bu olumlu hava özellikle televizyon ve internet mecralarında öne çıkmıştır. Dolayısıyla reklam verenlerin ilgi noktası televizyonlar ve dijital platformlar olmuştur. Basın sektörü ise gerek dergicilik gerekse gazetecilik alanında pandemi şartlarından olumsuz yönde etkilenmiştir. Nitekim pandemi sürecinde reklam veren kurumların basın mecraları yerine internete yönelmesi ve geleneksel dergilerden birçoğunun yine salgın döneminde baskı faaliyetlerine son vererek dijitale geçmesi (rvd.org.tr, 2020), küresel boyuttaki bu hastalığı dergi yayıncılığının önemli bir problemi kılmıştır.

### 5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Kavramsal kısımda geleneksel dergi yayıncılığının alanlarına, niteliklerine ve ele aldığı temalara değinen ve bununla birlikte dijital dergilerin ortaya çıkardığı etkiler üzerinde duran mevcut çalışmanın analiz sürecinde ise; katılımcı değerlendirmeleri doğrultusunda basılı dergilerin karşılaştığı problemleri öne çıkarmak amaçlanmaktadır.

Ayrıca dergi yayıncılığının bugününü, geleceğini, ekonomik durumunu, reklam boyutunu ve dijital dergiler karşısındaki konumunu mülakat verileri bağlamında irdelemek alt hedefleri teşkil etmektedir. Dolayısıyla bu çalışma basılı dergilerin gerek mevcut durumunu yansıtmak gerekse mücadele ettiği problemleri literatüre sunmak açısından önem teşkil etmektedir.

#### 5.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Geleneksel dergi yayıncılığının Türkiye'deki boyutunu inceleyen mevcut çalışmada araştırmanın çalışma evrenini basılı yayın gerçekleştiren dergi yayıncıları oluşturmaktadır ve bu eksende dijital ortamlarda kullanıcılara sunulan diğer dergi yayıncıları araştırma sürecinin sınırlılıkları dışında kalmaktadır.

Örneklem olarak ise; amaçlı örnekleme modeli bağlamında ölçüt örnekleme tercih edilmiştir ve mülakat sürecinde ulusal nitelikteki dergilerin tercih edilmesi ana ölçüt olarak belirlenmiştir. Bir diğer ölçüt ise mevcut dergilerin birbirinden farklı içeriklere ve yayın anlayışına sahip olmasıdır. Zira edebiyat, magazin, kültür ve bilim temaları işleyen dergiler baz alınarak bu çerçevede genel yayın yönetmenleriyle görüşülmüştür.

## 5.2. Araştırmanın Katılımcıları

Yürütülen mülakat sürecinde ölçüt örnekleme modelini teşkil ederek çalışmaya iştirak eden ve her biri kendi dergisinin genel yayın yönetmeni olan mevcut katılımcı bilgileri, aşağıdaki tablo içeriğinde aktarılmıştır:

Derginin Adı	Genel Yayın Yönetmeni	Yayın Biçimi
Bavul Dergisi	Önder ABAY	Ulusal
Acemi Dergisi	Şeref YILMAZ	Ulusal
Bilim ve Ütopya Dergisi	Emrah MARAŞO	Ulusal
Yedi İklim Dergisi	Ali Haydar HAKSAL	Ulusal
New İstanbul Dergisi	Hakan YETİŞKİN	Ulusal

**Tablo 1:** *Araştırmanın Katılımcıları*

## 5.3. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Sürdürülen araştırma aşamasında yöntem olarak nitel analize başvurulmuştur ve bu minvalde derinlemesine mülakat tekniğiyle verilerin elde edilmesi sağlanmıştır. Öncelikle dergilerle ve genel yayın yönetmenleriyle temasa geçilerek çalışmanın içeriğinden ve elde edilmesi beklenen bilimsel katkısından bahsedilmiştir. Bu doğrultuda örneklem olarak belirlenen mevcut katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle mülakatlara geçilmiştir.

Öte yandan salgın şartları göz önünde bulundurularak gerekli tedbirler alınırken, olası teknik aksamalara karşı uygulanacak olan önlemler de önceden belirlenmiştir. 1 Ocak 2021 – 10 Ocak 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen mülakatlar neticesinde elde edilen veriler gerek notlar desteğiyle gerekse teknik anlamda elde edilen deşifreler sonucunda bulgulara dökülerek yorumlanmaya çalışılmıştır.

## 5.4. Araştırmanın Varsayımı, Problemi ve Soruları

Basılı dergilerin makul düzeyde okuyucu kitlesine hitap etmesine rağmen dijital yayınlarla birlikte etkisini giderek yitirmeye başlaması varsayımıyla mevcut çalışmanın genel kurgusu inşa edilmiştir. Yazılı basının diğer mecrası olan gazetelerde olduğu gibi dergi yayınlarında da birbirini ardına kapanan ve baskı faaliyetlerini bitirip dijital platformlara geçen kurumların geleneksel dergiciliğin geleceğini nasıl etkileyeceği ise araştırmanın problemidir.

Çalışmanın araştırma sürecinde yanıt aranan sorular ise şu şekildedir:

- Dijital yayınların yaygınlaşmasıyla basılı dergilerin reklam gelirleri nasıl etkilenmiştir?

- Okuyucuların basılı dergilere olan talepleri hangi düzeye ulaşmıştır?
- Satış rakamlarının azalması basılı dergilerin ekonomisine nasıl yansımıştır?
- Basılı dergilerin problemleri, gelecek adına nasıl bir beklenti doğurmuştur?

### 5.5. Araştırmanın Mevcut Bulguları

Katılımcılarla gerçekleştirilen derinlemesine mülakat safhasında açık uçlu sorular yöneltilmiştir ve ilk olarak geleneksel dergi yayıncılığının günümüzdeki durumuna ilişkin genel değerlendirmelerin yapılması istenmiştir. İlgili soru doğrultusunda şu yanıtlar ortaya çıkmıştır:

“Son on yılda internet yayıncılığının getirdiği çeşitlilik, hız ve derinlikten yoksunluk basılı dergi yayıncılığının eski etkisini bir ölçüde ortadan kaldırdı. Ancak esas sorun ekonomik krizdir. Okurlar gelirlerin daraldığı bir ortamda kitap ve dergiye sınırlı bir kaynak ayırıyor, bir bölümü de vazgeçiyor. Dergicilik son yıllarda daha çok popüler edebiyat ve kültür dergileri üzerinden atak yaptı. Ancak bu dergiler de aforizmalarla, geçmiş romantizmiyle, derinlikten yoksun bilgilerle ve "etkileyici" cümlelerle işi idare ediyor. Kentli küçük burjuva ve orta sınıf mensubu insanların duygularına ve yaşamlarına sesleniyor, onları biçimlendiriyor. Nitelikli dergiler geleneksel okurlarını korumakla uğraşiyor. Yani bir kültür krizi de ortadadır fakat bu kriz yokmuş gibi davranılıyor”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)

“Eskiye nazaran çok kan kaybeden bir alan dergi yayıncılığı. Sosyal medyanın yaygınlaşması ve yeni medya alanlarının açılmasıyla geleneksel yayıncılık gittikçe daralıyor. Zamanın ruhunu yakalayabilen dergilerin ayakta kalabileceği bir dönemden geçiyoruz”. (Ö. A. Bavul Dergisi)

“Son yıllarda dijitalleşmeyle birlikte basılı dergi sayısı azalsa da “Dergilik” uygulaması ve benzer platformlar sayesinde dergi yayıncılığının yeniden gündem belirler hale geldiğini düşünüyorum”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)

“Bizim gibi kâr amacı gütmeyen ve yalnızca almış olduğu ilanlarla maliyetini çıkarmaya çalışan dergilerin de var olduğu bir dergicilik sektörü söz konusudur”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)

“Kültürel içerikler barındıran dergilerinin medya genelinde kendilerine yeterince yer bulamadığı bir ortam bulunmaktadır”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)

Verilen yanıtlar göstermektedir ki; dijital dergi yayıncılığının mevcudiyeti geleneksel dergileri doğrudan etkilemektedir ve hem giderek daralan hem de ekonomik bağlamda problemler yaşayan dergilerin ayakta kalması zorlaşmaktadır. Öte yandan kültür temalı dergilerin diğer dergilere nazaran daha fazla geri planda kalması ve maliyetini ilan yayınlarıyla

toparlamaya çalışan dergilerin piyasada varlığı sürdürmeye çalışması öne çıkan neticelerdir. Literatür sürecinde temas ettiğimiz “Dergilik” platformuna ise yürütülen mülakat sürecinde ayrıca atıfta bulunduğu görülmüştür.

Yarı yapılandırılmış görüşme bağlamında devam eden derinlemesine mülakat aşamasında örneklem katılımcılara; dergi okuyucularının geçmişe göre günümüzde nasıl bir yaklaşım sergilediği ve basılı dergilere olan ilgi düzeylerinin mevcut süreçte ne durumda olduğu da sorulmuştur. Verilen cevaplar ise şu içeriklerle karşımıza çıkmıştır:

“Dergilere ilgi salgın öncesinde gayet iyiydi. Ama salgınla birlikte satış rakamlarında bir düşüş yaşandı. İnsanlar dışarıdaki her nesneye temas etmekten korkar durumda oldu. Ama bu dönem geçtikten sonra eski düzene döneceğimizi düşünüyorum”. (Ö. A. Bavul Dergisi)

“İletişim kanalları fazla olduğundan ilgi daha iyi durumdadır”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)

“Okurların dergilere ilgisi azalmış durumdadır. Dergiler okurları okyanuslara açan ilk araçtı. Bilimde de edebiyatta da teknolojiye de öyleydi. Şu anda bundan bahsedemeyiz. Dergilerin hem nitelik kaybından dolayı hem de okur alışkanlıklarından dolayı bahsedemeyiz. Yörüngesi yani bir derdi olan dergi sayısı çok az. Bu da ayrı bir sorun”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)

“Okuyucu ilgisi giderek azalıyor. Nüfus ve okuma ile ters orantılı durum var. Bırakın edebiyat dergilerini günlük matbu medyada bile iyi durumdan söz edilemez”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)

“Geçmişe göre ilgide azalma yok ama bilinçlilik konusunda var”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)

Yanıtların ortaya çıkardığı tablo; iki ayrı yaklaşımı yansıtmaktadır ve nitekim okuyucuların dergilere olan ilgisinin farklı iletişim kanalları bağlamında daha iyiye gittiği görüşü savunulduğu gibi, ağırlıklı olarak ilginin azalma eğiliminde olduğu fikriyatı benimsenmektedir. Okuyucu ilgisinin azalma nedenleri olarak ise; küresel salgın, nitelik eksikliği, okurların yeni alışkanlıkları ve aidiyet yoksunluğu tespitleri kayda geçmiştir.

Bir diğer mülakat sorusu ise dergilerin mevcut satış rakamları özelinde olmuştur ve bu husus üzerinde genel görüşler edinilmeye çalışılmıştır. Geleneksel dergilerin genel yayın yönetmenleri aşağıdaki cevaplarla konuya açıklık getirmiştir:

“Kendi dergimiz adına satış rakamlarından memnunum. Türkiye'nin en çok okunan ulusal şehir dergilerinden biriyiz ancak İstanbul isminin hakkını ne bizim ne de diğer yayınların tam olarak veremediğini düşünüyorum”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)

*“Satış rakamlarından memnun olduğumu söyleyemem”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)*

*“Hiçbir destek almadan yalnızca okur sayesinde ayakta kalabilen dergileriz. Elbette çok daha iyi rakamlarda satış yapmak isterdik. Ama şu zamanda ayakta kalmayı ve bir sonraki sayıyı çıkarmayı bile büyük başarı görüyorum”. (Ö. A. Bavul Dergisi)*

*“İdeali olan bir dergi olmamıza karşın okunuyor olmamız sevindiricidir. Otuz dört yıllık bir yayın olarak derginin sürekliliği de ayrıca önemlidir diyebilirim”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)*

*“Satışlardan memnun değiliz, nitelikli ürünler ortaya koyduğumuzu ve karşılığını alamadığımızı düşünüyoruz. Eksikliklerimiz elbette var ancak esas etken nesnel koşullardır. Beklentimiz okurun kaliteli dergilere ve yayınevlerine sahip çıkmasıdır”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)*

Mevcut bulgular; birtakım olumsuzluklara rağmen genel anlamda tirajların yeterli görüldüğünü göstermektedir. Buna rağmen satış rakamlarındaki beklentinin daha yüksek olması gerektiği fikri de egemendir. Satış rakamlarındaki memnuniyetsizliğin gerekçesi olarak da okuyucuların kaliteli içeriklere yeterince ilgi duymaması görüşü paylaşılmıştır.

Geleneksel dergi mecralarının ekonomik bağlamda güçlü olarak ayakta kalabilmesi için nelere ihtiyaç olduğu sorusu da ayrıca deneklere yöneltilmiştir ve mevcut yanıtlar verilere aktarılmıştır:

*“Okurlarımızın varlığıdır ve kısıtlı bütçelerde alabildiğimiz reklamlardır”. (Ö. A. Bavul Dergisi)*

*“Reklamlardan elde etmiş olduğumuz gelirlerdir”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)*

*“En önemli etmen okurlardır. Okura dayanmayan bir dergi dış destek aldığı anda ayakta kalabilir ancak iz bırakmaz. Sabit bir okur kitlesi ve abonelik ağı da ekonomik olarak bir dayanak noktasıdır. Diğer etmen ise sponsorlar ve reklam gelirleridir”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)*

*“Ana gelir unsurları reklamlar ve kurumsal aboneliklerdir”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)*

*“Abonelikler, gönüllü destekler ve sınırlı reklamlarla ayaktayız”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)*

İlgili soru ölçeğinde verilen yanıtlar üç ana başlığı karşımıza çıkarmıştır ve katılımcılar bilhassa reklam faktörü üzerinde ortak kanaat belirtmiştir. Reklam gelirleri dışında öne çıkan diğer unsurlar ise dergi abonelikleri ve satış rakamlarını belirleyen okuyucu varlığıdır.

Yarı yapılandırılmış görüşmelerin ve açık uçlu soruların niteliği gereği soru soruyu doğurmuştur ve bir önceki soru paralelinde reklam

faktörü üzerinden yeni sorular yöneltilmiştir. Bu bağlamda gerek örneklem dergilerin reklam alımlarının ne düzeyde olduğu gerekse reklamların basılı dergiler üzerindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Bulgular çalışma içeriğine şöyle yansımıştır:

“Dergiler daha çok yayın dünyasından reklam alırlar bu da çoğu zaman cüzi bir rakamdır. Büyük kurumlardan reklam almak için bazı ajanslarla çalışmak, bir medya holdinginin parçası olmak gerek. Bizim dergimiz sadece okurlarıyla çıkıyor. Bazı dergilerin ise neredeyse beşte biri reklamlardan oluşuyor”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)

“Reklam alımında eksik olduğumuzu düşünüyorum. Yine de reklam en büyük etken çünkü devamlılığı sağlıyor, aksi takdirde yayına devam edemeyiz”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)

“Reklamlar sürdürülebilirlik açısından önemlidir fakat sanırım yeterince popüler olmadığımız için reklamların ilgi alanı değiliz”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)

“Reklamların katkısı hayatidir, biz yalnız yayınevlerinden reklam alıyoruz. Yayınevlerinin işleri salgında çok kötü olduğu için ise şu an reklam almakta çok zorlanıyoruz”. (Ö. A. Bavul Dergisi)

“Reklam gelirleri yeterli olursa dergiler içerik ve baskı olarak daha kaliteli çıkar. Fakat reklam verenler satış rakamına dikkat ettiği için zorlanıyoruz”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)

Paylaşılan bulgular, genel yayın yönetmenlerinin dergi yayıncılığında reklam gelirlerini ana etmen olarak değerlendirdiğini göstermektedir. Reklam almak için popülerliğin, satış rakamlarını arttırmanın, gerekirse ajanslarla çalışmanın ve aynı zamanda holdingler bünyesinde yer almanın her zaman avantaj doğurduğu düşünceleri öne çıkmıştır. Genel olarak ise reklam alımlarının beklentilerin altında olduğu izlenimi oluşmuştur.

Mülakat katılımcılarına yöneltilen bir diğer sorunun asli amacı; geleneksel dergi yayıncılığının problemleri taraflarını ortaya çıkarmak olmuştur. Nihayetinde denekler tarafından verilen cevaplar, şu ifadelerle bütünleşmiştir:

“Ana problem dağıtım faktörüdür. Dergi dağıtımını şu anda tek firma tarafından yapılıyor. Onların güzel hatırı neyi isterse dergiler onu yapmak zorunda. Ayrıca yeterince dergi bayisi olmadığı için derginin okura ulaşması çok zor oluyor”. (Ö. A. Bavul Dergisi)

“Yeterli düzeyde reklam alınamaması, dağıtım şirketlerinin yüklü depozito talep etmesi ve kurumsal aboneliklerin yetersiz olması başlıca problemlerdir”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)

“Popülerliğin etkisi, küreselliğin baskın oluşu, düşünceye, kültüre ve sanata olan ilgisizlik birer problemdir”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)



“Dergiler bilim, edebiyat, müzik, teknoloji ve felsefe için yenedünyalara kapı açan okurla sağlam arkadaşlık kurmaya aday yayınlardır. Bunu ne kadar yerine getirdikleri okuru tanımaya ve değer katmaya bağlı. Yerine getiriyorlar mı? Yeterince değil”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)

“Okuru olmamasına rağmen ısrarla yayın hayatına devam eden ve birilerinin arka bahçesi olan dergi yayınlarmı problem olarak görüyorum”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)

Bulguların ortaya çıkardığı netice; bizzat dergicilik sektörü içerisinde yer alan katılımcıların birçok probleme tanıklık ettiğini göstermektedir. Zira tekeldi dağıtım anlayışından küresellik faktörüne, vasıfsız yayıncılıktan kültür/sanata olan ilgisizliğe ve abone yetersizliğinden reklam alamama sorununa kadar birçok unsurun basılı mecrada yer aldığı anlaşılmaktadır.

Yaşanan bu olumsuz tabloya rağmen geleneksel dergilerin sürdürülebilir olması ve güçlü olarak ayakta kalabilmesi nelere bağlıdır sorusuna ise mevcut katılımcılar aşağıdaki yanıtları vererek değerlendirmede bulunmaya çalışmıştır:

“Ayakta kalmanın yolu devamlılık gerektiren reklam gelirlerine ve dergicilikte dünyayı doğru okumaya bağlıdır”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)

“Sağlam ve geniş bir okur kitlesi ve reklam vermeye hevesli kurumlar ile ayakta kalmak mümkündür”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)

“Destek gereklidir. Gerekli birimler tarafından kâğıt, baskı ve dağıtım desteği olması gerekiyor. Yoksa dergilerin ayakta kalması gittikçe zorlaşıyor”. (Ö. A. Bavul Dergisi)

“Maddi imkânlar, güçlü ve idealist bir kadro ile ayakta durulabilir”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)

“Okuyucularla birlikte ayakta kalabilmek için genel anlamda kültür ve düşünce düzeyinin etkin olması, ülkü ve ideal bilincinin güçlü olması gereklidir”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)

Katılımcıların mevcut yanıtlar bağlamında üzerinde durdukları hususlardan algılandığı kadarıyla; geleneksel dergi yayıncılığının esasen reklam gelirleriyle ve bununla birlikte baskı/dağıtım desteğiyle yoluna devam edebileceği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda okuyucu kitlesinin dergilere sahip çıkması ve her geçen gün bu kitlenin artmasıyla güçlü bir basılı dergi profilinden bahsetmek mümkün olacaktır.

Derinlemesine mülakat sürecinde son olarak katılımcı konumundaki genel yayın yönetmenlerine, geleneksel dergi yayıncılığını nasıl bir geleceğin beklediği sorulmuştur. Karşımıza çıkan yanıtlar şu izahlarla belirtilmiştir:

“Dergilerin geleceğine okurlar karar verecek, eğer nitelikli dergiler istiyorlarsa sosyal medya paylaşımlarına malzeme olacak yayınları almanın

yanında nitelikli ürünlere de kaynak ayırmalıdır. Bunun yanında dergiler artık internet gerçeğiyle uyumlu bir şekilde yayın planlaması yürütmelidir, bunu görmezden gelmek mümkün değil. Belki dergiler önümüzdeki yıllarda sadece e-dergi olarak çıkacak ve böylece dağıtım, matbaa vs gibi giderler tamamen ortadan kalkacaktır”. (E. M. Bilim ve Ütopya Dergisi)

“Geleneksel dergiciliğin biteceğini ve dijital yayıncılığın basılı yayınların yerini alacağını düşünüyorum. Ama dergiler gittikçe daralacak ve küçük bir kesime hitap eden yayınlar olarak kalacaktır”. (Ö. A. Bavul Dergisi)

“Geleneksel dergi yayıncılığının giderek zorlu bir sürece doğru geçiş yapacağını tahmin ediyorum”. (A.H.H. Yedi İklim Dergisi)

“Dergiler geleceğe not düşmek için yayınlanırlar. Çıkarken ilgi görmezler. Elbette ki dijital dünyadan olumsuz etkileniyorlar, dergi yayınlarının yakın geleceği muhtemelen bu doğrultuda şekillenecektir”. (Ş. Y. Acemi Dergisi)

“Tamamen dijital içeriklerin egemen olduğu bir yeni sürecin dergi yayıncılığını beklediğini düşünüyorum”. (H. Y. New İstanbul Dergisi)

Yöneltelen son soruya verilen yanıtların ortak noktası, dijital platformların ve dolayısıyla bu alanlarda kitlelere sunulacak olan yayınların birçok medya içeriğini etkileyeceği gibi basılı dergileri de doğrudan tesir altına alacağı yönündedir. Her ne kadar geleneksel dergiler piyasadan tamamen çekilmese de giderek küçüleceği ve belli kitlelere hitap edeceği düşüncesi de veriler bağlamında göze çarpmaktadır. Bu noktada okuyucuların tavrı ve dergilere göstereceği ilgi, belirleyici bir unsur olacaktır. Netice olarak ya basılı dergiler tamamen ortadan kalkacaktır ya da tıpkı “”Dergilik” uygulamasında olduğu gibi ilerleyen süreçte de dijital ortamlara entegre olarak bu alanlarda faaliyetlerine devam edecektir.

Yani dergi kadrosu ve yayın anlayışı gibi ana faktörler korunarak baskı yerine dijital sunum yapılacaktır. Böylece kâğıt, baskı, dağıtım vb masrafları ortadan kalkacağı gibi daha geniş ve etkin içeriklerin farklı iletişim cihazları üzerinden okuyuculara ulaştırılması sağlanabilecektir. Ayrıca mevcut şartlar doğrultusunda okuyucu statüsünün yerini kullanıcı tanımı alacak ve dergi okuyucundan dergi kullanıcıasına doğru geçiş gerçekleşecektir. Zira katılımcıların tespitleri ve mevcut medya şartları, yakın geleceğin böyle şekilleneceğini göstermektedir.

## SONUÇ

Yazılı basının ana unsurlarından birisi olan geleneksel dergi yayıncılığına temas eden mevcut çalışmada; gerek literatür verilerinde gerekse araştırma bulguları neticesinde ortaya çıkan sonuçlar birtakım problemlerin geleneksel dergileri etkilediğini göstermektedir. Zira çalışma içeriğinde grafikler üzerinden paylaşılan ve hem satış rakamlarının hem

de dergi sayılarının giderek düşüşe geçtiğini gösteren bulgular, yaşanan problemi ve yansımalarını gösterebilmektedir.

Bu yansımaların başında da reklam faktörü gelmektedir. Nitekim reklam veren kurumların ana hedefi yaygın kitlelere hitap edebilmek ve ürün/hizmet tanıtımı yaparak satış gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla okuyucu sayısı azaldıkça reklam sayısı da düşmektedir ve gelirler doğrudan azalma eğilimine girmektedir. Ayrıca diğer medya mecralarında olduğu gibi dergilerde her reklamın yayınlanması mümkün olmadığından zaten sınırlı olan reklam ağı giderek daralmaktadır.

Öyle ki bir radyo kanalında ya da televizyon ekranında yapı malzemeleriyle ilgili reklam sunumu yapılması doğal karşılanabilirken, örneğin edebiyat dergisinde ya da magazin dergisinde böyle bir reklamın paylaşılması ters tepki uyandırabilmektedir ve abes durum teşkil etmektedir. Bu minvalde artık belli konular üzerine yoğunlaşan ve spor, turizm, kültür, sanat, bilim, teknoloji gibi tek tip temalar üzerinden yayıncılık yapan dergilerde, alınan reklamların da içeriğe uygun olması önem arz etmektedir.

Turizm dergisinde acente reklamının, edebiyat dergisinde kitap reklamının, teknoloji dergisinde bilgisayar reklamının ve spor dergisinde ekipman reklamının yer alması gibi doğru eşleştirmeler gerekli görülmektedir. Nihayetinde yaşanan reklam daralmaları, artık dergiye uygun reklam havuzunu da zora soktuğu gibi dergi yayınlarını yeni arayışlara itmektedir.

İlan yayınlarından elde edilen gelirlerle, sponsor bulunarak sağlanan mali yapıyla ve az da olsa elde edilen tiraj verileriyle ayakta durmaya çalışan basılı dergilerin söz konusu yeni arayışları ise, dijital ortamlar olarak öne çıkmaktadır. Analiz sürecinde mülakat katılımcıları arasında yer alan ulusal dergi genel yayın yönetmenlerinin tespitleri de bu doğrultudadır ve artık giderek dijitale dönen dergilerin geleceği inşa edeceği düşünülmektedir.

Zaten basılı dergi sayılarının giderek azalması bu durumun zemini olarak değerlendirilmektedir ve yazılı basınının genel durumu olarak görülmektedir. Ulusal gazetelerde dahi dijital ortamlara geçişlerin başlaması ve yüz binlerce okuru olmasına rağmen Vatan ve Habertürk gibi gazetelerin baskı faaliyetlerini bitirip internet gazeteciliğine geçmeleri, dergilerin de bu ekseninde ilerleyiş göstereceğini varsayım olarak öne çıkarmaktadır.

Artık kitlelerin güncel içeriklere erişmek istemesi, görsel ve işitsel verilerden fazlasıyla yararlanma talebinde bulunmaları ve en önemlisi de medya içeriklerine her ortamda ve farklı cihazlardan ulaşmayı arzu

etmeleri, dijital ortamları başlı başına cezp edici kılmaktadır. Küresel bağlamda milyarlarca ulusal ölçekte ise milyonlarca telefon kullanıcısının olduğu bir kitle bütünlüğü dikkate alındığında, dijital dergilerin hedef kitlesi keza karşımıza çıkmaktadır.

Ayrıca dergi satışı yapan bayilerin sınırlı olması da okuyucuların dijital geçiş yapmasının temel sebeplerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Gelişen bu sürecin öngörüsünü yapan ve düşen tirajlar neticesinde reklam geliri kaybına uğrayan dergi yayıncıları da, online ortamda faaliyetlerine devam etmeyi dikkate alarak atılımlar gerçekleştirmektedir.

Yakın geleceği dijital olarak şekilleneceği göze çarpan dergi yayıncılığında, mülakat verilerinde de ortaya çıktığı üzere dağıtımların tek elden yapılması ve salgın sürecinin zaten kötü durumda olan dergi ekonomilerini daha da etkilemesi, geleneksel dergilerin diğer önemli problemleri olarak dikkat çekmektedir.

Netice olarak; hatırı sayılır kitlelere hitap eden dergilerin yaşamış olduğu bu problemler esasen sektör genelinde bu çerçevede cereyan etmektedir ve genel olarak medya holdinglerinin çatısı altında yer alan medya organları güçlü olarak ayakta kalabilmektedir. Zira büyük medya şirketlerinin reklam pastasından elde ettiği payla ticari dergiler yoluna devam edebilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akyürek, B. (2019). Elektronik Dergi Yayıncılığı, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Anadolu Ajansı. (2020). <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/bilisim/dergilike-2020-yilinda-yogun- ilgi/661704> 19.02.2021
- Aydeniz, H. (2016). Dergi: Bir İmkan ve Zaaf Olarak Entelektüel Arayış Zemini, TÜRDEB Dergiler Dergisi, (2).
- Curtis, D., Virginia S., Adolfo T. (2000). Developing and Managing Electronic Journal Collections, Newyork: Neal Shucma Publihers.
- Çatalcalı, A. (2017). Dergicilik, İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Deloitte Analizi. (2020). Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları: 2020 İlk Altı Ay Raporu. [http://www.rvd.org.tr/uploads/2020/10/rd\\_medyavereklamyatirimlariraporu\\_12102020.pdf](http://www.rvd.org.tr/uploads/2020/10/rd_medyavereklamyatirimlariraporu_12102020.pdf) Erişim Tarihi: 18.02.2021
- Demir, K. (2016). Osmanlı’da Dergiciliğin Doğuşu ve Gelişimi, İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (9).
- Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık, İstanbul: Say Yayınları.
- Girgin, A. (2000). Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik’i, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Medya Turkcell. (2018). <https://medya.turkcell.com.tr/bulletins/dergi-tirajlari-dijitalde-100-binleri-asti/> Erişim Tarihi: 19.02.2021
- Özkundakçı, M. (2011). Üçü Bir Arada: Reklamcılığa Giriş, Medya Planlama, Kreatif Düşünce. İstanbul: Hayat Yayınları
- Özyurt, S. (2003). Elektronikleşme, Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık Ulusal Sempozyumu.
- RVD (2020). [rd.org.tr/uploads/2020/10/rd\\_medyavereklamyatirimlariraporu\\_12102020.pdf](http://www.rvd.org.tr/uploads/2020/10/rd_medyavereklamyatirimlariraporu_12102020.pdf) Erişim Tarihi: 18.02.2021
- Topuz, H. (1996). Başlangıcından Bugüne Türk Basın Tarihi, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- TUİK. (2020). Yazılı Basın Verileri, <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33620#> Erişim Tarihi: 14.02.2021
- Silva, D. (2011). The Future of Digital Magazine Publishing, Information Services & Use (31).
- Yapar, A. (2000). Türk Dergiciliğinin Sorunları, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (10).
- Yüksel, E., Gürcan, H, İ. (2001). Habercinin El Rehberi: Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.



# Bölüm 7

## ART DECO ÜSLUBU BİR YAPI: ANKARA TREN GARI

*Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, e-posta: [duyguilkhan@gmail.com](mailto:duyguilkhan@gmail.com), ORCID: [0000-0002-5707-1542](https://orcid.org/0000-0002-5707-1542)





## Giriş

Art Deco, 1925 yılında Fransa’da düzenlenen Exposition Internationale Des Arts Decoratifs at Industries Modern ( Uluslararası Modern Dekoratif ve Endüstriyel Sanatlar Sergisi) sergisinden ismini alan daha sonraları diğer Avrupa ülkelerinden başlayarak, Amerika Birleşik Devletlerine kadar dünyanın pek çok ülkesinde mimariden, mobilya tasarımına, resme, heykele, grafik sanatlarından hatta giysi tasarımına kadar uzanan geniş yelpazede kabul görmüştür.

Art Deco Türkiye’de ise 1930’lu yılların başlangıcında başta İstanbul olmak üzere 1. Dünya savaşından sonar başkent olan Ankara’da da kendini göstermiştir. Özellikle İstanbul’da Art Deco mimarisi belli semtlerde yoğunlaşmış olup, bu semtler statü olarak üst gelir grubunun oturduğu semtler olarak karşımıza çıkmaktadır (Mülayim, 2017: 1,7).

1. Dünya savaşında ağır bir yenilgi alan Osmanlı Devleti Şartları ağır bir ateşkes antlaşması imzalamıştır. Mustafa Kemal Paşa ise ülkenin kurtuluşunu tam bağımsız bir Türkiye olması gerektiğini savunur ve bu yolda önemli adımlar atar. Bunlardan biri de Ankara’yı başkent yapmasıdır. Ankara’nın Jeopolitik, stratejik ve coğrafi konumu, savaş alanlarına yakın olması, Ankara halkının ulusal hareketi gönülden desteklemesi ve en önemlisi de gerek lojistik anlamda gerekse haberleşme anlamında demir yolunun buradan geçmesi önemli bir etken olmuştur (Aytepe, 2004: 1).

Demiryollarının yapımı ile, trenin hammadde temini ve taşınması suretiyle Pazar alanlarına en hızlı şekilde ulaşması gibi nedenler tarıma dayalı olan Osmanlı devleti için büyük bir avantaja dönüşmüştür. Yine aynı şekilde özellikle savaş zamanlarında asker ve mühimmat sevkiyatı gibi durumlarda hız zaman kazandırması da önemli bir etkindir. Sadece bunlarla kalmayıp Avrupa’dan Ankara’ya kadar yataklı ve yemekli vagon seferleri başlatılmıştır. Anadolu’nun hemen hemen her yerine ulaşan demiryolu ağı mimarlık alanlarında da yeni gelişmeler yaşanmasına yol açmıştır. Tüm demiryolu hatları boyunca istasyonlar ve bu istasyonlarda farklı fonksiyonlara hizmet veren binalar yapılmaya başlanmıştır. Yapılan bu binalar kimi zaman malzemesiyle kimi zaman formu ve cephe karakteriyle, kimi zaman da konumu itibarıyla farklı üsluplar ortaya koymuştur. Bu garlar ilk yapıldıklarında şehrin dışında inşa edilmiş olmalarına rağmen şehirlerin büyümesi sonucunda şehrin içinde kalıp birer cazibe merkezine dönüşmüşlerdir. Ankara Garı’da kendine özgü kimliği ve karakteristik özelliği ile özellikle Art Deco üslubu olması nedeniyle çağdaşı olan diğer yapılardan farklılık göstererek emsal teşkil etmektedir (Başar ve Erdoğan, 2009: 30).

## Art Deco Üslubu

Art Deco, mimarlıkta ve dekoratif sanatlarda 1920'lerde ortaya çıkan ve 1930'larda yaygınlaşan bir akımdır. Adını, 1925'te Paris'te açılan ve akımın tanınip yaygınlaşmasını sağlayan Exposition des Arts Decoratifs et Industriels (Uluslararası Çağdaş Dekoratif ve Endüstriyel Sanatlar Sergisinden) alır. 1. Dünya savaşından sonra gerçekleştirilen bu serginin organizatörlerinin farklı amaçları da bulunmaktadır. Birincisi gelişmekte olan yeni modern akımı tüm dünyaya tanıtmak ikinci amaçları ise Fransızların aldığı bir kararla Almanya'nın fuara davet edilmemesi şeklindeki siyasi boyutu idi. Sergide yer alan Art Deco tasarımlarının ayırt edici özelliği stilize edilmiş objeler olup, sergideki iç mekanlar Art Deco üslubunun geometrik ve stilize edilmiş öğelerden oluştuğu görülmüştür (Gümüseli, 2016: 11). 1919-1940 yılları arasında özellikle Avrupa ve Amerika kıtasında egemen olan akım özellikle 1930-1940 yılları arasında Asya'ya dek uzanarak neredeyse tüm Dünya'yı sarmıştır (Tong, 2000: 75). Bu üslupta, mobilyadan, takı, mimari, moda, grafikten el yapımı objeye kadar çok geniş bir alanda kendine özgü eserler üretilmiştir. Estetiğin ön planda olduğu stilize edilmiş çiçek buketleri, genç kız figürleri, zigzag da dahil olmak üzere geometrik motifler ters ve düz V biçimli motifler, yıldırım okları ve hayvan figürleri gibi süslemelerde Mısır ve Yunan sanatının, Amerika, Afrika yerli sanatının ve Doğu'nun izleri görülür (Duncan, 1988: 163).

Art Deco köken olarak büyük ölçüde Art Nouveau akımından beslenen bir akımdır. Endüstriyel tasarım özgü, sadelik, düzlemsellik, öğelerin yinelenmesi, geometri ve stilizasyon Art Deco'da gözlenen niteliklerdir. Mimaride yalın ve saf biçimler geometrik üsluplu bezemeler ve genellikle yüksek kaliteli ve pahalı malzeme kullanımı görülür (Batur, 1993: 326). Bunlar genellikle teraslı ve yüksek yapılardır. Renkli, geometrik ve çiçekli bezemelerden oluşan Art Deco öğeleri yapımları 1920'lerde ABD'de başlayan gökdelenlerde kendisine yer buldu. Buna Manhattan'daki Chrysler gökdeleni örnek olarak gösterilebilir. Art Deco'nunda önemli bir özelliği olan kademeli düşey dekorasyon gökdelenler başta olmak üzere tüm yapılarda olduğundan daha yüksek gösterme konusunda da görsel katkı sağladığını söylemek yanlış olmaz. Bu üslup öğelerinin dikey olan gökdelenlerin yanı sıra yatay olarak inşa edilen binaların yüksek gösterilmesinde başarılı bir şekilde uygulandığını görüyoruz; örnek olarak, fabrikalar, bankalar ve mağazaları verebiliriz (Hasol, 1995, 62).

İstanbul'da Art Deco mimarlığı 1920-1940 yılları arasında özellikle kentin orta ve üst sınıflarının yerleşim alanlarındaki konut yapılarında yani kentsel yapılarda görülmektedir. Art Deco üslubunun ortaya çıktığı dönemlerde Türkiye'de sanat eğitiminde de pek çok yenilik meydana gelmiş, bu yenilik öğrencilerden eğitmenlere, sanatçılardan üst sınıf

vatandaşlara kadar etkilemiştir. Güzel Sanatlar Akademisi başına getirilen Namık İsmail, Sarbonne Üniversitesi'nde sanat tarihi eğitimi almış Burhan Toprak, alman mimar Bruno Taut, Fransız ressam Leopold Levy , alman heykeltıraş Rudolf Belling ve Fransız dekaratör Luis Sue bu üslubun Türkiye'de yayılmasında etkili olan isimlerdir.

1930'lu yıllarda, Art Deco'nun Türkiye ve tüm dünyada en popüler olduğu dönemlerde, Türkiye'de sınıf farklılıkları yaygın değildi. Cumhuriyet'in ilanından sonra, bu konuda değişiklik gösteren en önemli süreç ise, burjuva sınıfını gayrimüslim çoğunluk oluştururken artık bu sınıfa Müslüman kesim de dahil olmaya başlamıştır. Bu sınıf içerisinde yer alanlar genellikle mimarlar, mühendisler, doktorlar, tüccarlar, sanayici ve müteahhit kesimlerdi. Art Deco mimariden önce Mobilya'da karşımıza çıkmaktadır. Bunu da 1938 yılında D grubunun çıkardığı "Ar" dergisinde yayınlanan "Hayatın Dekor" adlı yazıda o günün insanının evinin nasıl olması gerektiği anlatılırken Art Deco malzemelerine referans verilmesinden anlayabiliriz. Örneğin, bu yazıda seramik, lake, cam, deri ve kürk gibi birbirine tezat teşkil eden materyallerin ev dekorasyonunda kullanılması ile hem sade ve yalın hem de zarif tasarımlar oluşturabileceği konusuna değinilmiştir. Özellikle 1930'larda Batıda en çok başvurulan akım olan Art Deco, Türkiye'de 1930'larda ve 1940'larda yapılan tasarım çalışmalarında da sıklıkla tercih edilen bir üslup olmuştur. Bu bağlamda değerlendirildiğinde Art Deco'nun Türkiye'ye girmesi Erken Cumhuriyet Dönemi'nde ya da hemen öncesine rastladığını söylemek yanlış olmaz (Turan, 2009 :146-153).

Bu dönemlerde her ne kadar Ulusal Mimarlık akımı ülkede etkili olsa da, Türkiye Cumhuriyeti'nin başlıca amacı en kısa sürede Batı kültür ve teknolojisine erişmek ve çağdaş bir Türk devleti yaratmaktır. Bu amaca ulaşmak için birçok alanda reform yapılmıştır. Dolayısıyla da çağdaş Türkiye'yi tanımlayacak çağdaş bir mimari üslubuna gereksinim duyulmuştur. Bu düşünce o yıllarda Avrupa'da yeni mimarlık akımlarının gelişmesi, Türkiye'ye yeni mimarlık akımlarının girişini kolaylaştırmıştır (Tekeli, 1982: 24). Art Deco üslubu da batılı anlamda modern yaşamaya çalışan kesim tarafından yavaş yavaş ülke sınırları içerisine girmeye başlamıştır (Gümüşeli, 2016: 45,46). Bu tarihlerde yapılmış olan binalardan da anlaşılacağı üzere Art Deco tarzında binalar yapmak bir saygınlık göstergesi ve orta sınıfın yükselişini temsil eden binalardı ve daha çok Şişli, Nişantaşı, Cihangir, Moda gibi yoğun yerleşime açılan yerlerdi (Özgül, 2009: 573). Bu bölgedeki yapıların mimari niteliklerinin ve düzeyinin Avrupa'daki örnekleri ile paralel olduğu söylenebilir. Cepheelerde stilize plastrlar, geometrik motifler, balkon ve pencere parapetleri daha çok giriş katlarında kullanılan köşeleri pahlı

pencereler ve daima ayırt edici bir geometrik kompozisyona sahip olan kapılar yaygın olarak kullanılmıştır (Batur, 1993: 327).

Art Deco tarzının ilk dönemlerinde genellikle geometrik formlar, düz hatlar ve basamak şeklinde tasarlanmış yapılar görülürken ileriki dönemlerde “Streamline Modern” de denilen eğrisel köşe dönüşleri olan, bu dönüşlerde camın kullanıldığı ve yatay düz hatların hâkim olduğu yapılar görülür. Art Deco yapılara en çok İstanbul’da ve 1. Dünya Savaşından sonra başkent olan ve hızlı bir yapılaşma sürecine giren Ankara’da rastlamak mümkündür (Mülayim, 2017:1013,1015). 1926’da Ankara’da uygulanmaya başlanmış olan birçok yapı Art Deco üslubunun yalın çizgileri kullanılmıştır. Kamu yapılarında kullanılmış olan iki kat yüksekliğindeki kolonlar, Alman Art Deco’suna özgü Neoklasik cephe uygulamalarından alınmıştır. Gerek Avrupa’da eğitim görmüş, gerekse Avrupa’dan getirilen Ernst Arnold Egli gibi yabancı mimarlardan eğitim alan Türk mimarlar, Art Deco’da uygulanan yeni konstrüksiyon yöntemler ve yeni malzemeleri kullanarak mimariye yeni çözümler getirmişlerdir (Batur, 1983:1388).

### **Ankara’nın Tarihçesi ve Cumhuriyet Dönemi İmar Faaliyetleri**

Ankara binlerce yıllık birikimin sonucunda oluşmuş bir şehirdir. Şehir içindeki ve çevresindeki arkeolojik buluntular, höyükler zengin bir tarihi kültür katmanlarının üzerinde bulunduğumuzun göstergeleridir. Ancak kim tarafından ve ne zaman kurulduğu ile ilgili kesin bir bilgi olmamakla beraber kent yerleşimi olarak kuruluşuna dair arkeolojik deliller Frig döneminden (Gülalp, 2012: 1) Ankara’nın bilinen tarihinin ise Paleolitik Çağa kadar uzanmakta olduğu sanılmaktadır.. Bu döneme ait çeşitli eserlere Gavurkal, Ergazi, Lodumlu ve Maltepe’de rastlanmıştır. Bu sonuca varılmasının en önemli nedenlerinden birincisi; tarım için kenti çevreleyen verimli Çubuk Ovası, ikincisi;sarp yamaçlı tepelerin varlığı olası bir düşman saldırısına karşı kentin güvenli olması, üçüncüsü ise; kentin su kaynaklarına yakın olması delil olarak gösterilebilir. Başta Ankara olmak üzere pek çok Anadolu yerleşimleri bu şekilde olup, aynı yerlerde sürekli olarak farklı dönemlerde yeni yerleşmeler kurulmuş ve dolayısıyla yüzyıllar hatta binyıllar boyunca yükseklikleri 35 metreye kadar, çapları ise birkaç yüz metreye kadar erişen moloz tepeleri yükselmiştir (Naumann, 1998: 214). Şehir çeşitli devirlerde Ankyra, Ankras, Angora, Engürü, Engüriye gibi isimlerle anılmış olup, bu isimlerin ne zaman ve kimler tarafından kullanıldığı ile ilgili kesin bilgiler bulunmamaktadır (Sargon, 1991: 202)

Ankara tarihinin yazılı belgelere dayanan kısmı da Galatlara kadar inmektedir. Daha sonraki süreçler içerisinde, Ankara’nın öne çıktığı

dönem Roma dönemi olmuştur. Bölgede siyasi birliği yeniden kuranlar M.Ö. 1.yüzyılda Romalılar olmuştur. İmparator Augustus M.Ö. 25 yılında bölgeyi Roma İmparatorluğuna kattı. Ancak Romalılar hemen doğrudan yönetimi ele almayıp, M.Ö. 278-277 yıllarında Balkan yarımadası üzerinden Anadolu'ya göç eden ve o sırada Ankara'yı merkez yapan Galatlar'ın bölgeyi eskiden olduğu gibi yönetmesine devam ettirdiler. Dört yıl sonra M.Ö. 21'de Anadolu'da Roma yönetim örgütü kurulunca bölge bütünüyle Roma İmparatorluğu'na katıldı. Galatia bölgesini bir eyalet olarak yönetimleri altına alan Romalılar Ankara kentini de bölgenin başkenti yaptılar ve ona «metropolis» (Anakent) derecesini verdiler. Bizans döneminde de Ankara'dan geçen ve kentin önemini artıran yolların kullanımı devam etmiştir (Karagöz, 2018: 8-9) Ankara kentinin 7. Yüzyıldan 10. Yüzyıla kadar Anadolu'daki diğer Bizans kentleri gibi ekonomik ve siyasal açıdan güçlü önemli bir kent statüsüne kavuşmuş ve önemli bir büyüme göstermiştir. 11. Yüzyıl'da Selçuklu Türklerinin Anadolu'ya girmesiyle beraber Ankara kenti Hristiyan bir kentten Türkleşme-İslamlaşma sürecini yaşamaya başlamıştır (Aktüre,1984:11). İlk çağdan Selçuklu çağına kadar tüm ortaçağ sürecinde Anadolu'da yolların birbirine çakıştığı, konumuyla hem kültür ve ticaret hem de askeri ve sanayi merkezi olma özelliğini her daim sürdürmüştür (Sargın, 2012:405).

Selçuklular döneminde kimi zaman hakimiyet altına alınmış kimi zaman bizansın, kimi zamanda bazı beyliklerin eline geçmiş olan Ankara 1304-1341 yılları arasında Anadolu'yu istila eden İlhanlılar'a tâbi olmuş, 1354 yılında da Orhan Gazi'nin oğlu Süleyman Paşa tarafından Osmanlı devletine katılmıştır (Özaydın, 1991: 204).

Mustafa Kemal Paşa'nın Kurtuluş Savaşı'nı Ankara'dan yönetmesi ve ilk meclisin 23 Nisan 1920'de toplanması Ankara'yı daha önemli bir şehir haline getirmiştir. Bunun yanısıra ülkenin iyi yönetilebilmesihalka eşdeğer hizmet götürülebilmes, kısaca Anadolu'nun kalkınabilmesi için başkent, ağırlık merkezi oluşturabileceği bir yerde kurulması gereğine inanılmaktadır (Tankut, 1988:95). Bu inancın yanısıra Ankara'yı başkent yapan faktörlerin başında Ankara'nın jeopolitik, stratejik ve coğrafi konumu gelir. Ankara halkının Heyet-i Temsiliye'ye gösterdiği sıcak ilgi ve Milli Mücadele'ye verdiği destek, Ankara'da oluşan Kuva-yı Milliye ruhu, İstanbul'un geçmişten gelen siyasal ve toplumsal çevresine karşı duyulan güvensizliği de Ankara'nın başkent olmasındaki önemli etkenler arasında sayabiliriz (Dinçer, 1997: 229). 28 Kasım 1920 tarihli kararnamede başkent olacak yerin özellikleri kısaca şu şekilde belirtilmiştir. Buna göre(Aytepe, 2004:19):

1. Başkent yapılması düşünülen yerin seyrüsefer bir şehir ile bağlantılı olması

2. Ülkenin her köşesine demiryolu bağlantısı ile bağlanmaya uygun olması
3. Elektrik üretiminin yapılacağı su kaynaklarına yakın olması
4. Kömür madenlerine yakın olması
5. Ormanlık alanlara yakın olması
6. Büyük bir kentin kurulabileceği arazinin bulunması
7. İnşaat malzemeleri tedarikinin kolaylıkla sağlanabileceği bir yer olması

şeklinde maddeler yer almaktadır

Tüm bunların ardından 13 Ekim 1923'te İsmet İnönü ve arkadaşlarının Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne (TBMM) sunduğu 'Türkiye Devleti'nin makamı idaresi Ankara şehridir' şeklindeki tek maddelik kanun tasarısı uzun mütalaalardan sonra kabul edilerek Ankara başkent olmuştur. Bundan sonra da her açıdan Cumhuriyet'in tüm niteliklerine uygun olarak Mustafa Kemal Paşa tarafından yeniden inşa edilmeye başlanmıştır (Şimşir, 1998:12). Ankara'nın uluslararası alanda da pek çok üne sahiptir. Bunlardan birincisi; Ulusal ideallerin ve modernleşme projelerinin temsili mekânı olmak üzere tasarlanmış bir biçimde modern kent yaşantısının örgütlenmesi ve ulusal kimliğin inşası amacıyla sıfırdan başlanması, ikincisi; Türkiye Cumhuriyeti 1. Dünya Savaşı'ndan sonra kurulan ilk ulus devletlerden biri olması, üçüncüsü ise de; ilk planlı başkentlerden biri olmasıdır (Kaypak, 2014: 356). Bundan dolayı, başkent Ankara, rejimin idealleri ve modern Türkiye'nin bir sembolüydü ve bu misyonu gerçekleştirebilecek, devrimin büyüklüğü ile doğru orantılı büyük ve güçlü bir Ankara'ya ihtiyaç vardı. Ankara'yı modern Türkiye'nin simgesi yapmak ve batılı bir kent görünümüne dönüşmesini sağlamak gerekiyordu. Böyle bir kentin gelişigüzel bir yapılaşma ile elde edilemeyeceği anlaşılınca planlı imar kavramı doğmuştur (Tankut, 1981: 113-114). Kalenin çevresinde kümelenmiş dar sokaklı birkaç mahalleden oluşan ve geçirdiği yangından dolayı çoğunun da yok olduğu yıkıntılarla dolu bir alan görünümünde olan kent, kale ile bugünkü Ulus meydanı arasında uzanmakta olan yoksul bir Anadolu kasabası görünümünden Cumhuriyet ideolojisinin ve modern Türk kentinin sembolü haline gelmeyi başarmıştır (Tekeli, 1998:7).

Ankara'nın "Başkent" oluşu sonrasında "yeni bir başkent" oluşturmak ve planlı gelişimini sağlamak amacıyla yapılan şehir planlama ve imar çalışmaları kapsamında pek çok çalışma yapılmıştır. Verilen en önemli kararlardan biri, eski Ankara'ya dokunulmaması, eskisinin üstüne değil, yanına yeni bir kent kurulması için 24 Mart 1925 tarihli 583 sayılı



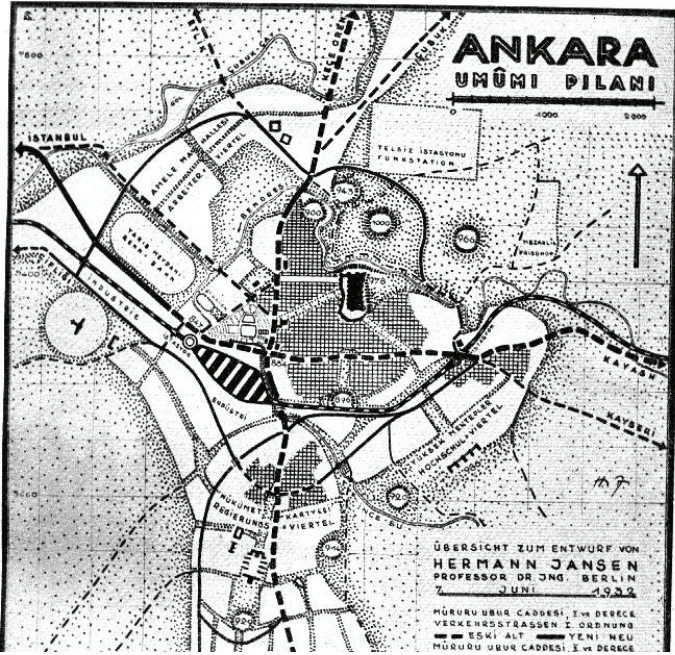
“istimlak” (kamulaştırma) kanunu çıkarılmıştır. Bu kanuna göre, eski Ankara'nın imarı yerine, bu kesim ile Çankaya arasına “Yenişehir” in kurulması öngörülmüştür. Kurulması öngörülen yeni mahalle için gerekli olan arazinin dörtte biri sahiplerine verilmiş, geri kalanı da belediye adına kamulaştırılmıştır. 1924 tarihli, Lörcher Planı (1/10.000 ölçekli) “Türklerin Başkenti Ankara'nın Yapılaşma Planı” Ankara'nın yeni kent merkezini de belirlemektedir (Şekil 1)



Şekil 1: 1/10.000 ölçekli Lörcher Planı

1924 tarihinde tasarlanmış olan ve eski şehre ait projede; gelecekte yaklaşık iki yüz bin kişilik bir nüfusu hedeflemektedir. Plan, Kale ve tren istasyonu arasındaki alanın yeniden düzenlenmesini öngörmektedir. Lörcher Planı; bahçeli, ızgara sistemine uygun konumlandırılmış, homojen bir kent öngörmektedir. Lörcher planı 1932’de Jansen Planı’nın yürürlüğe girmesine kadar Ankara parça parça imar edilmiş, yapılan çalışmalarda geleneksel dokuya ek, yerine boş alanların değerlendirilmesine gidilmiştir. 1932’de onaylanan Jansen Planında ise kent, kuzey-güney ve doğu-batı doğrultusunda olmak üzere iki ana ulaşım aksı oluşturulmuştur (Şekil 2). Jansen, bir yabancıнын şehre girişinin istasyon tarafından olacağını düşünmüş ve şehrin güzel görünmesi için gençlik parkını düzenlemiştir. Jansen planında gösteriştten önce uygun mesken ve hayat şartlarının sağlanmasına önem verilmiş olsa da estetik konularda göz ardı

edilmemiştir. Planda ana fikir kalenin merkez teşkil etmesi ve şehir baş tacı olarak ele alınmasıdır (Nasır, 1991: 189-192).



Şekil 2: 1932 Jansen Planı

Löcher ve Jansen planları çerçevesinde yapılan kamu binalarının çoğu Ulusal mimarlık akımı içerisinde gerçekleştirilmiş. Bu yapılar daha çok geleneksel mimari motiflerin yeniden yorumlanması şeklinde tasarlanmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında tek üslup olan I. Ulusal mimari akımı 1927 yılında dışa açılma siyaseti sonrasında zayıflamakla beraber 1930 yılına kadar etkisini sürdürmüştür (Küçükkoroğlu, 2014:79). Ulusal mimarinin etkisi cılız olarak devam emekle beraber artık, modern mimari olarak da adlandırılan Art Deco, Bauhaus gibi yeni mimari ekollere etkisini göstermeye başlar. Ulusal mimarinin 1930'larda bitmesinin en önemli nedeni klasik Osmanlı mimarlığına dönüş çabaları olarak yorumlanması ve bu akımın mimarlarına çok yoğun eleştirilerin baş göstermesidir diyebiliriz. Halbuki yeni Türkiye'nin gereksinim duyduğu, akılcı çözümlenmeleri olan, çağdaş, teknolojiye ayak uydurabilen, beklentilere cevap verebilecek yapılardı. Ulusal mimari ise, ihtiyaç duyulmanın tam aksi, seçmeci, biçimsel, duygusal, akademik bir akım olarak kalmasıdır (Hasol, 2020: 35). 1930 ve onu izleyen yıllarda Atatürk'ün de teşvikiyle başta Ernst Arnold Egli, Bruno Taut, Frederich Hess gibi pek çok mimar Türkiye'ye getirilmiştir. Başta Ankara olmak üzere, yapıların tasarımları Avrupa'dan getirtilen yabancı mimarlara verilmesi yerli mimarlar



arasında huzursuzluk yaratmış ise de sonrasında yapılar için yapılan yarışmalarda yerli mimarların projelerinin kazanması yerli mimarlar arasında memnuniyet yaratmıştır (Sözen, 1984: 167-168).

### **Demiryollarının Tarihçesi ve Garlar**

Demiryolu, 19. yüzyılda İngiltere’de ortaya çıkmış ve burada en zengin örneklerini vermiştir. Sanayi devrimi İngiltere’nin makineli raylı sistemin yani demiryolunun doğduğu yer olmasını, buharlı makinenin icadı da bu rayların düzeltilmesini ve hızlanmasını sağlamıştır. Bu açıdan demiryolu, endüstri devriminin hem üretimi, hem de parçasıdır. Buharla çalışan motorun üretilmesiyle de sanayileşmenin en büyük adımı atıldı ve Endüstri Devrimi böylece başlamış oldu. Daha kısa sürede ve daha fazla ürün, mal ve insanı, bir yerden bir yere taşımak, 19. yüzyıl başında buharlı makine ile çalışan lokomotifin bulunmasıyla mümkün oldu. Buharlı makinelerin daha sonra da elektriğin demiryollarında kullanımı büyük bir hızla dünya çapında yayıldı (Yücel ve Taşar, 2016: 296-297). Bu gelişmeleri yakından takip eden ve ilgisiz kalmayan Osmanlı Devletine demiryolunun girişi, diğer gelişmelere göre daha erken olmuştur.

Osmanlı Devleti’nde demiryolları inşaatı, özel girişimciler tarafından 19. yüzyılın ortalarında başlatılmıştır (Kösebay Erkan ve Ahunbay, 2008:16). Gerçekte inşaat, Tanzimat döneminde başlamış olmakla birlikte, asıl hızlanma Düyun-ı Umumiye’nin 1881’de kurulması ile başlamıştır. Dönemin en hızlı ve güvenilir ulaşım aracı olan demiryolları, Osmanlı Devleti için ekonomik, askeri ve en önemlisi stratejik açıdan büyük bir önem taşımaktaydı. Osmanlı demiryolu politikasının belirlenmesindeki en önemli etken dış borçlardır. Osmanlı hükümeti borç istediğinde ya yeni bir imtiyaz isteği ile karşılaşmış ya da borç karşılığında imtiyaz vermiştir (Akbulut, 2010: 65-71). Bu da Osmanlı Devletinin yetersiz olan ekonomik yapısından dolayı ülke için çok önemli olan demiryolu yapımını ve işletilmesini Batılı şirketlere vermesine neden olmuştur (Yücel ve Taşar, 2016: 314). Dönemin söz sahibi emperyalist devletleri, Osmanlı ülkesinde yapacakları demiryolu yatırımlarında birbirleriyle sürekli mücadele halindeydiler. İmtiyazların alınması ısrarında gerçekte her ülke diğerini kollamaktaydı. Bir devlet imtiyaz alınca bir diğeri de imtiyaz için Osmanlı’ya baskı yapıyor ve o da bir imtiyaz alıyordu (Ortaylı, 1982: 97). Bundan dolayı da Osmanlı Devleti’nin çıkarları gözetilmemiş, aralarında önemli rekabet olan bu devletlerin ekonomik, siyasi, hatta askeri çıkarlarına göre demiryolları inşa edilmiştir. Osmanlı hükümeti İstanbul’u Avrupaya bağlayacak bir demiryolu yaptırmak üzere 1855 yılında ilanlar vermiştir. Osmanlı yönetimi demiryollarına verdiği önemle birlikte, 1865 yılında Nafia Nezareti oluşturulmuştur (Özyüksel, 1988:13). Özellikle Abdülaziz’in 1867 yılındak Avrupa yolculuğundan

sonra, devletin demiryolu yapımına olan ilgisi artmıştır. Önce İngiliz ve Fransızların daha sonra da Almanların hakimiyetine geçen Anadolu'da demiryolu yapımı, Avrupa sermayesinin en önemli sömürü alanlarından ve sömürüden daha fazla pay almak için mücadele edilen coğrafyalardan biri haline gelmiştir (Tekeli ve İlkin, 2004: 162). İngilizlerin isteği doğrultusunda 1837'de Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa tarafından İskenderiye-Kahire arasında inşasına başlanan, ancak 1854 yılında bitirilen hat Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk demiryolu olmuştur (Engin, 1993: 36). Bunu 1888'de İstanbul, Viyana ve Paris bağlantılı demirtolu hattı, 1896'da İstanbul- Selanik hattı gibi pek çok Avrupa bağlantılı demiryolu hattı takip eder. Osmanlı döneminde demiryolları ülke ihtiyacından çok, yabancıların ekonomik ve siyasi çıkarlarına hizmet etmesi için yapıldıklarından dolayı 1. Dünya Savaşı'nda olduğu gibi Milli Mücadele'de ülke bunun zorluğunu yaşamıştır (Yıldırım, 2001: 10,11,23). Avrupa ve İngiliz sermayesinin Osmanlı topraklarında döşedikleri demiryolu hatlarındaki ortak özellik her ikisinin de tamamen kâr amacı güdülerek yapılmış olmasıdır. Demiryollarının geçeceği güzergahlar belirlenirken özellikle nüfus yoğunluğu fazla, toprakları verimli ve Avrupa ile kolay ulaşımı olan zengin bölgeler tercih edilmiştir (Karal, 1999: 20). Demiryolu'nun merkezden, yani İstanbul'dan başlayarak ülkeye yayılması, devlet yönetimini güçlendireceğinden bundan kaçınılmalı; ülkenin paylaşılmasını kolaylaştıracak biçimde akdeniz kıyılarından başlanması sağlanmalıydı. Bundan dolayı güçlü devletlerin kendi çıkarları ve bu çıkarların çatışması sonucu, demiryolu ağı ülke ihtiyaçlarına aykırı bir biçim alma eğilimine boyun eğmek zorunda kalmıştır (Müderrişoğlu, 1990: 85). Kısaca çağı yakalamanın aracı olarak görülen demiryolu aslında emperyalizmin aracı olmuştur. Bu sayede batı kapitalizmine hammadde taşınacak ve batı fabrikalarında ucuza mal edilen ürünler doğu pazarlarına ulaştırılıp satılacaktı (Satan, 2012: 209). Türkiye Cumhuriyeti kurulduğunda 4112 kilometrelik demiryolu ülkenin ulaşım ihtiyacını karşılaması mümkün değildi. Üstelik ülkenin büyük bir bölümünde demiryolu bile bulunmuyordu. Bu sebeplerle Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren ulaşım sorununa 19. yüzyılın en etkili ve güvenilir ulaşım sistemi plan demiryolları ile atıldı ve Mustafa Kemal Atatürk ülkenin demir ağlarla örülmesini millî güven ve millî benlik olarak ifade ederek bu yönde pek çok girişimde bulunmuştur. Bu yöndeki ilk girişim 1930'lu yıllarda gerçekleştirilen yabancı devletlerin tekelinde olan demiryollarını millileştirmek, demiryolları ağını genişletmek ve istasyonlar inşa etmekte (Yıldırım, 2001: 39,41).

<b>Tablo 1: T.C.D.D'de Bölge Ayrımı</b>			
1. Bölge	Haydarpaşa-İstanbul	Haydarpaşa-Adapazarı ve Trakya Bölgesel Trenleri	1.389
2. Bölge	Ankara-Ankara	Ankara-Kırıkkale-Ankara, Zonguldak-Karabük-Zonguldak, Ankara-Sincan-Polatlı Bölgesel Trenleri ve Karabük-Çankırı-Karabük Karaelmas Ekspresi	1.721
3. Bölge	Alsancak-İzmir	Basmane-Torbalı-Çatal-Tire-Ödemiş-Basmane,Basmane-Söke-Aydın-Denizli-Basmane,Alsancak-Manisa-Alaşehir-Uşak-Alsancak,Alsancak-Balıkesir-Bandırma Bölgesel Trenleri	1.388
4. Bölge	Sivas-Sivas	Amasya-Havza-Amasya, Amasya-Samsun-Amasya,Erzincan-Divriği-Erzincan, Sivas-Divriği-Sivas,Sivas-Samsun-Sivas ve Kars-Akyaka-Kars arasında çalışan bölgesel trenler	1.919
5. Bölge	Malatya-Malatya	Tatvan - Elazığ - Tatvan Bölgesel Trenleri , Batman - Diyarbakır - Batman Bölgesel Trenleri	1.480
6. Bölge	Adana-Adana	Mersin-Adana-Mersin,Karaman-Konya-Karaman,İslahiye-Mersin İslahiye, İskenderun-Mersin-İskenderun, Nusaybin-Gaziantep-Nusaybin Bölgesel Trenleri	1.727
7. Bölge	Afyon-Afyon	Afyon-Ekişehir-Afyon, Kütahya-Eskişehir-Kütahya Bölgesel Trenleri	1.428
<b>TOPLAM</b>			<b>11.052</b>

**Tablo 1:** T.C.D.D. bölgelerin dağılımı (Çağlıyan-Yıldız,2013:471)

Ülkenin her köşesinde inşa edilmeye başlanan istasyon binaları, kimi zaman yapıldıkları yörelerin yapı kültürü ve öğelerini, kimi zaman hattı yapan ülkenin kültürünü, kimi zaman da geçmiş döneme ait medeniyetlerin izlerinin yeniden yorumlanması şeklinde kendini göstermektedir. Tüm bu gelişmelerin ekseninde cereyan eden Osmanlı demiryolları serüveni de benzer unsurları bünyesinde barındırmaktadır. Bu istasyon binalarından ilki olan Aydın-Kasaba hattındaki ilk yapılar Avrupa tarzında inşa edilmiştir. O dönemin istasyon binaları yabancı mimarlar vasıtasıyla yapılmaktaydı. Cephe alanında yuvarlak tek penceresi bulunan, iki katlı, saçaklarında akantus yaprağı şeklinde oymalı ahşap kenarlıkları ve bacalarıyla Fransa'nın Napolyon dönemi mimarisini anımsatmaktaydı. Daha sonrasında garları yapan mimarlar oryantalist bir anlayışla gar binalarının en önemlilerinden biri olan Sirkeci Gar binasını yaptılar (Başar ve Erdoğan, 2009:32). Sonraki dönemlerde, özellikle 1910 ve 1930 yılları arasında Türk mimarlığında etkili olan ve 1950'li yıllara kadar devam eden "Ulusal Mimarlık Dönemi" içerisinde batıya has öğelerin yerine tamamen Türk mimarisine ait biçimlerin ele alındığı yapılar yapılmaya başlandı. Eski Ankara Garı, Konya, Eskişehir, Adana, Kayseri gar binaları da bu dönem ve üslup içerisinde değerlendirilebilir (Sözen ve Tanyeli, 2007: 43). Bu dönemin önemli mimarlarından olan Mimar Kemalettin ve Vedat Beyler bu üslupta başta gar binaları olmak üzere pek çok kamu binasına

imzalarını atmışlardır. Örneğin; Edirne Karaağaç ve Ankara Gazipaşa İstasyon binaları bu dönemin anıtsal nitelikli ilk gar yapılarındandır. Daha sonrasında ise tüm dünyaya yayılan uluslararası mimarlık anlayışı, gelişen teknoloji, yapı malzemesi olanakları, çelik ve betonun kullanımı söz konusu idi (Başar ve Erdoğan, 2009: 32).

Günümüzde mevcut olmayan eski Ankara Garı ise 1892 tarihinde tamamlanmıştır. Eskişehir'in ilk garı ile aynı plan ve cepheye sahip olan bu bina, dikdörtgen planlı ve simetrik bir şema ile tipik bir gar binası örneğini oluşturmaktaydı (Başar ve Erdoğan, 2009: 35). Günümüzdeki mevcut gar binası ise iki yıllık çalışma sonucunda 1937 yılında tamamlanmıştır. Ne diğer illerdeki gar binalarına ne de eski Ankara gar binasına hiçbir açıdan benzemeyen bu yeni yapı Art Deco üslubunda tasarlanmıştır. Tüm dünyaya yayılmaya başlayan uluslararası mimarlık anlayışı, gelişen teknoloji, yapı malzemesi olanakları, çelik ve betonun rasyonel kullanımı söz konusu idi. Anadolu'da yapılan ilk gar binasından, altmışlı yıllara kadar inşa edilen gar binalarında tasarım kaygısı ve çabası gözlemlenebiliyordu (Yılmazyigit, 1991: 137-138).

### **Ankara Tren Garı**

Başkent'te erken Cumhuriyet döneminde inşa edilmiş en görkemli yapılardan birisi de Ankara Garı'dır. 1891'de inşa edilen ve şu anda mevcut olmayan Ankara Garı'na ilk lokomotif 1892 yılında ulaşmıştır (Başar ve Erdoğan, 2009: 35). 1923'te Ankara'nın başkent olmasıyla beraber nüfusu hızla artmış, konut ve işyeri ihtiyacı doğmuştur. Ulaşım ağının da odak noktası haline gelmesiyle beraber eski gar, artan yolcu kapasitesine karşı yetersiz kalmaya başlamıştır (Fotoğraf 1) Bu nedenle yeni bir gar binasının yapılmasına karar verilmiştir. Jansen planı çerçevesinde Bayındırlık Bakanlığı tarafından, Almanya'dan Profesör Blum Ankara'ya davet edilir. Kararın altında da dönemin Bayındır Bakanı Ali Çetinkaya'nın imzası bulunmaktadır. Blum ve ekibi ile yapılan görüşmelerde yeni gar binasının eski garın olduğu yere inşa edilmesi gerektiği üzerine anlaşma sağlanır ve yeni gar binası için proje hazırlama işi Nafia Vekaleti'nde (Bayındırlık Bakanlığı) görevli genç mimarlardan Şekip Sabri Akalın'a verilir. İnşaatı Abdurrahman Naci Demirağ, kontrolü Devlet Demiryolları Yol İdaresi Reis muavini olan Alaettin Arısan üstlenir (Özcan, 2018: 88). Esasında Jansen planında istasyon için en uygun yerin şehrin tam ortasında, Atatürk bulvarının üzerinde Erkek Lisesi'nin biraz güneyindeydi fakat burada seviye farkının teknik sorun çıkarması nedeniyle demiryolu tesisatı ve istasyon şimdiki yerine göre yeniden düzenlenmiştir (Jansen, 1948:19). Yeni gar binasının yapımı 1934 Kasım'ında sondaj çalışmalarıyla başlar, 10 Ağustos 1953'te toprak hafriyatı ve 3 Kasım 1935'te ki temel atma töreninin ardından 2 Eylül 1937'de inşaatı tamamlanarak 30 Ekim

1937’de düzenlenen törenle hizmete açılır. II. Ulusal mimarlık döneminin özellikleri ile inşa edilen Devlet Demiryolları binası ile karıştırılan bu yeni gar binası Anadolu topraklarına mobilya ile giren Art Deco üslubunun başkent Ankara’da mimariye yansımadır (Özcan, 2018: 88,89).



**Fotoğraf 1:** *Ankara Gar Binası (1930)*

Yalın malzeme kullanma anlayışıyla yapılan Ankara Garı, kuzeybatı-güneydoğu doğrultusunda demiryolu hattına paralel olarak yerleştirilmiş olup, kuzeyindeki Gar Gazinosu ve 32 metre yüksekliğindeki Saat kulesi ile birlikte tasarlanmıştır. Çevreyle uyumlu olan bu saat kulesi, kare planlıdır (Fotoğraf 2) Kulenin cephelerinde düşeyliği daha çok vurgulamak için ayrıca yivler de yapılmıştır. Ankara’ya ulaşan demiryolunun sonunda, iki katlı bir istasyon binası, yanında Anadolu demiryolunun yönetim binası ile müdürün lojmanı olarak yapılan iki katlı yapı vardır. Bu yapı “Direksiyon Binası” olarak da bilinir. Bu bina, Cumhuriyet’in ilanından sonra Mustafa Kemal’e hizmet vermiştir.

Şekip Akalın’ın Avrupa’daki inceleme gezisinin ardından tasarladığı gar binası, başkent için yetersiz kalan, 1892’de yapılmış istasyon binasının yerine inşa edilmiştir (Fotoğraf 3) Yapı, mimarın Avrupa gezisinde gördüğü Stuttgart Garı’ndan bazı izler taşır. Başkente gelenleri karşılayan görkemli bir kapı olarak da düşünülen yapı, gar gazinosu’na kavisli bir sütun dizisiyle bağlanmıştır (Hasol, 2020:100,101).





**Fotoğraf 2:** *Ankara Gar Binasi, saat kulesi*



**Fotoğraf 3:** *Ankara Gar Binasi, (1937)*

Yeni gar binası, hat boyunca uzanan tek taraflı istasyon yapıları türüne bir örnektir. Esas giriş bölümü olan orta bölüm yan bölümlere göre yüksek tutulmuş olup, 12 metre yüksekliğindedir. Yan bölümler bodrum üstüne üçer, sonra ikişer ve sağ uçta tek kat şeklinde kademeli olarak tasarlanmıştır. Yanlarda bulunan bekleme salonları ve bilet gişeleri orta mekâna açılmaktadır. Giriş bölümünün iki yanında, yarım yuvarlak iki merdiven kulesi cepheye anıtsal bir görünüm kazandırır (Fotoğraf 4).



**Fotoğraf 4:** *Ankara Garı, giriş cephesi*

Girişin sağ ve solundaki bodrum katları berber, pastane, lokanta, gar müdürlüğüne ait mekânlar bulunurken sağ taraftaki kütlenin üst katı lojman olarak kullanılmaktadır. Üç basamakla çıkılan orta alan 10’ar metre yüksekliğinde 6 adet Hereke taşından yapılmış sütunlar ile bölümlere ayrılmıştır. Bu taşlar hem yapıya çevre ile uyumlu doğal bir görünüm katmış hem de o dönemde tren yolu sayesinde kolay ve ucuz taşınabilir olması nedeniyle ekonomik olmuştur. Binanın cephe kaplamalarında ise andezit taşı, diğer adı Ankara taşı olan bir taş kullanılmıştır. Bu taş aynı zamanda sadeliğin ön planda olduğu Art Deco üslubunun anlayışına da uygundur. Andezi taşı (Ankara taşı), yapının bulunduğu alan çevresinden çıkmaktadır. Yeni Türkiye’nin politikası olarak hem yerli hem de ekonomiktir. Saçak altlarına bile çimento ile karıştırılarak sıva olarak kullanılmıştır (Önder, 2018: 51). 23 metre tavan yüksekliğine sahip iç mekân önde ve arkada dikey silmelerle 5 bölüme ayrılan büyük pencerelerle aydınlatılmıştır (Fotoğraf 5 ve 6).



**Fotoğraf 5 ve 6:** Ankara Garı, ön ve arka cephedeki büyük pencereler

Girişte bulunan merdiven yer döşemesi ve duvarların alt kısımları mermerle kaplanmıştır. Bu da yapıya yüzeyde bütünlük hissi kazandırmaktadır (TMH, 2006: 33). Yanlarda yapılmış olan kütleler Art Deco “Streamline Modern” tarza uygun olarak tasarlanmıştır. Yuvarlatılmış olan bu eğrisel köşeler cepheden çıkıntı yapmıştır. Köşelerde su basman seviyesinde başlayan pencereler dikey silmelerle üç bölüme ayrılmıştır. Köşeler üst kısımda yatay silmelerle bölünerek etrafı pencere dizileri ile çevrili bir bölüm yer almaktadır ki, burası da eğrisel şekilde yapılmış olup, burada da pencereler bulunmaktadır. Köşelerdeki bu eğrisel çıkıntılı bölümler yapının arkasına doğru uzanarak yapıya görsel anlamda da devamlılık katmaktadır. İç mekânda ise art deco üslubunun da özelliği de olan simetrik büyük pencerelerin sayesinde oldukça aydınlık bir mekândan bahsetmemize rağmen bu üslubun özelliği olan çiçek bezmeleri, sarmal



ve zigzak gibi geometrik desenlerden söz etmemiz mümkün değildir (Fotoğraf 7).



**Fotoğraf 7:** Ankara Garı, köşelerdeki eğrisel çıkıntılar

İç mekanda zemin ve duvarlarda da malzeme olarak Marmara mermeri kullanılmıştır. Neden bu yapıda bu kadar yoğun marmara mermerinin kullanılmasının nedenine bakılırsa, marmara mermerinin çıkarıldığı bölgede, 1912 yılında ülkenin ilk mermer fabrikasının kurulduğu görülür. Marmara adasında bu fabrika buharla çalışan ilk mermer fabrikasıdır ve Ankara'nın kurulduğu yıllarda Türkiye'nin te mermer fabrikası olma özelliğine sahiptir (Avşaroğlu, 2018: 2). Girişlerin üzerinde bulunan alçı profillerle sınırlandırılmış, karşılıklı iki duvar boşluğundan binanın projeleri tasarlanırken bu alanlara resim konmak istendiği düşünüldüğü sanılmaktadır. Zira, Ankara garı'nın açılışından sonra Atatürk'ün isteği ile Gar Binası'na konmak üzere yarışmaya çıkartılmış yağlıboya tabloların yarışmayı kazanmamış olanların örnekleri, gardaki Atatürk müzesinde saklandığı görülmektedir. Kazanan tabloda Nurettin Ergüven'in "Lozan'dan Evvel ve Lozan'dan Sonra" adlı tablo olup, gar binasında hiç biri asılmamış yerleri boş bırakılmıştır (Yıldırım, 1993:119) (Fotoğraf 8).



**Fotoğraf 8:** *Ankara Garı, gişelerin üzerindeki profillerle çevrili alan*

Bina dönemin Avrupa'daki siyasal gelişmelerin ve yükselen ulus devlet ideolojisinin bir uzantısı olarak devletin gücünü yansıtır. Binanın logosu da Kartal olup, hem devlet demiryollarının hem de mimar Şekip Akalının Ankara Gar planında kullandığı amblem olan, Kartal kanatları olan uçan bir teker görülmektedir (Fotoğraf 9 ve 10). Kartal kanatları dolayısıyla da kartal figürü, tüm kültürlerde farklı anlamlar içeren bu figür, eski çağlardan bugüne avrupa ve Anadolu'da pek çok devletin de arması olmuş, bayraklarının üzerinde tek başlı veya çift başlı kartal figürü olarak yer almıştır (Çoban, 2015:60). Avrupa'ya bir devlet arması olarak geçmesinin ve orta Avrupa'da kurulan Macar krallığında ve Arnavutluk bayrağında bir devlet arması olarak yer almasının, Avrupa'ya kuzeyden göç eden Türklerin etkisi ile olması yüksek ihtimaldir. İslamiyetten önce ve sonra da Türklerde Kartal figürüne önemli anlamlar yüklemiştir. Ankara Garında gördüğümüz Kartal kanatları ve kartal, yeni kurulan devletin gücünü de destekledir. Zira kartal ikonografisi Türk devletlerinde hükümdarların, devletin güç, kuvvet ve kudretinin bir göstergesi olduğunu ifade etmiştir (Ögel, 1972: 1128,1129,1134,1135). Ankara Garı, gerek dış cephe tasarımı ile art deco özelliklerini bünyesinde barındıran gerekse konumu ile Ankara'nın Cumhuriyet dönemi sembollerinden de birisi diyebiliriz.



**Fotoğraf 9 :** *Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demir Yolları Sergi Alanı ve TCDD logosu (Ahmet Piriştina Kent Arşivi ve Müzesi)*



**Fotoğraf 10 :** *TCDD Gar Binasında görülen TCDD logosu*

## Sonuç

1930'lu yıllar genç Türkiye'nin atılım gösterdiği hızlı ve çağdaşlaşma yıllarıdır. Bu yıllarda belediye kanunları, Jansen planı, Birinci beş yıllık sanayi planlarının yürürlüğe konması, Türkiye'nin Birleşmiş Milletlere davet edilerek katılması bu gelişmelere örnek olarak gösterilebilir. Bu dönemin bir başka özelliği de demiryolu seferberliğidir. Ülkenin hernoktasına bir an önce ulaşabilmek, ugarlığı Anadolu'nun en ücra noktalarına kadar erişebilmesi için Atatürk döneminde uzun bir demiryolu ağ döşenmiştir. Bu demiryolu sayesinde sanayi ve ticarete gelişir, yeni fabrikalar açılır, istihdam artar ve milli gelir yükselir. Bu da ulusun yeni kurulmuş olan Türkiye'ye güveninin ve inancını artırır. Bu ekonomik başarılar kültürel atılımlarda da kendini gösterir. Mimarlık alanında Avrupa'ya eğitim için giden mimarlar, genç Türkiye Cumhuriyetini de etkilemişlerdir. Modern mimarlık Türkiye'ye ilkin yabancı mimarlar eliyle gelmişse de yerli mimarlar tarafından uygulanması daha sonraki yıllarda mümkün olacaktır. Modern mimarlık Avrupa'da 19. yüzyıl'da gerçekleşen endüstri devrimim yol açtığı elişmelere dayanmış, 20. yüzyıl'da da toplumun gereksinimlerine göre çağın sanat anlayışına ve yapım teknolojisine uygun olaak vücut bulmuştur. Modern mimarlıkta tarihin kültür kopyalarının yerine özgün, güncel tasarım arayışları kendini gösterecektir. Modern mimarlıkta dış mekanların kullanışlı sade tasarımı iç mekana da yansımıştır. Bunun en güzel örneği Art Deco üslubu olmuştur. Art Nouveau'nun yerini almış, geometrik motiflerin ağırlık kazandığı, streamline, Modernne, Art Moderne yada Style Moderne isimleriyle anılmış bir üsluptur. Fransa'da ortaya çıkan ve tüm avrupa ve Amerika'da karşılık bulan bu üslup, gökdelenlerden, büyük mağazalara, sinemalardan, mobilyaya ve mutfak gereçlerine kadar pek çok alanı etkilemiş, İstanbul ve Başkent Ankara'da da uygulama alanı bulmuştur.

Cumhuriyet'in ilanı ile genç Türkiye Cumhuriyet'inde gerçekleştirilen en önemli olaylardan birisi de planlı kalkınma ve imar faaliyetlerinin öne çıkmasıdır. O dönemdeki kamu harcamaları başta Ankara olmak üzere diğer kentlerdeki demiryolu ve devlet yapıları için gerçekleştirilen imar faaliyetlerine ayrılmış olduğu yapılan yapılardan anlaşılmaktadır. Cumhuriyet döneminde yeni Türkiye'nin tüm kurumlarıyla değiştirilmesi ve çağdaştırılması amaçlanmış bu da yapı alanına yansımıştır. Mimarlık alanında da Ankara'nın kurulma çabaları ve Atatürk'ün istekleri bu yeni modern mimari olan Art Deco üslubu ile uyuşmaktadır.

Art Deco'nun uygulama alan bulduğu yerler, Ankara'da kamu binaları ve gar binası olmuştur. Kültürel bir varlık olarak nitelendirilen gar binaları ait oldukları toplumların, politik, toplumsal ve kültürel öğelerini yansıtan yapılardır. Dolayısıyla da gar binaları, kente biçim veren, kentlerin kimliklerini oluşturan, kısaca kent hakkında genel bir

değerlendirmeye gitmek istenildiğinde, ipuçlarını bünyesinde barındıran en önemli yapılardır.

Ankara Garı'nda yeni ulusun giriş kapılarından biri olma niteliğini taşıması bakımından önemlidir. 1891'de inşa edilmiş olan eski İstasyon binası yıkılarak onun yerine günümüzde de kullanılan yeni Türkiye'nin modern yüzü niteliğindeki yeni gar binası Art Deco üslubunun uygulandığı en güzel eserlerden birisidir. Eski gar binası yıkılırken Atatürk'ün kullandığı Direksiyon binası yıkılmamış olup, belki de modern mimari ile inşa edilmiş yeni gar binasını ile eski ve yeni Türkiye'yi farklarıyla daha iyi göstermek istenmesi olabilir.

Ankara garı sadece bir gar değildir. Hem sosyal hayatın bir parçası hem de yeni Türkiye'nin farklı çağdaş yüzüdür. Zira, diğer illerdeki gar binalarına baktığımızda çoğu Osmanlı demiryolları rotasını belirleyen İngiliz ve Fransız şirketlerinin sadece ticarî amaçlı tavırlarını gösteren küçük, gösterişsiz ve çoğu Ulusal mimari anlayışla yapılmış yapılar olduğunu görüyoruz. Halbuki Ankara Garı başkent Ankara'nın Anadolu'ya açılan kapısı olmakla birlikte, o yıllarda Anadolu'nun dünyaya açılan kapısı olma özelliğine de sahipti. Anadolu'ya giden ve Anadolu'dan gelen tüm yurttaşların birleşim noktasıdır ve tüm Anadolu'yu kucaklayan bir sembol niteliğini de taşımaktadır. Aynı zamanda bu yapının Ankara'da çağdaşı olan diğer kamu binalarından farklı oluşunun bir diğer nedeni de, diğer kamu binalarında çoğunlukla yabancı mimar seçilirken, bu yapıda Şekip Akalın gibi genç bir Türk mimarın seçilmesidir. Bu da bize göstermektedir ki, yapının mimarı olarak bir Türk gencinin seçilmesi, halkın yeni, genç ve dinamik olan Yeni Türkiye Cumhuriyetine güven duyulmak istenmesi şeklinde yorumlayabiliriz.

Batı sanatının etkisi ile mimaride farklılığın oluştuğunu ve analitik bir kategoride diyalektik düşünce doğrultusunda Art Deco'nun Türkiye Cumhuriyetinde uygulanmasının gerçekleşmiş olduğuna tanık oluyoruz. Kültürlerde zamanı ve mekânı anlamlı kılan üretkenliktir. Bu bağlamda Art Deco sanatının uygulanması Batı'yı taklidi düşüncesinden ziyade, sanatın evrensel niteliğinin benimsenmesidir.

Tren Garları toplumların uğrak yerleri olması nedeniyle çıplak gözle görünen sanatın, insanları bambaşka dünyalara götürdüğü aşikardır. Bu bağlamda sanatın eğitici bir fonksiyonu olduğunu da ifade edebiliriz.

Sonuç olarak, Ankara Garı sadece çok sayıda yolcunun gidip geldiği bir yer olmayıp, dönemin ünlü sanatçılarının konserlerinin izlendiği ve modern mimari olan Art Deco üslubunun özellikleri olan yatay-düşey hatların arasındaki denge, kıvrımlarla bütünleşen köşeler, büyük pencerelerin en güzel şekilde hayat bulduğu, Ankara'nın hem sosyal yaşantısı hem de mimari dokusu için önem arzeden bir yapı olmuştur.

## Kaynakça

- Özaydın, A. (1991). Ankara; İslami Dönem; *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C.3, İstanbul, 203-204.
- Batur, A. (1983). Cumhuriyet Döneminde Türk Mimarlığı. *Cumhuriyet Dönemi Türk Ansiklopedisi*, 5, İstanbul, 1388.
- Batur, A. (1993). Art Deco *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, C.5, İstanbul Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Yayını, 326-327.
- Duncan, A. (1988). *Art Deco*, 17 November, London.
- Mülayim, A. (2017). Art Deco Mimarlığı ve İç Mekan Tasarımına Yansımaları, *İleri Teknoloji Bilimler Dergisi*, C.6, S.3, 1009-1026.
- Satan, A. (2012). Osmanlı'nın Demiryolu Çağına Girişi. *Osmanlı'da Ulaşım Kara- Deniz- Demiryolu*, 209-218.
- Karagöz, A. (2018). *Ankara'da Osmanlı Devri Ticaret Yapıları*. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Müderrişoğlu, A. (1990). *Kurtuluş savaşı'nın Malî Kaynakları*, Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi.
- Nasır, A. (1991). *Türk Mimarlığında Yabancı Mimarlar*. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Avşaroğlu, N. (2018). Madencilik Tarihi Marmara Adası ve Ülkemizin İlk Mermer Fabrikası. <https://www.researchgate.net/publication/323267782> (Erişim Tarihi: 01.12.2020).
- Aytepe, O. (2004). Ankara'nın Merkez ve Başkent Olması *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, S.33-34, Mayıs-Kasım, 15-22
- Zağnos Önder, B. (2018). *Kültür Mekân Tasarım Bağlamında Kültür Kodlarınının (1891) 1. ve (1935- 1937) 2. Gar Binası'nın Üzerindeki Etkisi*. Hacettepe Üniveristesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Şimşir, B.N. (1998). *Ankara... Ankara Bir Başkent'in Doğuşu*, Bilgi Yayınevi, 1. Baskı, Ankara.
- Özgüven, B. (2009). Art Deco Architectura in İstanbul *Thirteenth International Congress of Turkish Arts*, Budapeşte, 567-582.
- Çoban, İ. (2015). Türk ikonografisinde KArtal Motfi ve Çağdaş Türk Resmine Yansımaları. *İdil Dergisi*, 4, 16, 57-80.
- Diñçer, G. (1997). Ankara'nın Başkent Oluşununun Anlamı. *Atatürk Araştırmaları Merkezi Dergisi*, 37, 229.
- Hasol, D. (1995). Art Deco ve Tropical Deco, *Yapı Dergisi*, S. 165, 62.
- Hasol, D. (2020). *20. Yüzyıl Türkiye Mimarlığı*. (3. Baskı). İstanbul: Yem Yayınları.



- Sargon, E. (1991) Ankara, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C.3, İstanbul, 201-203.
- Karal, E.Z. (1999). *Osmanlı Tarihi C.VII*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Tankut, G. (1981). Cumhuriyet Dönemi ilk Toplu İmar Deneyimi, *Amme İdaresi Dergisi, Atatürk'ün Doğumununun 100. Yılı Özel Sayısı*, Ankara, 4, 113-119.
- Tankut, G. (1988). Ankara'nın Başkent Olma Süreci, *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 8:2, Ankara, 93-104.
- Turan, G. (2009). *Türkiye'de Erken Cumhuriyet Dönemi Zanaat ve Endüstri Üretiminde Tasarım*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Akbulut, G. (2010). *Siyasi Coğrafi Açından Türkiye'de Demiryolu Ulaşımı*. Anı Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.
- Sargın, H. (2012). *Antik Ankara*, Arkadaş Kitabevi, 2. Baskı, Ankara,
- Ortaylı, O. (1982). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Alman Nüfuzu*. Ankara.
- Tekeli, T. (1982). Türkiye'de Mimarlığın Gelişiminin Toplumsal Bağlamı. *Yeni Boyut Plastik Sanatlar Dergisi*, 12, 29-31.
- Tekeli, T. (1998). Türkiye'de Cumhuriyet Döneminde Kentsel Gelişme ve Kent Planlaması, *75. Yılda Değişen Kent ve Mimarlık*, İstanbul:Tarih Vakfı Yayınları, 1-25.
- Tekeli, İ., İlkin, S. (2004). *Cumhuriyetin Harcı: Modernitenin Alt Yapısı Oluşurken*. İstanbul: Bilgi Üniveristesii Yayınları
- Yıldırım, İ., (2001). *Cumhuriyet Döneminde Demiryolları (1923-1950)*. Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara.
- Jansen, H. (1948). Ankara İmar Planı, İzah Raporu. *Mimarlık*, 4, 19.
- Görmez K., (2004). *Bir Metropol Kent Ankara Sosyal Yapı-Kimlik-Yaşam*, Odak yayınevi, Ankara.
- Küçükköroğlu, K. (2014). Ulusal Mimarlık Dönemi Konya Yapılarında Türk Çini Sanatından Yansımalar, *İstem*, 23, 75-147.
- Başar, M.E., Erdoğan, H.E. (2009). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Türkiye'de Tren Garları, *Selçuk Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi*, C.24, S.3, Konya s.29-43.
- Sözen, M., Tanyeli, U. (2007). Birinci Ulusal Mimarlık *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*, İstanbul.
- Gümüşeli, N. (2016). *Cihangir Mahallesi ve Atr Deco*, İstanbul Üniveristesii, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Özyüksel, M. (1988). *Osmanlı- Alman İlişkilerinin Sürecinde Anadolu ve Bağdat Demiryolları*, İstanbul: Arba Yayınları

- Naumann R. (Çev: Beral Madra), (1998). *Eski Anadolu Mimarlığı*. Türk Tarih Kurumu Basımevi, 4. Baskı, Ankara.
- Yücel, S., Taşar, M. (2016). Demiryolunun Stratejik Önemi ve Erken Cumhuriyet Döneminde Demiryolu Siyaseti, *Uluslararası Tarih araştırmaları Dergisi*, C.1, 293-342.
- Aktüre, S. (1984). 16. Yüzyıl öncesi Ankara'sı Üzerine Bilinenler. *Tarih İçinde Ankara Seminer Bildirileri*, Ankara, 1-47.
- Gülağ, S. (2012). *Frigler Zamanında Ankara*, Cumhuriyet'in Ütopyası: Ankara, (Haz: Funda Şenol Cantek), Ankara Üniversitesi Yayınevi, 1.Baskı, Ankara.
- Metin Sözen (1984). *Cumhuriyet Dönemi Türk Mimarlığı (1923-1983)*. Ankara: İş Bankası Yayınları.
- Ögel, B. (1972). *Türklerde Kartal ve Kartal Arması*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Kaypak, Ş. (2014). Atatürk'ün Kent ve Kentleşmeye Bakışı;Örnek Olay: Ankara'nın Kentleşmesi, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.13, S.27, Hatay, 349-365.
- Togan Tong (2000). *Art Deco Akımı Cephe Tipolojilerine Bağlı Olarak Geliştirilen Uzman Sistem Modeli*, İstanbul Teknik Üniversitesi, fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Türkiye Mühendisleri Haberleri (2006). *Binalar/ Kamu Binaları*, S 442-443, s.32-41.
- Engin, V. (1993). *Rumeli Demiryolları*. Eren Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul.
- Yıldırım Y. (1993). Ankara Garı ve Mimar Şekip Sabri Akalın. *Ankara Dergisi*, 5, 119.
- Yılmazığıt, K. B. (1991). Demiryolu Boyunca Mimarlık Eylemleri Dosya: Garlar. *Arredamento Dekorasyon Dergisi*, 21, 137-138.
- Kösebay Erkan, Y., Ahunbay, Z. (2008). Anadolu Demiryolu Mirası ve Korunması. *İTÜ Dergisi, Mimarlık, Planlama, Tasarım*, C.7, S.2, Eylül İstanbul, 14-25.
- Özcan, Z. (2018). Art Deco a Frustrated Style and Reflections from Ankara-Turkey. *GRID Mimarlık, Planlama ve Tasarım Dergisi*, C.1, S.1, Ankara, 77-99.
- Çağlıyan, A., Yıldız, Bozkurt, A. (2013). "Türkiye'de Demiryolu Güzergâhları Jeomorfoloji İlişkisi", *Marmara Coğrafya Dergisi*, 28,466-486.
- Hasol, D. (1995). "Art Deco ve Tropical Deco", *Yapı Dergisi*, 1995, S. 165, s. 62.



# Bölüm 8

## HİZMET VE ÜRETİM İŞLETMELERİNDE STRATEJİK MALİYET YÖNETİMİ UYGULAMALARI

*Murat SUCU<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Murat Sucu, Dr., ORCID ID: 0000-0001-8951-3045



## GİRİŞ

Rekabetin yoğun olduğu ve işletmelerin faaliyetlerini yürütmede zorlandığı pazarlarda işletmelerin amacı, büyüme sağlayarak sürekliliklerini sağlamaktır. İşletmelerin bu amaçlarına ulaşabilmeleri için sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmeleri gerekmektedir. Bu nedenle işletmeler, iç ve dış çevrelerinde yaşanan değişimleri ve gelişmeleri yakından etmelidirler. Özellikle işletmelerin tüketicilerin satın alma davranışlarındaki ve taleplerindeki hızlı değişimleri öncelikli olarak değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu değişim, işletmenin stratejilerinde değişiklik yapmasına gerektirebilir. Örneğin, tüketicilerin ucuz ürün/hizmet yerine daha kaliteli ürün/hizmet satın alma eğiliminde olmaları durumunda işletmelerin üretim maliyetlerini ve sistemlerini bu talebe göre düzenlemesi ve yönetmesi gerekecektir. İşletme stratejilerini etkileyen önemli bir diğer husus ise rakiplerdir. Tüketicilerdeki değişim kadar rakiplerdeki değişimlerde işletmelerin stratejilerini etkilemektedir. Diğer taraftan işletmeler, rakiplerinin ürün ve hizmetlerindeki değişimleri takip ederek yeni ürün/hizmet üretmeleri sırasında rakip işletmelerden elde ettiği bilgileri kullanarak rekabet avantajı sağlayabilirler.

Ürün ve hizmetlerin üretilmesi sırasında karşılaşılan maliyetler, işletmelerin yoğun rekabet ortamında ayakta kalmalarını sağlayacak en önemli unsurların başında gelmektedir. Maliyet ve bu maliyetlerin yönetimi, işletmelerin büyüme ve süreklilik amaçlarına ulaşabilmesinde önemli roller üstlenmektedir. Bu bağlamda, işletmelerin stratejileri ve maliyet yönetimleri arasında yakın bir ilişki olduğu söylenebilir. Her iki kavramın işletmelerin yaşam sürelerini etkilediği görülmektedir. 1980'li yılların başından beri süregelen stratejik maliyet yönetimi kavramı, ticari sınırların kalkması, rekabetin giderek yoğunlaşması ve rakip firma sayılarındaki artış nedeniyle günümüzde daha da önemli bir konuma ulaşmıştır. Stratejik maliyet yönetimi, sadece maliyetleri düşürmek amacıyla yürütülen bir yönetim şekli değildir. Bu kavram, içerisinde stratejik teknik ve yaklaşımları içermektedir. Bu nedenle daha uzun vadeli düşünmeyi ve çeşitli stratejik teknikleri kullanmayı gerekli kılmaktadır. Bu teknikleri kullanarak stratejik maliyet yönetimini yürüten işletmelerin performanslarında önemli düzeyde yükselmeler olduğu görülmektedir. Performans artışı ile birlikte işletmelerin gelirlerinde artış ve rekabet avantajı elde etme imkânları olacağı ifade edilmektedir.

Stratejik maliyet yönetimi sürecinde kullanılan farklı teknik ve yaklaşımların olduğu görülmektedir. Bu teknik ve yaklaşımlar incelendiğinde, yönetim sürecinin içerisinde; maliyetler, rakipler, pazarın yapısı, işletme çalışanları, üretim süreçleri gibi unsurların olduğu görülmektedir. Bu nedenle stratejik maliyet yönetimi süreci sadece ucuz ürün/hizmet üreterek rekabet avantajı elde etmeyi hedefleyen bir süreç

değildir. Bu yönetim şeklinin bir felsefe olduğu ve işletmenin tüm alan ve faaliyetlerinde hissedilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Özellikle işletme üst yönetiminin stratejik maliyet yönetimi konusunda gösterecekleri destek kritik önem taşımaktadır. Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler, stratejik maliyet yönetimi sürecini kolaylaştırmaktadır. İş zekâsı sistemleri, karar destek sistemleri, kaynak planlama gibi teknolojik yazılımlar, stratejik maliyet yönetimi süreçlerini uygulayan işletmelerin karar vericilerine önemli destekler sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, öncelikle stratejik maliyet yönetimi kavramına ait kavramsal bir çerçeve oluşturmaktır. Ayrıca, yazında kavram ile ilgili yapılmış olan çalışmalara ait bulguların kavramsal çerçeve ile beraber değerlendirilmesi yapılmıştır. Bununla birlikte elde edilen veriler ile bir durum analizi yapılmıştır. Bu bilgiler ışığında çalışmanın, henüz stratejik maliyet yönetimi süreçlerini yürütmeyen işletmelere rehberlik etmesi hedeflenmiştir. Çalışmaya ait veriler, ulusal ve uluslararası makale ve tezlerden elde edilmiş ve derinlemesine bir incelemeye tabi tutulmuştur.

## 1. MALİYET VE MALİYET YÖNETİMİ

Stratejik maliyet yönetimi kavramına geçmeden önce bu kavramın ortaya çıkışının temellerini oluşturan maliyet ve maliyet yönetimi kavramlarını ele almak gerekmektedir. Yazında, bu iki kavram için benzer tanımlar bulunmaktadır. Bu tanımların maliyet ve maliyet yönetimi kavramları üzerinde bir görüş birliği sağladığı anlaşılmaktadır.

Maliyet, en genel ifade ile işletmelerin elde etmek istedikleri için katlandıkları tüm fedakarlıklar olarak ifade edilebilir (Bekçi ve Özal, 2010). Farklı bir tanımlamada ise maliyet, belirli bir zaman dilimi içerisinde kullanılan ve tüketilen varlıkların parasal değeridir. Maliyet ile gider arasındaki farklara da değinen tanımlar bulunmaktadır. Maliyetlerin gidere dönüşebilmesi için işletilme, kullanılma, zaman aşımı ve teknolojik yıpranma gibi dört faktörden birinin ortaya çıkmış olması gerektiği ifade edilmektedir. Maliyetlerin üretime etkisi esas olarak alındığında, belirtilen bu dört unsurdan birinin ortaya çıkması nedeniyle maliyetler üretime dönüştürülmektedir ve gider olmaktadır (Avcı, 2014). Başka bir maliyet tanımına ise işletmecilik bakış açısı ile yaklaşmıştır. Bu tanımda maliyet, işletmelerin hedeflerine ulaşmaları ve kâr elde edebilmeleri için yürüttükleri faaliyetleri sırasında yaptıkları harcamalar ve bu süreçte gösterdikleri ölçülebilir fedakarlıkların toplamı olarak tanımlanmıştır. İşletme fonksiyonları açısından maliyetler; genel yönetim, satış, üretim, finansman ve ar-ge maliyetleri olarak örneklendirilebilir (Terzi, 2009). Maliyet kavramının, işletme yöneticilerinin karar verme süreçlerinde önemli roller üstlendiğini ifade eden açıklamalar ve tanımlamalar bulunmaktadır. Yöneticilerin fiyat oluşturma, kârlılık analizi ve

harcamaların kontrolü ile ilgili karar verme noktasında maliyetleri bilmek istedikleri görülmektedir (Sarıkaya, 2008). Bununla birlikte, maliyetin ucuz olması, her zaman müşterinin tatmin edildiği ve arzu edilen kârın sağlandığı anlamına gelmemektedir (Akbaş, 2011). Bu bağlamda, maliyetlerin sadece satış fiyatının belirlenmesinde değil yöneticilerin karar verme aşamalarında da önemli veriler sağladığı ve karar verme süreçlerini etkilediği ifade edilmektedir. Maliyet kavramı tanımlarında görüldüğü üzere kavramın tanımlanmasında ortak ifadeler kullanılmıştır. Kısaca maliyet, işletmelerin hedeflerine ulaşmaları ve kârlılıklarını arttırmaları için tüm süreçlerinde karşılaştıkları ölçülebilir finansal fedakarlıklar olarak tanımlanabilir. Maliyet yönetimi ise, maliyet kavramının temel alındığı bir süreç olarak ele alınmaktadır.

Maliyet ve yönetim kavramlarının birleşmesi ile ortaya çıkan maliyet yönetiminin kavramsal yapısı, 1986 yılında ABD’de CAM-I (Computer Aided Manufacturing – International) adlı konsorsiyum tarafından yayımlanan raporla oluşturulmuştur. Bu rapora göre maliyet yönetimi, maliyet muhasebesi temeline dayanan ancak bu kavramdan daha geniş bir yapısı olan bir kavramdır. Maliyet muhasebesi sadece belirli bir döneme ait maliyetlerin hesaplanması, raporlanması ve maliyet kontrolü temeline dayanırken, maliyet yönetimi; maliyetlerin planlanması, yönetimi ve uygulanmasında öncelikli ve aktif bir rol üstlenmektedir. Bu açıklama ışığında maliyet yönetimi, maliyetleri en düşük seviyede tutarak yüksek değer yaratmayı hedefleyen ve çeşitli tekniklerin kullanıldığı bir bütün olarak tanımlanabilir (Akbaş, 2011). Maliyet yönetimi sürecinin, yoğun rekabet ortamında geleneksel muhasebe sistemlerinin yetersiz kalması nedeniyle ortaya çıktığı ifade edilmektedir. İşletmelerin yoğun rekabet ortamında daha fazla bilgiye ihtiyaç duymaları nedeni ile yeni yönetim sistemlerine ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle geleneksel muhasebe sistemleri yerine maliyet yönetimi sistemleri geliştirilmiştir. Bu bağlamda maliyet yönetimi, ürün/hizmet maliyetlerini doğru olarak belirlemek, faaliyetleri geliştirmek ve planlamak, israfı önlemek, maliyet unsurlarını tanımlamak ve işletme stratejilerini oluşturmak için faaliyetlerin yönetimi ve kontrolü olarak da tanımlanmaktadır (Eser, 2009). Maliyet yönetimi süreçlerinin, finansal bilgiler kadar verimlilik, kalite ve işletmenin diğer başarı faktörlerinin de dahil olduğu tüm bilgileri yöneticilere sağlayan, stratejik maliyet yönetimi yaklaşımına öncülük eden ve işletme stratejilerinin ön planda tutulması düşüncesi ile bütünleşen bir yapıda olması gerektiği de ifade edilmektedir (Yalçın, 2006). Maliyet yönetimi, işletmelerin faaliyetlerini yürüttükleri pazarlarda zamanlama, maliyet, kalite ve fonksiyonellik bakımından rekabet edilebilir, ürün/hizmet üretiminde kaynakların etkin kullanımı için yöneticilere destek verecek bilgilerin sağlanması olarak tanımlanabilir. Ayrıca günümüzde

meydana gelen hızlı değişimler ve tüketici tercihlerinde meydana gelen farklılıklar, işletme maliyetlerinin de farklılaşmasına yol açmaktadır. Bunun sonucunda da maliyetlerin etkin yönetilmesi gerekliliği bir adım daha ön plana çıkmaktadır. Maliyet yönetimi, maliyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesini ve denetlenmesini sağladığı için bu ihtiyacı ortadan kaldırmaktadır (Oral, 2013). Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere, geleneksel muhasebe süreçleri yerine işletmenin stratejilerini ön planda tutan, yöneticilere stratejik karar verme aşamalarında yardımcı olacak bilgileri sağlayan daha stratejik bir bakış açısına sahip yeni bir sisteme ihtiyaç duyulmuş ve maliyet yönetimi kavramı ortaya çıkmıştır. Maliyet yönetiminin temel amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Kaynak kullanımında verimliliği artırmak,
- Mamul ve hizmet maliyetlerinin doğru hesaplanmasını sağlamak,
- Yürütölen faaliyetlerin etkinlik ve verimliliklerinin ölçölmesini sağlamak,
- İşletmenin performansını artırıcı yeni faaliyetlerin belirlenmesine yardımcı olmak,
- Kârlılık, ürün/hizmetlerin dağıtımı ve müşteriler açısından çeşitli ölçölmlerin yapılmasını sağlamak,
- Maliyetlerin azaltılması için yapılan çalışmalara destek sağlamak,
- Verimlilik, kalite ve iyileştirme faaliyetlerine katkı sağlamak,
- İşletme stratejilerinin belirlenmesine ve uygulanmasına yardımcı olmak,
- Yöneticilere yatırım kararlarında yardımcı olmak şeklinde sıralanabilir (Tünel, 2014).

Maliyet muhasebesi kavramının yetersiz kalması ve maliyet yönetimi kavramının ortaya çıkması ile maliyetlerin stratejik bir bakış açısı ile yönetilmeye başlandığı söylenebilir. Stratejik bir boyut kazanan maliyet yönetimi süreçleri, işletmelerin rekabet düzeyi yüksek pazarlarda yönetim kararlarına destek sağlayarak rekabetçi yeteneklerini arttırmayı hedeflemektedir. Ancak stratejik yetenekleri arttırmak sadece maliyet yönetimi ile mümkün olmamaktadır. Maliyet yönetimi süreçlerinin işletmenin diğer tüm süreçleri ile entegre olması ve bütöncöl bir bakış açısı ile yürütölmesi gerekmektedir. Bu nedenle maliyet yönetimi süreçleri, başta işletmenin stratejileri ve tüm fonksiyonları ile entegre ve eşgüdüm halinde yürütölmesii gerektiği ifade edilmektedir.

## 1.1. Maliyet Yönetiminden Stratejik Maliyet Yönetimine Geçiş ve Stratejik Maliyet Yönetiminin Tanımı

İşletmelerin iç ve dış çevresinde yaşanan değişimler, belirsizliğin artmasına ve dolayısıyla rekabetin şiddetinin artmasına neden olmaktadır. Şiddetli rekabet ortamı ise işletmelerin sürekliliğini sağlayabilmesini her geçen gün daha zor hale getirmektedir. Bu nedenle işletmeler, değişimlere zamanında, doğru ve hızlı bir şekilde uyum sağlayabilecek stratejilere ihtiyaç duymaktadırlar.

Bilindiği üzere strateji kavramı, askeri literatürden diğer bilim dallarına taşınmış bir kavramdır. Askeri strateji, bir savaşta orduların harekât ve faaliyetlerinin en az kayıp ve zarara uğrayacak şekilde tasarlanması ve yönetilmesi sanatıdır. İşletme ve yönetim alanında 20. yüzyılın ikinci yarısında kullanılmaya başlanan stratejik yönetim kavramı ise, işletmenin çevresi ile arasındaki ilişkileri düzenlemek ve rakiplerine üstünlük sağlayabilmek amacıyla kaynakları harekete geçirmek olarak tanımlanmaktadır (Avcı, 2014). Ayrıca stratejik yönetim; işletmelerin başarıya ulaşmaları için yönetim, pazarlama, finansman/muhasebe, üretim faaliyetleri, araştırma geliştirme ve bilgi-işlem sistemleri arasındaki entegrasyona odaklanan bir yaklaşımdır. Bu nedenle, işletme stratejileriyle uyumlu, işletmenin iç ve dış çevresinden elde edilen veriler ile yönetime yönelik raporların hazırlanmasını ve analiz edilmesini içeren stratejik maliyet yönetimi kavramı geliştirilmiştir (Yüzbaşıoğlu, 2004). Stratejik yönetim, stratejik maliyet yönetimiyle ilişkili bir yönetim şeklidir. Stratejik yönetim, işletmenin iç ve dış çevresiyle olan ilişkilerin düzenlenmesi için yapılacak faaliyetlerin planlanması, organize edilmesi, uygulanması ve kontrol edilmesi süreci olarak tanımlanabilir. Bu süreçte; ürün ve hizmetler ile diğer uzun vadeli konulara ilişkin veriler değerlendirilirken doğru stratejik kararlar alabilmek için stratejik maliyet yönetimi çıktılarına ihtiyaç duyulmaktadır (Eser, 2009).

Stratejik maliyet yönetimi, modern bir maliyet yönetimi yaklaşımıdır. Bir işletme sürdürülebilir ve kârlılığı, gelir kaynaklarını genişleterek ve maliyetleri azaltarak elde edebilir. Bununla birlikte, sıkı finansal denetim ve stratejik maliyet yönetimi yaklaşımlarını sürekli olarak geliştirmesi sürdürülebilirlik ve kârlılık açısından fayda sağlayacaktır (Cheng ve Lin, 2018). Stratejik maliyet yönetimi yaklaşımı, “bu ürünün maliyeti nedir” sorusu yerine “bu ürünün maliyeti ne olabilir” sorusunu sormaktadır. Bu sorudaki farklılık, ana odağın geleneksel maliyet muhasebesi sistemleri tarafından benimsenen kısa vadeli odaktan ziyade uzun vadeli maliyet yönetimi olduğu anlamına gelmektedir (Ewert ve Ernst, 1999). Bu bağlamda, stratejik maliyet yönetimi, kısa, orta ve uzun dönemi kapsayan bir bakış açısı ile yürütülmektedir. Ürün yada hizmetin bugünkü

maliyeti ile birlikte uzun vadede ortaya çıkabilecek maliyeti de dikkate alınmalıdır. Çünkü maliyetler, pazarlardaki belirsizlik, fırsat ve tehditler, işletmenin güçlü ve zayıf yönleri, işletmeleri pazarlardaki hızlı değişim ve değişime cevap verebilme yeteneklerine göre uzun dönemde değişiklikler gösterebilir. Bu nedenler doğrultusunda sadece kısa dönemli maliyetleri düşürmek yeterli olmamakta aynı zamanda maliyetlerin stratejik olarak yönetilmesi gerekmektedir (Yağmurlu, 2018). Stratejik maliyet yönetimi, geleneksel maliyet yönetimi sürecine göre hem finansal hem de finansal olmayan bilgileri içeren stratejik bilgiler üretmektedir. Geçmişte işletmeler öncelikle satış ve kazançlara odaklanmış iken günümüzde ise pazar payı, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti gibi finansal olmayan faaliyetlere odaklanmış durumdadırlar. Bu faaliyetlerin başarısı ise stratejik başarı ölçüleri kullanılarak takip edilmektedir. Stratejik maliyet yönetimi, müşteri, işletme içi süreçler ve işletmenin gelişimi ile ilgili stratejik bilgi sağlar ve işletmenin temel stratejilerinde önemli roller üstlenir (Sarıkaya, 2008).

İşletmeler, yoğun rekabet ortamında yaşamlarını sürdürebilmek için rekabet avantajına sahip olmaları gerekmektedir. Bu nedenle işletme içindeki ve dışındaki tüm bilgilere ihtiyaç duymaktadırlar. Basit maliyet analizinden çok daha geniş kapsamlı olan stratejik maliyet yönetimi, rekabet avantajı elde etmek ve üstün stratejiler geliştirmek için maliyet bilgilerinin kullanılmasını sağlamaktadır. Geleneksel maliyet analizi, bireysel yönetim kararlarının finansal etkisini incelerken, stratejik maliyet yönetimi, iş stratejisini desteklemek için maliyet bilgilerini de kullanır. Stratejik maliyet yönetimi, temel kararları daha iyi değerlendirmek için maliyet etkenlerini, stratejik konumunu ve değer zincirini aynı anda analiz ederek kuruluşun maliyet yapısını ve / veya ürün ve hizmet performansını iyileştirebilir (Taleghani, 2017).

Maliyet yönetimi kavramına stratejik boyut eklenerek ortaya çıkan stratejik maliyet yönetimi kavramı, işletmelerin stratejileri ile uyumlu, iç ve dış çevredeki değişimleri takip eden yöneticilere stratejik karar verme noktasında bilgiler sunan bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Maliyet yönetimi ve stratejik maliyet yönetimi kavramları arasındaki farklılıkları şu şekilde ifade edebiliriz.

- Maliyet yönetimindeki amaç, faaliyetler nedeniyle ortaya çıkan maliyetleri düşürmek amacı ile alınacak önlemleri belirlemektir. Stratejik maliyet yönetiminde ise, işletmedeki her türlü değişimi maliyetler düzeyinde değerlendirmek ve yönetime yararlı bilgiler sağlamaktır.
- Stratejik maliyet yönetimi, pazardaki talepleri en uygun maliyetle karşılar iken işletmenin genel hedef ve stratejilerine ulaşmasına yardımcı olmaktadır.



- Stratejik maliyet yönetiminin temel hedefi, müşteriler ve işletmeye uygun maliyetli ürün/hizmet üretmektir. Üretim sürecinde ise en üst düzeyde yönetimin bilgisi ve etkileri olduğu görülmektedir (Eser, 2009).

Tablo 1’de ise geleneksel maliyet yönetimi ile stratejik maliyet yönetimi arasındaki diğer farklılıklar gösterilmektedir. Geleneksel maliyet yönetiminin işletmenin içerisine odaklandığını, stratejik maliyet yönetiminin ise hem içeriye hem de dışarıya odaklandığı görülmektedir. Bununla birlikte stratejik maliyet yönetiminin değer zinciri yaratmayı hedeflediği görülmektedir. Bu değer zinciri içerisinde, işletmenin etkileşim içerisinde olduğu tüm paydaşlar bulunmaktadır. Ayrıca stratejik maliyet yönetiminde analizlerin güçlü bir şekilde dış çevreyi odaklanarak yürütüldüğü ifade edilmektedir. Geleneksel maliyet yönetiminde temel sorun maliyet iken stratejik maliyet yönetiminde maliyet, değer ve gelirdir. Ayrıca stratejik maliyet yönetiminin, proaktif davranmayı ve takipçilik yerine liderlik elde etmeyi hedeflediği görülmektedir.

**Tablo 1:** *Geleneksel ve Stratejik Maliyet Yönetimi Kavramlarının Farklılıkları*

	<i>Geleneksel Maliyet Yönetimi</i>	<i>Stratejik Maliyet Yönetimi</i>
<b>Odak Noktası</b>	İçerisi.	İçerisi ve dışarı.
<b>Bakış Açısı</b>	Değer eklemek.	Değer zinciri.
<b>Maliyet Analizi Yolu</b>	Güçlü bir iç odaklanma ile katma değer yaratmak.	Güçlü bir dış odaklanma ile katma değer yaratmak.
<b>Maliyet Analizi Hedefi</b>	Stratejik bağlama bakılmaksızın üç hedef geçerlidir: Puan tutma, dikkat yönlendirme ve problem çözme.	Üç hedef her zaman mevcut olsa da, maliyet yönetimi sisteminin yapısı işletmenin stratejik konumuna göre çarpıcı biçimde değişir.
<b>Maliyet Faktörleri</b>	Tek bir temel maliyet faktörü vardır.	Aşağıdakiler gibi çoklu maliyet faktörleri vardır: Yapısal etmenler (ölçek, kapsam, deneyim, teknoloji, karmaşıklık) yürütme etmenleri (katılımcı yönetim, toplam kalite yönetimi).
<b>Maliyet Sınırlama Felsefesi</b>	Ürünlerde maliyet azaltma yaklaşımı.	Maliyet kontrolü.
<b>Temel Sorun</b>	Maliyet etkisi.	Maliyet / Değer / Gelir.
<b>Anahtar Disiplinler</b>	Finans / Muhasebe.	Pazarlama / Ekonomiler.
<b>Öncelikli Rol</b>	Durumu koruyucu.	Analist ve geliştirici.
<b>Yönetim Sorumluluğu</b>	Takipçi / Reaktif /Riskten kaçınma.	Lider / Proaktif / Belirsizlikte rahat.

**Kaynak:** *Kumar ve Nagpal, 2011:125.*

Yazında stratejik maliyet yönetimine ait farklı tanımlar ile karşılaşmak mümkündür. Bu tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir.

Anderson ve Dekker (2009) stratejik maliyet yönetimini, işletmenin kaynaklarının ve bu kaynaklar ile ilişkili maliyetlerin uzun vadeli strateji ve kısa vadeli taktiklerle uyumlu hale getirilmesi şeklinde tanımlamışlardır.

Ellram ve Siferd (1998) ise, işletmenin rekabet avantajını artırıcı şekilde hem iç hem de dış maliyetlerini geniş bir perspektif ile ele alması olarak tanımlamışlardır.

Shank ve Govindarajan (1992), stratejik maliyet yönetiminin, stratejileri formüle etmek, taktikleri belirlemek ve stratejik başarıya ulaşmak için kontroller geliştirmek ve uygulamak olarak tanımlamışlardır (Taleghani, 2017).

Cooper ve Slagmulder (1998) stratejik maliyet yönetimini, maliyet yönetimi tekniklerinin uygulayarak işletmenin stratejik konumunu iyileştirmek ve maliyetleri düşürmek olarak ifade etmişlerdir (Kumar ve Nagpal, 2011).

Stratejik maliyet yönetimi yaklaşımı, rekabet ortamında başarılı olabilmek için oluşturulan stratejik unsurların kesin, açık olarak ön planda tutulduğu ve maliyet analizlerine dayanan bir maliyet yönetimi yaklaşımı olarak da tanımlanmaktadır (Bekçioğlu ve Köroğlu, 2013). Kavramın tanımlarında da anlaşılacağı gibi, ürün ve hizmetlerin pazara sunulması sırasında katlanılan tüm finansal fedakârlıkların stratejik olarak ele alınması ve işletme stratejileri ile uyumlu olması gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca stratejik maliyet yönetiminde tüm işletme fonksiyonlarının entegre halde çalışması, birbirinden haberdar olması ve işletmenin temel stratejilerine ulaşmasını sağlayacak çıktıları yaratması beklenmektedir.

## 2. STRATEJİK MALİYET YÖNETİMİ SÜRECİ

Stratejik maliyet yönetimi, işletmelerin maliyetleri düşürmek ve toplam değerini en üst düzeye çıkartmak için maliyet etkenlerini düzenli olarak analiz ve takip ettiği stratejik bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, maliyetlerin kontrol altına alınması sağlandığı gibi rekabet avantajı sağlamada da önemli katkılar sağlanmaktadır. Bununla birlikte stratejik maliyet yönetimi, yeni iş modellerinin uygulanıp uygulanamayacağı ile ilgili bilgiler de vermektedir (Choudhary ve Hamid, 2017). Yeni iş modelleri konusunda fikir verici özelliği olan stratejik maliyet yönetiminin, işletmenin tüm fonksiyonları ile ilişkili olması gerekmektedir. Bu bağlamda, işletmenin temel yönetim fonksiyonları ve finansal tablolar, stratejik maliyet yönetimi uygulamalarına bilgi sağlayan fonksiyonlar

olarak ifade edilmektedir. Stratejik maliyet yönetimi süreçlerinin yeni iş modelleri geliştirme sürecine yaptığı katkının yanısıra farklı sorumlulukları da vardır. İlk sorumluluk alanı olarak stratejilerin oluşturulması söylenebilir. İkinci sorumluluk alanı ise; yönetim, bütçe, kâr ve işletmenin faaliyetleriyle ilgili karar alma aşamasında bilgi sağlamasıdır. Son olarak işletmenin finansal tablolarını hazırlanması ve raporlanmasını sağlamaktır (Yalçın, 2006). Stratejik maliyet yönetimi, ifade edilen bu sorumlulukları yerine getirerek verimliliği artırmayı, kârı maksimize etmeyi ve müşteri memnuniyetini arttırmayı hedeflemektedir (Ayvaz, 2017). Müşteri memnuniyeti, işletmelerin kârlılığına giden yolda bir kilometre taşı olarak kabul edilmektedir. Müşteri memnuniyetinin daha yüksek ve daha istikrarlı gelirlere yol açtığı yaygın olarak kabul edilmekle birlikte, müşteri memnuniyeti seviyeleri ile işletmelerin hizmetlerini üretirken ve sunarken yaptığı maliyetler arasındaki ilişki çok fazla dikkate alınmamıştır. Müşteri memnuniyeti ile maliyetlerin ilişkilendirilmemesi işletmenin maliyetlerini yönetme kabiliyetlerini azalatabilir. Hizmet ve ürünlerin üretimi ve sunumunda ortaya çıkan maliyetlerin hesaplanmasında müşteri memnuniyeti dikkate alınmalı ve böylelikle rekabet avantajı elde edilmeye çalışılmalıdır (Cugini, Caru ve Zerbini, 2007). Ayrıca stratejik maliyet yönetimi yaklaşımı, işletmenin içinde bulunduğu çevre ile bir bütün olduğunu varsaymaktadır. Porter (1985), bu bütünlüğü “değer zinciri” olarak adlandırmaktadır. Değer zinciri, temel hammadde kaynaklarından nihai ürüne ve oradan da tüketiciye kadar olan bağlantı ve ilişki olarak tanımlanabilir (Shank ve Govindarajan, 1992).

Görüldüğü üzere stratejik maliyet yönetimi süreci, işletmenin tüm süreç, fonksiyonları ve çevresi ile yakından ilişki ve etkileşim içerisindedir.

Stratejik maliyet yönetiminin ifade edilen sorumlulukları yanısıra farklı amaçları da bulunmaktadır. Bu bağlamda, stratejik maliyet yönetiminin amaçları şu şekilde sayılabilir.

- Piyasaya yönelik ürün ve süreç bilgileriyle birlikte strateji planlama ve kontrol süreçlerini desteklemek,
- İşletmenin dış çevresine dikkate alarak maliyetlerin yönetilmesini sağlamak,
- Düşük maliyetler ile farklı ürünler/hizmetler üreterek farklılaştırma stratejilerini uygulamaya yardımcı olmak,
- Uzun vadeli maliyet planlaması ve yönetilmesi problemlerini azaltmak,
- Kaynaklar ve pazara uygun ürün/hizmetlerin belirlenmesine yardımcı olmak,

- İşletmenin geleceği için önemli sorunlara yoğunlaşmak,
- İşletmenin stratejik konumunu genişletmek ve maliyeti azaltmayı aynı anda hedeflemek (Avcı, 2014).

Yazında, stratejik maliyet yönetimi tekniklerinin belirlenmesine yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Kavramın ortaya çıkışından sonra literatürde 12 farklı stratejik maliyet yönetimi tekniğinden bahsedilmiştir. Ayrıca, Cravens ve Guilding (2001), üç teknik daha eklemiş ve son olarak Cadez ve Guilding (2008) tarafından 16 stratejik maliyet yönetimi tekniği belirlenmiştir. Bu tekniklerden en çok kullanılanların rakip odaklı muhasebe ve stratejik fiyatlandırma olduğu ifade edilmektedir (Pavlatos, 2018). Stratejik fiyatlandırma ve stratejik maliyet yönetiminin temelinde maliyetlerin azaltılması ve işletme stratejileri ile uyumlu hale getirilmesi yatmaktadır. İşletme maliyetlerinin azaltılması için ise öncelikli olarak bir maliyet analizi yapılması gerekmektedir. Maliyet analizinin stratejik maliyet yönetimi olarak nitelendirilmesi için işletmenin hem dış hem de iç maliyetleri dahil edilerek işletmenin sınırlarını kapsamalıdır (Ellram ve Siferd, 1998). Şekil 1’de görüldüğü üzere, toplam sahip olma maliyeti stratejik maliyet yönetimi içerisinde kalmaktadır. Stratejik maliyet yönetimi, toplam sahip olma maliyetine göre daha geniş bir alana yayılmıştır. Bu bağlamda, stratejik maliyet analizi sadece işletme içi ortaya çıkan maliyetler dikkate alınarak yapılmamalıdır.

**Şekil 1:** *Stratejik Maliyet Yönetimi ile Toplam Sahip Olma Maliyeti Analizi Arasındaki İlişki*



**Kaynak:** *Ellram ve Siferd, 1998: 59.*

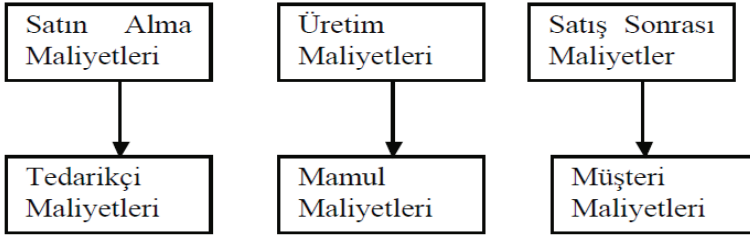
Maliyet analizi ise 4 aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar aşağıdaki gibidir:

- Değer yaratma zincirinin belirlenmesi,
- Her değer yaratıcı faaliyetin maliyetlerinin tespit edilmesi,

- Her değer yaratıcı faaliyeti etkileyen maliyet etkenlerinin saptanması,
- Rekabette sürdürülebilir bir üstünlük sağlayabilmek için maliyet etkenlerini kontrol etmek ve değer yaratma zincirini yeniden düzenleme imkânlarını araştırmak olarak ifade edilmektedir (Saridoğan, 2013).

Stratejik maliyet yönetiminde maliyetler, oluşum sebeplerine göre gruplandırılmaktadır. Ayrıca stratejik maliyet yönetiminde sadece satın alınan hammaddenin maliyetine değil aynı zamanda kalitesine, güvenilirliğine ve tedarik performansına da dikkat edilmektedir. Diğer taraftan müşteriden kaynaklanan maliyetler de mamul maliyetlerine eklenmektedir. Bu nedenle satış temsilcileri daha az maliyete yol açan müşteriler üzerinde yoğunlaşacaktır. Bütün bunlar bir yandan maliyetleri azaltacak bir yandan da işletmenin stratejik pozisyonunun güçlendirilmesine yardım edecektir (Akbaş, 2011). Şekil 2’de görüldüğü üzere stratejik maliyet yönetimi maliyetleri; satın alma, üretim, satış sonrası, tedarikçi, mamul ve müşteri maliyetleri olarak gruplandırılmaktadır.

**Şekil 2:** *Stratejik Maliyet Yönetiminin Maliyetlere Bakış Açısı*



**Kaynak:** Akbaş, 2011: 113.

Stratejik maliyet yönetiminin en önemli adımlarından bir tanesinin analizler olduğunu söylemek mümkündür. Öncelikle maliyetlerin gruplandırılarak analizi yapılmalıdır. Ancak maliyetlerin analiz edilmesi yönetim sürecinin tamamlandığı anlamını taşımamaktadır.

Yazında genellikle analiz edilmesi gereken üç bileşen olduğu ifade edilmektedir. Bu bileşenlerden ilki temel faaliyetler, planlama süreçleri, ürün/hizmet geliştirme ve araştırma geliştirme süreçleri olarak ifade edilmektedir. Diğer bileşen ise, müşteri hizmetleri, pazarlama, satış ve üretim faaliyetleridir. Son olarak, temel faaliyetleri destekleyen faaliyetler (insan kaynakları yönetimi, muhasebe, finansman vb.) olarak ifade edilebilir. Bahsedilen tüm süreçlerin analiz edilmesi ve maliyetlerin elde edilen çıktılar ile yönetilmesi, stratejik maliyet yönetiminde analizlerin

yapılmasının bir gereklilik olduğunu göstermektedir (Choudhary ve Hamid, 2017). Tüm faaliyetlerin analiz edilmesi ve bütüncül bir bakış açısı ele alınması işletmelerin maliyetlerini düşürerek daha fazla rekabetçi olabilmelerine yardımcı olacaktır. Örneğin, hasta kabul prosedürünü çeşitli teknolojik araçlar ile geliştirerek diğer hastanelere göre daha hızlı ve kolay yürüten bir hastane, hastalar tarafından daha çok tanınacak ve tercih edilir duruma gelecektir. Bu durumda personel maliyeti düşecek ve rekabet düzeyi artacaktır. Teknolojik araçların ilk yatırım maliyet yüksek olabilir ancak orta ve uzun vadede getirisi yüksek olacaktır. Bu bağlamda, ilk kurulum maliyeti dikkate alınmadan stratejik bir karar verilmiş olacaktır. Stratejik bakış açısına sahip olmaya bir maliyet yönetimi uygulamasına örnek vermek gerekir ise; bir sigorta şirketinin borç hesapları sistemini daha verimli hale getirmesi için teknolojik araçlara yatırım yapması gösterilebilir. Bu yapılan yatırım ile sigorta şirketi, alacaklarını ve borçlularını çok yakından takip edebilir. Ancak diğer sigorta şirketlerine göre daha fazla rekabetçi bir özelliği kazandığı söylenemez. Bu durumda sadece sigorta şirketinin gelir yönetimi sürecinde iyileşme olacaktır (Kumar ve Nagpal, 2011). Analizler, stratejik maliyet yönetimini vazgeçilmez bir özelliğidir. Bununla birlikte stratejik maliyet yönetiminin farklı özellikleri de bulunmaktadır. Bu özellikler aşağıdaki gibidir.

- Stratejik maliyet yönetimi stratejik taktiklerin bir parçasıdır.
- Stratejik maliyet yönetimi, çalışanların değerlerini, inançlarını dikkate almalı ve işletme süreçlerindeki değişikliklerin çalışanlar bağlamında teşvik edici ve maddi olmayan sistemler ile desteklenmesi gerekmektedir.
- Stratejik maliyet yönetimi, yetenekli, stratejik bakış açısına sahip tecrübeli yöneticiler tarafından yürütülmesi gerekmektedir.
- Stratejik maliyet yönetimi sürecinde aceleci yada çok yavaş davranışlar sergilenmemelidir.
- Stratejik maliyet yönetimi sürecinde teknolojik araçlar kullanılmalıdır.
- Stratejik maliyet yönetimi bir proje olarak yönetilmesi ve projeyi yürüten bir ekip kurulmalıdır.
- Stratejik maliyet yönetiminde; müşteri tatmini, esneklik ve yenilik gibi finansal olmayan veriler de dikkate alınmalıdır.
- Yönetici ve diğer çalışanlar, performansları oranında mutlaka ödüllendirilmelidir. Maliyet yönetiminin başarısı olması durumunda ise çalışanlara ceza verilmemelidir.

- Stratejik maliyet yönetimi sürecinde katılımcı bir yaklaşım izlenmelidir. Hiyerarşik seviyeler ortadan kaldırılmalıdır (Eser, 2009).

Stratejik maliyet yönetimi, işletmelerin yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmelerine destek olan bir yaklaşımdır. Geleneksel muhasebe yönetim süreçlerinin artık yetersiz kaldığı bu dönemde maliyetler stratejik bakış açısı ile entegre halde yönetilmektedir. Sadece ürün/hizmet maliyetine odaklanmanın stratejik bir başarı getirmediği ifade edilmektedir. Bu bağlamda işletmelerin sadece üretim maliyetlerine değil iç ve dış çevresini de dikkate alması gerekmektedir. Özellikle müşteri memnuniyeti, pazardan bilinir olmak, ilk tercih edilen olmak gibi faktörler, işletmenin rekabetçi yeteneğini arttırmaktadır. Maliyetler, işletmelerin başarısını etkileyen en önemli unsurlar arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Ancak kısa süreli maliyetleri dikkate alarak hareket etmek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Çünkü işletmelerin ilk hedefi sürdürülebilir bir yaşamdır. Bu nedenle tüm işletme süreçlerinde olduğu gibi maliyetlerin de orta ve uzun dönemler dikkate alınarak yönetilmesi gerekmektedir. Stratejik maliyet yönetimi, öncelikle yöneticilerin sorumluluğunda olsa da bu süreci yürütecek çalışanların da unutulmaması gerekmektedir. İnsan kaynakları yönetim süreçleri, stratejik maliyet yönetimini destekleyen en önemli fonksiyonlardandır. İnsan kaynakları yönetimi tarafından uygulanan çalışanları motive edici faaliyetler, stratejik maliyet yönetimi süreçlerine dahil olmuş çalışanların daha verimli çalışmalarını sağlayacaktır. Tecrübeli, stratejik bakış açısına sahip yöneticiler ile motivasyonu yüksek çalışanlardan oluşacak ekipler, işletmenin stratejik maliyet yönetimindeki başarısını olumlu yönde etkileyecektir. Günümüzde teknolojik araçların kullanımına sıklıkla rastlanmaktadır. Özellikle karar vericilerin, karar verme süreçlerinde iş zekâsı sistemleri gibi yazılımları kullandıkları görülmektedir. Bu bağlamda, stratejik maliyet yönetimi süreçlerinde iş zekâsı, karar destek sistemleri gibi teknolojik yazılımların kullanılması da ayrı bir önem taşımaktadır.

## 2.1. Stratejik Maliyet Yönetimi Yaklaşımları

Stratejik maliyet yönetimi, bir dizi yaklaşımlar içermektedir. Bu yaklaşımlar, işletmenin genel ihtiyaçlarına hizmet etmek için ayrı ayrı veya birlikte kullanılabilirler. Bu yaklaşımlar, *faaliyet tabanlı maliyetleme*, *hedef maliyetleme*, *kaizen maliyetleme* ve *mamul yaşam seyri maliyetleme* olarak ifade edilmektedir.

*Faaliyet Tabanlı Maliyetleme:* 1980'li yılların sonlarına doğru Robin Cooper ve Robert Kaplan'ın çalışmaları sonucunda bulunan faaliyet tabanlı maliyetleme, kaynak maliyetleri ile faaliyetleri bağdaştıran ve sonrasında faaliyetlerde bir araya getirilmiş olan maliyetleri mamul, hizmet, müşteri ve diğer maliyet etkenlerine faaliyetleri kullanma oranında

dağıtan yönetsel maliyetleme yöntemidir. Ayrıca faaliyet tabanlı maliyetleme, ürün maliyetini meydana getiren direkt maliyetlerin, başka bir deyişle genel üretim maliyetlerinin ürünlere dağıtılması işlevini sağlayan bir sistemdir. Faaliyet tabanlı maliyetleme sistemine göre ürün maliyetlerin tespit edilmesi için ilk olarak kaynaklarla ilişkili maliyetler, kaynakların kullanılmasına sebebiyet veren faaliyetlere maliyet etkenleri vasıtasıyla yüklenmektedir. (Vargün ve Doğan, 2020). Faaliyet tabanlı maliyetleme kavramı, stratejik amaçlara yönelik olarak geliştirilen bir ürün yada hizmetin maliyetleme sistemi olması ile birlikte işletmeye üretim süreçlerinin tasarlanması, genel üretim maliyetleri ve performans değerlendirme gibi bilgileri sağlayan bir sistem olarak da kullanılmaktadır. Bu özellikleri ile faaliyet tabanlı maliyetleme sistemi, bir işletmeye ait faaliyetler ve mamuller ile ilgili veri tabanını oluşturan, işleyen ve onu koruyan bir bilgi sistemidir. Bu bağlamda, faaliyet tabanlı maliyetleme sisteminin yöneticilerin karar verme aşamasında kullanabilecekleri bir karar destek sistemi olduğu ifade edilmektedir. Faaliyet tabanlı maliyet sisteminin işleyişi, gerçekleştirilen faaliyetlerin maliyetlerin izlenmesi ve bu faaliyetlere ait tüketim maliyetlerinin ürün ve hizmetlere yüklenmesi şeklinde gerçekleşmektedir (Altınbay, 2006). Faaliyet tabanlı maliyetleme sistemi, düşük katma değere sahip faaliyetleri ortadan kaldırmayı hedefleyen bir sistemdir. Ayrıca üretim sürecinde karşılaşılan problemlerin temel nedenlerinin saptanmasında önemli roller üstlenmektedir (Terzi, 2009). Bununla birlikte, faaliyet tabanlı maliyetleme yaklaşımı, faaliyetler üzerine yoğunlaşan ve faaliyetlerin kaynak kullanımlarını temel olarak kaynak maliyetlerini faaliyetlere yükleyen, maliyet taşıyıcılarının faaliyet kullanımlarını göz önüne alarak faaliyet maliyetlerini maliyet taşıyıcılarına yükleyen bir yaklaşımdır (Kurtlar ve Atış, 2020). Yazında faaliyet tabanlı maliyetleme sistemlerinin faydalarını ele alan birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Örneğin; Innes ve Mitchell (1991) Birleşik Krallıkta faaliyet tabanlı maliyetleme sistemlerini kullanan işletmelerin maliyet nedenselliğini anlamada kendilerini geliştirdiklerini ifade etmişlerdir. Nicholls (1992) ise, işletmelerin faaliyet analizi yolu ile genel üretim giderlerinin azaltılmasına odaklandıklarını, müşteri kârlılığında daha fazla farkındalığa sahip olduklarını, ürün portföyü ve fiyatlandırma stratejileri hakkında gelişim gösterdiklerini ve değer katmayan faaliyetleri belirleyebildiklerini ifade etmiştir (Cengiz, 2011).

Faaliyet temelli maliyetleme sisteminin kurulması 5 temel adımdan meydana gelmektedir. Bu adımları daha detaylı olarak arttırmak veya azaltmak mümkündür. Sistemin kurulmasında izlenecek adımlar şunlardır:

- Faaliyetlerin belirlenmesi,
- Faaliyet maliyetlerinin bulunması,



- Her faaliyet için maliyet sürücülerinin (maliyetlerin meydana gelmesine sebep olan faaliyet ya da işler) tespiti,
- Maliyet havuzlarının ve maliyet sürücülerinin seçimi,
- Faaliyet maliyetlerinin mamullere yüklenmesi.

Bu süreçler oluşturulurken, sistemin kurulacağı işletmenin iş akış şeması çıkartılmakta ve yukarıdaki sürece uygun olarak uygulamaya geçilmektedir (Bengü, 2005). Şekil 3’de ise bu sisteminin işleyişi gösterilmiştir.

**Şekil 3:** *Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminin İşleyişi*



**Kaynak:** *Oral, 2013: 35.*

Hilton (1997) yayınladığı kitabında faaliyet tabanlı maliyetleme sistemini geleneksel maliyet sistemleriyle karşılaştırmış, her iki sistemle de aynı toplam maliyet tutarına ulaşmıştır. Ancak bu sistemin genel üretim giderlerini çok daha detaylı bir şekilde ürünlere dağıtan ve çok daha doğru sonuçlar elde eden stratejik bir sistem olduğunu belirlemiştir (Büyüksalvarcı, 2006). Bu bağlamda, faaliyet tabanlı maliyetleme sisteminin önemi giderek artmıştır. Faaliyet tabanlı maliyetleme sisteminin önemini arttıran etkenler ise şu şekilde sıralanabilir:

- Genel üretim giderlerinin toplam üretim maliyetleri içerisindeki payının yüksek olması,
- Faaliyetlerin birbirinden farklı ve çok sayıda olması,
  - Çok farklı ürün ve hizmetlerin üretilmesi,
  - Üretim dönemlerinin sayısında ve değişiminde farklılıklar olması,
  - Faaliyetlerin değişmesine rağmen muhasebe sistemlerinde değişiklik yapılmaması,

- Bilgisayar sistemlerinin gelişmesi olarak sayılabilir (Terzi, 2009).

Rekabetin yoğun yaşandığı pazar yapılarında, doğru maliyet bilgilerine sahip olmak ve bu bilgiyi rekabetçi yeteneklere dönüştürmek kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir. Faaliyet tabanlı maliyet sistemi, temelde bazı sorulara verebilen bir sistemdir. Bu sorular arasında işletme tarafından hangi faaliyetlerin yürütüldüğü, işletmenin faaliyetlerinin ve süreçlerinin maliyetinin ne kadar olduğu, işletmenin bu faaliyetleri ve süreçleri neden yerine getirdiği ve işletmenin sunduğu çıktılarının oluşturulmasında hangi faaliyetten ne kadar gerektiği yer almaktadır (Karığın, 2013). Bu bağlamda, faaliyet tabanlı maliyet sistemleri yöneticilere işletmenin tüm süreçleri hakkında bilgi sağlayan ve tüm maliyetlerin ürün ve hizmetlere doğru bir şekilde dağıtılmasına yardımcı olan bir sistem olarak ifade edilmektedir.

Hedef Maliyetleme: Hedef maliyetleme, 1960-1970’li yıllarda Japonya’da ortaya çıktığı bilinmektedir. 1965 yılında Japon otomobil üreticisi Toyota tarafından ilk kez kullanılan bir yaklaşımdır. Yeni bir ürün ya da hizmetin ilk tasarımından tüketiciye ulaşıncaya kadarki tüm faaliyetlerin planlanmasını savunan hedef maliyetleme yaklaşımı, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak için stratejik bir kâr elde etmek ve etkili bir maliyet yönetimi sağlamak amacıyla ortaya atılmış bir yaklaşımdır. En genel anlamıyla hedef maliyetleme, yeni bir ürün yada hizmetin planlama, araştırma ve geliştirme sürecinde maliyetlerin azaltılması için ortaya atılan tüm fikirlerin gözden geçirilmesi yoluyla hız, kalite ve güvenilirlik gibi tüketici ihtiyaçlarını karşılamayı sağlarken, söz konusu mamulün tüm yaşam dönemi maliyetlerini de azaltmayı amaçlayan bir faaliyet olarak tanımlayabiliriz (Bekçioğlu ve Köroğlu, 2013). Hedef maliyetleme, ürün, pazar ve kaynaklara dair bilgileri stratejik esaslar üzerine birleştiren ve bu bilgileri kullanıma hazır hale getirme özelliğine sahip bir stratejik maliyet yönetim aracı olarak da kabul edilmektedir. Bununla birlikte hedef maliyetleme yönteminin diğer yöntemlerden farkı, işletmenin rekabet stratejileri ve ürün/hizmet geliştirme süreci ile doğrudan ilişkili olmasıdır. Bu iki unsur hedef maliyetlemenin kapsamını oluşturmaktadır (Oral, 2013). Hedef maliyetleme sistemi, maliyetleri azaltmaya çalışırken bir taraftan da kalite ve müşteriye ilişkin ihtiyaçları da karşılamayı hedeflenmektedir. Bu bağlamda, hedef maliyetleme süreçlerinde kalite ve müşteri beklentileri ön planda tutulmaktadır (Yağmurlu, 2018).

Kaizen Maliyetleme: Kaizen maliyetleme yaklaşımı, 1970’li yıllarda geliştirilmiş ve halen en önemli Japon işletmeleri tarafından kullanılan bir yaklaşımdır. Kaizen maliyetleme yaklaşımını, bir

ürün yada hizmetin üretim safhasında maliyet azaltılması amacı ile uygulanan sürekli iyileştirme olarak tanımlayabiliriz. Bu yaklaşımda geçmiş yıllardaki maliyetlerde dikkate alınmaktadır. Kaizen maliyetleme yaklaşımının amacını, gereksiz verimsizlikleri üretim sürecinden uzaklaştırarak toplam üretim ve mamul maliyetlerinin azaltılması oluşturmaktadır. Başka bir ifade ile kaizen maliyetleme yaklaşımı, işletmenin hedeflerine ulaşmada mamule değer katmayan faaliyetler ve maliyetlerin sürekli azaltılması, israfın ortadan kaldırılması ve üretim sürecindeki sürekli gelişmeler üzerinde yoğunlaşmaktadır (Bekçioğlu ve Köroğlu, 2013). Kaizen maliyetleme yöntemi ürün/hizmet tasarımından ziyade üretim süreçlerine ve kaliteye odaklanmaktadır. Ürün ya da hizmetlerin kalitesi tüm faaliyet sürecinde yükseltilmeye çalışılır. Kaizen maliyetlemede, üretim maliyetlerini etkili bir şekilde azaltabileceğine inandığı maliyet unsurlarına odaklanılır. Bu konuda işletmeler kaizen maliyetleme programını belli bir konu üzerine kurabilirler. Örneğin, işçiliği azaltmak, malzeme maliyetlerini düşürmek gibi amaçlara yönelik olarak programlar geliştirilebilir. Bu yaklaşımın özellikleri ise şu şekildedir:

- Sisteminin amacı gerçek maliyetleri, standart maliyetler seviyesine indirmektir.
  - Denetimler hedef maliyet seviyesini elde etmek için uygulanır.
  - Maliyetleri azaltmak için sürekli üretim koşulları değiştirilir.
  - Yeni maliyet azaltma hedefleri düzenli zaman dilimlerinde saptanır ve bu hedefler, hedef kâr ve tahmini kâr arasındaki aralığı en aza indirmek için tasarlanır.
  - Hedef maliyetler ve gerçek maliyetler arasındaki farklar sürekli analiz edilir.
  - Hedef maliyet azalışları elde edilemediği zaman tetkikler yapılır ve telafi edici önlemler alınır.
    - Hedeflerin ulaşılabilir olması gerekir.
    - Sürekli iyileştirme ile sağlanan neticelerin büyük gelişmelere yol açacağı görüşü mevcuttur.
    - Ürün veya hizmet maliyetlerini azaltmak için üretim süreçlerinde uygulanan bir yöntemdir.
    - Hedef maliyetleme yönteminden sonra uygulanır (Oral, 2013).

Kaizen maliyetleme yaklaşımında üretim süreçleri sürekli mercek altındadır. Üretim süreçlerinin ömrünün ürün/hizmet ömründen daha uzun

olduğu ve bu süreçlerde yapılacak iyileştirmelerin daha fazla tasarruf sağlayacağı düşüncesi hakimdir (Altınbay, 2006). Bununla birlikte kaizen maliyetleme yaklaşımı, yüksek kaliteyi düşük maliyetle elde etmeyi ve böylelikle rekabet üstünlüğü sağlamayı hedeflemektedir (Vargün ve Doğan, 2020). İşletmenin en üst kademesinden en alt kademesine kadarki tüm çalışanları, kaizen maliyetleme sisteminin ön planda tuttuğu unsurlar arasındadır. Bu yaklaşım, tüm çalışanların çabalarını önemsemekte ve çabaların büyüklüğü ve küçüklüğü dikkate alınmadan sürekli olması beklenmektedir. Son olarak işletmeler, maliyet azaltımı çabalarında hangi maliyet unsuruna daha çok önem vereceğini stratejik amaçları doğrultusunda karar vermelidirler (Tünel, 2014).

*Mamul Yaşam Seyri Maliyetleme:* Yaşam seyri maliyetleme ilk olarak 1960'lı yıllarda ABD Savunma Bakanlığı tarafından tedarik amaçlı stratejik bir karar verme aracı olarak kullanılmıştır. Daha sonra 1980'li yıllarda artan rekabetle beraber bu yöntem geliştirilerek, ticari alanda hem tedarik hem de üretim sürecinde stratejik bir karar verme aracı olarak kullanılmış ve geliştirilmiştir. 1960'lı yıllardan 1980'lerin başına kadar askeri alanda uygulanırken, bu tarihten sonra başta havacılık, enerji, petrol ve demiryolu olmak üzere birçok sanayi alanında yaygın bir şekilde uygulanmaya başlamıştır (Tünel, 2014). Ürün yaşam seyri maliyetleme yöntemi bir ürün ya da hizmetin maliyetini, üretim öncesi, üretim aşaması ve üretim sonrasında ortaya çıkması muhtemel maliyetleri toplayarak hesaplayan bir yöntemdir. Elde edilen toplam maliyet, toplam ürün yaşam seyri maliyetini temsil etmektedir. Ürün yaşam seyri maliyeti yönteminde, maliyetlerin biriktirilerek toplanması, maliyetlerin ortaya çıkmadan planlanmasını ve yönetimini gerektirmektedir. Bu nedenle işletme yöneticileri, ürün veya hizmetin üretim öncesinden üretim sonuna kadarki tüm süreci yakından takip etmeleri ve yönetmeleri gerektirmektedir. Üretim aşamalarının yakından takip ediliyor olması söz konusu aşamalarda önemli tutarlara ulaşabilecek maliyetlerin de belirlenmesini sağlayacaktır (Gersil, 2006). Üretim sürecinin planlama aşamasından başlanarak tüm adımlarının yakından takip edilmesi, işletme stratejilerinin oluşturulması sırasında önemli veriler sağlamaktadır. Stratejilerin bazı dönemlerde değiştirilmesi, yenilenmesi yada tamamen durdurulması bu maliyetleme sistemi ile mümkün olabilmektedir. Uzun ürün/hizmet yaşam dönemleri işletmelere farklı stratejileri dönemsel olarak zamana yayma imkanı sunmakta ancak kısa mamul yaşam dönemleri daha hızlı davranmayı gerektirmektedir. Bu bağlamda, stratejiler ürün/hizmet yaşam dönemleri ile yakından ilişkilidir. Uzun yaşam ve üretim dönemine ait ürün/hizmetlerin stratejileri herhangi bir noktada duruma göre değiştirebilir (Koçakoğlu, 2012). Stratejileri hızla değiştirebilmek ise işletmelere rekabet avantajı sağlayabilir.

## 2.2 Stratejik Maliyet Yönetiminde Kullanılan Teknikler

Stratejik maliyet yönetimi uygulama aşamalarında farklı tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Tekniklerin stratejik yönetim temeline dayanan ve daha önce ifade edilen maliyetleme yaklaşımlarına stratejik bir boyut ekleyen teknikleri olduğu görülmektedir. Yazında, üç temel teknikten bahsedilmektedir. Bu teknikleri; *değer zinciri analizi*, *maliyet belirleme analizi* ve *stratejik konumlandırma analizi* olarak ifade edilmektedir.

*Değer Zinciri Analizi:* Michael Porter tarafından literatüre kazandırılmıştır. Değer, tüketicilerin kendilerine sunulan ürün ve hizmetlere karşılık olarak ödemeye razı oldukları bedel olarak tanımlanmaktadır. Bu bakış açısında değer zinciri; işletmenin tedarikçilerinden başlayarak nihai tüketiciye teslim edilen nihai ürün/hizmete kadar olan tüm aşamalarda değer yaratan faaliyetlerin bütünüdür. Bu nedenle değer zinciri, sadece işletmelerin faaliyetlerini kapsamamaktadır. Bu bağlamda, değer zincirinde faaliyetler arası ilişkiler, işletmenin fonksiyonları arasındaki ilişkiler, ürün/hizmeti satın alan alıcılar ve satıcılar arasındaki ilişkiler ön plana çıkmaktadır. Bir işletme değer zinciri analizi yaparak öncelikle mevcut koşullarını entegre edebilir, güçlü ve zayıf yönlerini inceleyebilir, tüm sektördeki değer zincirine odaklanabilir ve kendi stratejik hedeflerini gerçekleştirebilir. Stratejik maliyet analizi sürecindeki başarı, her bir maliyet etkeninin değer zincirinin sonucuna göre analiz etmek ve maliyet etkenlerini kontrol etmek için önlemler alınması ile mümkün olmaktadır (Cheng ve Lin, 2018).

Değer zincirinin amacı, maliyetleri minimum düzeye indirirken tüketiciye sunulan değeri maksimum düzeye çıkartabilmektir. Değer zinciri analizi ise, değer zincirindeki faaliyetler arasındaki karşılıklı bağımlılıklara odaklanarak, analiz edilmesi, koordinasyonun ve uyumun sağlanması için kullanılan önemli bir tekniktir. Değer zincirinde yer alan bu fonksiyon ve faaliyetler maliyet düşürme sürecinde ve maliyet tahmininde etkili olmaktadır. Eğer işletme piyasada maliyet temelinde rekabet ediyorsa, değer zinciri faaliyet ve fonksiyonları maliyetleri en aza indirecek şekilde yapılandırılmalıdır (Özçelik ve Yağmurlu, 2019). Farklı bir tanımlamada değer zinciri analizi; işletmenin hangi noktada müşteri değerini arttırabileceğini ya da maliyetleri düşürebileceğini tespit etmede ve işletmenin tedarikçileri, müşterileri ve sektördeki diğer işletmeler ile ilişkilerini daha iyi anlamasında kullanılan stratejik analiz aracıdır (Sarıkaya, 2008). Bununla birlikte, değer zinciri analizi işletmenin kendini stratejik olarak nasıl konumlandıracağını anlamak ve rekabet avantajının gelişimini incelemek için de kullanılan bir araçtır. Değer zinciri analizleri, işletmelerin rekabet avantajı elde edebilmek amacıyla, gerçekleştirdiği her bir değer faaliyetini ve bu faaliyetler arasındaki ilişkileri yöneterek düşük maliyetlerle farklılık yaratmayı hedefleyen bir analiz türüdür (Okur,

2019). Değer zinciri analizinin işletmelere sağladığı faydaları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Değer zinciri analizi, işletmenin rekabetçi avantaj elde edebilmesi için, değer yaratan her bir faaliyeti ve bu faaliyetler arasındaki ilişkileri açıklayarak daha düşük maliyetlere ulaşmasını ve farklılık yaratmasını sağlayan stratejik bir araç konumundadır.
- Değer zinciri analizi sayesinde işletmeler, tüm paydaş işletmeler ile olan ilişkilerini anlayarak rekabetçi durumlarını fark edebilmelerini sağlanmaktadır.
- Değer zinciri analizi, işletmenin faaliyetlerinin ve iş süreçlerinin analiz edilerek bunlar arasındaki uyumluluğun ve sinerjinin ortaya konulmasına yardımcı olmaktadır.
- İşletmenin hangi faaliyetlerinin temel stratejilerini desteklediğini ortaya koyar (Köroğlu, 2012).

Değer zinciri analizi, stratejik maliyet yönetiminde etkin maliyet yönetiminin ilk anahtar unsurlarından bir tanesidir. Bu yaklaşım ile birlikte işletmeler iç ve dış çevreyi geniş bir bakış açısı ile bakarak analizlerini yapar. Tedarikçilerden satış sonrası hizmete kadar tüm süreci değer olarak gören bu yaklaşım ile değer yaratmayan süreçlerin azaltılması ve stratejik rekabet avantajı elde etmek hedeflenmektedir.

*Maliyet Belirleme Analizi:* İşletmelerin maliyetlerini doğru bir şekilde tespit etmeleri ve bu maliyetleri en doğru şekli ile ürün ve hizmetlere yükleyebilmeleri, birim maliyet başına değer yaratan ve yaratmayan faaliyetleri daha sağlıklı tespit edilebilmeleri için büyük önem taşımaktadır (Saridoğan, 2013). Maliyet etkenleri, toplam maliyetlerde değişikliğe neden olan herhangi bir faktör olarak tanımlanmaktadır. Bu etkenlerin çok iyi bir şekilde yönetilmesi, işletmelerin maliyet liderliğine ulaşmasında ve böylelikle rekabetçi bir konumu elde etmelerinde önemli roller üstlenmektedir. Stratejik maliyet yönetiminde maliyetlerin birbiriyle ilişkili olan çok sayıda faktörün sonucu ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Buna göre kullanılan teknoloji, tecrübe, işgücü, kapasite kullanımı, ürün tasarımı, tedarikçi ve müşterilerle olan ilişkiler gibi faktörler stratejik maliyet yönetimi çerçevesinde birer maliyet etkeni olarak kabul edilmektedir. Stratejik maliyet yönetimi tüm bu sebepleri inceleyerek maliyetlerin meydana geliş nedenlerini belirler. Böylelikle maliyetlerin etkin bir şekilde yönetimi ve azaltılması mümkün olacaktır. Bu da işletmenin seçtiği stratejiler doğrultusunda bir rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olmaktadır (Akbaş, 2011).

*Stratejik Konumlandırma Analizi:* İşletmeler için rekabet üstünlüğü, değer yaratan faaliyetlerin rakiplerine göre maliyet yönünden daha etkin bir

şekilde yönetilmesi ile sağlanabilmektedir. Rekabet üstünlüğü, işletmelerin rakipleri ile aynı maliyetle çalışmasına rağmen onlardan daha yüksek müşteri değeri yaratması anlamını taşımaktadır. Bu bağlamda, stratejik konum analizinin temelini, müşteri beklentilerini rakip işletmelerden farklı olarak yerine getirerek, müşterinin daha yüksek fiyatı ödemeyi kabul ettiği ve sektörün üzerinde bir gelirin elde edilmesi oluşturmaktadır (Tünel, 2014). Ayrıca stratejik konumlandırma analizi, işletmenin rakiplerine göre hangi faaliyet ve hizmetlerde daha fazla rekabet edebileceğine rekabet stratejilerini buna göre belirlenmesini kapsamaktadır. İşletmeler rakiplerine göre hangi hizmet, faaliyet ve süreç alanında rakiplerine göre, maliyet, kalite, fiyat açılarından daha avantajlı olduğunu tespit etmelidir. Ayrıca güçlü-zayıf yönlerini tespit etmeli, rakiplerin stratejilerini de dikkate alarak, sektör ve ekonomideki fırsat ve tehditleri de göz önüne alarak kendi konumlanma stratejisini şekillendirmelidir. Stratejik bir konumlandırma analizinden sonra, işletmeler rakipleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilir ve temel yeteneklerini anlayarak kendi rekabet gücünü yaratabilir (Cheng ve Lin, 2018).

Stratejik konumlandırma analizi, işletmenin rekabet sürecinde üstleneceği pozisyonunun analiz edilmesi olarak da tanımlanmaktadır. Stratejik konumlandırma analizinde, işletmelerin üç farklı strateji izledikleri görülmektedir. Bu stratejiler, *maliyet liderliği*, *farklılaştırma* ve *odaklanma stratejileridir*. Tablo 2’de Porter’ın jenerik rekabet stratejileri ve bu stratejileri uygulamak için gerekli olan unsurlar görülmektedir.

**Tablo 2:** Porter'ın Rekabet Stratejileri ve Gereklileri

Jenerik Strateji	Genel Olarak Gerekli Olan Yetenekler Ve Kaynaklar	Genel Organizasyonel Gereklilikler
<b>TOPLAM MALİYET LİDERLİĞİ</b>	Düşük Maliyet Dağıtım Sistemi Sürekli Sermaye Yatırımı Süreç Mühendisliği Yetenekler İşgücünün Yoğun Gözetim-Denetimi İmalat Kolaylığı İçin Tasarlanan Ürünler	Sıkı Maliyet Kontrolü, Sık, Ayrıntılı Kontrol Raporları, Yapılandırılmış Organizasyon Kesin Sayısal Hedeflere Ulaşılmasına Bağlı Teşvikler
<b>FARKLIlaştırma</b>	Güçlü Pazarlama Becerileri Ürün Mühendisliği, Yaratıcı Yetenek, Temel Araştırmada Güçlü Yetenekler Kalite Veya Teknolojik Liderlikte Kazanılmış Kurumsal Ün Sektörde Uzun Bir Geçmiş Veya Diğer İşlerden Elde Edilmiş Benzersiz Beceriler Kombinasyonu Kanallarla Güçlü İşbirliği	Ar-Ge, Ürün Geliştirme Ve Pazarlama Fonksiyonları Arasında Güçlü Koordinasyon Sayısal Ölçüler Yerine, Özel Ölçüler Ve Teşvikler Üstün Nitelikli İşçileri, Bilim Adamlarını Veya Yaratıcı Kişileri Çekecek Rahat Ve Hoş Bir Ortam
<b>ODAK- LANMA</b>	Belirli Bir Stratejik Hedefe Yöneltilmiş, Yukarıdaki Politikaların, Kombinasyonu	Belirli Bir Stratejik Hedefe Yöneltilmiş, Yukarıdaki Politikaların, Kombinasyonu

**Kaynak:** Sarıdoğan, 2013: 86.

Maliyet liderliği stratejisi, Tablo 2’de görüldüğü üzere, maliyetlerin düşürülmesi, sıkı maliyet kontrolü, sürekli sermaye yatırımı, süreç mühendisliği, işgücünün yoğun gözetimi ve imalat süreçlerinin kolaylaştırılması unsurlarını kapsamaktadır. Bu gerekliliklerin tamamı, işgücü verimliliğini artırıp imalat süreçlerini kolaylaştırarak düşük maliyetli ürün ve hizmet üretimini işaret etmektedir.

Bu bağlamda maliyet liderliği stratejisi, işletmelerin aynı pazardan faaliyet gösterdikleri diğer işletmelere göre daha düşük maliyet ile daha kaliteli ve tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilen ürün ve hizmetler sunmak olarak tanımlanabilir. Bu stratejinin temel amaçları arasında, fiyat avantajından yararlanılarak pazar payından büyük bir kısım elde etmektir (Köroğlu, 2012).

Farklılaştırma stratejisi ise yine Tablo 2’de görüldüğü üzere, güçlü pazarlama becerisi, araştırma-geliştirme faaliyetleri, becerilerin kullanımı, kurumsal bilinirlik ve iş ortamının önemi gibi unsurları içermektedir. Bu bağlamda, farklılaştırma stratejisinin amacı, müşterilerin önem verdiği bazı özellikler açısından farklı olarak algılayabilecekleri ürün ve hizmetler üreterek rekabetçi bir avantaj sağlanması olarak tanımlanabilir. Son olarak odaklanma stratejisi, belirli müşteri grubu veya coğrafi bölge üzerinde yoğunlaşarak farklılaşma sağlamaya veya maliyet liderliği elde etmeye çalışılması anlamını taşımaktadır. Farklılaşma ve maliyet liderliği stratejileri, tüm endüstri çapında amaçlarını gerçekleştirmeye



çalışırken odaklanma stratejisi belirli bir hedefe üstün hizmet sunmayı amaçlamaktadır (Akbaş, 2011).

Stratejik maliyet yönetimi başlığı altında sunulan bu kavramlar ışığında, işletmeler ilk olarak maliyet kaynaklarını stratejik bir bakış açısı ile analiz etmesi gerekmektedir. Bu analiz sonrasında işletmeler, ürünlerini, faaliyet gösterdikleri sektörü ve pazarı hangi rekabet stratejisini uygulayacağı konusunda dikkatle incelemeleri gerekmektedir. Örneğin herhangi bir ürün/hizmet ile pazarın farklı bir bölgesinde farklılaştırma stratejisi uygular iken farklı bir durumda maliyet liderliği stratejisi uygulayabilir. Bir sonraki adım ise maliyet etkenlerinin analiz edilmesi olacaktır. İşletmeler hangi faktörlerin maliyet değişikliğine yol açtığını bulmak için maliyet etken analizi yapmalı ve maliyetlerinin belirlenen stratejilere uygun hale getirmesi gerekmektedir. Böylelikle belirlenen ve uygulanan stratejilere göre maliyetler yönetilerek stratejik maliyet yönetiminin gereklilikleri yerine getirilmiş olacaktır.

### **2.3 Stratejik Maliyet Yönetimi İle İlgili Yapılmış Bazı Çalışmalar**

Yazında, stratejik maliyet yönetimini konu olan çok fazla çalışmaya rastlamak mümkündür.

Bu bölümde bu çalışmalara yer verilerek kavramsal bilgiler ile birlikte değerlendirilmesi yapılacaktır.

Eser (2019) tarafından yapılan çalışmada, çalışmanın yürütüldüğü işletmede geleneksel maliyetleme sisteminin dezavantajları ve hedef maliyetleme sisteminin hangi noktalarda avantajlar sağladığı gösterilmiştir. İşletmeye ait giderlerin ortadan kaldırılması için hedef maliyetleme sisteminin etkili olacağı ifade edilmiştir.

Sarıkaya (2008) tarafından yapılan ve otel işletmelerinin temel alındığı çalışmada, bu işletmelerde stratejik maliyet yönetiminin uygulanabileceği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, stratejik maliyet yönetimi uygulamalarının hem üretim hem de hizmet işletmeleri için uygun olduğu ifade edilebilir.

Cheng ve Lin (2018); stratejik maliyet yönetimi politikalarının işletmelerin karar alma organları tarafından uygulanması durumunda işletmenin rekabet gücünün artacağını ifade etmişlerdir. Stratejik maliyet yönetiminin işletme üst yönetimi tarafından benimsenmesi ve uygulanması, işletmenin stratejik başarısında önemli bir husus olduğu anlaşılmaktadır.

Pavlatos (2018) yapmış olduğu çalışmada, stratejik maliyet yönetimi tekniklerinin işletmelerin sunduğu hizmetlerde tatmin edici düzeyde bir fayda sağladığı tespit edilmiştir. Bu nedenle stratejik maliyet yönetimi

tekniklerinin işletmenin performansı üzerinde olumlu etkileri olduğu vurgulanmıştır. Bu bağlamda, stratejik maliyet yönetimi teknikleri işletmelerin performanslarını arttırmalarında yardımcı olan ve dolayısıyla kârlılıklarını arttıran bir yönetim süreci olarak ifade edilebilir.

Fu (2007) ise, işletmelerin rekabet yeteneklerini geliştirmeleri için üç ana stratejik maliyet yönetimi sistemi önermiştir. Bunlar; ürün/hizmet tasarımlarının sinerjik yönetimi, entelektüel varlıkların kullanımı ve yönetimi, maliyet yönetiminin işletme sınırlarının ötesinde yürütülmesidir. Bu öneriler içerisinde entelektüel varlıkların yönetiminin de dikkate alındığı görülmektedir.

Koçakoğlu (2012) çalışması sırasında yöneticiler ile yaptığı görüşmeler sonucunda, yöneticilerin maliyet verilerinden yeterince faydalanmadıklarını tespit etmiştir. Bunun nedeni olarak ise, işletmelerin yeni maliyet yaklaşımlarını uygulamakta çekimser kalmaları ve geleneksel maliyet yönetimi yaklaşımlarını belli noktalarda revize ederek yürütmeleri olduğunu ifade etmiştir. Bu çalışmanın verileri, stratejik maliyet yönetiminde yöneticilerin rekabetçi davranışlar ve tutumlar sergileme yeteneklerinin neden önemli olduğu gösterilmiştir.

Gersil, (2006) ise, maliyetlere dönemselsel olarak yaklaşmanın ve kısa vadeli bakış açısına sahip olmanın rekabet gücünü zayıflattığını tespit etmiştir.

Anderson ve Dekker (2009) yürütmüş oldukları çalışmada, maliyet yönetimi uygulamalarının işletmelerin kârlarını maksimize etme noktasında önemli bir araç olduğu ifade edilmiştir.

Hsu ve Qu, (2012) hastaneler üzerinde yaptıkları çalışmada, pazar payı yüksek olan hastanelerin maliyet liderliği stratejisi ile maliyet-gelir arttırma ilişkisi üzerine yoğunlaştıklarını tespit etmişlerdir. Bu bağlamda, uygulanacak stratejik maliyet yönetimi teknikleri sektörel, bölgesel ve zamansal olarak farklılıklar göstereceği anlaşılmaktadır.

Vargün ve Doğan (2020) ise, araştırmayı yürütmüş oldukları özel hastanelerin stratejik maliyet yönetim sistemlerini çok iyi bilmediklerini ve bu sistemlerin önemli bir bölümünü kullanmadıklarını tespit etmişlerdir.

Freedman, (1993) yapmış olduğu çalışmada, geleneksel maliyet yönetiminin maliyetleri azaltmadığını ifade etmiştir. Bunu bir örnek ile desteklemiştir. Örnek olarak, personel azaltma ile elde edilecek tasarrufun diğer faaliyet süreçlerindeki harcamalarda artışa neden olacağını göstermiştir.

Özçelik ve Yağmurlu (2020) BİST imalat sanayi işletmelerinde yürüttükleri çalışmada, işletmelerde stratejik maliyet yönetim yaklaşımları

olarak, kalite maliyet sistemi, kaizen maliyetleme, faaliyet tabanlı maliyetleme, hedef maliyetleme yaklaşımlarının kullanım oranının yüksek olduğu, mamul yaşam döneminde maliyetleme yaklaşımının kullanım oranının oldukça düşük olduğunu tespit etmişlerdir.

Oral (2013) yürütmüş olduğu çalışmanın sonucunda, genel üretim maliyetlerinin hem geleneksel hem de stratejik maliyet yönetimi açısından karşılaştırmalı analizini yapmıştır. Bu analiz sonucunda geleneksel maliyet yönetimi anlayışının yeni üretim tekniklerinde genel üretim maliyetlerini belirlemede ve mamullere yüklemeye hatalı sonuçlar doğurduğunu tespit etmiştir.

Sarıdoğan (2013) ise, lojistik sektöründe modern maliyet yönetimi yaklaşımları ile Porter'ın rekabet stratejilerinin kârlılığı arttırmak amacı ile uygulanabileceğini tespit etmiştir.

Pavlatos (2018); stratejik maliyet yönetimi uygulamaları ile işletme performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Tünel (2014) ise araştırmasının sonucunda, geleneksel maliyetleme yöntemine göre stratejik maliyet yönetimi yaklaşımlarının kârlılık üzerinde daha etkili olduğunu tespit etmiştir.

Dağlı (2017); hedef maliyetleme yönteminin ile kaizen maliyetleme arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca, ürün/hizmet yaşam seyri maliyetlemenin maliyet etkinliği arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Araştırmaların sonuçları bağlamında, stratejik maliyet yönetimi uygulamalarının hem üretim hem de hizmet sektöründe uygulanabileceği anlaşılmaktadır. Kavramın çoğunlukla işletme performansı ve kârlılık ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Her iki durum içinde stratejik maliyet yönetimi uygulamalarının fayda sağladığı ifade edilmektedir. Bununla birlikte stratejik maliyet yönetimi yaklaşımının öncelikle işletme üst yönetimi tarafından benimsenmesi gerekmektedir. Ayrıca işletme yöneticilerinin stratejik bir bakışa sahip olması gerektiği ifade edilmiştir. Entelektüel sermayenin de stratejik maliyet yönetimi uygulamalarının başarısını etkileyen bir unsur olarak ifade edildiği görülmektedir.

## SONUÇ

Stratejik maliyet yönetimi kavramı, 1980'li yıllarda ortaya çıkan ve önemi artarak günümüze kadar gelen işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerini sağlayan modern bir yönetim tekniğidir. Bu yönetim tekniğinin amacı, işletmeleri rekabetin şiddetli olduğu pazarlarda gelirlerini arttırarak uzun yaşam süreleri elde etmelerini sağlamaktır. Bilindiği üzere, işletmelerin tüketicilere sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerin

maliyetleri işletmenin gelirlerini ve dolayısıyla kârlılıklarını önemli düzeyde etkilemektedir. Bu nedenle ürün ve hizmetlerin maliyetleri, işletmenin kârlılığını arttıracak tüm unsurlar ile beraber değerlendirilip hesaplanmalıdır. Kısa vadeli düşünce biçimi ve dar bir bakış açısı ile maliyetleri hesaplanması kısa süreli faydalar sağlasa da uzun dönem de aynı faydaları sağlamayacağı ifade edilmektedir. Bu bağlamda stratejik maliyet yönetimi, içerisinde stratejik teknik ve yaklaşımları barındıran, uzun dönemi dikkate alan ve geniş bir bakış açısı ile işletmenin tüm çevresini dikkate alması gerektiği modern bir yönetim yaklaşımıdır.

Yazında, maliyet yönetimi kavramına stratejik bir boyut eklendiği ve stratejik maliyet yönetimi kavramının ortaya çıktığı görülmektedir. Stratejik maliyet yönetiminin nasıl yürütüleceği ile ilgili farklı teknik ve yaklaşımların ortaya konulduğu görülmektedir. Çalışmamız sırasında, derinlemesine incelenen çalışmaların çoğunda 3 teknik ve 4 yaklaşım üzerinde durulmuştur. Sürecin yürütülmesi sırasında değer zinciri, maliyet belirleme ve stratejik konumlandırma analizlerinin yapılması önerilmiştir. Bununla birlikte, faaliyet tabanlı maliyetleme, hedef maliyetleme, kaizen maliyetleme ve mamul yaşam seyri maliyetleme yaklaşımlarının önemi vurgulanmıştır.

Günümüzde açık sistem olan işletmelerin, çevrelerinden bağımsız olarak hareket etmesi mümkün değildir. Pazara sunacakları hizmet ve ürünlerin doğru pazara, doğru zamanda ve doğru fiyat ile sunulması gerekmektedir. Stratejik olarak rekabet avantajı sağlamak işletmenin çevresini de dikkate alarak stratejik adımlar atması ile mümkün olmaktadır. Bu bağlamda, stratejik maliyet yönetimi ile ilgili yapılan çalışmalarda geleneksel maliyetleme sistemlerin yetersiz kaldığı ifade edilmiştir. Kârlarını ve gelirlerini yükseltmek isteyen işletmelerin maliyetlerini stratejik unsurlar ile beraber yürütmeleri gerektiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, stratejik maliyet yönetiminin işletme performansı, kârlılık, ürün/hizmetlerin sağladığı faydalar ve işletmenin rekabet gücü ile olumlu ilişki içerisinde olduğunu gösteren çalışmalara rastlamak mümkündür. Bu bağlamda, incelenen çalışmaların bulguları ile kavramsal çerçevenin uyum gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca stratejik maliyet yönetimi uygulamalarının hem hizmet hem de üretim işletmelerine uygun bir yönetim şekli olduğu tespit edilmiştir.

Stratejik maliyet yönetiminin başarısında en önemli etkenin işletmelerin üst yönetimi olduğu söylenebilir. Üst yönetimin bu süreci sahiplenmesi ve uygulamalar sırasında gösterecekleri destek yönetim sürecinin kritik başarı faktörü olduğu söylenebilir. Eğer üst yönetim bu sürece gerekli önemi göstermez ve uygulama süreçlerini desteklemez ise stratejik maliyet yönetimi sürecinin başarıyla sonuçlanmasının mümkün olmayacağı ifade edilmektedir. Yapılan bazı çalışmalarda,

yöneticilerin geleneksel maliyetleme sistemleri ile çalışmaya devam ettiği ve stratejik maliyet yönetimi uygulamalarına hakim olmadığı tespit edilmiştir. Bazı çalışmalarda ise bu modern yönetim şeklinin bilindiği ancak eski sistemden vazgeçilmediği ve değişime gidilmediği tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında, stratejik maliyet yönetimi süreçleri; değişimi, yeniliği ve modern yönetim tekniklerini benimseyen tecrübeli yöneticiler ile başarılı sağlayabilir. Bu bağlamda, stratejik maliyet yönetimi süreçlerini yürütecek yöneticilerin seçimi de kritik başarı faktörü olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte işletmenin çalışanları unutulmamalıdır. İşletmenin iç ve dış çevresindeki bilgileri toplayacak, üst yönetime sunacak ve süreci yürütecek olan işletmenin çalışanlarıdır. Bu nedenle işletme yöneticilerinden beklenen özelliklerin çalışanlarda da olması gerekmektedir. Stratejik bakış açısına sahip olmayan yönetici ve çalışanlar ise stratejik maliyet yönetimi süreçlerinin yürütülmesi mümkün olmayacaktır.

Stratejik maliyet yönetiminin bir diğer önemli unsuru ise işletme fonksiyonları arasındaki uyum ve entegrasyondur. Birbirinden bağımsız ve habersiz çalışan fonksiyonların işletmenin stratejilerine olumlu katkılar sağlayacağı söylenemez. Bu nedenle işletme içi fonksiyonlar arasında kuvvetli bir iletişim ve entegrasyon sağlanmalıdır. Bunun için teknolojik yazılımlardan yararlanmak mümkündür. Özellikle işletme süreçlerinin yöneticiler tarafından yakından takip edilebildiği, işletme fonksiyonları arasında koordinasyonu ve iletişim sağlayan çok gelişmiş teknolojik yazılımların olduğu bilinmektedir. Yatırım maliyetleri görece yüksek olan bu yazılımlar uzun vadede işletmeler için önemli faydalar sağlamaktadır. Bu bağlamda işletmelere, stratejik maliyet yönetimi süreçlerine de hizmet edecek bu teknolojik yazılımların kullanımı tavsiye edilebilir.

Gelecek çalışmalar için stratejik maliyet yönetimi uygulamalarının işletme birleşmelerinde nasıl bir rol oynayacağına araştırılması tavsiye edilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akbaş, E. H. (2011). Sanayi İşletmelerinde Stratejik Maliyet Yönetimi. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 4 (2), 107-124.
- Altınbay, A. (2006). *Stratejik Maliyet Yönetimi Yaklaşımlarından Yaşam Seyri Maliyetleme Sisteminin Tasarımı ve Bir Uygulama*. Doktora Tezi. T.C Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Kütahya.
- Anderson, W. S., Dekker, C. H. (2009). Strategic Cost Management in Supply Chains, Part 2: Executional Cost Management. *Accounting Horizons*, 23(3), 289-305.
- Avcı, Ç. (2014). *Sürdürülebilirlik Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi. T.C Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Programı. Bayburt.
- Ayvaz, E. (2017). Stratejik Maliyet Yönetimi ve İş Zekâsı. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 8(28), 7-25.
- Bekçi, İ., Özal, H. (2010). Stratejik Maliyet Yönetiminin Sağlık Sektöründe Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 2(3), 78-97.
- Bekçioğlu, S., Köroğlu, Ç. (2013). 20. Yüzyılın Sonunda Maliyet Muhasebesinin Yerine Geçen Yeni Bir Yaklaşım: Stratejik Maliyet Yöntemi. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (4), 50-72.
- Bengü, H. (2005). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminde Faaliyet Seviyelerinde Maliyet Uygulaması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (25), 186-194.
- Büyükkşalvarcı, A. (2006). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Bankalarda Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(9), 160-180.
- Cengiz, E. (2011). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Arasındaki Farklar-Bir Mobilya Üreticisi Firmada Vaka Çalışması, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (50), 33-58.
- Cheng, S. J., Lin, I. (2018). Empirical Research on the Power of Decision-Making in Strategic Cost Management and Corporation Competitiveness-The Case Study of Taiwan Enterprises. *The International Journal of organizational Innovation*, 11(1), 1-24.
- Choudhary, P., Hamid, B. S. (2017). Study on Strategic Cost Management in Fast Moving Consumer Goods Company. *Journal of Commerce & Accounting Research*, 6(2), 29-39.
- Cugini, A., Antonella Caru, A., Zerbini, F. (2007). The Cost of Customer Satisfaction: A Framework for Strategic Cost Management in Service Industries. *European Accounting Review*, 16(3), 499-530.

- Dağlı, M. (2017). *Stratejik Maliyet Yönetiminin Kurumsal Rekabet Gücü Üzerindeki Yansımaları: Sağlık Sektöründe Bir Model Geliştirme*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Ellram, M. L., Siferd, P. S. (1998). Total Cost of Ownership: A Key Concept in Strategic Cost Management Decisions. *Journal of Business Logistics*, 19(1), 55-84.
- Eser, K. (2009). *Konaklama İşletmelerinde Stratejik Maliyet Yönetimi ve Karlılık İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Karaman.
- Ewert, R., Ernst, C. (1999). Target Costing, Co-Ordination and Strategic Cost Management, *The European Accounting Review*, 8(1), 23-49.
- Freedman, M. (1993). Strategic Cost Management. *Journal of Strategic Change*, 2, 261-265.
- Fu, Y. (2007). Strategic Cost Management in E-Supply Chain. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 2(1), 89-119.
- Gersil, A. (2006). *Stratejik Maliyet Yönetimi Kapsamında Ürün Yaşam Seyri Maliyet Yönteminin Analizi ve Bir İşletme Uygulaması*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Ankara.
- Hsu, H. S., Qu, Q. S. (2012). Strategic Cost Management and Institutional Changes in Hospitals. *European Accounting Review*, 21(3), 499-531.
- Karığın, S. (2013). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Yükselişi ve Düşüşü. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (58), 21-40.
- Koçakoğlu, Ö. (2012). *Stratejik Maliyet Yönetimi Yaklaşımlarından Mamul Yaşam Dönemi Maliyetleme Yönteminin Analizi ve Bir Örnek Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Şanlıurfa.
- Köroğlu, Ç. (2012). *Stratejik Maliyet Yönetimi Kapsamında Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Analizi ve Bir Otel İşletmesinde Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. Aydın.
- Kumar, A., Nagpal, S. (2011). Strategic Cost Management – Suggested Framework for 21st Century. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 5(2), 118-130.
- Kurtlar, M., Atış, C. (2020). Lojistik İşletmelerinde Ortaya Çıkan Maliyetlerin Stratejik Maliyet Yaklaşımları Açısından Karşılaştırılması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22(1), 38-64.
- Okur, S. (2019). *Stratejik Maliyet Yönetimi Aracı Olarak Değer Zinciri Analizi: Kapadokya Bölgesi Uygulama Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. Nevşehir

Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Nevşehir.

- Oral, T. (2013). *Stratejik Maliyet Yönetimi Açısından Genel Üretim Maliyetleri Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe-Finansman Bilim Dalı. Malatya.
- Özçelik, H., Yağmurlu, N. (2020). Stratejik Maliyet Yönetimi Uygulamalarını Etkileyen Faktörler: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 13(1), 73-91.
- Özçelik, H., Yağmurlu, N. (2019). Değer Zinciri Analizinin Stratejik Maliyet Yönetimi Yaklaşımları Üzerindeki Etkileri: BİST İmalat Sanayi Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi Özel Sayı*, 313-328.
- Pavlatos, O. (2018). Strategic Cost Management, Contingent Factors and Performance in Services. *Accounting and Management Information Systems*, 17(2), 215-233.
- Sarıdoğan, A. A. (2013). Lojistik Sektöründe Rekabet Gücü Odaklı Stratejik Maliyet Yönetimi. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 2(2), 69-95.
- Sarıkaya, B. (2008). *4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Yönetim Planlaması Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Aydın.
- Shank, K. J., Govindarajan, V. (1992). Strategic Cost Management: The Value Chain Perspective, *Journal of Management Accounting Research*, 4, 179-197.
- Taleghani, M. (2017). Synergistic Role of Balanced Scorecard/Activity Based Costing and Goal Programming Combined Model on Strategic Cost Management. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 586-593.
- Terzi, S. (2009). *Endüstri İşletmelerinde Transfer Fiyatlama Sistemi ve Performans Ölçümünün Stratejik Maliyet Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi ve Bir Uygulama Örneği*. Doktora Tezi. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı. İstanbul.
- Tünel, K. R. (2014). *Stratejik Maliyet Yönetimi ve Kârlilik İlişkisi - Bist'e Kote Bir Gıda İşletmesi Üzerine Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Ankara.
- Vargün, H. Doğan, M. (2020). Stratejik Maliyet Yönetim Sistemlerinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Durum Analizi: Hastane İşletmeleri Örneği. *Mali Çözüm*, 30(157), 145-161.



- Yağmurlu, N. (2018). *İmalat Sanayiinde Stratejik Maliyet Yönetimi Uygulamaları ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma*. Doktora Tezi. T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Isparta.
- Yalçın, S. (2006). Rekabet Avantajı Sağlamada Stratejik Maliyet Yönetiminin Muhasebe Uygulamalarıyla İlişkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 15-34.
- Yüzbaşıoğlu, N. (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim ve Planlama Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi ve Enstrümanları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 387-410.



# Bölüm 9

## ANADOLU BASINININ (ORTA KARADENİZ BÖLGESİ YEREL BASINININ) SORUNLARI VE ÇÖZÜMLER\*

*Nurettin İMRE<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> **Dr. Öğretim Üyesi**, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Kemaliye Hacı Ali Akın Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
e-posta: nimre@erzincan.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7385-5294

Bu kitap bölümü; yazarı tarafından İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Anadilim Dalı'nda aynı adla hazırlanan Doktora Tezi temel alınarak hazırlanmıştır. Tez Danışmanı: Prof. Dr. Kayıhan İÇEL, İstanbul - 1988.



## GİRİŞ

Matbaanın ÷lkemize Avrupa'dan üç yüz yıl sonra girişinin ardından yaşanan çeşitli gelişme ve aşamaların etkisiyle özellikle Cumhuriyet'in kuruluşu öncesinde başlayarak yaygınlaşan basın ortamları içerisinde yaşadığı tüm sorunlara rağmen Anadolu basını kendine özgün bir yer bularak Kurtuluş Savaşı süreci de dâhil olmak üzere önemli işlevler üstlenerek halkı bilgilendirme ve aydınlatma görevini yerine getirmiştir.

İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük kentlerin dışında kalan yerlerdeki basın faaliyetlerini ve mecralarını ifade eden basın faaliyetleri özellikle Kurtuluş Savaşı ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş yıllarında önemli işlevler üstlenmiş, Gazi Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde yürütölen Milli Mücadele'nin gerçekleştirilmesinde bilgi yayma, iletişim ve kamuoyu oluşturma işlevleriyle katkılar sunmuş, destek vermiştir. Cumhuriyet sonrasında da bu işlevlerini sürdüren Anadolu basını; ilgisizlik, makine ve teknik olanakların yetersizliği ve imkânsızlıklara rağmen halkı bilgilendirme işlevini sürdürmeye devam etmiştir. Ancak; zamanla gelişen yenilikler, toplumsal ve ekonomik koşullar karşısında merkez basının bunlara ayak uydurmasına karşın, Anadolu basını, etkisi bugün de hissedölen sorunlar ve sonuçlar yaşamış, tüm bunlara rağmen ayakta kalma mücadelesi vermiştir.

Türk basın tarihi ve haberleşme özgürlüğü temelinde; Amasya, Çorum, Ordu, Samsun ve Tokat il ve ilçelerini kapsayan Orta Karadeniz Bölgesi yerel basın organlarının Anadolu basını içerisindeki yeri, yaşadığı sorunlar ve çözüm önerilerini kapsayan bu çalışma, ilgi bölge ve kentlerin kültürel ve toplumsal yaşamlarının işlevsel bir parçası olabölmüş basın organlarının görünümü ve gelişimlerinin anlaşılabilmesi açısından önemli bilgi ve veriler de içermektedir. Nitekim bu araştırma kapsamında yazar tarafından; Orta Karadeniz Bölgesi'nde beş ili kapsayan bir anket çalışması gerçekleştirilerek (1987) bu kentlerdeki basın organlarının genel özellikleri ve sorunları alanda araştırılmış, bu veriler ışığında çözüm önerileri sunulmuştur.

### 1. TÜRK BASININ TARİHÇESİ

Ülkemizde basının tarihse yolculuğunda Avrupa'dan üç yüz yıl sonra başlayan basım tekniğinin varlığını belirtmek gerekiyor. Daha önce el ile yazılan kitaplar, Osmanlı padişahı III. Ahmed'in Sadrazamı Damat İbrahim Paşa'nın izniyle girişimci kişiliğı ile tanınan İbrahim Müteferrika'nın Sultan Selim'deki evinde kurulan basımevinde yayınlanmaya başlamıştır. Bu önemli gelişmede 28 Çelebizade Sait Efendi'nin de katkısı değerli olmuştur. Kurulan matbaada çeşitli türlerde eserler basılmış, bu gelişme pek çok sonuç doğurmuş, sonraki yeni gelişmeleri etkilemiştir.

Bu etkileşimin önemli girişimlerinden biri de Osmanlı İmparatorluğu'nun resmi gazetesi niteliğindeki *Takvim-i Vakayi Gazetesi*'nin yayınlanması olmuştur. Gazete devrimci bir padişah olan II.Mahmud'un çabası ile 11 Kasım 1831 yılında yayınlanmıştır. Bu girişimi 1840 yılında yayınlanmaya başlayan yarı resmi nitelikteki *Ceride-i Havadis* izlemiştir. Ardından da 1860 yılında Ağâh Efendi tarafından *Tercüman-ı Ahval Gazetesi* yayınlanmıştır. (Topuz, 1973:10-12) Bu gazete devletin yönetimi dışında yayınlanan ilk özel girişim yayını olarak dikkat çekmektedir.

II.Meşrutiyet Dönemi 23 Temmuz 1908'de II.Abdülhamid tarafından ilan edilmek zorunda kalan Kanun-i Esasi'nin de etkisiyle gazete sayısının ve çeşitliliğinin arttığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde birçok mizah gazetesi de yayınlanmaya başlamıştır. 24 Temmuz'da kutlanan "Gazeteciler Bayramı" bu dönemin gelişmelerine işaret eder. İlan edilen Kanunu-i Esasi'nin uygulanmasıyla basın yaşamında yeni bir dönem başlamış, kısa bir süre içerisinde 200 civarında gazete yayınlanmış olsa da, bu ayı 1910'da 130'a kadar düşmüştür. Bu dönemde; Hukuk-i Umumiye, Serbesti, Mizan ve azınlıklar tarafından yayınlanan Saday-ı Millet Gazetesi önemli yayınlardır. 31 Mart Olayı ve ardından İstanbul'a giren Hareket Ordusunca bastırılması üzerine Abdülhamid'in yerine Mehmet Reşat geçirilmiş, bu sırada askeri yönetim iş başına geçerek yayın hayatına sansür konulmuştur. (Öztoprak, 1981: 6-8) Dönemin ilk Matbuat Müdürü Mehmet Tevfik Bey'dir. Gazetelerin çoğalması ve çeşitlenmesi karşısında hükümet Matbuat Kanunu'nu değiştirmek gereğini duydu. Bu dönemde Matbuat Müdürlüğü, Dahiliye Nezareti'ne bağlanır. (Kardeş,1980: 56) Dönemin Matbuat Kanunu'nda hukuki ve cezai sorumluluk sorumlu müdür, yazar, gazeteyi basan, bayi ve satıcı da idi. Sorumlu Müdür "fail" sıfatıyla başlıca mes'uldü. Gazete sahibi ise para cezasıyla mahkum edilebilirdi. Gazete sahipleri için kefalet parası 500, vilayetlerde ise 100 lira idi. Siyasi dergiler de sırasıyla 200 ve 500 liralık kefalet parasına tabi idi. 1913'de Hariciye Nezareti'ne bağlı Matbuat-ı Ecnebiye Müdürlüğü ile Dâhiliye Nezareti'ne bağlı Matbuat-ı Dahiliye müdürlüğü birleştirilerek Matbuat Genel Müdürlüğü kurulmuştur. (Öztoprak, 1981:6-8)

Milli Mücadele'nin doğup gelişmesiyle eş zamanlı olarak; Anadolu'da çıkmakta olan gazete ve dergileri ifade eden "Milli Mücadele" ya da "Anadolu Basını" da doğmuş ve yaygınlaşmıştır. Anadolu'da Milli Mücadele ve Kurtuluş Savaşı boyunca birçok imkânsızlık ve sorun içerisinde var olan gazete ve dergiler; kâğıt, mürekkep, matbaa harflerinin sınırlı ölçüde temin edilebildiği bir ortamda, en basit baskı araçlarıyla "Eser-i Cedid" denilen yazı kâğıtlarına veya ambalaj kâğıtlarına basılmış, boylarının küçüldüğü, sayfalarının azaldığı üretimler gerçekleştirilmiştir. Baskı makineleri at ve öküz arabaları ile ilden ile taşınmış ve en ilkel

koşullar altında gazeteler yayınlanmıştır. Tüm bu sorunlara işgal makamlarının ağır baskıları da eklenmiş, basın alanında da zor ve şanlı bir mücadele verilmiştir. (Topuz, 1973:127) İzmir’de *Hukuk-u Beşer Gazetesi* Başyazarı Osman Nevres’in (Takma adı Hasan Tahsin) 1919 yılı Mayıs’ında Kordonboyunda karaya çıkan Yunan askerlerine attığı kurşunla birlikte Anadolu Basınının düşmana karşı ilk eylemsel direnişi başlamıştır. Osman Nevres gazetede yazdığı yazılarında da düşmana karşı direnişi savunuyordu. Kendisi olay sırasında Yunan askerleri tarafından şehit edildi. Hasan Tahsin ilk kıvılcımı yakmıştı. Bu bir başlangıç oldu. Yunan askerleri İzmir’de çıkan gazetelerin de basıldığı basımevini basarak her şeyi yok ettiler. (Öztoprak, 1981:16-18)

Anadolu Basınının mücadelesi Milli Mücadele’nin sonrasında verilen Kurtuluş Savaşı sürecinde de sürdü. Bu dönemin ilk gazetesi Mustafa Kemal Atatürk’ün Sivas’a geldiği 14 Eylül 1919 tarihinde yayınlanmaya başlayan *İrade-i Milliye*’dir. Bu tarih Anadolu gazetelerinin Basın Bayramı olarak kutladığı bir öneme sahiptir artık. 1922 yılı sonuna kadar yayınıni sürdüren gazetenin ardından, 10 Ocak 1920’de, Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin (TBMM) yarı resmi yayın organı niteliğindeki *Hâkimiyet-i Milliye Gazetesi* Atatürk’ün başyazarı ile yayınlanır. Daha sonraları *Ulus* adını alan gazete uzun süre yayınlanmaya devam etmiştir. Bu dönemde Anadolu’nun pek çok kentinde yayınlanan gazeteler yerel halkı bilgilendirme, kamuoyu oluşturma ve farkındalık yaratma işlevlerini üstlenmişlerdir. 25 Aralık 1919 yılında Konya’da yayınlanmaya başlayan *Babalık Gazetesi* 1951 yılına kadar yaşamını devam ettirmiş, verilen kurtuluş mücadelesini bütün gücüyle desteklemiştir. Erzurum’da 1913-1921 Mart ayı arasında yayınlanan *Albayrak Gazetesi* kongreler döneminin *İrade-i Milliye Gazetesi*’yle birlikte en önemli tarihi kaynaklar arasında yer almaktadır. Dönemin ön plana çıkan diğer gazeteleri ise; *Öğüt* (Afyonkarahisar); *Açıksöz* (Kastamonu, Doğru Söz); *İzmir’e Doğru* (Balıkesir); *Yeni Gün* (İstanbul, İnebolu, Ankara, 1921-1924, 7 Mayıs 1924 tarihinde Atatürk’ün isteğiyle Cumhuriyet adını alır); *Yeni Adana* (Adana), *İstikbal* (Trabzon); *Küçük Mecmua* (Diyarbakır); *Emel* (Amasya); *Ahali* (Edirne); *Işık* (Giresun); *Ahali* (Samsun); *Anadolu* (Antalya); *Satvet-i Milliye* (Elazığ); *Amal-ı Milliye* (Maraş); *Dertli* (Bolu); *Yeşil Yuva* (Artvin) (Topuz, 1973:128-129; Öztoprak, 1981:20-22)

Cumhuriyet’in ilanı ve sonrasındaki yıllarda Atatürk’ün liderliği ve girişimleri ile basın alanında pek çok yenilik yaşama geçirilmiştir. Kurtuluş Savaşı sırasında gerek İstanbul Hükümeti’ni gerekse de Milli Hükümet hareketini halka yaymak için çalışan basın organlarının ortaya çıkışı ve yürüttükleri çalışmalar önemli deneyimler sayılarak yeni çalışmalar birer birer yaşama geçirilmiştir. Ankara’da 1922 yılında Matbuat Umum Müdürlüğü, 6 Nisan 1920’de kurulan Anadolu Ajansı sonradan Ulus

adını alacak Hâkimiyet-i Milliyet Gazetesi bu deneyimlerin ürünü olarak dikkat çekmektedir. Cumhuriyet devrinde basın genellikle reformları desteklemiş, bu arada muhalefet ve isyan teşebbüsleri sonucunda basını dikkatli olmaya götürecek tedbirler alınmıştır. (Arı, 1971:139). 29 Ekim 1923’de Cumhuriyetin ilanı ile birlikte basın alanında da önemli gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. 20 Nisan 1924 tarihinde kabul edilen Teşkilat-ı Esasiye Kanunu’nun basın özgürlüğünü tanımlayan 77.maddesi bu dönemin önemli gelişmelerinden biri olmuştur. Cumhuriyet’in ilanından beri Matbuat Umum Müdürlüğü’nce çıkarılan Resmi Ceride 1 Haziran 1927’de Başvekalet’e bağlı olarak kurulan Müdevvenat Müdürlüğü tarafından yayınlanmaya başlamış, aynı yıl Küçükleri Zarar (muzır) Neşriyattan Koruma Kanunu çıkarılmıştır. (Oral, 1973:120) Cumhuriyet’in getirdiği demokrasi ve özgürlük iklimiyle birlikte tüm yurttaki kentlerde yepyeni gazete ve dergiler yayınlanmaya başlamış, Anadolu Basını için yeni bir dönem başlamıştır. 1 Kasım 1928 tarihinde 1353 sayılı “Yeni Türk Harflerinin Kabul ve Tatbiki Hakkında Kanun”un kabul edilmesi basın ve yayın ortamlarında radikal bir dönüşümün de başlangıcını teşkil etmiş, kabul edilen Latin harfleri basın organlarının yaşama geçirilmeye başlanmıştır. 25 Mayıs 1935 tarihinde Ankara’da ilk Basın Kongresi toplanmış; basın ile Basın Genel Direktörlüğü arasında işbirliğinin geliştirilmesi, basının kültür yayma sorumluluğunun etkin biçimde gerçekleştirmesinin sağlanması ve Basın Birliği kurulması değerlendirilmiştir. (BYGM, 1935:3-4) Kongrenin ardından önce 2 Haziran 1938 tarihinde Türk Basın Birliği Kanunu yürürlüğe girmiş, ardından da 1939 yılında Basın Birliği kurulmuştur. (Topuz, 1973:230)

10 Kasım 1938 tarihinde Atatürk’ün ölümünün ardından 1939 yılında Kurulan Basın Birliği, II. Dünya Savaşı’nın etkisi, gazeteciler için Basın Kartı Nizamnamesinin hazırlanışı, savaş nedeniyle yaşanan kâğıt ve malzeme sıkıntısı, Demokrat Parti yılları, dağıtılan Basın Birliği’nin yerine 1946 yılında kurulan Gazeteciler Cemiyeti, demokrasi talebinin etkisiyle siyasallaşmaya başlayan basın organları 1938-1950 yıllarının önemli gelişmeleridir.

Çok partili siyasal yaşam Türkiye’de basına yönelik olumlu ve olumsuz gelişmeleri birlikte getirmiştir. Savaş sonrası kâğıt ve malzeme ithalatının kolaylaşması, liberalizmin getirdiği kolaylıklar nedeniyle haksız kazanç sahiplerinin doğuşu, sansasyonel habercilik anlayışının başlaması, yani basın aktarmacılığı gibi konular 1950-1960 yıllarına damga vururken, Anadolu basınında Demokrat Parti yanlısı yayınlar çoğalmış, hemen her il ve ilçede niteliksiz gazete ve dergiler yayınlanmaya başlamıştır. Bu dönemin, Türk basınına yaptığı en önemli katkı, demokrasinin gerçek yanlarıyla, düzmece yanlarını ortaya çıkarması olmuştur.



Millî Birlik Komitesi Hükümeti'nin kuruluşuyla başlayan 1960'lı yıllarda basın ve Anadolu Basını açısından önemli gelişmeler yaşanır. Bunlar arasında; 24 Temmuz 1960 tarihinde Basın Bayramı'nın kutlanmasının kabulü, Basın Ahlak Yasası'nın imzalanması, Basın Şeref Divanı'nın kurulması, 10 Ocak 1961 tarihinin “Çalışan Gazeteciler Bayramı” olarak kabul edilmesi, Basın İlan Anadolu Basınına kuruluşu. Bu dönemde; “Komitece gazetelerin alt-üst diye ayırım yapılarak ilan, reklamlar ve kâğıt tahsisatında farklılıklar yaratması üç büyük şehirdeki gazetelerin lehine, ancak Anadolu Basınının aleyhine bir durum yaratmış, Anadolu Basınının üvey evlat muamelesi görmesine yol açmıştır.” (Oral, 1973:240-250)

Gazetecilere sağlanan hakların, işverenler tarafından uygulanamadığı, çeşitli belirsizlikler ve koalisyon hükümetlerinin basına yönelik yaklaşımları sonucunda giderek önemli sorunların yaşandığı 1966-1973 yılları genel olarak basın tarihimiz açısından sorunlu ve belirsizliklerle dolu bir dönemdir. Bu dönemin gelişmeleri daha sonraki yıllarda yaşanacakların habercisi olma niteliği açısından da önemlidir.

## 2. TÜRKİYE'DE HABERLEŞME ÖZGÜRLÜĞÜ

Osmanlı İmparatorluğu döneminde basına ilişkin ilk metin “Matbuat Nizamnamesi” olmuştur. 1864-1909 yılları arasında yürürlükte kalan nizamname; dönemsel yayınların yayınına hükümetin iznine bağlamış, verilen iznin her zaman geri alınabileceğini öngörmüş, hükümdar ve ailesini, nazırları tahkir, dost devletlere ve bunların temsilcilerine karşı yayın gibi bazı suçları işleyen gazetelerin “idari takdir” yoluyla kapatılmasını kabul etmişti. 1876 yılında Birinci Meşrutiyet ilan edilince Kanun-i Esasi'nin 12.maddesine “Matbuat kanun dairesinde serbesttir” hükmü konulmuş ve bu hükme dayanılarak 1877'de Matbuat Kanunu hazırlanmışsa da, Albülhamit bunu yürürlüğe koymamıştır. “1908 yılında tekrar yürürlüğe konulan Kanun-i Esasi'de bu maddeye yeni ekler yapılmış, bazı özel koşullar getirilmiştir.” (İçel, 1985:29)

Cumhuriyet'in ilanından sonra 20 Nisan 1924 tarihli Teşkilat-ı Esasiye Kanunu'nda da benzer hükümler yer almış, sonrasında 25 Temmuz 1931 tarihinde çıkartılan Matbuat Kanunu'na göre, “gazete çıkarmak ve mahallin en büyük mülkiye memuruna kanunun istediği bilgileri içeren bir beyanname vermek” yeterli sayılmakla birlikte bu kanunun 50'nci Maddesi basın özgürlüğünü yok eden hükümler içermekteydi. Bu kanun yerini; çok partili siyasal hayata geçişle birlikte 15.07.1950 tarih ve 5680 sayılı Yeni Basın Kanunu'na bırakacaktı.

Cumhuriyet'in kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün basın hakkındaki görüşleri de konuyla ilgili belirleyici faktörlerdendir. Ona göre basın

umumî hayatta, siyasal hayatta ve cumhuriyetin gelişmesinde büyük görevler üstlenmiştir. Atatürk; zaman zaman basın mensuplarına uyarıda bulunmak ve onlara, özgürlüğün kötüye kullanılmasının doğuracağı zararları belirtmek ihtiyacı duymuştur.

Çok partili siyasal yaşama geçişin bir ürünü olan 5680 sayılı “Basın Kanunu” liberalist görüşün basın özgürlüğü alanındaki genel ilkelerine geniş ölçüde yer veren özgürlükçü bir kanun niteliği taşıyordu. Ancak bu kanunun özgürlükçü görüşü uzun sürmemiş, 1954 yılında yayınlanan 6334 sayılı “Neşir Yoluyla veya Radyo Yolu İle Yahut Toplantılarda İşlenen Bazı Cürümler Hakkında Kanun” şeklinde değiştirilen 6732 sayılı kanun ve yine aynı yıl Basın Kanunu’nu değiştirmek amacıyla çıkarılan 6733 sayılı kanun ile Türkiye’de basın ve haberleşme özgürlüğüne çok şiddetli darbeler indirilmiştir.

Basın özgürlüğünün bu karanlık günleri, 27 Mayıs 1960 darbesine kadar devam etmiş ve Millî Birlik Komitesi, 94 Sayılı Kanun’la 6334 ve 6732 sayılı kanunları yürürlükten kaldırdıktan sonra, 143 sayılı kanunla da Basın Kanunu’nda değişiklik yaparak bazı hükümleri dışında bu kanunun ilk şekline uygun bir rejimi yeniden kurmuştur. 1961 Anayasası ise basın özgürlüğü ve düşünce özgürlüğü alanında anayasal bir düzenleme getirmiştir. (İçel, 1984:35-36)

Kurucu Meclis tarafından kabul olunan ve 24.09.1982 tarihli 2707 sayılı kanuna göre halkoyuna sunulan Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1961 Anayasası’nda olduğu gibi, “haberleşme özgürlüğü” deyimini “posta dokunulmazlığı” veya “özel haberleşme gizliliği” kavramlarını ifade etmek amacıyla kullanmıştır. Bu süreçte; 1960 Anayasası ile başlayan basının kendi kendini kontrol etmesi “Otokontrol” kavramı günümüzde de önemini korumaktadır. Kurulan Basın Konseyi’nin işlevlerinden biri de bu yaklaşımı yaşama geçirmek olarak belirtilmektedir.

### **3. ANADOLU BASINI: GENEL GÖRÜNÜM, SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

#### **3.1 GENEL GÖRÜNÜM**

Anadolu Basını; Kurtuluş Savaşı’ndan bu yana adeta bir yaşam ve ayakta kalma mücadelesi vermiştir. Her dönemde ikinci planda kalmış, üvey evlat muamelesi görmüştür. Anadolu ve Trakya’daki gazeteler küçümsenmemeli, onların da başta bölgelerine ve Türk basınına hizmet ettikleri, katkıda buldukları bilinmeli ve kabul edilmelidir. Çünkü Anadolu Basını; Anadolu insanının gören gözü, konuşan ağzı, işiten kulağıdır. Anadolu Basını, devletle vatandaş arasında iletişim kuran bir köprüdür.

Tüm bu yaklaşımlara rağmen; uygulamada Türk Basını; bütünsel bir yaklaşım yerine Genel (Boyalı Basın) ve Anadolu Basını olarak iki ayrı grupta değerlendirilmektedir. Dağıtım ve okunma alanları açısından ise; “Ulusal”, “Bölgesel” ve “Yerel” olarak üç gruba ayrıldığı görülmektedir. (Tütengil, 1968:2) İstanbul, Ankara ve İzmir’de basılıp tüm yurda dağıtılan, satılan, okunan gazete ve dergiler Ulusal Basın olarak kabul edilmektedir. Ülke çapında dağıtımı ve satışı olmayan ancak belirli bölgelerde etkinlik gösteren basın organları da Bölgesel Basın olarak nitelendirilmekte, bunların dışında kalanlar ise Yerel Basın olarak ifade edilmektedir.

“31 Aralık 1960 tarihi dikkate alınarak hazırlanan bir istatistiğe göre Türkiye’de 1658 gazete ve dergi yayınlanmaktadır. Bu gazete ve dergilerden sadece 638’i İstanbul’da, geri kalanlar da Anadolu’nun türlü şehir ve kasabalarında yayınlanır. Türkiye’de çıkmakta bulunan günlük gazetelerin sayısı 506 olup, bunun ancak 63’ü İstanbul’da yayınlanmaktadır. Bu sayıların ortaya koyduğu ilk gerçek, İstanbul’un dışında kalan merkezlerde, keyfiyetçe olmasa da kemiyet bakımından Türk basınının büyük çoğunluğunun bulunmakta oluşudur. Sadece bu kadarı bile bölge basınının ayrıca üzerinde durulmasını zorunlu kılar” (Tütengil, 1962:3) 1973 yılında “Anadolu’da 64 ilimiz ile tüm kasabalarda 745 gazete yayınlanmaktadır. Bu gazetelerin 391’i günlük, 354’ü periyodik yayın yapan gazetelerdir. (Akcan, 1986: 68) Genel basının yanında bu veriler küçümsenmeyecek değerdedir.

Anadolu Basını, devletin yakın ilgisini ancak 1974’ten itibaren görmeye başlamış, Basın Yayın Genel Müdürlüğü’nün sıcak elini bu yıllardan itibaren hissetmeye başlamıştır. Yine aynı tarihlerde Anadolu Basınıyla yakından ilgilenmek ve bazı acil sorunları çözmek amacıyla Basın Yayın Genel Müdürlüğü içinde “Anadolu Basını Şube Müdürlüğü” kuruldu. Şube Müdürlüğü çalışmaları kapsamında; Destekleme Programı, Bölge Toplantıları, Bülten Yayını gibi alt çalışmaları kapsayan bir Kısa Vadeli Program uygulanmaya başlamıştır. 1974 yılında Basın-yayın Genel Müdürlüğü’nce Anadolu Basınının sorunlarını tespit etmek amacıyla bir anket yapılmış, belirli konularda sorunlar tespit edilmiştir. (Parlemento, hükümet, Basın-İlan Kurumu ve çeşitli kuruluşlara ilişkin sorunlar) Aynı yıl, ilgili müdürlükçe aynı yıl “Anadolu Basını Özendirme Yarışması” başlatılmıştır. (Kasaroğlu, 1974:5-6) Yarışma kapsamında; Türk Dili, Yerel Haber, Fıkra-Makale, Röportaj, Mizanpaj, En Az Dizgi Yanlışı, İnceleme-Araştırma ve Büyük Jüri Özel Ödül kategorilerinde ödüller verilmektedir.

### 3.2 SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

10.03.1974 tarihinde Taşra Gazeteciler Derneği Genel Yönetim Kurulu'nda hükümete sunulmak üzere aşağıda yer alan sorunları içeren bir tebliğ açıklanmıştır:(TGD ve BYGM, 1975:127-129)

• **Baskı ve Dizgi Makinası Sorunu:** Birçok il ve ilçe merkezinde yayınlanan gazeteler çok eski makinalar ile basılıp emek yoğun olarak elle müretteplerce zorluklar içinde dizilmektedir. Bu nedenle; il merkezlerinde birleşerek tek bir gazete çıkaran ve çıkarmak isteyenlere, ithal edecekleri bir baskı makinesi için gümrük muafiyeti veya indirimi uygulanması sağlanmalıdır.

• **Gazete Kâğıdı Sorunu:** Anadolu'da çeşitli imkânsızlıklar içinde çıkan gazetelere ucuz fiyatlı gazete kâğıdı temini.

• **Basına Kredi Önerisi:** Basına günün koşullarına uygun işletme, tesis ve tevsi kredilerin tahsis edilmesi.

• **195 Sayılı Yasada Değişiklik Önerisi:** Basın-İlan Kurumu'nca alınan ve daima çelişkiye düşülen kararların önlenmesi amacıyla Basın-İlan Kurumu genel ve Yönetim Kurullarında derneğin temsil edilmesinin sağlanması amacıyla 195 Sayılı Kanunda değişiklik yapılması.

• **Resmi İlan Konusu:** Resmi ilan ücretlerinin günün şartları ve fiyat ayarlamaları dikkate alınarak düzenlenmesi. Bu kapsamda; kamu sektörü özel reklamlarının adaletli bir sisteme göre dağıtılması, İl İdaresi ve Belediyelerin bütçe, bilanço ve meclis kararlarının özetlerinin il merkezinde çıkan ve ilan alma niteliğindeki en z iki gazetede yayınlanması zorunluluğuna uymalarının sağlanması.

• **Diğer:** Çalışanların güvenliğini sağlayacak, işçi ve işveren ilişkilerini en adaletli bir şekilde çözümleyecek, çıraklık, kalfalık ve ustalık kanununun acilen çıkarılması.

Yine; Basın-Yayın Genel Müdürlüğü ve Anadolu Basın Birliği ile ortaklaşa Anadolu Basını Bölge Toplantıları da yapılmakta, bu toplantılardan çıkan sonuç ve kararlar kitap haline getirilerek Anadolu Basını mensuplarına gönderilmektedir.

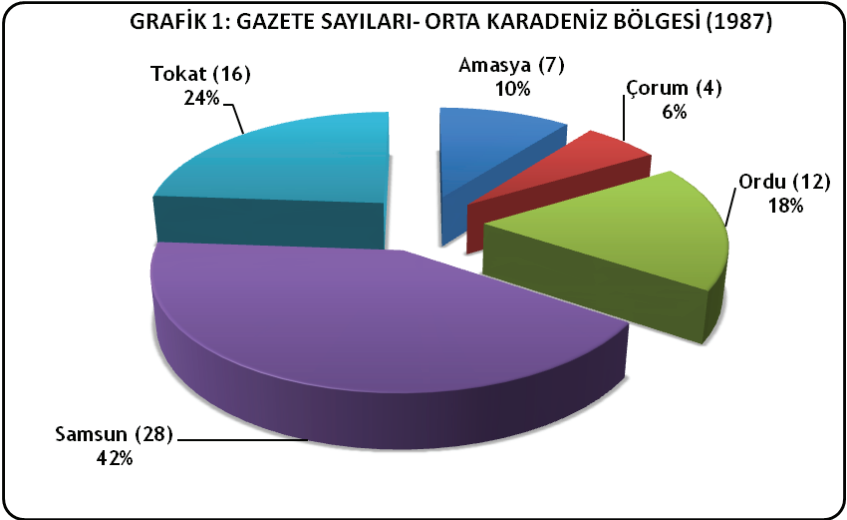
Geçmişte kendi başlarının çaresine bakan, yaşama mücadelesi veren Anadolu Basını mensupları o günlerin sahipsizliğinden kurtulmak üzere birleşerek 1977 yılında Anadolu Basın Birliği'ni kurdular.

## 4. ORTA KARADENİZ BÖLGESİ YEREL GAZETELERİ: GENEL GÖRÜNÜM, SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

### 4.1 GENEL GÖRÜNÜM

Anadolu Basınıni temsilen Amasya, Çorum, Ordu, Samsun ve Tokat il ve ilçelerini kapsayan Orta Karadeniz Bölgesi yerel basın organlarının genel görünümü, yaşadığı sorunlar ve çözüm önerilerini ortaya çıkarmak üzere Basın-Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü'nün “Anadolu Basını 1985 Yılı Kataloğunda ilgili kentlerde yer alan gazetelerle bir buçuk yıl süren bir anket çalışması yürütülmüştür.

Anket çalışması kapsamında; 1985 yılında yukarıda belirtilen beş ilimizdeki toplam gazete sayısının toplam 69 adet olduğu, ancak anket uygulama sürecinde çeşitli nedenlerle kapanan ve yeni yayınlanan gazeteler dikkate alındığında toplam 67 gazetenin yayın yaşamını devam ettirdiği tespit edilmiştir. İlgili tarihte yayını sürdüren gazetelerin illere göre dağılımları aşağıda Grafik 1’de yer almaktadır:



Anket uygulaması kapsamında; Orta Karadeniz Bölgesi illerindeki basın organlarının il bazındaki yayın periyodu, dizgi çeşidi, baskı çeşidi, gazete sahibi ve yöneticilerinin öğrenim durumları, gazetelerde çalışan eleman sayıları ve öğrenim durumları, gazetelerin toplam tirajı ve toplam muhabir sayılarına ilişkin veriler edinilmiş, tüm illerin toplu bilgileri aşağıda yer alan Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1: Orta Karadeniz Bölgesi İllerindeki Gazetelerin Temel Göstergeleri**

BİLGİBAPLIKLARI	ORTA KARADENİZ BÖLGESİLLERİ				
	AMASYA	ÇORUM	ORDU	SAMSUN	TOKAT
<b>YAYIN SÜRESİNE GÖRE DAĞILIMI</b>					
Günlük	1	2	2	8	3
Haftalık	4		8	10	12
Haftanın Belirli Günleri (2 gün)	2				
Haftanın Belirli Günleri (3 gün)		2			
On Beş Günlük				5	1
Aylık				5	
Belirsiz			2		
<b>Toplam</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>28</b>	<b>16</b>
<b>GAZETENİN DİZGİYE ALIŞI</b>					
Otomatik Makine			1		
Makine		2	2	17	4
Elle	7	2	7	11	12
Belirsiz			2		
<b>GAZETENİN BASKI ÇEŞİTLİLİĞİ</b>					
Otomatik Makine	2		3	9	2
Motorlu Pedal	3	2	4	1	4
Tipo	2	2	3	13	10
Ofset				5	
<b>GAZETE SAHİBİNE YÖNETİCİLERİNİN ÖĞRENİM DURUMLARI</b>					
Yüksek	7			4	8
Ortaokul	5		2	4	3
Lise ve Dengi Okul	4	1	3	15	3
Yüksekokul veya Fakülte		1	3	6	4
Belirsiz		2	4		
<b>GAZETELERDE ÇALIŞAN PERSONEL SAYISI VE ÖĞRENİM DURUMLARI</b>					
Yüksek	7	9	18	34	34
Ortaokul	5	4	11	45	6
Lise ve Dengi Okul	13	6	12	48	10
Yüksekokul veya Fakülte	4	3	6	13	8
Belirsiz			4		
<b>Toplam</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	<b>51</b>	<b>140</b>	<b>58</b>
<b>GAZETELERİN TOPLAM TIRAJI</b>					
Günlük	500	1.900	1.500	5.500	1.150
Haftalık	4.260	750	5.000	7.000	5.900
On Beş Günlük				30.000	500
Aylık				21.000	
Diğer			1.000		
<b>GAZETELERDEKİ TOPLAM MUHABİR SAYISI</b>	<b>16</b>	<b>51</b>	<b>32</b>	<b>107</b>	<b>49</b>

## 4.2 SORUNLAR VE TALEPLER

Bu bölümde öncelikle Tablo 1’de yer alan Orta Karadeniz Bölgesi illerindeki gazetelerin yaşadığı temel sorunlar il bazında değerlendirilecektir. Yürütülen anket çalışmasının verileri ışığında belirtilen temel sorunlar ve kimi öneriler aşağıda sunulmuştur.

Amasya ilindeki gazeteler resmi ve özel ilanla yaşamaya mecbur bırakılmakta, kalifiye personel ve ekonomik sıkıntılar yaşamakta, kâğıt fiyatlarının sürekli artış göstermesi de gazeteleri zor duruma düşürmektedir. Devletin daha çok ilgi göstermesi, resmi ilan sayısının artırılarak ikiden dört adete çıkartılması beklenmektedir.

Çorum ilinde makine ve personel açısından sıkıntılar yaşandığı, fotoğrafı yayınlarda klişe sorunlarının var olduğu görülmektedir. Yine bu ilimizde de tıpkı Amasya’da olduğu gibi gazete kâğıdına gelen zamlar ve devlet desteğinin yeterli olmayışı dile getirilmekte, basın kartlarının yeterlikten uzak kişiler tarafından verildiği anlaşılmaktadır. Yaşanan sorunlara çözümler bulmada kamu kuruluşları ve basın kuruluşları arasında yaptırım gücüne sahip basın birliği gibi örgütlenmelerin gerekliliğine işaret edilmektedir.

Nitelikli personel sıkıntısının yaşandığı Ordu’da, diğer illerle benzer biçimde kâğıt fiyatlarına yapılan zamlar, gazetelerin makine ithal etmede ve devlet kredilerinden yararlanma olanaklarındaki sorunlar, yörede çıkan tescil ilanlarının diğer gazetelerde yayınlanıyor oluşu dile getirilmekte, Basın İlan Kurumu’nun aldığı 984/87 sayılı kararın Anadolu Basını üzerindeki olumsuz etkisinin giderilmesi, halkın ilde çıkan gazetelere abone olmalarının özendirilmesi yararlı bulunmaktadır.

Samsun’da 50-100 adet basılıp, ücretsiz dağıtılan gazetelerin diğer gazetelerde yayınlanan yazılardan derlenerek hazırlandığı düşünülmekte, yetersiz baskı teknik olanaklarının varlığı, nitelikli personelin azlığı, kâğıt fiyatları, kredi verilmemesi ve güçlü bir örgütlenmenin olmayışı dile getirilmektedir. İlçelerdeki ilanların o ilçede yayın yapan gazetelere verilmemesi, gelir azaltan bir durum oluşturmakta, haber kaynaklarının il yönetimlerince yerel basını daha çok içerecek biçimde adaletli biçimde paylaşılması, muhabirlerin sigortalı olması, gazeteciliği istismar ederek şantaj yoluyla menfaat sağlayanların engellenmesi, yetkili kişi ve kurumların yerel basının sorunlarına daha duyarlı davranması, gazete basımına ehliyet ve liyakat ölçütlerinin getirilmesinin yararlı olacağı vurgulanmaktadır.

Diğer illerde yaşanan sorunların var olduğu Tokat’ta; düşük faizli kredilerin verilmeyişi, kâğıt fiyatları, yerel yöneticilerden haber almada yaşanan eksiklikler, teknik malzeme sıkıntısı, genel basınla yerel basın arasında ayırım yapılması, maliyet ve gümrük sorunları yaşandığı anlaşılmaktadır. Yeni çıkan Basın Kartı Yönetmeliği hakkındaki bilgi yetersizlikleri, gazetelerin ticari bir organ olarak görülmesi ve sorunların çözümüne ilişkin umutsuzlukların da var olduğu dile getirilmektedir. İldeki gazeteler; lojistik avantaj sağlama açısından, SEKA’nın Sivas-Samsun arasındaki bir ilde satış mağazası açmasını, eskiden olduğu gibi ilkokul mezunu olanlara Sarı Basın Kartı verilmesini, yerel yöneticilerin yerel basına karşı adaletli davranarak haber alma konusunda destekleyici olmalarını, Anadolu Basınında çalışanlar için devletin çeşitli kurs ve seminerler düzenlemesini, resmi ilan fiyatlarının arttırılmasını ve Sarı basın Kartı sahibi gazetecilere tabanca taşıma ruhsatının verilmesini talep etmektedir.

Yukarıda belirtilen sorunlar ve talepler TBMM’de Anadolu’yu temsil eden milletvekilleri ve basın mensupları tarafından da çeşitli ortamlarda dile getirilmekte, çözüm önerileri sunulmaktadır.

1977 yılında kurulan Anadolu Basın Birliği; sahipsizlikten kurtulmanın ilk adımını ve sesini gür olarak duyurmaya başlamıştır. Artık Anadolu Basınının haklarını ve sorunlarını ilgili yerlere götürüp kabul ettirmeye çalışan örgütlenmeler var. Birlik; sorunları düzenlenen bölge toplantılarında dile getirerek devlet yetkililerinin dikkatini çekmekte ve bunların çözümünde aktif rol almaktadır.

Anadolu Basın Birliği tarafından 5 Aralık 1986 tarihinde Amasya’da gerçekleştirilen “Anadolu basınının Sorunları ve Çözüm Önerileri” konulu bölge toplantısında Genel Sorunlar ve Yasalarla İlgili Sorunlar olmak üzere iki ana başlıkta dile getirilen sorunlar aşağıda yer almaktadır:

- **Genel Sorunlar:** Modern teknolojiye ulaşma, hammadde temini, istihdam
- **Yasalarla İlgili Sorunlar:** 2886 Sayılı devlet İhale Kanunu’ndaki ihale ilanlarının yayınlanmasındaki konular, 2499 Sayılı Kanun, “Basın İlan Kurumu uygulamaları” (Akcan, 1987: 2-3)

## 5. SONUÇ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Her şeyden önce unutulmamalıdır ki, Anadolu Basınının Türk basını içinde gerçek yerini alması zorunlu ve önemlidir. Geçmişte yapılan hatalar tekrarlanmamalıdır. İlgisizlik, Anadolu Basınının önemli sorunlarından biridir. Bu nedenle; Türk Basını içinde Anadolu Basını ayrımı yapılmadan bütünsel bir yaklaşım hayata geçirilmelidir. Araştırma kapsamında uygulanan anket verileri, gözlemler ve değerlendirmeler ışığında Anadolu Basınının yaşadığı sorunlar ve bunların çözümlerine yönelik öneriler aşağıda sunulmaktadır.

### 5.1. MODERN TEKNOLOJİYE ULAŞMA

- **Baskı ve Dizgi Makinesi Sorunu:** İl ve ilçe merkezlerinde yayınlanan gazetelerin basıldığı ve dizildiği makineler bugün çağ dışı kalmış makinelerdir. Bugün halen Anadolu’da motorlu pedal ve tipo baskı, el ve entertip dizgi yapılmaktadır. Sorunun çözümü için aşağıdaki öneriler uygulanabilir;

- ✓ Önce küçük gazetelerin birleşerek güçlü bölge gazeteleri haline gelmeleri gerekir. Kooperatifleşme yoluyla da bunu sağlayabilirler.

- ✓ Büyüyüp gelişinceye kadar, araç-gereç ve malzeme bakımından devletçe sübvansede edilebilirler.



✓ Devletin Halk Bankası eliyle uzun vadeli, düşük faizli işletme kredisi ve tesis tevsi kredisi vermesi.

✓ Çağa uygun dizgi ve baskı makinelerinin ve yedek parçalarının gazetelerce ilk getirilmesi esnasında, bir defaya mahsus olarak gümrük muafiyetinin uygulanarak ithalinin gerçekleştirilmesi.

✓ Ulusal Basın ile Anadolu Basınının iletişim içinde gelişen teknoloji konusunda işbirliği yapması.

• **Gelişen teknolojiye Uyum Sağlayacak Basın Personeli ve Matbaacıların Yetiştirilmesi Sorunu:** Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde basın personeli, matbaa personeli yetiştirecek okulların olmayışı bu sorunu ortaya çıkarmaktadır. Sorun; Anadolu'nun belirli bölgelerinde ihtiyacı karşılayacak personeli yetiştirecek matbaacılık okullarının açılmasıyla çözülebilir ya da endüstri meslek liselerinde matbaacılık bölümleri açılabilir. Böylece Anadolu Basınının yetişmiş personel ihtiyacı karşılanırken, özendirici bir iş kolu da açılmış olur.

## 5.2. GAZETE KÂĞIDI, MÜREKKEP, MALZEME SORUNU

• Türk basınının en önemli ortak sorunu kâğıttır. Özellikle Anadolu gazeteleri istedikleri miktarda kâğıdı istedikleri zamanda temin edememektedir. Çok sık gelen zamlar nedeniyle kâğıt maliyetleri sürekli yükselmekte, dağılım dengesiz biçimde gerçekleşmektedir. Aynı şekilde mürekkep ve diğer teknik malzemelerin temininde sorunlar yaşanmakta, yüksek fiyatlar sektörü olumsuz etkilemektedir. Sorunun çözümü için aşağıdaki öneriler uygulanabilir;

✓ Devlet, istenildiği miktarda ucuz fiyatlı kâğıdı isteyene verebilmelidir.

✓ Kâğıda çok dikkatli ve az oranlı zam yapılarak hatta KDV alınmadan Anadolu Basınına satışı yapılabilirdir.

✓ Kâğıt isteyene bekletilmeden verilmelidir.

✓ Satın alınan kâğıdın nakliyesi konusunda gazetelere destek sağlanmalıdır

✓ Devlet, Halk Bankası eliyle isteyen gazeteye kâğıt kredisi açabilmelidir.

✓ Mürekkep ve diğer baskı malzemeleri de (hurufat) yine devlet eliyle ucuz olarak sağlanmalıdır.

### **5.3. BASIN-İLAN KURUMU VE İLANLA İLGİLİ SORUNLAR**

• 1987 yılında çıkarılan kanun hükmünde kararname ile üye sayısı 35’den 38’e çıkarılan Basın İlan Kurumu Anadolu Basını yine bir üye ile temsil edilmektedir. İlgili kurum odaklı sorunların çözümü için aşağıdaki öneriler uygulanabilir;

✓ Resmi ilanların Anadolu Basını için önemi her zaman hatırlanmalıdır.

✓ İlan bedelleri günün şartlarına göre düzenlenmelidir.

✓ Hak edilen ilanların zamanında ödenmesi sağlanmalıdır.

✓ Mevzuatta ve ilan yönetmeliğinde Anadolu Basını lehine yeni hükümler getirilmelidir.

✓ 2886 Sayılı Arttırma Eksiltme Kanunu’nda “İhalelerin ve işin yapıldığı yer” tabiri konulmalıdır.

✓ Ayrıca ilan ücretleri İstanbul, Ankara, İzmir basını ve Anadolu Basını için ayırım yapılmadan belirli tiraj esaslarına göre tespit edilmelidir.

✓ 2499 sayılı kanununun 12.maddesine açıklık getirilmelidir.

✓ Basın-İlan Kurumu Anadolu Basınına, ilanların dengeli ve hakkaniyet ilkesi çerçevesinde dağıtması ve denetimini sağlamak için her ilde bir şube açması gereklidir.

### **5.4. HABER TOPLAMADAKİ SORUNLAR**

• Haber temini, yerel yönetimlerden haber almadaki isteksizlikler, bürokratik engeller, devlet memurlarının bilgi vermekten kaçınmaları, bazı yönetici ve amirlerin ise sadece işlerinin reklam gereğini duyunca gazetecileri hatırlamaları belirgin sorunlar olarak görülmektedir. Sorunun çözümü için aşağıdaki öneriler uygulanabilir;

✓ Devlet kurumları, basının görevini yerine getirmesinde, haberini alabilmesinde gerekli kolaylık ve olanakları sağlamalıdır.

✓ Anadolu Basını, haberin yanı sıra fotoğraf yönünden de Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nce desteklenmelidir.

### **5.5. GAZETECİLİKTE MESLEKİ SORUMLULUK DUYMA**

• Gazeteci olarak mesleğinin yüklediği sorumluluk duygusunu taze ve uyanık tutmayan gazeteci olamaz. Gazeteciler mesleki sorumluluk duygusu ile hareket ederek halkın bilgilenmesine katkıda bulunmalıdır.

## 5.6. NİTELİKLİ GAZETENİN AZ OLUŞU

- Anadolu’da okunmayan niteliksiz gazetelerin iyi denetimle ayıklanması gerekir. Bu tür gazeteler, nitelikli gazeteleri de olumsuz etkiliyor. Anadolu Basınının sorunlarından biri de, yerel haberciliğe yeteri ve gereği kadar önem verilmemesi gelmektedir.

## 5.7. MESLEKİ EĞİTİM VE GELİŞİM PROGRAMLARI SORUNLARI

- Devlet, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nce Anadolu Basınında çalışanların mesleki bilgi ve becerilerini arttırmaları için belirli bölgelerde ve büyük şehirlerde meslek içi eğitim kursları ve seminerler düzenlemelidir. Genel basın kuruluşlarıyla ilişki kurularak, personelin büyük gazetelerde gelişmeleri için fırsatlar sunulabilir. Anadolu Basını çalışanlarına, dış ülkelerdeki yerel basının incelenmesi olanakları sunulmalıdır. Anadolu Basını, bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınmasındaki ilk öncülerdir. Bu nedenle gazetecilerin kültürlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

## 5.8. BASIN KARTI SORUNU

- Yeni çıkan “Basın Kartı Yönetmeliği” nin uzatılması gereklidir. Sarı basın Kartı alma süresi kısaltılmalı ve bu kart sahiplerine Tabanca Taşıma Ruhsatı verilmelidir. Basın Kartı gerçek hak edenlere verilmelidir.

## 5.9. FOTOĞRAF KLİŞESİ VE RENK AYRIMI SORUNU

- Klşe sorunu Anadolu gazetelerinin büyük ölçüde fotoğrafsız basımına neden olmaktadır. Bu nedenle hiç değilse belirli bölgelerde klşe atölyelerinin gerekirse devlet desteği ile açılmaları sağlanmalıdır. Yine; ofset baskı için renk ayırım makinası da çoğu gazetede yoktur. Bu sorunun çözümü yine belirli merkezlerde renk ayırımının yapılabilir hale gelmesiyle olabilir.

## 5.10. DİĞER SORUNLAR

- Yerel halkın il ve ilçelerindeki gazetelere abone olmalarının sağlanması, gazete dağıtım işinin daha nitelikli hale getirilmesi, tiraj artırımı için köylere giden araçlarla anlaşarak dağıtım ağının genişletilmesi, resmi dairelerin de yerel gazetelere paralı abone olmalarının sağlanması, ekonomik zorluklar ve yeni vergilerden basının muaf tutulması, Anadolu Basınında çalışan fikir işçilerinin (muhabirlerin) sigortalı olmalarının sağlanması, gazete basımında ehliyetli olma şartlarının aranması, gazetecilik mesleği istismar edilmemeli, şantaj yoluyla menfaat sağlayanlara izin verilmemeli, önleyici kontrol mekanizmaları kurulmalı. Anadolu Basını;

siyasi, idari, iktisadi yönlerden tüm engellerden arındırılmalıdır. Anadolu Basını güçlü örgütlenmesi halinde, sorunlarını bir baskı grubu olarak siyasi partiler aracılığıyla parlamentoya getirebilirler.

## KAYNAKÇA

- Akcan, A. L. (1986). Türk basını içinde Anadolu basınının sorunları ve sorumlulukları. *Türk Basınının Sorunları Sempozyumu*, Ankara, 1986.
- Akcan, A.L. (1987). Amasya basını ile ilgili düşünceler. *Pedal Dergisi*, Sayı:2-3.
- Arı, O. (1971). *Türkiye'nin toplumsal gelişmesinde basının rolü*, Ulusal Basımevi, Ankara.
- Basın Yayın Genel Müdürlüğü (BYGM). (1935). *Birinci Basın Kongresi (25 Mayıs 1935)*, Basın Yayın Genel Müdürlüğü, Ankara.
- İçel, K. (1984). *Kitle haberleşme hukuku*. (1. Baskı). İstanbul Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, İstanbul.
- İçel, K. (1985). *Kitle haberleşme hukuku*. (2.baskı). İstanbul Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, İstanbul.
- Kasaroğlu, D. (1974). *Anadolu basını özendirme yarışması 1974*, (Önsöz). Basın Yayın Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kardeş, F. (1980). *Basın-Yayın Genel Müdürlüğü 60 yılın hikâyesi*, Basın-Yayın Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Oral, F. S. (1973). *Cumhuriyet basın tarihi*. Sanayii Nefise Matbaası, Ankara.
- Öztoprak, İ. (1981). *Kurtuluş Savaşında Türk Basını*, Tisa Matbaası, Ankara.
- Taşra Gazeteciler Derneği (TGD) ve Basın Yayın Genel Müdürlüğü (BYGM). (1975). *Anadolu basınının sorunları, 2.Türk basın kurultayına sunulacak tebliğler*, Ankara.
- Topuz, H. (1973). *100 soruda Türk Basını*, Gerçek Yayınevi, İstanbul.
- Tütengil, C. O. (1962). Diyarbakır Basını ve Bölge Gazeteciliğimiz, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü*. İstanbul.
- Tütengil, C. O. (1968). Türkiye'de Bölge Gazeteciliği. *Anadolu Basın Semineri*. İstanbul Matbaası, İstanbul.



# Bölüm 10

## BAŞABAŞ NOKTASI SATIŞ TUTARININ YAPAY SİNİR AĞLARI KULLANILARAK ANALİZ EDİLEBİLİRLİĞİNİN MODELLENMESİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

*Tolga YEŞİL<sup>21</sup>*

---

1 Bu çalışma, Tolga YEŞİL'in 2018 yılında tamamladığı "Yönetim Muhasebesi Açısından Yapay Sinir Ağları Kullanılarak Başabaş Noktası Analizi: Tehlikeli Madde Taşımacılığı Alanında Bir Uygulama" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

2 Öğr. Gör. Dr., Uşak Üniversitesi, [tolga.yesil@usak.edu.tr](mailto:tolga.yesil@usak.edu.tr), ORCID id: 0000-0002-3751-5222.





## GİRİŞ

İşletmelerin dijital ortama taşınmasıyla birlikte günümüzdeki çalışma hayatında da değişiklikler yaşanmıştır. Çalışma hayatındaki bu değişikliklerle birlikte işletmelerdeki hizmet/üretim maliyetini oluşturan giderleri de farklılaşmıştır. Çok fazla değişimin yaşandığı günümüzde geleneksel maliyet analizlerinin de yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Bu çalışmada, geleneksel maliyet analizlerine bir alternatif olarak yapay sinir ağları kullanılarak bir maliyet analizi modellemesi gerçekleştirilmiştir. Doğru ve güvenli olarak yapılan maliyet analizleri, yöneticilerin geleceğe yönelik karar alma sürecinde önemli bir faktördür.

Çalışmada, yapay sinir ağları kullanılarak oluşturulan modelde; bir girdi katmanı, bir çıktı katmanı, üç gizli katman ve her gizli katmanda yer alan 10'ar nöron bulunmaktadır. Modelin girdi katmanında, 14 farklı değişkenin kullanıldığı maliyet gider kalemleri yer almaktadır. Modelin çıktı katmanında ise maliyet analizleri kapsamında yer alan başabaş noktası satış tutarı, tek değişken olarak yer almaktadır. Modelin analiz edilmesi sonucunda %86,6 düzeyinde başarı oranı sağlanmıştır. Yeni yapılacak çalışmalarda, farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerde yapay sinir ağları kullanılarak çeşitli maliyet analizlerinin gerçekleştirilmesi sonucunda literatüre önemli katkı sağlanacaktır. Ayrıca çalışmada işletmelerin verilerini düzenli olarak depolamasının önemi de vurgulanmıştır.

Bu çalışma da öncelikle yönetim muhasebesi açısından önemli bir konu olan başabaş noktası analizine yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde yapay sinir ağları yöntemi açıklanmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümü araştırma metodolojisi ile devam etmekte olup, çalışma sonuç ve önerilerle tamamlanmıştır.

### Yönetim Muhasebesi Açısından Başabaş Noktası Analizi

İşletme yönetiminin fonksiyonları arasında planlama ilk sırada yer almaktadır. Yönetim süreci de doğal olarak planlama ile başlamaktadır. Planlama yapılabilmesi için ise çeşitli analizlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu analizler arasında maliyet analizleri, yöneticilere önemli sonuçlar sunmaktadır. Kırılma noktası, kara geçiş noktası gibi farklı kavramlarla ifade edilen başabaş noktası, işletme yöneticilerinin karar alma süreci için önemli bir veri kaynağıdır.

Geliştirilmiş çeşitli maliyet analizlerinden Başabaş noktası analizi, mevcut verilerle gerçekleştirildiği için geleneksel maliyet yönetiminde yer almaktadır. Yapay sinir ağları yöntemi kullanılarak geleceğe yönelik başabaş noktasının belirlenmesi için gerçekleştirilen analiz sürecinin ise stratejik maliyet yönetimi kapsamında yer almaktadır. Kısaca

geleneksel maliyet analiz türü olan başabaş noktası analizi, yapay sinir ağları yöntemiyle buluşturulduğunda stratejik maliyet analiz türüne dönüştürülmektedir.

Başabaş noktasının işletmelere sağlayacağı yararlar şu şekilde sıralayabiliriz (Sayılğan, Güven;, 2013, s. 278):

- İşletmenin zarar etme riskine karşılık iş hacminin belirlenmesi
- Farklı üretim seviyelerinde birim maliyetlerin hesaplanması
- İşletme sermayesinin tahmin edilmesi
- Değişken maliyetlerin, sabit maliyetlerin ve birim satış fiyatı düzeyindeki değişmelerin işletme karına etkisi
- Karlı ürün türlerinin belirlenmesi
- Minimum satış düzeyi hesaplanması
- İşletmenin üretim kapasitesinin yükselmesi halinde gerekli olan satış hacmi belirlenmesi
- İşletmenin üretim, fiyat ve yatırım politikalarında karar verecek yöneticilere gerekli bilgilerin sağlanması.

Başabaş noktası formülizasyonu, toplam kar fonksiyonundan türetilerek aşağıdaki şekilde yazılabilir (Ocak, Saffet; Gider, Ömer; Top, Mehmet; Akar, Çetin;, 2004, s. 5-7):

$$\text{Toplam Kar} = \text{Toplam Satışlar} - \text{Toplam Maliyet}$$

$$\text{Toplam Kar} = FX - (BX+A)$$

$$\text{Toplam Kar} = FX - AX - B$$

$$0 = (F - A) X - B \rightarrow B = (F-A)X \rightarrow X = B / (F-A)$$

(F: Satılacak mamullerin birim satış fiyatı / X: Satılacak mamul miktarı/ B: Toplam sabit maliyet /A: Birim Değişken Maliyet)

Başabaş noktasının miktar olarak tespitinden sonraki aşamada satış fiyatı ile çarpılarak başabaş noktası satış fiyatı tutar olarak ta hesaplanabilir. Bu açıklamalar doğrultusunda sözel ifadelerin yer aldığı katkı payı temeline dayanan başabaş noktasını aşağıdaki şekilde olduğu gibi de gösterilebilir:

$$\text{Katkı Marjı} = \text{Satış Fiyatı} - \text{Değişken Maliyet}$$

$$\text{Başabaş Noktası (Miktar)} = \frac{\text{Sabit Maliyet}}{\text{Katkı Payı}}$$

Çalışmada başabaş noktası dönem dönem hesaplamak yerine, oluşturulan modelde yapay sinir ağları kullanılarak geleceğe yönelik başabaş noktası tutarlarının tahmin edilebilmesine yönelik odaklanılmıştır.

## Yapay Sinir Ağları

İnsanoğlu evrende kusursuz ve en mükemmel şekilde yaratılmıştır. İnsanlar doğumundan ölümüne kadar sürekli bir öğrenme süreci içerisinde. Beyin ise bu süreçte sürekli gelişim göstermektedir. Yeni doğmuş bir insanın beyininde 100 milyar nöron (sinir hücresi) bulunmaktadır ve bu nöronlar birbirlerine sinaps olarak isimlendirilen küçük boşluklardaki reaksiyonlarla iletişim sağlanmaktadır. 2-3 yaşını tamamlayan bir insandaki her nöron yaklaşık 15.000 farklı nöronla sinaptik bağlantı gerçekleştirir. Sinir bilim alanında insan beyinin nasıl öğrendiği ve nasıl çalıştığı henüz tam olarak açıklanamamıştır. Bilgi girişi, bilgilerin sentezlenmesi ve karşılaştırılması, bilgi çıkışı ve eyleme geçme beyin çalışmasındaki temel işlevsel bir süreçtir (Yazıcı, Canan Ayşe; Ögüş, Ersin; Ankaralı, Seyit; Canan, Sinan; Ankaralı, Handan; Akkuş, Zeki;, 2007, s. 65-66). (Korkmaz, Özgen; Mahiroğlu, Ahmet;, 2007, s. 93). (Akdağ, Füsün;, 2015, s. 97) (Esen , Ersoy; Karal, Ömer;, 2012)Bu temel işlevsel süreçte sinir hücreleri önemli bir göreve sahiptir.

Yapay sinir ağlarında farklı öğrenme kuramlarının ve farklı ağ türlerinin ortak amacı, ağın en iyi şekilde eğitiminin gerçekleştirilmesini sağlamaktır. YSA tarafından eğitiminin en iyi şekilde gerçekleştirebilmesi için optimize edilmiş verilerin ağ tarafından kullanılarak, ağın hata değerinin minimuma ulaşması önemlidir. YSA' nın bu amacı, maliyet ve yönetim muhasebesi disiplindeki standart maliyet yönteminin amacıyla eş değerdir. Standart maliyet yönteminde de üretim öncesindeki maliyetlerin standart değerleri (standartizasyon, optimizasyon) belirlenir ve fiili üretim gerçekleştikten sonra fiili maliyet verileriyle, standardı belirlenen (olması gereken) optimum maliyet verileri karşılaştırılır. Bu karşılaştırma sonucundaki farkların minimum olması istenir ve bu farklar standart sapma (YSA'da hata değeri) olarak isimlendirilir ve karşılaştırma sonucundaki standart sapma nedenleri araştırılır. Standart maliyet yönteminin uygulanma amacı, kontrol edilebilen maliyetlerin minimuma ulaşmasını sağlamaktır.

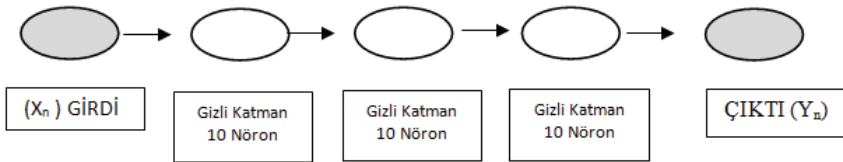
## Araştırma Modeli

İşletmeler işlenmiş veya işlenmemiş şekilde farklı içerikteki verileri bulunmaktadır ancak bu verilerden yeteri kadar faydalanamamaktadırlar. Sözkonusu işletmeler, farklı nitelik ve sayıdaki verilerini düzenli olarak depolamayıp (veri madenciliği) ilgili verilerini çeşitli nedenlerle (ek maliyet yükü, ek personel iş yükü, vb.) kullanamamayı tercih etmektedirler.

Bu durum, çalışmada araştırma sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Araştırma sınırlılıkları kapsamında veri setinin üretilebilmesi için tekstil sektöründe faaliyet gösteren gerçek bir işletme ile görüşülerek dönemsel maliyet gider kalemlerinin tutarları, araştırma kapsamında dikkate alınmıştır. Araştırmanın toplam giriş veri seti, 14 farklı değişkene ait 200 farklı değerden oluşmaktadır. YSA yöntemine uygun giriş veri seti, uniform dağıtım fonksiyonu temeline dayanan X işletmesiyle görüşme sonucunda gerçek rakamların baz alınarak belirli aralıklar dahilinde rastgele olarak üretilmiştir. YSA giriş katmanında kullanılan toplam 200 adet verinin %85'i eğitim için, %15'i ise test için kullanılmıştır. Analizde bağımsız değişken olarak yer alan başabaş noktası satış tutarı ve başabaş noktası ürün miktarı ayrı ayrı analiz edilmiştir. Analiz için oluşturulan yapay sinir ağı modelinin mimari yapısı 3 gizli katman ve her gizli katmanda 10 nöron bulunan model şekil 1'de gösterilmiştir.

Hazırlanan veri setinin Yapay Sinir Ağları tekniği ile analiz edilebilmesi için Neural Network for Matlab programı kullanılmıştır. Analiz, ağ tipi olarak çok katmanlı ileri beslemeli geri yayılım algoritması ile gerçekleştirilmiştir. Geri yayılım algoritması çıktı katmanında oluşan hata değerinin minimuma indirgeyip amaçlanan çıktıyı elde etmek için çok fazla tercih edilen bir network tipidir (Hamzaçebi ve Kutay, 2004, s. 229; Elmas, 2016, s. 24).

**Şekil 1:** Başabaş Noktası Satış Tutarı Analizi Modeli



$X_n$ : Direkt İlk Madde ve Malzeme Gideri, Direkt İşçilik Gideri, Genel Üretim Gideri

$Y_n$ : Başabaş Noktası Satış Tutarı

### Araştırmanın Analizi

Yapay Sinir Ağları tekniği ile analiz edilmesi için Neural Network for Matlab programı kullanılmıştır. Analiz, ağ tipi olarak çok katmanlı ileri beslemeli geri yayılım algoritması ile gerçekleştirilmiştir. Geri yayılım algoritması çıktı katmanında oluşan hata değerinin minimuma indirgeyip amaçlanan çıktıyı elde etmek için çok fazla tercih edilen bir network tipidir (Hamzaçebi ve Kutay, 2004, s. 229; Elmas, 2016, s. 24). Analizde eğitim fonksiyonu olarak Bayesian Regularization Backpropagation (trainbr)

kullanılmıştır. Trainbr Levenberg-Marquardt optimizasyonuna göre, ağır ağırlık değerlerini güncellenmesiyle eğitimi gerçekleştiren bir fonksiyon türüdür. Trainbr fonksiyonu kullanılarak ağı eğitmek için en fazla epoch sayısı Neural Network for Matlab programında 1000 olarak varsayılmıştır (The MathWorks Inc. 2017). Gerçekleştirilen analizde de programın varsaydığı epoch sayısı 1000 iterasyon olarak yer almıştır ancak yine de farklı sayıda iterasyonlarda eğitim süreci için denemeler gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 1:** *Analiz Bilgileri*

Analiz Bilgileri	
Analiz İçin Kullanılan Program	Neural Network for Matlab
Network Algorithm (Ağ Tipi)	Multilayer Feed Forward Back Propagation
Training Function (Eğitim Fonksiyonu)	Bayesian Regularization Backpropagation (trainbr)
Transfer Function (Transfer Fonksiyonu)	TANSIG
Performance Function (Performans Fonksiyonu)	MSE (Mean Squad Error)
Epoch	1000 Iterasyon
Sisteme Giriş Verileri (Input Layer)	14 Farklı Gider Türü Training %85 / Simulasyon %15
Sistemden Çıkış Verileri (Output Layer)	Başabaş Noktası Satış Tutarı

Biyolojik sinir hücresi sisteminde bir uyarıya cevap verilebilmesi nörona ulaşan uyarının belirli bir eşik düzeyi aşıp aşmamasına bağlıdır. Belirli bir eşik düzeyi aştığı takdirde nöron alınan uyarımın iletimini gerçekleştirir. Yapay sinir ağlarında da eşik düzeyi matematiksel olarak önemli bir değerdir ve bu eşik değeri bir aktivasyon fonksiyonu olarak yapay sinir ağı modelinde yer almaktadır.

Aktivasyon fonksiyonlarından birisi olan Sigmoid fonksiyonu, geri yayımlı yapay sinir ağı modellerinde kullanılmaktadır (Nabiyev, 2012, s. 570-573). Araştırmanın analiz kısmında oluşturulan yapay sinir ağı modelinin geri yayımlı bir ağ olması nedeniyle aktivasyon (transfer) fonksiyonu olarak sigmoid fonksiyonu (TANSIG) kullanılmıştır. Çok katmanlı yapay sinir ağlarında hata değerinin minimuma ulaşması, eğitimin tamamlandığını ifade etmektedir (Hamzaçebi, 2011, s. 65). Analiz aşamasında hata fonksiyonu ölçütü olarak en küçük hata kareleri ortalaması (MSE: Mean Squad Error) kullanılmıştır.

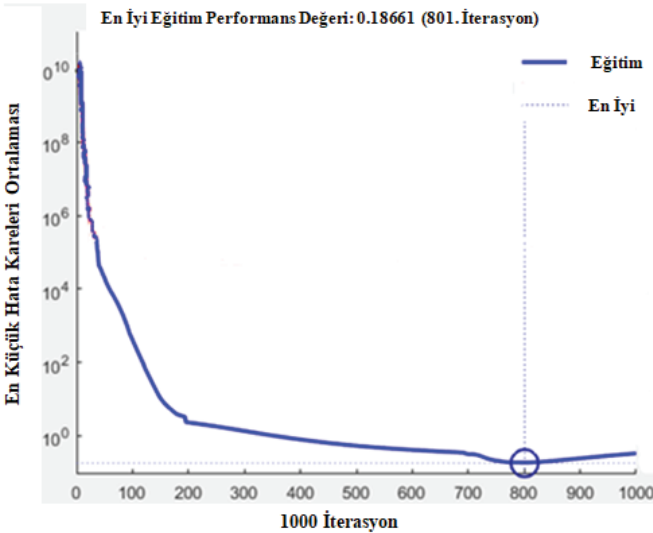
## Başabaş Noktası Tutar Analizi Ve Sonuçları

Yapay sinir ağları analizinde maliyet verilerinin giriş katmanını oluşturduğu ve başabaş noktası (kara geçiş noktası) satış tutarının çıkış katmanı olarak yer aldığı model Şekil 1 YSA Mimari Yapısı'nda gösterilmiştir. YSA Mimari Yapısı Şekil 1'de görüldüğü üzere bir giriş katmanı, üç gizli katman ve bir çıkış katmanından oluşmaktadır. Bu çok katmanlı mimari ağ yapısını elde etmek için başabaş noktası satış tutarı açısından farklı eğitim senaryolar denenmiştir.

Yapay sinir ağlarının eğitim aşaması, hata değerinin minimuma ulaşmasıyla tamamlanır (Hamzaçebi, Coşkun; Kutay, Fevzi;, 2004, s. 65). Hata değeri 0,18661 olan, 3 gizli katman ve bu katmanlarda 10' ar nöronun olduğu ağ yapısının regresyon değerleri ve öğrenme çıktıları incelendiğinde eğitimin daha iyi gerçekleştiği tespit edilmiştir.

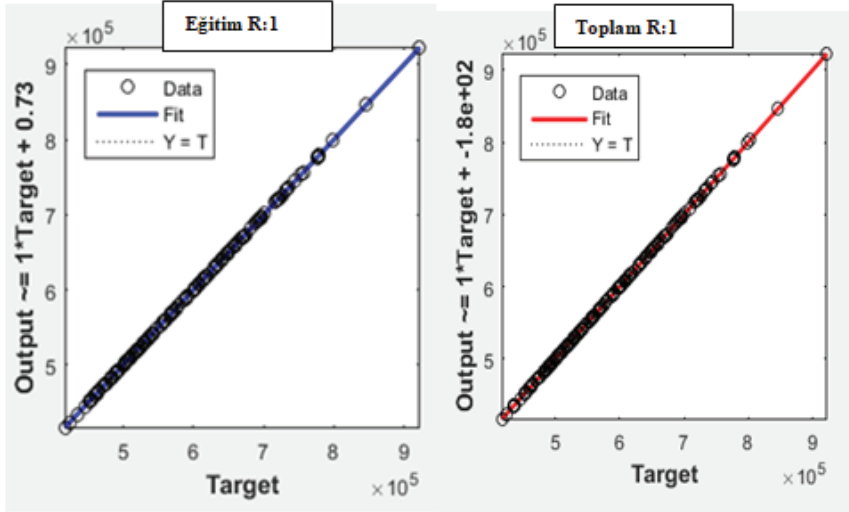
Ağın öğrenme sürecinin tamamlanıp tamamlanmadığını görebilmenin en güzel yolu hata grafiğinin incelenmesiyle anlaşılabilir. Belirli bir iterasyondan sonra hata değeri minimuma ulaşır ve bu durum ağın öğrenmesini tamamladığını, bu değerden sonra daha küçük bir değere ulaşamayacağını ifade etmektedir (Öztemel, Ercan;, 2006, s. 84-85). 0,18661 değerindeki hata değerine, 801. İterasyon sonucunda ulaşılarak YSA eğitimi tamamladığı ve daha iyi bir sonuç elde edemeyeceği Grafik 6'dan anlaşılmaktadır. Çok katmanlı ileri beslemeli geri yayılım algoritması kullanılarak gerçekleştirilen analizin eğitim sürecindeki minimum hata değeri aynı zamanda ağın performansının bir göstergesidir. Minimum hata değeriyle ulaşılan ağın performansı Grafik 1'de gösterilmiştir.

**Grafik 1:** YSA Performans Grafiği



Öğretmenli öğretmeye dayanan çok katmanlı ağlarda giriş katmanından çıkışa doğru (ileriye doğru hesaplama) yapılan hesaplamalarda oluşan hata değeri güncellenir. Hata değeri minimum olana kadar geriye doğru ağırlıklar değiştirilerek hesaplanır (geriye doğru hesaplama). Hata değeri minimum olup öğrenme süreci tamamlandıktan sonra ağıın başarısı test edilir (Nabiyev, Vasif Vagifoğlu, 2012, s. 588). Grafik 2’de öğrenme çıktısı olarak (training) regresyon değeri 1, ağıın başarısını gösteren test grafiği regresyon değeri 1, öğrenme ve test karma grafiği regresyon değeri 1’dir. Araştırmada kurulan çok katmanlı YSA kendisine gösterilen örneklerle eğitimi öğrenip ağıın performansı da başarılı olduğu Grafik 2’den anlaşılmaktadır.

**Grafik 2:** YSA Eğitim, Test ve Karma Dağılım Grafiği



YSA eğitim süreci sonucunda, çıktı katmanındaki verinin (başabaş noktası satış tutarı) gerçek değeri ile YSA eğitim değeri arasındaki fark Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2:** YSA Eğitim Çıktı Verileri Tablosu

Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark	Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark
660.877,0854	660.876,7300	0,3554	490.415,6297	490.409,9778	5,6519
578.224,5083	578.224,3043	0,2040	736.513,7762	736.513,7862	-0,0100
556.191,1790	556.191,3427	-0,1637	648.821,6866	648.821,6880	-0,0014
524.760,3214	524.759,9300	0,3914	598.128,0083	598.128,1154	-0,1071

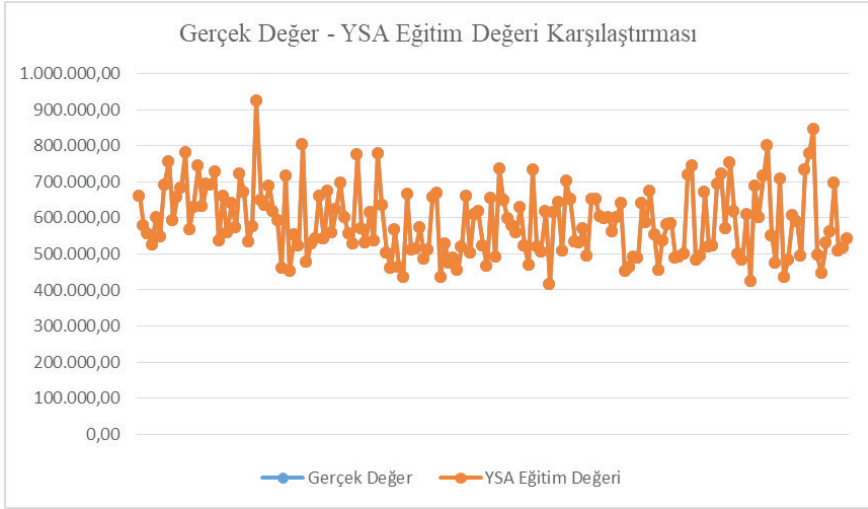
Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark	Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark
601.204,2889	601.204,0912	0,1977	578.753,4091	578.753,3980	0,0111
548.180,6042	548.180,5323	0,0719	559.398,7249	559.399,0353	-0,3104
690.479,3609	690.479,3400	0,0209	629.400,1424	629.400,1394	0,0030
756.608,6689	756.608,6405	0,0284	520.994,3645	520.994,5538	-0,1893
591.327,7773	591.327,7633	0,0140	469.742,6764	469.743,0312	-0,3548
655.768,2799	655.768,4839	-0,2040	731.762,4777	731.762,4585	0,0192
682.559,2328	682.559,2746	-0,0418	519.487,4209	519.487,2396	0,1813
779.237,0009	779.236,9967	0,0042	504.976,3866	504.976,2089	0,1777
567.705,6238	567.705,6316	-0,0078	618.328,7310	618.328,6953	0,0357
629.618,4886	629.618,5576	-0,0690	416.609,1794	416.612,1054	-2,9260
745.244,3729	745.244,4112	-0,0383	614.707,8747	614.707,7228	0,1519
630.493,3904	630.493,3397	0,0507	643.326,2751	643.326,6537	-0,3786
693.158,0852	693.158,3356	-0,2504	506.846,7932	506.846,6191	0,1741
691.102,0813	691.102,3369	-0,2556	701.841,4304	701.841,7366	-0,3062
726.535,9333	726.535,9689	-0,0356	650.099,9180	650.099,7640	0,1540
536.379,5799	536.376,7592	2,8207	533.896,5141	533.900,8343	-4,3202
659.777,0040	659.776,8611	0,1429	530.835,0395	530.834,7005	0,3390
558.095,0185	558.094,0620	0,9565	569.661,0141	569.661,4200	-0,4059
640.547,8829	640.548,1265	-0,2436	495.322,0049	495.314,9088	7,0961
571.374,1881	571.374,1539	0,0342	652.128,4643	652.128,2275	0,2368
721.504,2683	721.504,2004	0,0679	651.931,2027	651.931,8581	-0,6554
670.658,3362	670.658,3001	0,0361	603.402,9765	603.403,2668	-0,2903
534.330,8386	534.330,7986	0,0400	598.683,5709	598.683,9753	-0,4044
574.635,2661	574.635,4555	-0,1894	600.048,2877	600.048,9011	-0,6134
<b>922.612,7729</b>	<b>922.609,9256</b>	2,8473	560.125,6416	560.125,7139	-0,0723
647.347,8946	647.348,7639	-0,8693	601.130,9259	601.130,9536	-0,0277
634.577,4829	634.577,8540	-0,3711	641.048,0086	641.047,8660	0,1426
688.157,5534	688.157,4700	0,0834	451.722,2746	451.722,2138	0,0608
617.332,4800	617.332,3103	0,1697	463.703,9353	463.703,9859	-0,0506
591.241,5987	591.241,3763	0,2224	491.383,5116	491.383,5026	0,0090
460.308,8208	460.308,8338	-0,0130	488.228,4440	488.228,2300	0,2140



Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark	Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark
716.988,7722	716.988,8658	-0,0936	639.751,6767	639.751,8207	-0,1440
453.129,0653	453.129,1795	-0,1142	587.594,5711	587.594,4918	0,0793
552.953,6981	552.971,0370	-17,3389	673.954,8724	673.955,7199	-0,8475
523.306,9785	523.307,2935	-0,3150	553.650,6165	553.650,5146	0,1019
802.727,6642	804.096,3703	<b>-1.368,7061</b>	453.570,1132	453.570,1212	-0,0080
476.072,1904	476.064,3521	7,8383	536.897,3571	536.897,2270	0,1301
527.990,3079	527.990,3645	-0,0566	580.736,8767	580.736,8616	0,0151
542.950,0957	542.950,9884	-0,8927	584.447,5611	584.447,5182	0,0429
660.674,4964	660.674,2782	0,2182	489.448,0796	489.448,5073	-0,4277
541.228,7035	541.228,2065	0,4970	492.661,2091	492.661,2986	-0,0895
674.126,1510	674.126,1239	0,0271	499.255,4655	499.255,4213	0,0442
559.185,5515	559.185,3414	0,2101	718.400,3292	718.400,3417	-0,0125
622.475,2922	622.475,1923	0,0999	742.932,3179	742.922,4339	9,8840
697.208,3220	697.208,3099	0,0121	484.224,6609	484.224,7485	-0,0876
601.686,8342	601.686,6261	0,2081	493.150,8759	493.150,4953	0,3806
555.604,2053	555.596,8235	7,3818	672.377,9394	672.378,0320	-0,0926
528.022,6469	528.022,7968	-0,1499	519.190,2045	519.190,2779	-0,0734
776.080,2782	776.080,2755	0,0027	521.309,4122	521.310,1128	-0,7006
569.529,2952	569.529,5389	-0,2437	694.533,2326	694.533,3768	-0,1442
531.153,9232	531.154,0174	-0,0942	722.494,4216	722.494,4587	-0,0371
614.231,5776	614.231,8136	-0,2360	570.636,6871	570.637,0045	-0,3174
536.408,7826	536.408,4649	0,3177	753.434,6767	753.434,7235	-0,0468
778.682,7219	778.682,7392	-0,0173	618.195,7118	618.196,6140	-0,9022
633.854,2911	633.854,7157	-0,4246	498.919,5778	498.920,1196	-0,5418
502.774,9630	502.775,1927	-0,2297	481.627,6293	481.627,6694	-0,0401
459.101,5297	459.101,5208	0,0089	608.750,3200	608.750,2530	0,0670
566.302,5003	566.302,9145	-0,4142	423.849,8365	423.849,8548	-0,0183
462.038,8297	462.038,8431	-0,0134	686.889,5971	686.875,1129	14,4842
436.465,0377	435.448,3571	1.016,6806	602.028,2302	602.028,4884	-0,2582
664.506,6338	664.505,5722	1,0616	716.497,1534	716.497,0964	0,0570
510.569,0004	510.569,1460	-0,1456	799.137,3317	799.137,3169	0,0148

Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark	Gerçek Değer	YSA Eğitim Değeri	Fark
513.198,0772	513.198,5367	-0,4595	551.529,8248	551.541,2465	-11,4217
571.573,0719	571.573,2392	-0,1673	475.579,7596	475.579,8242	-0,0646
486.410,3450	486.412,5950	-2,2500	708.838,4928	708.841,3948	-2,9020
510.383,8583	510.383,9859	-0,1276	435.805,8666	435.473,9866	331,8800
656.161,3403	656.161,3431	-0,0028	482.635,3947	482.635,1551	0,2396
668.966,9722	668.966,8871	0,0851	606.928,8851	606.928,9191	-0,0340
434.613,9546	434.613,9825	-0,0279	590.396,3532	590.396,1082	0,2450
527.066,2815	527.063,3256	2,9559	492.897,1141	492.897,1112	0,0029
474.571,8218	474.571,5964	0,2254	733.872,6497	733.872,6921	-0,0424
488.224,9878	488.225,1083	-0,1205	777.234,7691	777.234,7728	-0,0037
453.770,0593	453.770,1703	-0,1110	846.295,3873	846.295,3061	0,0812
520.601,0900	520.600,6055	0,4845	496.427,2604	496.463,2287	-35,9683
660.200,1647	660.199,8972	0,2675	445.578,9147	445.578,9306	-0,0159
501.163,7624	501.164,2472	-0,4848	529.339,7754	529.339,8031	-0,0277
609.471,1866	609.482,4669	-11,2803	560.212,0885	560.212,1553	-0,0668
617.913,2359	617.913,5947	-0,3588	695.801,5113	695.801,4437	0,0676
523.239,4847	523.242,0067	-2,5220	507.521,8927	507.521,8310	0,0617
465.616,7297	465.616,7755	-0,0458	516.395,1181	516.395,0771	0,0410
654.368,3287	654.363,5010	4,8277	540.766,1366	540.766,8409	-0,7043

Başabaş noktası satış tutarı çok katmanlı YSA modelinde çıkış verisi olarak yer almaktadır. Eğitim süreci Tablo 2’de görüldüğü üzere 170 adet (toplam verinin %85) çıkış verisi ile gerçekleştirilmiştir. Eğitim süreci sonunda YSA eğitim sonuç değerleri ile gerçek değerler ve bu değerler arasındaki fark Tablo 2’de yer almaktadır. Grafik 3’ te ise YSA’nın performans durumunu daha net olarak ortaya koymaktadır. Analiz sonucunda en büyük fark -1.368,7061 TL (802.727,6642 – 804.096,3703) olarak hesaplanmıştır. Bu değer YSA’nın -% 0,17 düzeyindeki en büyük yanılma derecesini göstermektedir. Diğer değerler ise çoğunlukla hep kuruluş niteliğindeki küçük fark değerleridir. Kısaca Tablo 2 ve Grafik 3, YSA eğitim sürecinin başarılı olduğunun somut bir göstergesidirler.

**Grafik 3:** Gerçek Değer – YSA Eğitim Değeri Karşılaştırması

Yapay sinir ağının öğrenme yeteneği ağın kendisine gösterilen örneklere doğru cevaplar üretebilmesiyle anlaşılır. Ağın performansı öğrenme sürecindeki yeteneğini ifade eder. Ancak bir yapay sinir ağının asıl performansı kendisine daha önceden gösterilmeyen örneklere verdiği cevaplardan anlaşılır. Ağ tutarlı (kabul edilebilir) cevapları öğrenme sürecinde ürettikten sonra yapay sinir ağının hiç görmediği örneklerle test edilmesi gereklidir. Yapay Sinir Ağı'nın kendisine gösterilmeyen örneklere verdiği doğru cevaplar neticesindeki performans oranı aşağıdaki şekilde ölçülebilir (Öztemel, Ercan;, 2006, s. 90):

$$\text{Performans Oranı} = \frac{\text{Test Setindeki Doğru Cevaplandırılan Örnek Sayısı}}{\text{Test Setindeki Toplam Örnek Sayısı}} \times 100$$

Öğrenme süreci tamamlanan yapay sinir ağının kendisine gösterilmeyen test setindeki örneklere verdiği cevaplar (YSA Simülasyon Değeri) ile gerçek cevapların (Gerçek Değer) değerleri ve bu değerler arasındaki fark Tablo 4' te gösterilmiştir.

**Tablo 4:** Gerçek Değer – YSA Simülasyon Değeri Fark Tablosu

Gerçek Değer	YSA Simülasyon Değeri	Fark
458.195,6431	458.132,7878	62,8552
709.224,8285	709.247,6783	-22,8498
567.364,6931	567.358,5160	6,1771
520.970,7513	520.970,1552	0,5961
507.059,1998	507.060,5331	-1,3333
654.865,4038	654.766,1221	99,2817
773.547,2257	772.668,2171	879,0086
555.796,7394	555.803,1720	-6,4326

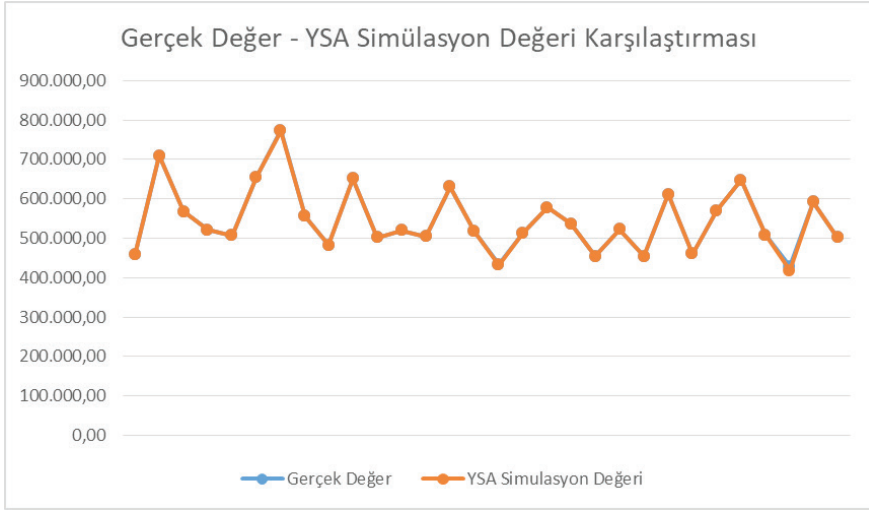
482.929,4167	482.948,7436	-19,3269
651.555,5031	651.569,2428	-13,7398
501.889,5317	501.896,9448	-7,4131
519.675,3120	519.681,5349	-6,2229
504.053,7183	504.059,2619	-5,5437
630.159,2595	630.154,1495	5,1100
516.878,8878	516.906,3044	-27,4166
434.031,3658	431.748,4419	2.282,9240
513.530,5287	513.529,3506	1,1781
577.895,0411	577.898,8901	-3,8490
536.868,1011	536.878,2627	-10,1616
453.534,3206	453.567,3219	-33,0013
522.225,2090	522.220,5286	4,6804
454.499,7133	454.503,1711	-3,4577
611.167,0876	611.165,0641	2,0235
460.416,3746	460.568,1191	-151,7445
570.395,9937	570.395,2448	0,7489
646.783,2994	646.782,9372	<b>0,3622</b>
508.247,4797	508.262,6839	-15,2042
428.625,6316	417.511,8885	<b>11.113,7431</b>
592.618,3868	592.615,2134	3,1734
502.159,9522	502.158,8856	1,0667

Test Setindeki örnek sayısı, veri setindeki toplam örnek sayısının %15'ini (30 adet) oluşturmaktadır. Test setindeki örnekler kullanılarak gerçekleştirilen simülasyon sonucundaki en büyük farkın 11.113,7431 TL (428.625,6316 – 417.511,8885) olduğu Tablo 4'ten anlaşılmaktadır. Bu fark YSA'nın % 2,59 değerinde bir tahmin hatasını ifade etmektedir. En küçük fark ise 0,3622 TL (646.783,2994 – 646.782,9372) tutarındaki başabaş noktası satış tutarıdır. Analizin simülasyon sonucu performans oranı hesaplarken kabul edilebilir fark değeri 100 TL olarak dikkate alındığı takdirde; test setindeki kabul edilebilir doğruluktaki örnek sayısı 26 olduğu Tablo 36'dan anlaşılmaktadır. Buna göre performans oranı:

$$\text{Performans Oranı} = \frac{26 \text{ (100 TL Altındaki Fark Değerleri)}}{30 \text{ (Toplam Örnek Sayısı)}} \times 100$$

$$\text{Performans Oranı} = \%86,66$$

Buna göre ağır test setinde kendisine gösterilmeyen örnekler verdiği cevaplar sonucunda ölçülen YSA tahmin yeteneği performans oranı % 86,66'dır. Ayrıca Tablo 4'teki değerlerin grafiksel gösterimi Grafik 4'te yer almaktadır. Bu durum ağır kendisine gösterilmeyen örnekler verdiği cevaplar karşısındaki başarısını grafiksel olarak göstermektedir.

**Grafik 4:** Gerçek Değer – YSA Simülasyon Değeri Karşılaştırma Grafiği

## SONUÇ

Yöneticiler süresiz ömre sahip olan işletmenin faaliyetini sağlıklı olarak sürdürebilmesi için ve risklerini en aza indirmek için geleceğe yönelik kararlar almaktadır. Yöneticilerin geleceğe yönelik doğru ve tutarlı kararlar alabilmesi önemlidir. Bu nedenle yöneticiler, geçmişte gerçekleşen verilerden hareket ederek yönetimin bir fonksiyonu olan geleceğe yönelik olarak işletmenin vizyonu doğrultusunda planlama yapmalıdırlar. Geleceğe yönelik planlama sonucu doğru ve tutarlı kararlar alabilmek için yöneticilerin birtakım analizlerden faydalanmaları gereklidir. Bu analizlerden bir tanesi de başabaş noktası analizidir. İşletmenin üretim, faaliyet ve finansal giderlerinin, ürün satışı sonucu karşılanmasından sonra kara geçiş noktası, kırılma noktası ya da başabaş noktası olarak ifade edilmektedir.

Yöneticiler için gerekli olan sayısal analiz teknikleri bulunmaktadır. Maliyet ve yönetim muhasebesi kitapları incelendiğinde gerçekleşmiş verilerle yapılan klasik maliyet analizleri yer almaktadır. Yönetimde önemli olan geleceğe yönelik doğru planlama ile işletmenin rotasını çizebilmektir. Bu nedenle çalışma da ilgili işletmenin bir aylık gerçek verileri baz alınıp belirli aralıklar dahilinde uniform dağılıma uygun olarak veri türetimiyle geleceğe yönelik başabaş noktası tutar analizi yapılmıştır. İşletmenin başabaş noktası bir başka ifadeyle kara geçiş noktası analizi, maliyet ve yönetim muhasebesi kitaplarındaki klasik analizlere bir alternatif olarak yapay sinir ağları yöntemiyle %86,66 değerinde tutarlı olarak hesaplanmıştır. Yeni yapılacak çalışmalarda geleneksel yöntemleri kullanmak yerine yenilikçi analiz teknikleri kullanılarak literatür zenginleştirileceği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akdağ, F. (2015). Çocukta Beyin Gelişimi Ve Erken Müdahale. *Uluslararası Katılımlı III. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongresi "Erken Müdahale". I*, s. 97-100. Ankara: Hacettepe University Faculty of Health Science Journal.
- Elmas, Ç. (2016). *Yapay Zeka Uygulamaları* (3. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.
- Esen, E., Karal, Ö. (2012). Yapay Sinir Ağları ve İnsan Beyni. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, I(2), 188-205.
- Hamzaçebi, C. (2011). *Yapay Sinir Ağları Tahmin Amaçlı Kullanımı MATLAB ve Neurosolutions Uygulamalı*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Hamzaçebi, C. ve Kutay, F. (2004). Yapay Sinir Ağları İle Türkiye Elektrik Enerjisi Tüketiminin 2010 Yılına Kadar Tahmini. *Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Dergisi*, 19(3), 227-233.
- Nabiyev, V. V. (2012). *Yapay Zeka: İnsan-Bilgisayar Etkileşimi* (4. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.
- Öztemel, E. (2006). *Yapay Sinir Ağları* (2. b.). İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim Bilgisayar Sis. San. ve Tic. A.Ş.
- Sayılgan, G. (2013). *Soru ve Yanıtlarıyla İşletme Finansmanı* (6. b.). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Yazıcı, C. A., Öğüş, E., Ankaralı, S., Canan, S., Ankaralı, H. ve Akkuş, Z. (2007). Yapay Sinir Ağlarına Genel Bakış. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*(27), 65-71.

# Bölüm 11

**RUS SÖMÜRÜSÜNE KARŞI TÜRKİSTAN MİLLİ  
AYAKLANMASI: YEDİSU (SEMİREÇE)  
ÖRNEĞİ**

*Ömer KARATAŞ<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Bandırma Onyeddi Eylül Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Tarih Bölümü, Genel Türk Tarihi ABD, ORCID NO: 0000-0001-7177-8547, omerkaratas4510@gmail.com.





## Giriş

Çarlık Rusya'sının Türkistan'a kolonist siyaseti Büyük Petro (Saltanatı:1682-1721) döneminde başladı. Onun döneminde yapılan seferlerde Rus kazanımı olarak bölge keşfedildi (Vyatkin, 1941: 89-97). Ancak I. Petro sonrasında Rus tahtına çıkanlar, I. Petro'nun Türkistan'a karşı ilgisini siyasi bir vasiyet gibi algılayarak onun ilk keşif ettiği yeri yani Türkistan'ı yaklaşık 150 yıl sonra çarlık maksat ve lehine ilhak ve işgal etti. İşgal süreci, Kazak Türk Cüzlerinden: Büyük Cüz, Orta Cüz ve Küçük Cüz'ün türlü şekillerde Rus hâkimiyetine girmesiyle başladı (Hayit, 1975: 23-27; Kurat, 2014: 366-368). Devamında Türkistan'daki Buhara Hanlığı/Emirliği, Hıve Hanlığı, Hokand Hanlıklarının 25 yıl gibi kısa bir zaman içinde, Avrupa kıtasının beşte biri büyüklüğünde olan bir saha, Rusya'nın eline geçmesiyle işgal süreci sona erdi (Kurat, 1914: 366; Hayit, 1975: 23-24; Historia Rossii, 2008: 33-39). Rus Çarlığı, işgal sonrası sözde askerî ve siyasi güvenliğini sağlamak amacıyla Türkistan'da yaşayan Müslüman halkı etkisiz hale getirmeye çalıştı. Rusya bu maksatla kendisine direnenleri ya cezalandırdı ya da Sibiryaya gibi yerlere sürgüne gönderdi.

19. asrın ikinci yarısından sonra Türkistan bölgesinin işgalini tamamlayan Rusya, işe idaresi altına giren bölgenin yönetim sınırlarını oluşturmayla başladı (Bunyakov, 1872: 119). Oluşturulan sınırların yer altı ve yer üstü kaynakları, dağları, madenleri, ovaları, nehir ve ırmakları, ekilebilir arazileri, nüfusu (Mayev, 1872: 9-133) gibi konular hakkında Ruslar bilgi sahibi olduğundan, kendi rey ve maksatlarına bölge idaresine yönelik çalışmaları kolaylaştı. Bu bağlamda Rus Çarlığı, işgali altında bulunan 1.600.000 km<sup>2</sup> yüz ölçümüne sahip olan Batı Türkistan'ı 1917 yılına kadar: Semireçe (Cetisu/Yedisu)<sup>1</sup>, Sır Derya, Semerkant, Fergana, Hazar Ötesi (Piyade Binbaşı, 1918: 45-53; Bunyakov, 1872: 14-114) (Zakaspiyskiy) isimleriyle beş idarî oblasttan<sup>2</sup> meydana getirdi.

Çarlık hükümeti Türkistan yönetimi için, Rus idarî yönetimine uygun şekilde, merkezde yapılan tartışma ve müşaverler neticesinde, “Туркестан генерал-губернатор/Түркистан Genel Valiliği” olarak 11 Haziran 1867'de teşkil etti (Nikolayeviç, 1885: 34-35). Bölge yönetimi genel valiye verildi. Türkistan ilk genel valisi General Konstantin Petroviç Kaufman (Константин Петрович Кауфман 14.07.1867—04.05.1882) son genel valisi ise Piyade Generali Aleksey Nikolayeviç Kuropatkin (Алексей Николаевич Куропаткин 22.07.1916—05.06.1917) görev

1 Semireçe: Rusçada “Yedi Irmak-Su' manasına” gelen bu kelime, Çarlık Rusya'sında Almaata bölgesine verilen addır. Bölge Kazak Türkçesinde ise Jetisu/Cetisu(Yedisu) olarak geçmektedir. Çalışmada bundan sonra Yedisu adını kullanılmaktadır.

2 Çarlık tarafından oblast, büyük yönetsel bölge ya da vilayet anlamında kullanılmaktaydı. Çalışmanın bundan sonraki kısımlarda oblast yerine vilayet tabiri kullanılacaktır.

yaptı (Historia Rossii, 2008: 424-425; Şuşkova, 2015: Ekler kısmı Ek 6.; Şen-Çiftçiöğlü, 2018: 187; Yazıcı-Çelik, 2008: 141-142).

Türkistan Genel Valiliğinin siyasi ve idarî yapısı: Baş yönetici genel vali, oblast-askerî vali(Nikolayeviç, 1885: 38.; Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii. 1886: 44-50), uyezd-uezd<sup>3</sup> müdürü (Nikolayeviç, 1885: 38; Kerimov, 2019: 79.; Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii. Sobranie 3.Kısım, TOM.VI 12 iyunya 1886: madde. 59-63), şehir-şehir yöneticisi, volost<sup>4</sup>-volost yöneticisi (12 iyunya 1886. Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii. Sobranie 3.T.VI; Kerimov, 2019: 22-55) aul ve aksakallık-starsşinalardan meydana gelmektedir. Türkistan'daki etkili ve yetkili birimlerin başında Ruslar vardı. Türkistanlılar ise her hangi bir yönetsel gücü olmayan volost, aul ve aksakallık yöneticiliği Rusların atama ve izniyle yapmaktaydılar. Bu yönetim sistemi Rusların kontrolü altında 1917'ye kadar devam etti (Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii, 1888: 323-324; Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii, 1886: 319).

Türkistanlılar vatanlarının işgaliyle beraber, çarlık ve onun sadık memurlarının tüm sömürü, baskı ve dayatmalarına bir şekilde tahammül etmekte idi. Çarlık Rusya'sın menfaatlerine uygun maksatlı sevk ve idaresi süresince bu tahammül nerdeyse elli yıl kadar devam etti. Her ne kadar bu zaman zarfında çarlık siyasetine yönelik kısa ömürlü ve az tesirli başkaldırıları olduysa da bunlar pek de ses getiremedi. Mesela Türkistan'ın millî bağımsızlık mücadelesindeki ilk silâhlı ayaklanma 1783-1797 yıllarında Sırım Batur önderliğinde başladı. Daha sonra sırasıyla: Karatay Sultan (1800-1821), Colaman Tilenci Han (1822-1824), Sarcan Sultan (1825-1834), Kayabalı Sultan (1828-1829), İsatay Tayman Han Ayaklanması (1836-1838), Kenasarı Kasım Han (1837-1846), Can Hoca (Cankoca Batur) (1851 -1860), İzet Katıbar (1852-1858), Mangışlak ayaklanması (1870-1873), Buhara'da Şehr-i Sebz ve Kitab Beylerinin İsyanı (1870) yılında Ubeydullah Sultan (1882), 1892 yılı ayaklanması, Dükçü İşan (İşan Muhammed Sabiroğlu) (1898) Andican ayaklanması diye bilinen ayaklanmalar çarlığın siyasetine karşı yapıldı (Polat, 2009: 35-61.). Fakat 25 Haziran 1916'da tahammül sınırlarını ortadan kaldıran bir gelişme meydana geldi. Bu gelişme, işgalle beraber 1916 yılına kadar askerlikten muaf olan Türkistanlıların, 19-43 yaş arası erkeklerin, “askerî arka işlerde yani istihkâm” mevkiinde görevlendirmek için Çar II. Nikolay'ın 25 Haziran 1916'da çıkan fermanıyla oldu. Fermanın çıkışını Rusya'nın I.Dünya Savaşında zorda kalması ve yeni insan kaynağına

3 Uyezd (uezd): Çarlık Rusyasında ve 1929'a kadar SSCB'de birkaç vilayetin birleşiminden oluşan idarî birim.

4 Volost (Волост):1917 Ekim devrimine kadar çarlık ve SSCB'nin 30'lu yıllarına, rayonlaştırma yapılan kadarki süre zarfında uyezdin bir kısmı olarak sayılan alt seviyedeki yönetsel birime verilen addır.

ihtiyacına bağlayabiliriz. Ayrıca cephelerde savaşan askerlerin, cephe gerisindeki işlerini kendilerinin yapmaları, savaşın seyrini değiştireceği düşüncesinden bu işler için yeni insan kaynağına yönelmeye gerekçelerden biri olarak verebiliriz.

Fermanın bölgeye ulaşması Türkistan'da çarlık rejiminin yürüttüğü sömürü siyasetine karşı var olan hoşnutsuzluğu daha da görünür hale getirdi. Fermanla beraber sessiz olan söz konusu bölgede, çarlık rejimine karşı önce ahalinin itirazı ardından yüksek sesli protestolarıyla, sessizlik son buldu. Bundan sonra bölge derin acı, zorunlu göç, idam, öldürme, sürgün, tutuklama gibi hadiselerin çok şiddetli olarak yaşanacağı bir döneme girdi. Bu dönem 1916 Türkistan Milli Ayaklanması idi. Çarlığa karşı az önce de değindiğimiz karşı geliş olaylarının tesiri çok büyük olmadı. Ama 1916 yılı başkaydı. Çünkü o yıl Türkistan'ın en uzun ve en kanlı yılı oldu. Rusların yabancı diye tabir ettiği kadim ahali çarlığın bölgede dayattığı sistemi top yekûn sarsan isyan hareketini başlattı. Adı geçen isyana Türkistan Genel Valiliğine bağlı Yedisu, Sır Derya, Fergana, Semerkant ve Hazar Ötesi vilayetleri sakinleri olan Tacik, Özbek, Karakalpak, Kıpçak, Türkmen, Sart, Kırgız, Kazak, Kuramin, Tarançi, Tatar, Uygur, Dungan gibi halklar aktif olarak katıldı. Türkistan son Genel Valisi A.N. Kuropatkin (Historia Rossii, 2008: 424-425; Şuşkova, 2015: Ekler kısmı Ek 6.; Şen- Çiftçioğlu, 2018: 187; Yazıcı- Çelik, 2008: 141-142; Karataş: 2021, 13-20) öndeliğindeki çar cezalandırıcı birliklerin müdahaleleri neticesinde Türkistan Milli Ayaklanması sırasında çok fazla mal ve can kaybı yaşandı. Yedisu vilayeti Türkistan Milli Ayaklanmasına en aktif katılan vilayet olduğundan dolayı burada Türkistan'ın diğer dört vilayetine göre daha fazla kayıplar oldu. Çünkü Rus kolonizatörleri en çok bu vilayete iskân edilmişlerdi.

## **1. Yedisu Vilayetinde Türkistan Milli Ayaklanmasına Doğru**

Çalışmamızın konusu olan Yedisu, Rusların Türkistan'da vücuda getirdiği beş idarî vilayetten biridir. 1872'de Yedisu vilayeti Tokmak, Isık-Kul, Verniy, Kopal ve Sergiyapol uyezdlerinden oluşmaktadır (Mayev, 1972: 8 ). Daha sonra ise 1891'de Yedisu vilayeti; Verniy, Kopal, Lepsin, Karakol, Pişpek ve Yarkent (Yarkent) olmak üzere altı Uyezdden oluşuyordu (Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii, Sobranie 3.T.XI, T. XI, No: 7574, Madde 4, 25 Mart 1891: 135). Verniy vilayetin merkezi olması asabiyle şehir statüsünde idare edilmekteydi (Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii, Sobranie 3.T.XI, T. XI, No: 7574, Madde 4, 25 Mart 1891: 138-139).

Vilayet Güney ve Doğu Çin İmparatorluğu ile komşudur. Yüz ölçümü 360 km<sup>2</sup>'dir. Güneyi Tanrı Dağları ve aksamını ihtiva eder. Burada

Tersk, Kangay, Altay Dağları, Zaili ve Aleksandorovski silsileleri vardır. Vilayetin kuzey-batısı bozkır ve çöl halinde olup deniz seviyesinden 300 metre yükseklikte geniş bir bozkırı teşkil eder. Başlıca nehirleri: İli, Karatal, Göksu, Aksu, Lepse, Ayaguz nehirleri olup Balkaş Gölüne mansıp olurlar. Çu Nehri de kısmen vilayet dâhilindedir. Göller: Bütün vilayet sahasının 1/4'ünü işgal ederler. En büyüğü Balkaş Gölü'dür. Bundan sonra Issık Göl gelir. Bu göle bir çok nehirler dökülür. Aral Gölü, Sasık Göl gibi başka göller de vardır. Balkaş Gölü'nün sahillerinde sık sazlıklar, kamışlıklar bulunur. Nehirlerin sahilleri de ağaçlıktır. Vilayetin nüfusu 1. 210. 000 olup bu nüfusun %9'unu Kazaklar ve Ruslar, %81'ini ise Kırgız ve Kaysaklar (Kazaklar) teşkil ederler. Bunlardan sonra Sartlar ve Tatarlar gelir. Başlıca ticaret merkezleri Vernıy (Alma-Ata), Balşoy Tokmak, Yarkent şehirleridir. Vilayet 6 kaza, 6 şehir idaresi, 195 nahiye ve 679 karye idaresine ayrılmıştır. Vilayet dâhilinde 183 okul bulunur ve Vilayette %5 oranında okur-yazar vardır (Nazmi Bey, 1918: 45-46.; Mayev, 1872: 14-72).

Rus Çarlığı yayılcı siyasetine uygun olarak aşağıdaki tabloda da görüldü gibi nüfus tespiti yapmıştı.

**Tablo 1:** *Yedisu Vilayeti Uyezdlere Göre Halkları ve Nüfusu*

Uyezd İsimleri	Rus	Kırgız ve Kara Kırgız	Kuramin	Özbek	Tacik	Sart	Moğol Kavimi	Diğer kavimler	Toplam	Rusların diğer kavilere göre yüzdesi
<b>Vernıy</b>	14.400	132.149	-	-	-	1.551	6947	-	155.047	%8,5
<b>Kopal</b>	4.792	119.613	-	-	-	165	685	-	125.257	%2
<b>Sergiopol</b>	4.352	89.853	-	-	-	-	3.480	-	97.688	%2,5
<b>Tokmak</b>	840	123.227	-	-	-	1.358	12	-	125.437	%1,5
<b>Isık Kul</b>	668	47.000	-	-	-	155	430	-	48.253	%0,75
<b>Toplam</b>	25.052	511.840	-	-	-	3.229	11.534	-	551.679	%4,5
	31.930	491.535				3.014	13.183			(Bunyakov, 1872: 126)

Tabloda Yedisu vilayeti uyezdleri: Vernıy, Kopal, Sergiopol, Tokmak ve Isık Kul'da Rusların 1870'de yaptığı istatistikî çalışmalarında nüfus, etnik yapı ve Rus nüfusun buradaki oranı yer almaktadır.

Türkistan'ın Rusların eline geçmesinden kısa bir süre sonra bölgede kolonizasyon çalışmaları da başladı. Türkistan'a yerleşmeleri için Rus Kossakları ve Rusya'nın çeşitli bölgelerinden Rus köylüleri yönlendirilmekteydi. Türkistan bölgesinin verimli arazilerine Rus köylülerinin yerleştirilmesinde Yedisu vilayeti de payına düşeni almaktaydı. Aslında Rus kolonizatörlerine verilen arazilerin gerçek

sahipleri Türkistan kadim ahalisi yani Türkistanlılar idi. Çarlık hükümeti emperyalist düşüncesine hizmet etmesi için, diğer Türkistan vilayetlerinde olduğu gibi, Yedisu vilayetine kolonizatörlerini iskân ettirmekteydi. Bu düşünce doğrultusunda Yedisu vilayetine iskân edilen ailelerin sayısı, 1868 yılında 533, 1869'da 1.004 ve 20 Kasım 1870'te ise 1.332 aile toplamda ise 2.889 ailedir. Ayrıca Yedisu vilayetine yaklaşık 15.000 kişi daha iskân için gönüllü olarak gelmek istiyordu (Bunyakov, 1872: 37). Bu istek Yedisu'nun sahip olduğu yer altı ve yer üstü kaynaklarının, özellikle sulanabilir araziler, bol olmasından kaynaklanmaktaydı.

Türkistan'a iskân için gönderilen Ruslar Rusya'nın güney bölgelerinden Voronej gubernyasından gönderilmekteydi. Yapılan kolonizasyon çalışmaları 19. asrın sonlarında 230.000 kişinin yerleştirilmesi ile sonuçlandı. Yani tüm bölge nüfusuna göre Rus kolonist nüfusu ancak %4.5 oranındaydı. Bu oran bölgelere göre ise Fergana'da %0.4, Hazar Ötesi'nde %1, Semerkant'a %1.5, Sır Derya'da %3.5 sadece Yedisu'da %15 civarındaydı. 1848'de Yedisu'da başlayan Rus kolonizasyonu diğer bölgelere göre önemli bir sayıya ulaştı. Yedisu'da bu kolonistler için 60 köy kuruldu. Bunun 29'u Yedisu Kazak birliğine yani Kossak yerleşim birimi olan stanista, diğer 31'i ise Rus rençper köyleriydi (Kaufman, 1905: 260-261).

1897'de Rusların Bölgede yaptıkları nüfus sayımına göre: Yedisu'da toplam nüfus 987.863 kişidir. 1913 yılına gelindiğinde ise vilayette Rus nüfus 350.000 kişiyle toplam nüfusun %26'sını oluşturmaktaydı (Matiyeva, 2019: 24-46). Böylelikle Çarlık hükümeti söz konusu vilayette nüfus çalışmasında istediğini başarmıştır. Fakat Çarlık hükümetinin Yedisu vilayetinde kendi menfaatleri doğrultusunda yaptığı kolonileştirme, Türkistan bölgesinin diğer dört vilayetine göre, Türkistan Milli Ayaklanması sırasında burada çok fazla can ve mal kaybına sebep olmasının en önemli nedenlerindendi. Bunun yanında isyanın pek çok sebebinin olduğunu söyleyebiliriz. Türkistan'da Rus kolonizasyonu, Rus idarecilerin yanlış yönetimi, mahkemelerdeki adaletsizlik, askerlikten muaf olan ahaliden alınan vergiler, Rus çarlığında Türkistan'da askerlikten muafiyetin kaldırılması gibi başlıkları isyanın çıkışını hazırlayan sebepler olarak sıralamak mümkündür (AVPRİ. F. Sredneaziatskiystol. Op. 486. D.360 b. L. 5-5 ob.,S.1-4, 8-13, 31-33. Sentyabrya 1915 g.). Aslında yaklaşık elli yıldır Rus hâkimiyetinde olan bölge çarlık rejiminin dayatma ve baskısı karşısında adeta barut fiçisi gibiydi. Barut fiçisinin alev alması için gerekli olan kıvılcım, bizzat Çar tarafından 25 Haziran fermanıyla çakıldı. Bu kıvılcım isyan ateşini yakmış ve tüm Türkistan bu ateşle yanmıştır (Karataş, Rus Raporlarında Türkistan İsyanı 2021: 63-82).

## 2. Yedisu Vilayetinde Türkistan Milli Ayaklanması

Semerkant vilayet valisinin 5 Temmuzda uyezd müdürleriyle yaptığı toplantıda söz alan Hocent uyezd müdürünün: “ *Askeri işçi alımına karşı bugün protesto için birçok kişi toplandı. Bunlar polislere saldırdı. Çok öfkeli oldukları için onlarla konuşamadık. Dört küçük rütbeli asker saldırıya uğrayan polisler desteğe geldi. Yabancılar bu askerlerden birinin silahını aldı ve ateş etti. Bu ateşten sonra diğer askerler de toplanmış protestoculara 15 el ateş etti. Protestocularardan 2 kişi öldü 1 kişi ise yaralandı. Düzeni sağlamak için elimizden geleni yapıyoruz. Savcıya ve ona yardımcı olarak tayin ettiğimiz kişiye bu işin araştırılması için emir verdim* ” (Vosstaniye 1916 goda v Turkestande, 2016: 160) sözleri Türkistan Milli Ayaklanmasının silahlı çatışma safhasının başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Böylece 5 Temmuz’da Semerkant vilayetine bağlı Hocent uyezdindeki ilk silahlı çatışmalardan vali de haberdar oldu (RGVİA. F. 400. Op. 1. D. 4548. L. 88-88 ob. 17 Aprelye 1917 g.). Hocent’teki ayaklanma sırasında 2 ölüm ve 1 yaralanmanın olması 25 Haziran Çar fermanı için dökülen ilk kandı. Dökülen ilk kan bölgede yaşanacak kanlı isyanın adeta habercisiydi. Ayaklanmaları bastırmada kullanılan şiddet, kıtal, sürgün, tutuklama, yaralama, takip, baskı gibi yöntemler Türkistanlıların özgürlük mücadelelerini bitirmeye çalışan çarlık hükümetinin kullanacağı yöntemler olacaktır. Rus yöneticileri, daha çok asker ve silah kullanarak itirazları yerinde susturmak, protestoların yaygınlaşmasını engellemek ve bölgede sükuneti sağlamak niyetindeydi. Bu niyet için kullanılan tercih yöntemi yanlış olmasına rağmen bölgede daha sonraki olaylarda da kullanılacak ana yöntem oldu. Artan protestolardan ötürü hem fermanı uygulamaya çalışanlar hem de fermanı protesto edenlerden ölümler oldu. Yani her iki tarafın da ellerine kan bulaştı ve bölgede ucuz olan insan yaşamı daha da ucuz hale geldi.

Semerkant vilayeti Hocent uyezdinde başlayan silahlı çatışma ve isyan ateşi, Temmuz ayının ortasından Eylül ayının sonlarına kadar, Türkistan Bölgesinin Rus idaresinde olan beş büyük vilayetinde (Sır Derya, Semerkant, Fergana, Hazar Ötesi ve Yedisu vilayetleri) çok yoğun olarak yandı (Karataş Rus Sömürüsüne Karşı, 2021: 70-87).

Yedisu vilayetinde Türkistanlıların çarlık hükümetine karşı ilk silahlı ayaklanması Verniy uyezdinde oldu. Bu ilk olay Türkistan bölgesi genel valiliğine vekâlet eden General Erofeev’in İç İşleri ve Harbiye Bakanlığı’na 6 Ağustos 1916 tarih ve 236 numaralı acil koduyla gönderdiği telgrafta: “*Uroçış Asi Verniy bölgesinde iki isyancı birliği silahlı direniş göstermişler. Buradaki yönetici yardımcısına işçilerin listesini hazırladığından dolayı saldırmışlar. Saldırgan isyancılar saklanmışlardır.*” (Kopiya. RGVİA. F. 400. Op. 1. D. 4546. Ç. 1. L. 236. 6 avgusta 1916 g.) satırlarıyla merkeze aktarıldı. Aynı olay, 7 Ağustosta Yedisu vilayeti Polis Müdürü Jeleznakov:

*“Yedisu’da silahlı isyan var. Taşkent ile telgraflar kesildi. Çapraştı aşireti Kırgızları ayaklandı. Birliğin birini ben yönetiyorum.”* (Kopiya. RGVIA. F. 400. Op. 1. D. 4546. Ç. 1.L 232. 7 avgusta 1916 g.) cümlelerinin yer aldığı telgraflında yaşanan olayın silahlı çatışma şeklinde vukua geldiğini merkeze haber verdi. Bu iki telgraftaki bilgilerle Yedisu vilayetinde Türkistanlıların çarlık baskı ve zulmüne karşı gelerek silahlı direnişe başladıklarını söyleyebiliriz. Böylelikle ilk olarak Semerkant vilayetinde başlayan isyan ateşi, artık Yedisu vilayetinde de yanmaya başlamıştı. Ateşin bu vilayette çok hızlı yayılması beklenmektedir. Çünkü burası Rus kolonizatörlerin en çok iskân edildikleri yer idi. Zaten Türkistanlılar elli yıldır kendi arazilerinin gasp edilmesine, hayvanlarının sorgusuz sualsiz alınmasına, Rusların tepeden bakan tavırlarına ve adaletsiz yönetimine zor tahammül etmekteydi. Bu yüzden de Türkistan Milli Ayaklanmasının en dirençli ve Rusların en çok zorlandığı yer Yedisu vilayeti olmuştur.

Vilayette isyanın yayılmasına paralel olarak Türkistan bölgesinde görevli kolluk kuvvetleri hem kendi aralarında hem de çarlık merkeziyle yoğun bir telgraf trafiğine girdi. Yedisu’daki gelişmeler anbean Harbiye ve İç İşleri Bakanlığı’na aktarılmaktaydı. Bu aktarılanlar, isyanın katılımcıları, yayıldığı yer, isyana karşı alınan ve alınması düşünülen askerî tedbirler, meydana gelen can ve mal kayıpları gibi bilgileri ihtiva etmekteydi. Vilayete Rus köylerinin fazlalığı, bu köylerin korunmasında askerî birliklerin azlığı, Türkistanlıların ani saldırısı karşısında Rus kolluk kuvvetlerinin çaresizliği, vilayette çarlığın sahip olduğu otoritenin sarsılması gibi durumlar bölge yöneticilerinin başkent Petrograd’a isyanın ilk başlarında gönderdikleri telgrafların temel konularıydı. Mesela aşağıda sırayla vereceğimiz, Türkistan Genel Valisi Kuropatkin’in Harbiye Bakanlığı’na 13, 14, 15 ve 16 Ağustosta gönderdiği telgraflarda, Yedisu’daki isyanın bir hafta içerisinde ulaştığı yayılım sahası ve etkisini görmekteyiz.

“6251. telgrafa ek olarak.

*Vernıy ve Pişpek bölgesindeki Kurdayesk birliği, Gornoslobotskoy köyü yakınlarında Kırgız birlikleri tarafından saldırıya uğradı. Kırgızların bir kısmı silahlıydı. Saldırıya başarıyla cevap verdik. Kırgızlar, Çutoçka Tokmak nehriyle geriye çekildiler. Pişpek ve Vernıy’den gelen askeri yardımla buradaki birlikler birleştiler. Bu noktalar temizlendi. Pişpek ve Tokmak arasında telgraf hattı iptal olmuştur. Bu birleşik kuvvetler Tokmak’tan 15 verst<sup>5</sup> uzaklığında toplanmış olan Kırgızların saldırısını da*

5 1,0668 kilometreye karşılık gelen Rus uzunluk ölçü birimi.



*başarıyla engelledi. Bir Kossak<sup>6</sup> öldü üç Kossak da yaralandı. Bir diğer birliğe ise 10 Ağustos Targap istasyonunda saldırı gerçekleştirilmiştir. İsyanlar bu bölgede de başlamıştır. Bölgeyi tanıyan birkaç kişi öldürüldü. Bir kaç gün sonra Botpayeveler bize itaat mektubu gönderdiler. Ama isyanın yöneticilerini daha vermediler. Büyük Almantisky ve Çamalgansky bölgelerinde isyan çıkmasını diye bu ayaklanmaların birkaç önderini ve 150 şüpheli Kırgızı gözaltına aldık. Yarkent noktasında tehlike vardır. Lepsin bölgesinde herhangi bir değişiklik yoktur. Kopal bölgesinde ise ayaklanmaların sesini duyuyorum diğer bölgeler şimdilik sakinler. No:6286 Kuropatkin.” (Kopiya. RGVIA. F. 400 Op. 1. D. 4546. Ç. 1. L. 252-252 ob. 13 ağusta 1916 g.).*

“6286 telegrafa ek olarak.

*Kastek Dağları'nın Bomsk bölgesi ve Kabenya bölgesi isyancılarının Namangan ve Aulie-Ata bölgesinin Talasa kısmındaki Kırgızlarla bağlantılı oldukları hakkında bilgiler vardır. Bu Kırgızların birbirlerini tanıması için şapkalarının üzerinde nişan yani işaretler var. Onlar dağlarda barut yapıyorlar. Narın sahilinin Kırgızları da ayaklandı, posta istasyonlarını yağmaladılar. Rıbaçi'ye kadar telgraflar kesildi. Dağ ötesi bölgelerinde kâtip ve onun muhafızı isyancılar tarafından öldürülmüştür. Beloçarsk ve Stolopinsk köylerinde ölü ve yaralılar vardır. Daha net malumatlar araştırılmaktadır. Kopal geçidinde Kırgızlar dağdan inmişler ve birlik oluşturarak Rus ahalisinin yerleşim yerine uzak bir yerde toplanmışlardır. Bunlar şimdilik sessizdir. Aulie-Ata geçidinde Pişpek sınırında Karabalta Kırgızları insanları öldürerek hayvanları da dağlara kaçırmaktadırlar. Diğer bölgelerde değişen bir şey yoktur. No: 6333 Kuropatkin.”(Kopiya. RGVIA.F.400.Op.1.D. 4546.Ç.1.L.253-253 ob. 14 ağusta 1916 g.).*

“6333 nolu telgrafa ek olarak,

*Verniy geçidinde birkaç grup yeniden isyan ettiler. Verniy ve Yarkent geçidinin Kırgızları 11 Ağustos'ta Calanaj İstasyonuna saldırdılar. Buradaki küçük Rus köyünü yağmalamışlardır. Bu köyün ve istasyonun korunması için Zoytsevsk bölgesine kadar Çilik nehri üzerinden piyade askerler (100 kişilik) vardır. Yarkent geçidinin yakınlarında posta istasyonu Temerlin yağmalanmıştır. Dağlarda Uzunağaca yakınlarında Kırgızlar bir araya toplamışlardır. Cailmişev bölgesinde ayaklanan Kırgızlar Pişpek bölgesindeki Yuryev ve İvanov köylerini yağmaladılar. Bu köyün sakinleri daha önce korkudan komşu olan daha büyük köylere göç etmişlerdir. Tokmak bölgesinde durumlar kritikti. Prejeval noktasından*

6 Rusların emperyalist hedeflerini gerçekleştirmede kullandığı ve kendine tabi olanlara Kazak demektir. Ayrıca bunlar Rus Kazakları ya da Kossakları olarak da bilinirler. Rus Kazakları ile Türk Kazakları arasında sadece isim benzerliği olduğu için sıklıkla karıştırıldığından dolayı bu açıklamayı yapmak gerekmektedir. Ayrıca bu adlandırma çalışmada “Kossak” ya da Rus Kosakları (Kazakları) olarak kullanılacaktır.



*gelen özel eğitilmiş atlar çalınmıştır. Verniy ve Prejeval arasındaki telgraf ara ara kesilmektedir. Belavotsk bölgesindeki Hristiyanlar gönüllü olarak Polis müdürüne 138 isyancının yakalanmasında yardım ettiler. Pişpek ceza evine gönderildikleri sırada yolda ayaklandılar ve isyancılar kaçmak istedikleri için de öldürülmüşlerdir. Bölgenin diğer noktaları şimdilik sessizdir. Yedisu Çatkal noktalarında Namangansk geçidi haricinde burada daha önce 13 Ağustosta yerli ahali tarafından ayaklanma olmuştur. Bu ayaklanmanın nedeni Çarkisar ve Çadin bölgesine işçilerin tayin edilmesidir. No: 6352 Kuropatkin.” (Kopiya. RGVIA. F.400. Op.1. D. 4546.Ç. 1. L. 254-254 ob. 15 avgusta 1916 g.).*

“6352. telgrafa ek olarak.

*Yedisu Kırgızlarının isyanı büyümektedir. Pişpek geçidinde İvanovka köyü Kırgızları tarafından ablukaya alınmış ve köyü yakıyorlar. Bu köye yardım gönderildi. Pişpek’te de aynı şey bekleniyor bu yüzden buna karşı önlem alıyoruz. Cungaysk bölgesinde dağ ötesinde yaşayan Kırgızlar ayaklandı. Birçok sayıda Rus öldürüldü, kadınlar ise esir alındı. İsyanın merkezi Susamsk ve Talask bölgeleridir. Yarkent geçidinin Kırgızları Prejeval ve Yarkent geçitlerinde Karkara köyüne burada saldırdılar. Saldırıda 24 Kossak öldürüldü. Dağ ötesi ile mektuplaşma haberleşme kesildi. Calanaş rayonunda altı Kossak öldürüldü, iki Kossak ise yaralıdır. Çetmerke köyünde ise 11 mahalleden oluşan ahali Kırgız isyancılar tarafından kılıçtan geçirilerek öldürüldü. Bir haftadır Prejeval noktası ile haberleşemiyoruz. Aldığımız haberlere göre buraya Kaşgar bölgesinden Çin Valisi gelmiş ve buradaki Dunganları isyana teşvik etmiştir. Narın ve Pişpek tarafına küçük birlikler gönderiyorum, diğer bölgelerde değişiklik yoktur. NO:6388 Kuropatkin.” (Kopiya. RGVIA.F. 400.Op. 1. D.4546. Ç.1. L.255-255 ob. 16 avgusta 1916 g.).*

Yukarıdaki üç telgraf General Kuropatkin’e bölgede görevli çarlık yöneticilerinin verdikleri bilgilerin bir araya getirilmesiyle başkente gönderilmiştir. Türkistanlıların çarlık hükümetine karşı verdikleri özgürlük mücadelesi Kuropatkin’in telgraflarına göre Ağustosun ilk başlarında hedefe ulaşacak gibi gözükmekteydi. Ama bunu fark eden başta genel vali olmak üzere diğer çarlık sadık hizmetkârları, vatan ve özgürlük savunmasında bulunan Türkistanlıların üzerine, merkezin de onayıyla, cezalandırıcı Rus birliklerini sevk ettiler. Bu birliklerin sevkî Türkistan Milli Ayaklanmasının seyrini Ruslar lehine dönmesine neden oldu. Zira Türkistanlılar modern silahlara sahip olmadığından dolayı donanımlı ve düzenli Rus ordusuna karşı gelmeleri mümkün değildi.

Yine Genel Vali Kuropatkin’in Harbiye Bakanlığı’na, 19 Ağustos 1916 tarihine kadar Türkistan’daki isyanın gidişatı hakkında ayrıntılı

bilgileri ihtiva eden telgraf gönderdi. Türkistanlıların üzerine sevk edilen birlikler ve alınan askerî tedbirler burada yazılıdır. Telgrafta:

“6416. nolu telgrafa ek olarak.

Yedisu bölgesinde isyanlar devam ediyor. Pişpek bölgesindeki Samsonov istasyonu ve Mihalovsk köyü kuşatmadan kurtarıldı. İsyancı Kırgızlar büyük ve küçük Keben dağı ele geçirdiler. Buraya iyice yerleştiler. İsyancıların sayıları oldukça fazladır. Kırgızlar berdanoklarla silahlanmış ve çok sayıda mermileri var. Temmuz ayında birliklere gönderilen silahların Kırgızlar tarafından ele geçirmesiyle bu silahlara sahip oldular. Tokmak’tan Pişpek’e giden yollar kapatılmıştır. İvanovka köyünde büyük bir köprü yakıldı. Köprünün yeniden yapılması için buradaki mühendis çalışmalar yapıyor. Prejeval telgraf hattı henüz onarılamadı. Kopal geçidinde Altınemelya rayonunun beş kısmında Hadoyarhan Tezekov’u han ilan ettiler. Büyük ordunun Sultan’ın büyük oğlu olarak.

İsyanın başlangıcından bu yana kayıplar:

Yedisu bölgesinde isyancılar tarafından iki üst rütbeli ve 41 alt rütbeli Rus askeri öldürülmüştür. Beş alt rütbeli asker yaralanmaları sonucu ölmüşlerdir. 31 alt rütbeli yaralı, iki alt rütbeli ise Kırgızlar tarafından esir alınmıştır. Rus ahalinin içinden çok kişi ölmüştür. Bu ölenlerin sayısını henüz tespit edemedik. Yedisu bölgesindeki birliklere destek olarak Pişpek’ten birlikler gönderdik.

• *Taşkent’ten birinci yardım iki bölük 737 kişi, 100 kişilik batary birliği, 100 Kossak, dört otomatik silah, lağımçı bir birlik, telgraf ve telefon tamircisi.*

• *Taşkent’ten ikinci yardım dört bölük silahlı asker, sekiz otomatik silah, bir batarya birliği, 100 Kossak, lağımçı birliği, 160 atlı keşif askeri grup.*

• *Semerkant’tan yardım 243 kişi sekiz otomatik silah.*

• *Dördüncü yardım Sokobeleev’den Narın’a ordu, Narın’ın iki noktasına üç bölük silahlı askeri birlik, altı otomatik silah ile 80 kişilik atlı keşif grubu, 100 Kossak, iki dağ silahu ve lağımçı birliği.*

• *Beşinci yardım 734 kişiyle sekiz otomatik silah.*

• *Altıncı yardım Termez’den, Orenburg Semipalantisk ve Sergiopol’dan 240 kişi sekiz otomatik silah.*

*Bundan başka Yedisu birliğinden Prejeval geçidine bir bölük ve iki Kossak yüzlüsü gönderilmiştir. Diğer bölgelerde sessizlik hâkimdir. 6495*

*Kuropatkin.*” (Kopiya. RGVA. F. 400 Op. 1. D. 4546. Ç. 1. L. 262-262 ob. Avgusta 1916 g.).

Türkistan Milli Ayaklanmasını başlatan Türkistanlıların Yedisu vilayetinde Ağustos başlarında elde ettikleri kısmi başarı, Rus köylerinin durumu, Rus cezalandırıcı birliklerinin sevki sonucu çarlığın isyanı kontrol altına alamaya başlaması hakkındaki malumat Taşkent’ten General Erofeev’in Harbiye Bakanlığı’na 7 Eylülde gönderdiği aşağıda tamamını vereceğimiz telgrafta rapor halinde yazılmıştır. Buna göre:

“7062. telgraf ek olarak.

*Aulie-Ata uyezinde Merke bölgesinde Kırgızların toplanmalar devam ediyor. Susamur raoyunundaki gruplaşmalar arasında yani isyancılar arasında bölünme gözüküyor. Çünkü bazı saygın Kırgızlar taraf değiştirmişlerdir. Bir diğer bilgiye göre de, Yedisu valisinin söylediğine göre, Prejeval’de isyanlar iki şekilde devam ediyor. İlki Kırgızları Gregorgiyev köyüne saldırısıyla 9 Ağustos akşamıdır. 10 Ağustos sabahı ise Prejeval’e saldırmışlardır. Bu haberleri aldığımızda Sazanovka’ya Iskrovski komutanlığında 20 kişilik küçük bir birlik gönderdik. 11 Ağustosta Mariin Dunganları isyan ettiler. Bu isyan sırasında Prejeval bölge doktoru Levin öldürülmüştür. Sonra birlikler şehri alarak orayı güçlendirdiler (42 bekçi 86 pompalı tüfek). Sonra her gün köylerden Ruslar gelerek Kırgızların ilk başta sadece hırsızlık yaptıklarını sonra ise Rusları dövmeye başladıklarını anlattılar. Zirai okul dağıtılmıştır. Buradaki Hristiyanlar öldürülmüşler, birçoğu hayvanca işkence görmüşlerdir. Pokrovski, Sivethy, Lepsinkiy, İvonitsky bölge sakinleri Prejeval’e getirildi. Lizogobuy, Sokolov, Otarniy, Razdonly, Grodotpaliniva, Bogorikov ahalisi Teplok Kuliçen bölgesinde saklanarak canlarına kurtarmışlardır. Issık Göl, Tarhana Berskavun ve Gogolev ahalisi en çok zarar görenlerdir. Koltsovki ahalisi uyezd müdür yardımcısı Kayiçev ile birlikte hepsi öldürülmüştür. Koyiçev’in Konvoyunda sadece beş küçük rütbeli geri dönebildi. Rıbaçiy ahalisi küçük gemilerle Prejeval’e geldiler. Kuzey birlik ve manastır ahalisi Proyabrejen’de toplandılar. 15 Ağustos akşamı Karkara’dan yazıcı Kraççenko askeri rotasıyla ve Horunjak, Berga 30 Kossak ile birlikte geldiler. Ve yanında Karkara, Tavriçersk, Vladistav bölgesinin ahalisini kurtararak getirdiler. 19 Ağustos’ta Astsubay Çavuş Rızkin Prejeval’e, Meşan, Krasnoyar, Novokiyev ahalisini getirdi. Mültecileri şehirlerde yerleştirdiler. 16 Ağustos Urelçov Çinikov başkanlığında atlı birlik Sazanov ahalisinin yardımına gitti. Burada altı gündür asker ve Hristiyanlar Kırgızlarla çatışmaktadırlar. Pakrovskiy ve Ofoçenikov Sazanov ahalisini Semenov, Gregeryov ve Komentsev ahalisini Proyabrenjka’ya getirdiler. 19-20 Ağustos’ta Prejeval’e Ugreninov’un yüzlüsü girdi. Diğer günler biraz daha sakin geçti. Kırgızlar Sırtı dağlarına çekilmeye başladılar. 25 Ağustos Pokrovski ve Ugreninov*

*Pokrovskiy köyüne gönderildiler. Buradaki ahaliyi kurtarmak için bu ikisi hareket ettiler. Onlar görevini başarıyla yerine getirdiler. Pokrovski 800 tane Kırgız yurdu/evini yaktı. 20 Ağustos'ta Preobrajovski'den telgraf geldi. Bu telgrafta büyük Kırgız hareketine karşı ise Horunjiy Berk çıktı. 28 Ağustos'ta Berk bu Kırgızları dağıtmış, sekiz yüz kişiyi öldürmüş ve bir çok hayvanı da onlardan almıştır. Bunlardan kurtarılan esirlerin sözlerine göre bu isyancıları Türk generali ve iki Avrupalı yönetiyordu. Bu esirlerin söylediğine göre bu general ve iki yabancı daha önce Kostak savaşında bulunmuşlardır. Berk ve mühendis Golovin iki göreve daha gönderildiler. Onlar bu iki görevde de başarılı oldular. 27 Ağustos'ta Prejeval'e Yüzbaşı Volkov'un birliği girdi. 1 Eylül'de ise Bickov'un birliği Prejeval'e girdi. Bu birlik Aksu geçidinde buz Kayalıklarının çatlamasından dolayı Çekdal istasyonda Kozye üzerinden dağları geçmek zorunda kalmıştır. Verniy'den Prejeval'e olan yolu yedi günde kat ettiler. Bu birlik isyan sonucu çok sayıda ölüm görmüştür. Telgraf hattı tamamen bozulmuştur, manastır, kiliseler, evler ve diğer binalar zarar görmedi. Esaretten kurtulan Hristiyanların sözlerine göre isyancılar arasında genç ve okul kıyafetinde olan Kırgızlar da vardır. Issık göl de şehir hastanesi doktoru Verniyiy kızı ile birlikte öldürülmüştür. Dış hekimi Blagreysin eşi ve oğlu öldürülmüştür. Tüm istasyonlar Kırgızlar tarafından dağıtılmıştır. Bickovun birliği Preobrajen'e dört erkek 60 yaşlı kadın ve kız ile 50 çocuk getirmişlerdir. İvanov'un raporunda bildirdiğine göre garnizon da sürekli bir çalışma olduğunu bildirmiştir. 13 Ağustos'ta Albay İvanov eski generallerden askeri birlik oluşturmuştur. Bunlar General Karolkov Narbuta, General Krasnoslobot ve birkaç büyük rütbeli ve doktorlardan oluşmuştur. Bu birlik mültecilerin yerleştirilmesi, şehrin korunması ve askeri işlerle görevli idiler. Mühendisler ve memurlar da bu birlikteydiler. 3 Eylül'de Starşına Bickov ve Yüzbaşı Volkov birlikleri Sırtı'dan kaçan isyancıların yakalanması ve öldürülmeleri için yola çıktılar. İvanov'un çok önemli bir bilgisi ise buradaki tarlaların yakılmadığıydı. Bu yüzden sessizlik çöktüğünde buradaki Hristiyanların hemen tarlaya gitmesi ve ürünlerin toplanması gerekmektedir. Narın garnizon Komutalığında, bölge isyancılarının önderlerinin listesi Astsubay Çavuş Gregoryer'in ölümünden, dokuz Kossakın ölümünden ve sekiz askerin ölümünden sorumlu olan kişilerin listesi hazırlanmıştır. Bu cinayetler sonucunda silah ve mermi çalınmış atlar kaçırılmıştır. Prejeval ve Pişpek uyezdlerinde 12 volost isyancıları Üç-Turfan'a doğru hareket etmektedirler. Yarkent uyezdi Karkara rayonunda Çolkuta Sentaş geçidinden Prejeval Kırgızları geriye doğru çekilmişlerdir. Yarkent ve Kulca da ise durumlar iyileşiyor; ama Kulca Dunganları şüpheli davranıyorlar. Diğer bölgelerde değişiklik yoktur. 7088 Piyade Generali Erofeev.” (Kopiya. RGVIA.F.400. OP.1.D.4546.L.309-310. 7 sentyabrya 1916 g.).*

Yukarıda tamamını verdiğimiz telgrafın içeriği bölgeye yeni atanan Türkistan Genel Valisi Kuropatkin sonrasında en yetkili kişi tarafından yazılmıştır. General Erofeev'in telgrafında yazdıkları hem genel vali vekili hem de Türkistan askeri valisi olası asabiyle oldukça önemlidir. 22 Temmuz 1916'da Türkistan'a genel vali olarak adeta "küçük çar" diyebileceğimiz yetkilerle atanan Kuropatkin çarın kendisine güvenini ve beklentisini biliyordu. Çarın beklentisi Türkistan Milli Ayaklanmasının bitirilmesi idi. Çarlığın sadık talebesi ve hizmetkârı olan Kuropatkin, Türkistanlıların özgürlük hareketine onları yok etmeyle karşılık vermekteydi. Bölgeye modern silahlarla donanımlı asker yığılması bu duruma bir örnektir. Askerlere önünüze çıkanı vurun emrini vermesi ise yaşanan vahşetin tarifine başka bir örnektir. Kuropatkin şunu istemekteydi: Ya Türkistanlılar Milli Ayaklanmalarına son vererek kendilerine itaat edecek ya da itaat etmezlerse Rus cezalandırıcı birlikleri tarafından öldürüleceklerdi. Evet, hedef tam da buydu. Bu hedef doğrultusunda Türkistan'a yığılan Rus birlikleri ve onların sahip oldukları mühimmatın malumatı aşağıda vereceğimiz, Kuropatkin'in 18 Eylül 1916'da Harbiye Bakanlığı'na yazdığı telgrafta vardır.

*"7351. telgrafa ek olarak.*

*Yedisu bölgesindeki askeri birlik dışında takviye birlikler: Verniy, Yarkent, Kopal birlikleri, 3. Yedisu Kossak birliği, 3 yedek birlik ve 4 Kossak yüzlüsü buradaki isyanları bastırmak için ve 240. Simbir, 243. Samara, 734. Saratov sekiz otomatik silahla, 737. Simbir birliğinin iki rotası dört otomatik silahla, birinci ve ikinci Simbir yedek birliğinden ikişer rota, 3. Simbir yedek birliğinin 3 rotası, 80 atlı keşifçi ile birlikte altı otomatik silahla, 25 batarya birliği ile iki atlı bataryanın ağır silahlı Orenburg birliğinin altıncı rotasından 200, 4. Rotasından ise 100, iki tane de lağımçı birliği, telgraf ve telefon birliği, 7. Orenburg ve 9. Simbir Kossak birliği iki koltovsk otomatik silahlı birlik ve 3. Orenburg Kossak bataryası.*

*Yedisu bölgesindeki sürekli görevli birliğin bir kısmı şehir ve köylerin korunmasını yaparken diğerleri ise isyancılar ile çatışmaktadır. Diğer gönderilen ek birlikler ise: 240. Birlik Sergiopol garnizonunda Sergiopol Kopal'de 243. birlik, Pişpek uyezinde Kutamaldı'nın batısında Gekatin, Şamsı ve Kızılsu geçitlerinde 734. birlik, Pişpek ve Prejeval uyezdlerinde Narın'dan Cungal'a kadar bulunan rayonlardan 732. birliğin 2 rotası, 25 ve 26. batarya birliği, Orenburg Kossak birliğinin 100 kişisi ile Lağımçı, telgraf ve telefon birliği Issık Gölün güneyine Barskun ve Prejeval geçidine kadar yerleştirilmişlerdir. 1. ve 2. Simbir yedek birliğinin 4 rotası, 27 hafif batarya birliği ile Orenburg Kossak birliğinin 4. birliğinden 100 kişi, 6. birliğinden 100 kişi, 3. Simbir yedek birliğinden 3 rota ağır silahlı, 20. atlı batarya birliği ve lağımçı uzmanları ise Koçkur nehrinden Pişpek*

*uyezdinden Cungal'a bu birlikler hareket ediyorlar. 9. Sibir Kossak birliği koltov otomatik silah komandasıyla ve 3. Orenburg Kossak batarya birliği ise Sergiopol'den Urcar üzerinden Kopal'e hareket ediyorlar. 7. Orenburg Kossak birliği de Aulie-Ata'dan Pişpek'e hareket ediyorlar. 7381 Kuropatkin." (Kopiya. RGVİA. F. 400 Op. 1. D. 4546. Ç. 1. L. 334-334 ob. 18 sentyabrya 1916 g.).*

Yukarıda verilen takviye birlikleri ve diğer askerî tedbirler neticesinde hem Kuropatkin hem de Çarlık bölgedeki askerî işçi alım hedeflerine ulaşmaya başlamıştı. Yedisu vilayetinde isyan ateşinin söndürüldüğü bilgisi, Verniy'den Genel Vali Kuropatkin'in 17 Ekim 1916'da çarlık merkezine gönderdiği telgrafında anlamaktayız. Telgrafta:

*"Yedisu bölgesi isyancılarının isyanı tamamen bastırılmıştır. Pişpek, Prejeval ve Yarkent uyezdlerinin güney kısımları haricinde tüm isyanlar bastırılmıştır. Bizim birlikler sınır geçişlerinde doğru hareket etmektedir. Bölgeden 25 volost ahalisi (Türkistanlılar) Çin'e göç etmiştir. Her bir volostun nüfusunu 3.000 erkekten hesaplamak yerindedir. Yedisu Rus ahalisinin, isyan başladıktan sonra bu bölgeye yardım gelene kadar hayatları tehlikedeydi. Yedisu askerî valisinin aldığı kararla Pişpek ve Verniy uyezdinde çok az kişinin ölümüyle bu olay atlatılmıştır. Onun aldığı bu kararla Kopal ve Lepsin uyezdlerinde de isyan engellenmiştir. Prejeval uyezdinin Rus mahallesini korumak için yeteri askerî güç olmadığından burada çok kişi ölmüştür. Yaklaşık 2.000 kişi burada ölmüştür. Buradakilerden birçoğu esir alınmış ve bunların büyük çoğunluğu kadındır. Burada Ruslardan 1.000 kişi de kayıptır. 1.300 ev yakılmış, 1.000 evi ise yağmalanmıştır. bunlara rağmen Prejeval şehrini yinede elimizde tutabildik. 17 Ekim'e kadar ölen asker sayısı yaralı ve kayıp olanlar, üç tane üst rütbeli, 184 alt rütbeli askerdir. Şuan Vilayetin tüm Rus ahalisi koruma altına (gelen birliklerin yardımıyla koruma altına) alınmıştır. Bu birlik buradan gittiğinde yine güvensiz olacaklar en kısa zamanda Rus ahaliyi silahlandırmak gerekiyor. Çok acı verici bir durumdur ki 2.000 kişilik Rus köyü sadece 15 kişiyle korunuyordu. Askerî vali ve Tarım Bakanlığı üyeleriyle biz Rusların hangi topraklarda kanının döküldüğünü ve hangi toprakların Kırgızlardan alınacağını konuştuk. Bu toprakları Kırgızlardan alma cezası dışında, isyana önderlik edenlerin de idam edilmesi gerekmektedir. İsyan hissine kapılmış diğer Kırgız toplumunu af etmeliyiz. Verniy'ye gittiğimde Kırgız büyüklerini (aksakallıları) gördüm. Yaklaşık 30 Kırgız volostunu gezdim. İsyanların bastırılmış olduğunu anladım. Her tarafta büyük emrin (işçi alımı ve atların gönderilmesi kararı) uygulandığını gördüm. Kırgızlar affedilmek için yalvarıyorlardı ve onlara işçi göndermesini yanlış bir şekilde anlattıklarını söylüyorlardı. Prejeval dışındaki uyezdlerde işçi listelerinin hazırlanmasına devam edilmektedir. Hesaplarımıza göre tüm Vilayetlerden Pişpek ve Verniy'den*



*ilk başta 26.000 işçi gönderileceğini söyleyebiliriz. Pişpek'ten ilk işçi gönderimi 29 Ekimde, Verniy'den 1 Kasım, Yarkent'ten 1 Kasım, Kopal'den ise 15 Kasım'da, Lepsin uyezdinin göreve gönderilen işçileri 1.000 kişilik grupla Sergiopol'e doğru yola çıkmışlardır. Yolun uzun ve havanın soğuk olmasından dolayı onlar büyük geçitleri yürüyerek veya at üzerinden geçeceklerdir. Uzun yollardaki 40-50 verst uzunluğundaki geçitleri ve bu yolu bir ay içinde kat edeceklerdir. Yakın mesafelerden ise örneğin; Pişpek uyezdinden gönderilenlerin varış süresi 2 hafta olacaktır. No:1013 Kuropatkin." (Zaverennaya kopya. GARF. F.1467. Op.1. D.764. L.13-14. 17 oktyabrya 1916 g.).*

Yukarıda adı geçen telgrafın içeriğinden anlaşıldığı gibi Yedisu vilayetinde Türkistan Milli Ayaklanması çarlık tarafından zor da olsa bastırılmıştır. Ayrıca Çar II. Nikolay'ın 25 Haziran 1916'da Türkistan Ayaklanmasına yol açan fermanın uygulanma safhasına geçmiştir. Yedisu vilayeti uyezdlerinde cephe gerisi için askerî işçi listelerinin belirlenmeye ve işçilerin cepheye sevk edilmeye başlanması uygulamanın burada da başladığını göstermektedir. Böylelikle Çarlık, emperyalist düşüncesini bölgede sürdürmeye devam etme imkânını tekrardan ele geçirmiştir. Türkistanlılar ise başlattıkları özgürlük mücadelesini kayıp etmişler; ama tarihe "Türkistan Milli Ayaklanması 1916" olarak geçmişlerdi. Ayrıca onlar gelecek nesillerin özgürlüklerini kazanmaları için yol göstermişlerdi.

### **3. Yedisu Vilayetinde Türkistan Milli Ayaklanması Sonrasında Faaliyetler**

Yedisu Vilayetinde Türkistan Milli Ayaklanması sırasında tüm yaşananlar bölgenin genel valisi tarafından bir raporla kaleme alınmıştır. Bu rapor adı geçen ayaklanmanın bir genel değerlendirilmesi hüviyetindedir. Çünkü söz konusu rapor Türkistan'da görevli en yetkili merci tarafından hazırlanmıştır.

Taşkent'ten Türkistan Genel Valisi ve Askeri Bölge Komutanı A.N. Kuropatkin 22 Şubat 1917 tarih ve 588 numaralı raporunu bağlı olduğu Harbiye Bakanlığına verdi. Kuropatkin, bakanlıktan raporunun çara sunulması isteğinde bulundu. General, ayrıca söz konusu raporunun birer nüshasını Bakanlar Kurulu, Dış İşleri ve İç İşleri Bakanlıklarına da gönderdi. Adı geçen rapor Türkistan Milli Ayaklanmasının tüm gelişimlerini içerisinde barındırmaktadır. Mesela İsyanın başlaması, isyanın yayıldığı yerlerdeki Rusların can ve mal kayıpları, isyan sırasında alınan askerî tedbirler, isyandaki kayıpların telafisi için hazırlanan projeler, Türkistan bölgesinin çarlığa yaptığı yardımlar, Türkistan isyanına katılanlara yapılacak muamele, isyan sonrasında Türkistan bölgesinin yönetimine dair öneriler raporda öne çıkan başlıklardır.

General Kuropatkin söz konusu rapora “Büyük İmparatora” diye başlamıştır. Ardında Türkistan Genel Valisi Türkistan Bölge Askeri Komutanı raporu diye yazarak bölgede yaşananları maddeler halinde sıralamıştır. Yedisu vilayeti kısmı raporun önemli bir bölümünün kapsamaktadır. Çünkü Türkistan Milli Ayaklanması burada çok şiddetli bir şekilde yaşanmıştır.

Kuropatkin’in raporunda Yedisu Vilayeti başlığı altında:

“İlk ayaklanmalar 6 Ağustosta başlamıştır. Verniy uyezdinin bugün güneydoğu kısmında Asi nehrinin vadisinde 2 volostun Kırgızları uyezd müdürü yardımcısına işçi listelerini oluşturduğu zaman saldırmışlardır. Aynı tarihte Samsu istasyonun yakınında Verniy’in 80 verst batısında bir grup Kırgız telgraf ve posta yollarını dağıtmışlardır. Posta istasyonlarının dağıtarak buraları yağmalamışlardır. Yolcuların hayvanlarını ve paralarını çalmışlardır. 9 Ağustosta Kurday’dan Verniy’ye tüm posta istasyonları dağıtılmıştır. Pişpek ve Tokmak bölgesindeki altı volost Kırgızları Prejeval’le tüm hatları tahrip etmişlerdir. Aynı zamanda Prejeval’de de isyan başlamıştır. Büyük sayıda Kırgız, bir kısmı silahlı Kastek dağı rayonlarında görüldüler. Asi, Çilika, Susamır ile büyük ve küçük Keben Nehirleri vadisinde Rus köylerine saldırarak, onları öldürerek mallarını çalıyorlardı. Kırgız grupların içinde organizasyon vardır. Onların bir kısmı da madalyonlarda görülmüştür. Bazı isyancıların şapkalarında nişan vardır. Kırgızlar ordunun gelmesini öğrenmek için yollara gözcü koyuyorlardı. Dağlarda barut ve soğuk silah yapımı için yerleri vardı. İsyan öncesi Kırgızlar bir araç silah ele geçirilmişler. 170 berdanok tüfek ve 40 bin mermi Ruslardan alan Kırgızlar bu mühimmata sahip olmuştur. Silahların bir kısmını da Çin sınırından getirmişlerdir. İsyanın merkezleri: Pişpek uyezdinin güney kısmındaki dağlık bölgesi, Prejeval uyezdinin tümü, Yarkent uyezdinin güney kısmı isyanın ana merkezleriydi. Bu rayonlarda tüm Rus köylerine Kırgızlar saldırıda bulunmuşlardır. Ayakta kalan Ruslar Tokmak, Pişpek ve Prejeval’de saklanmışlardır. Bir tek Prejeval uyezdinde 6.024 Rus aile zarar görmüştür. Bunların büyük kısmı her şeyini bütün mal varlıklarını tamamen kayıp etmişlerdir. Memurlardan ölenler: Prejeval uyezd müdür yardımcısı Yarbay Kayıçev ve Zagorny volostu Pişpek uyezdi polisi Menşikov tüm korumalarıyla birlikte, Narın bölgesinde bir astsubay dokuz Kossak ve sekiz asker ile birlikte ölmüştür, Karkara’da ise 24 Kossak ölmüş, Calanaş’a bölgesinde de altı Kossak öldürülmüştür. Yedisu vilayetinin diğer uyezdlerinde büyük isyanlar çıkmasa da Kırgızlar arasında küçük ayaklanmalar görülmüştür. Yarkent’in kuzey kısmının 17 volostu Pri-Balhaş rayonu Verniy, Kopal ve Lepsin uyezdinde birkaç göçebe volost ahalisi Çin’e kaçmaya hazırlanmışlardır. Bunların birçoğu başarısız olmuş, geri dönerek teslim olmuşlardır. Yedisu Kırgızların çıkardığı isyanı bastırmak için bu bölgede 3.5 birlik, Yedi



bölük, 5 yüzlü, 14 tane büyük silah ve ağır silah gönderilmiştir. Bu ordu Yedisu'ya üç koldan ve üç yönden ilerledi. Andincan üzerinden Narın'a, Çernayayev üzerinden Pişpek ve Tokmak'a doğru ve demir yollarıyla Semipalantisk'e oradan ise Sergeyapol-Lepsin-Verniy'e doğru yola çıktılar. Bundan başka buraya iki Kossak birliği, iki tane koltsov otomatik silahı ile, 7. Oranburg Kossak birliği Çerneyev üzerinden, 9.Sibir Kossak birliği ise Semipalantisk üzerinden Verniy'ye sevk edildi. Bu ordunun buraya gelmesiyle Kırgızlar dağlara çekilmeye başladılar. Bu kaçan Kırgızlar dağlarda hayvanlarının çoğunu kayıp ederek zor durumda kaldılar ve bunlar bize teslim oldular.

Prejeval ve Pişpek uyezdlerinde 39 volostun Kırgızları ve Mariin bölgesindeki Dunganlar başlarındaki saygın kişilerle Rus birliklerinin buraya gelmesi sonucunda Rusları esir alarak Çin'e kaçtılar. Bunların bir kısmı Kaşgar'a bir kısmı ise Kulca'ya yerleşmişlerdir. Bazıları ise Çin'in merkezine ilerlemişlerdi. Onlar yol boyunca hayvanlarını kaybetmişlerdir. Konsolosun bildirdiğine göre onlar hasta ve zor durumda kalmışlardır. Kırgızların geri dönüşü için izin verildi.

Uyezd müdürlerinin verdikleri bilgilere göre Yedisu Vilayetinde isyan sırasında ölenlerin (Rus) sayısı şöyledir:

***Sivil kayıplar:***

*Verniy uyezdinde 16 kişi öldürülmüştür,*

*Yarkent uyezdinde 32 ölü 20 kayıp,*

*Pişpek uyezdinde 98 ölü 65 kayıp,*

*Prejeval uyezdinde 2.179 ölü 1.299 kayıp,*

***Askeri kayıplar:***

*Üç üst rütbeli öldürülmüş,*

*52 alt rütbeli öldürülmüş,*

*41 asker ise yaralıdır. Askerlerden 75 alt rütbeli kayıptır.”* satırlarıyla Türkistan milli ayaklanmasının başlamasından sona ermesine kadar yaşanan kayıplara yer vermiştir.

Ayrıca raporda devamla:

*“Yedisu Vilayetinde isyanlar öncelikle Pişpek, Yarkent ve Özellikle de Prejeval'de olmuştur. Askerlerimiz tarafından sıkıştırılan ahalinin bir kısmı ailelerini alarak bu topraklardan çekilmişlerdir. Bir kısmı ise kışlaklarına gitmiş, bir kısmı da Narın rayonu dağlık bölgelerine yerleşmişlerdir. Prejeval uyezdindekiler ise Çin'e kaçmışlardır. Prejeval uyezdi boşalırken Kırgızlar buradaki her şeyi dağıtmış, yakmıştır.*

*Kiliseler, okullar ve köprüler yakılmıştır. Ahali öyle kaçmıştır. Ailelerini kayıp eden ve yabancılara kin besleyen Rusların sayısı çok fazladır. Silahsız Kırgızları korumak için adımlar atıyoruz. Bazen koruması olmayan Kırgızlar acımasızca öldürülüyorlar. Kırgızların bu topraklara geri dönmeleri ve Ruslarla aynı topraklarda yaşamaları imkânsızdır. Devletin güvenliğini sağlamak için Kırgızlar tarafından boşaltılan topraklara, öncelikle de Prejeval uyezdine, Kırgızların geri gelmesi engellenmiştir. Onların Rus köyleri bulunmayan yerlere yerleştirilmesi emrini verdim. Bunun için Prejeval uyezdide, tüm Narın bölgesi, yeni oluşturulan Narın uyezdine Kırgızların yerleştirilmesi gerekiyor. Prejeval uyezdine Yarkent uyezdinin bir kısmıyla birleştirince tamamen Ruslardan oluşan bir uyezd meydana gelmiştir. Kırgızların eski topraklarında beş Kossak Stanıstası oluşturulacaktır. Bunların iki tanesine eski Ural Kossakları yerleştirilecektir. Bu Kossaklar, Kossak birliğinde de askerlik yapabiliyorlar. Narın uyezdine gelen bazı Kossaklar kendi istekleriyle Prejeval ve Pişpek uyezdlerine yerleştirildiler. Verimli arazileri olan Toguz-Tarau da iki Kossak istasyonu oluşturulacaktır. Yedisu ve Fergana yolunu korumak için. Çünkü bu yol Toguz-Tarau'dan geçiyor. İlkbaharda Çin'den dönecek olan Kırgızları ise Narın'a yerleştirmeyi düşünüyorum. Tarım Bakanlığı'nın hesaplamalarına göre Narın uyezdi toprakları bu Kırgızlar için hem kışlak hem de yaylak için yeterli olacaktır (uygulama iki). Cizzak ve Yedisu Vilayeti uyezdlerindeki yabancılardan topraklarının alınması ve buradaki Rusların güçlendirilmesi projesini, Harbiye Bakanı'na, Sayın imparatora göndermesi için ve onay alınması için gönderdim. İsyancıların cezalarının ne kadar olacağı, alınan toprakların miktarı, hazinenin yeniden doldurulması için ne kadar cezalandırmamız gerektiği, konusunu hesaplamaktayız.” satırlarında yine bölgede elli yıldır sürdürülen çarlık emperyalist, kolonist politikalarının devamı için yapılan çalışmalar ve hazırlanan projeler yer almaktadır.*

Kuropatkin'in Türkistan'ın güvenliğini sağlamak için ve ilerde çıkabilecek isyanların önlenmesi için yaptığı çalışmalar ve gerekçeleri raporda:

“İsyanın en önemli nedenlerinden bir tanesi de Türkistan bölgesinde yönetici memurların az olmasıdır. Büyük topraklara sahip olan uyezd müdürü, müdür yardımcısı ve iki polis memuru ile yönetilemezdi. Yerleşik hayat süren bazı uyezdlerin nüfusu yarım milyon 500.000'dir. Burası bir kaç kişiyle yönetiliyordu o yüzden ben onay gelesiye kadar şu polis memurlarını buraya yerleştirdim:

- *Narın uyezdi için: 1 uyezd müdürü, bir uyezd müdür yardımcısı, 3 tane polis memuru*

- *Verniy ve Kopal uyezdleri için ek olarak Balhaş Gölü reyonlarında her bir uyezde bir polis memuru toplamda iki, Prejeval uyezdini için İki polis memuru, Yarkent uyezdini için bir polis memuru*
- *Cizzak uyezdinde büyük topraklar olduğu için ek olarak iki polis memuru*
- *Gürgen rayonuna Gumbet-Hauz komiseri ne bir yardımcı, iki polis memuru Türkistan bölgesinde görev yapması için toplam olarak 15 polis memuru görevlendirdim ek olarak bunların masrafları şimdilik onay gelesiye kadar isyancılardan alınan hayvanların satışından karşılıyoruz.” satırlarıyla yazılıdır.*

Kuropatkin Türkistan Milli Ayaklanması sırasında yaptığı aşağıda maddeler halinde vereceğimiz çalışma ve projeleri için çardan izin istemiştir. O, yaptığı çalışmaları : *“Sıkı yönetim ilan edildiği sırada devletimizin güvenliği için yaptım. Siz büyük imparatorun bana verdiği “ Büyük komutan ” rütbesine ve bana gösterdiğiniz güven için 12. madde ve 23. madde vali yetkilerini (Rus imparatorluğu’nun 1892’de çıkardığı kanunlar) kullandım. Ama bunları devamlı uygulamak için siz büyük imparatorundan onay istiyorum.”* sözleriyle hem yasal dayanağa atıfta bulunmuş hem de sadece sıkıyönetim zamanı verilen yetkileri sürekli kullanma izni istemiştir.

Kuropatkin, Yedisu vilayeti hakkındaki çalışma ve projelerini, çarlığa sunulması için hazırladığı raporunda, altı madde halinde toplamıştır. Bunlar:

- *“Prejeval’de yaşayan Kırgızların bu topraklara geri dönmelerine izin vermedim. Çünkü bunlar burayı dağıtmış ve kaçarken 2179 Rus’u öldürmüşlerdir.*
- *Prejeval’deki eski Kırgız topraklarında Kossak stanistaları ve Rus köylerini oluşturulması,*
- *Prejeval uyezdinin boş topraklarında eski Ural Kossaklarından Stanistalar oluşturulacak onlar da Yedisu Kossak birliğine alınacaklardır,*
- *Askerlerimiz tarafından dağıtılan ve Çin’e kaçan Pişpek uyezdini Kırgızlarının geriye topraklarına alınmaması ve onların Narın uyezdine yerleştirilmesi,*
- *Yarkent uyezdinin bir kısmı ve Prejeval uyezdinden Çin’e kaçan Kırgızların geri topraklarına alınmaması, bunların bir kısmının Narın’a bir kısmının ise Yarkent uyezdine yerleştirilmesi,*
- *Prejeval uyezdinin batı kısmında ve Pişpek uyezdinin güneyinde yeni Narın uyezdini oluşturmakla buraya isyancı Prejeval, Pişpek*

ve Yarkent Kırgızlarının yerleştirilmesi.” (Kopiya. RGVI.A.F.400. op.1.D.4548.L.1-15 ob. 22 fevralya 1917 g.).

**Tablo 1.** Verniy, Yarkent, Pişpek ve Prejeval Uyezdlerinin Zarar Tablosu

Uyezd	Verniy	Yarkent	Pişpek	Prjeval	4 Uyezde
	Ciftlik sayısı	Ciftlik sayısı	Ciftlik sayısı	Ciftlik sayısı	Ciftlik sayısı
	Zarar görenler Ateşe verilenler	Zarar görenler Ateşe verilenler	Zarar görenler Ateşe verilenler	Zarar görenler Ateşe verilenler	Zarar görenler Ateşe verilenler
	Bildirilen zarar miktarı	Bildirilen zarar miktarı	Bildirilen zarar miktarı	Bildirilen zarar miktarı	Bildirilen zarar miktarı
İskâncular	506 -	182.422 354 210	2.045.526 1660 345	3.316.431 2.728 685	800.70888 5.248 1240
Eski Sakinler	- -	- -	1253 108	3.240.306 2.103 671	9.929.666 3266 979
Kossaklar	1 -	23.400 302 50	1.097.974 138 10	281.448 115 170	89.492 556 60
Diğer halklar	- -	17 4	237.989 46 2	168.039 856 80	2.374.844 919 36
Toplam:	507 -	205.822 673 264	3.381.489 3.097 465	7.006.224 5.712 1.586	20.401.889 9.989 2.315
					30.995.424 2.780.872

(RGVI.A. F.400.Op.1.D.4639.L.93. Ne ranee 1917 g.)

Yukarıdaki tabloda, Verniy, Yarkent, Pişpek ve Prejeval uyezdlerinin kolonizatörleri, Rus Kossakları, ve diğer halklarından ayaklanma sırasında uğradıkları zararlar yer almaktadır. Tabloya göre yakılan çiftlik sayısı 12.304 adettir. Bunların zarar meblağı ise tahmini olarak 30.995.424 ruble görevli komisyonlar tarafından tespiti ve hesabı yapılmıştır. Komisyonların yaklaşık olarak hesapladığı zarar meblağı sadece Yedisu vilayetine ait

olduğunu belirtmek gerekir. Çünkü komisyonlar Türkistanlıların değil sadece Rus vatandaşlarının zararlarını tespit etmiştir. Ayrıca Türkistan'ın diğer dört vilayetinde de zararlar olmakla beraber isyanın en yakıcı yaşandığı Yedisu vilayetinde hem isyanın etkisi hem de isyanın yekûn zararı burada çok fazladır.

Türkistan Milli Ayaklanması sırasında Ruslar 3.000 civarı can ve 30.995.424 milyon ruble değerinde mal kaybı yaşamıştı. Türkistanlılardan ise en az 300.000.000 kişi zarar gördü, yüz binlerle (Çine göç sırasında 83.000 can yaşamdan kopmuştur) (RGİA.F.1291.Op.84.D.57.L.2-13. 27 iyunya 1917 g.) ifade edilen canını kayıp etti. Onların uğradığı zarar ve mal kaybı Ruslar tarafından yok hükümde görüldüğü için hesaplanmamıştı. Bu iki fotoğraf, bölgede yaşanan trajedinin boyutu hakkında fikir veren bir özet hüviyetindedir.

## Sonuç

19. asrın ikinci yarısından sonra Türkistan'ı işgal eden Ruslar, Türkistan Bölgesi'nin hâkimiyetini elinde tutmak için buradaki Rus olmayan halkın yaşam alanlarına, yönetim biçimlerine, ekonomilerine, arazilerine ve hatta dini yaşamlarına müdahalede bulundu. Zira Ruslar bölgenin askeri, idarî, sosyal ve ekonomik kurumlarının yegâne sahibi idi. Çünkü Türkistanlılar her ne kadar vatanlarını mecburen çarlık idaresine terk etmiş olsalar da yaşam biçimlerini, kültürlerini ve dinlerini Rusların beklentilerine terk etmemişlerdi. Bu yüzdendir ki Ruslar, kendisine her şeyiyle tabii olmayan Türkistanlıları “yabancı” olarak görmekte ve onlara böyle hitap etmekteydi. Aslında bölgenin gerçek sahibi olan Türkistanlılar, yabacıları ise Ruslar idi. Rus Çarlığının yayılımcı kolonist siyasetine kitlesel bir başkaldırı, çarlığa ve onun bölgedeki belki de son isteğine karşı 25 Haziran fermanı uygulanmasıyla başladı. Yani Çarlık Rusya'sının politikalarına tepkiler, işgalden yaklaşık elli yıl sonra kendisini gösterdi. Türkistan'da gayr-ı Rus ahalinin baskıcı otoriteye karşı içlerinde biriktirdikleri kin ve bağımsızlık duygusu, 1916 yılının Temmuz ayında ayaklanmalarla ortaya çıktı. Aynı yılın Ağustos ve Eylül aylarında ise ayaklanmalar isyana dönüştü ve isyanın boyutu zirveye ulaştı. Çarlığın bölge üzerinde hayata geçirdiği yeni tasarrufu ahali içinde var olan duyguların patlamasına ve bölgedeki sessizliğin bozulmasına ortam hazırladı. Sonuçta Türkistan'ın beş vilayetinde isyan ya da “Ürkün” katliamı da denilen olayların meydana geldi. Kırgızlar, Kara Kırgızlar, Kazaklar, Türkmenler, Dunganlar, Sartlar, Tatarlar, Tacikler, Uygurlar, Özbekler ve diğer Rus olmayan Türkistan halkları 1916 Türkistan Milli Ayaklanmasına iştirak etti.

Türkistan Milli Ayaklanmasına en şiddetli tepkiyi veren Yedisu vilayeti ve ahalisiydi. Zira onların tüm varlıklarına 19. asrın ortalarından

itibaren Rus köylüleri ve Rus Kosssakları hissedar olmuştu. Yedisu'da yaşayan Türkistanlılar bu yüzden hem mallarını hem de özgürlüklerini elde etmek için Semerkant vilayetinde başlayan isyana gönüllü olarak iştirak ettiler. İsyana ateşinin yandığı vilayette, Türkistanlılar Ağustosun başlarında özgürlüğünü kazanma umudunu yeşerten bazı başarılar kazansa da çarlık rejiminin böyle takviye Rus cezalandırıcı birliklerini sevk etmesi tam özgürlüğün kazanılmasına derin darbe vurdu.

Türkistan'da 1916'da yaşananlar aslında bir savaştı. Savaşın iki tarafı vardı. Biri Türkistanlılar diğeri ise çarlık rejimiydi. Biri vatan savunması ve özgürlüğü için diğeri emperyalist hedeflerinin devamı için mücadele etti. 1916'da Türkistan bölgesinde yaşanan savaş iki eşitsiz gücün savaşıydı bir bakıma. Bu yüzden ki Türkistanlılar sahip oldukları mal varlıklarının nerdeyse tümünü kayıp etti. Türkistanlıların kazandıkları tek şey ise özgürlük düşüncesini gelecek kuşaklara kanları ve canlarıyla miras bırakmasıydı.

## Kaynakça

### Rus Kanunları

Polnoye Sobraniye Zakonov Rossiyskoy İmperii (PSZRİ) T. 6 (1886) No: 3814.  
“1886 g. iyunya 12. Polojeniye obupravlenii Turkestans kogo kraya”.

25 Marta 1891, Polnoe Sobranie Zakonov Rossiyskoy İmperii, Sobranie 3.Tom.  
XI,

### Rus Arşiv Belge ve Raporları

Rusya İmparatorluğu Dış Politika Arşivi (AVPRİ):

Sentyabrya 1915. AVPRİ. F. Sredneaziatskiystol. Op. 486. D.360.

Rusya Devlet Askeri Tarih Arşivi (RGVIA):

17 Aprelyä 1917 g. RGVIA. F. 400. Op. 1. D. 4548.

6 avgusta 1916. Kopya. RGVIA. F. 400. Op. 1. D. 4546.

7 avgusta 1916. Kopya s kopii. RGVIA. F. 400. Op. 1. D. 4546.

13 avgusta 1916. Kopya. RGVIA. F. 400 Op. 1. D. 4546.

14 avgusta 1916. Kopya. RGVIA.F.400.Op.1.D. 4546.

15 avgusta 1916. Kopya. RGVIA. F.400. Op.1. D. 4546.

16 avgusta 1916.Kopya. RGVIA.F. 400.Op. 1. D.4546.

19 Avgusta1916. Kopya. RGVIA. F. 400 Op. 1. D. 4546.

7 sentyabrya 1916. Kopya.RGVIA.F.400.OP.1.D.4546.

18 sentyabrya1916. Kopya. RGVIA. F. 400 Op. 1. D. 4546.

17 oktyabrya 1916. Zaverennaya kopya. GARF. F.1467. Op.1. D.764.

22 fevralya 1917 g. Kopya. RGVIA.F.400.op.1.D.4548.

### Rusya Devlet Tarih Arşivi (RGIA):

27 iyunya 1917 g. RGIA.F.1291.Op.84.D.57.

### Araştırma Eserleri

Bunyakov, A.V. (1870). Sostav Tuzemnogo Narodanaseleniye Sır-Darinskoy Oblasti poplemenam (posvedeniyam) 1870 goda.

Bunyakov, A.V. (1872). russkiy turkestan, sbornik izdanıy po povodu politekhniceskoy vistavki, vıpusk pervıy, geografiya i statistika, o pronstranstve i naselenii turkistanskogo kraya.

Hayit, B. (1975). Türkistan Rusya ile Çin Arasında, Ankara: Otağ Yayınları.

Historia Rossii, (2008). centralnaya Aziya v sostave Rossiyskoy imperii, novoye literaturnoye obozreniye, Europeyskiy universitet v Saint Petersburg.

- Karataş, Ö. (2021). Türkistan Son Genel Valisi Aleksey Nikolayeviç Kuropatkin'in Günlükleri: Devrim Günlerinde Türkistan (1916-1917). İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Kaufman, A.A. (1905). pereseleniyei kolonizatsia, Saint-Petersburg.
- Kurat, A. N. (2014). Rusya Tarihi Başlangıçtan 1917'ye Kadar, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Mayev, N. A. (1872). russkiy turkestan, sbornik izdanıy po povodu politekhniceskoy vıstavki, vıpusk pervıy, geografiya i statistika, topograficeskiy ocer turkestanskogo kraya, orografiya i gidrografiya kraya, podredakciyey moskva v universitet skoytopografii(katkov ve k) na strastnom bulvare, s.1-115.
- Nikolayeviç, B. N. (1885). Materialı po Turkestanu, Saint-Petersburg.
- Piyade Binbaşı Nazmi Bey. (1918). Kafkasya ve Türkistan (Kafkasya, Asyâ-yı Vustâ ve Türkistan Vilâyetleri Buhâra ve Hıve Hanlıkları Coğrafi, Siyasî, Tarihî ve İstâistikî Mücmel Malûmât), İstanbul: Matbaa-i Askeriye.
- Russkiy Turkestan sbornik, (1872), izdanniıy popovodu politemniceskoyv ıstavki, VI ruskpervıy, geografia i statistika, podredakciyu N.A. Maeva, Moskva v universitet skoytipograsii katkov i k, , s.9-133.
- Sarsambayev, M.A. (2015). kazakhskoye hastvo kak suvernoye gosudarstvo srednevekovoy epokhi, institut zakonadatelstva respuliki kazakhstan, Astana.
- Vyatkin, M. (1941). Oçerki po istorii Kazahskoy SSR: Top pervıy s drevneyşih vremen po 1870, Ogiz: Gospolitizdat.
- Vosstaniye 1916 goda v Turkeстане: (2016). Dokumentalnie Svidetelstva Obshey Tragedii (Sbornik documentov i materialov), Moskovskiy Gosudarstvennyy Universitetimeni M.V. Lomonosova Institut Vseobshchey Istoriiran, Moskova.

## **Makaleler**

- Karataş, Ö. (2021). Rus Sömürüsüne Karşı 1916 Türkistan'da İsyân: Semerkant Örneği . Osmanlı Medeniyeti Araştırmaları Dergisi , (12) , 70-87. DOI: 10.21021/osmed.893600.
- Karataş, Ö. (2021). Rus Raporlarında Türkistan İsyanı (1916-1917) . Avrasya İncelemeleri Dergisi , 10 (1) , 63-82 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuavid/issue/61114/907549>.
- Şen. M.&Çiftçiöğlü. F. (2018). Türkistan Genel Valisi Aleksey Nikolayeviç Kuropatkin'in Türkistan İzlenimleri (1916), Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi, 5(17), s.181-209.
- Yazıcı, S. M.&Çelik. B. (2008-1). Türk Tarihinde Bir Rus General: Aleksey Nikolayeviç Kuropatkin(1848–1925), Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Dergisi, s.233-245.



## Tezler

- Kerimov, H. (2019). Türkistan Genel Valiliği'nde İdari Sistemin Oluşumu ve Gelişim Süreci (1865-1897"); İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Genel Türk Tarihi Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Matiyeva, J. (2019). Çarlık Rusya'sının Türkistan'da Göç Politikası, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih ABD, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Samsun.
- Polat, D. (2009). Çarlık Devrinde Türkistan'daki Millî Ayaklanmalar, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Elazığ.
- Şuşkova, M. Y. (2015). Organizatsiya upravleniye Turkestanom v načale XX veka, Dissertatsiya na soiskaniye uçenoy stepeni kandidata istoričeskiy nauk, Rossiyskiy gosudarstvennyy gumaniternyy universitet, Moskva.



# Bölüm 12

## TÜRKİYE'DEKİ MEVDUAT BANKALARININ FİNANSAL PERFORMANS ANALİZİ: CRITIC TEMELLİ WASPAS YÖNTEMİ

*Naci YILMAZ'*

---

1 Dr.Öğretim Üyesi, Doğuş Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İngilizce İktisat Bölümü, nyilmaz@dugus.edu.tr , ORCID No: 0000-0003-0107-6448



## GİRİŞ

Ekonomik kalkınma ve gelişme için etkin finansal piyasalara ve aracı kurumlara ihtiyaç vardır. Finansal aracılar içinde önemli bir payı olan bankalar, ticari krediler yoluyla üretim kapasitesinin ve tüketici kredileri yoluyla da firmaların ürettikleri mallara yönelik talebin artırılmasına olumlu katkı sunarak reel sektördeki firmalarının büyümesine, ülkede sermaye birikimlerinin ve yatırımların çoğalmasına ve böylece ekonomik kalkınma, istihdam ve büyüme artışına yol açan finansal kurumlardır. Bankalar fon fazlası olan kişi ve kurumlardan atıl fonlarını mevduat olarak kabul ederler. Bankalar tasarruf sahiplerinden elde ettikleri fonları kredi olarak büyüme ve istihdam yaratan yatırımlara dönüştürürler. Toplanan bu fonlar bankalar tarafından tarım, sanayi, ticari, hizmet faaliyetlerde bulunan reel sektör şirketlerine, kamu kurumlarına ve bireysel müşterilere kredi olarak sunulmaktadır. Böylece ülke ekonomisinin gelişimine ve büyümesine katkı sağlanmaktadır (Doğukanlı, 2019:3; Aydın 2019-b:182; Aras, 2014:225).

Bankacılık sektöründeki performansın düzeyi tüm ekonomik birimleri ilgilendirir. Güven esasına dayalı bir kurumsal yapı olduğundan, bankaların risk ve performans değerlendirmesi, performans takibi ve denetimi ayrı bir önem taşır (Gülhan, 2014:50; Gündoğdu, 2018:212). Bankaların finansal tablolarına dayalı “finansal oran analizi” banka performansını takip etmede sık başvurulan bir tekniktir. Ama birer performans göstergesi olan finansal oranlar, rakip bankaların performanslarını göstermediklerinden, banka hakkında karar verecek kişilerin bankaya dair bütüncül bir analiz yapmalarına imkan vermez. Bunu gidermek ve finansal oranları etkin kullanmak için çok kriterli karar verme (ÇKKV) teknikleri kullanılmaktadır. ÇKKV teknikleri içerisinde EDAS, WASPAS, ARAS vb. gibi çok sayıda farklı alt teknikler vardır. Bu teknikler, dağınık bir görüntü veren değişik finansal oranlara ilişkin, rakip bankalarla karşılaştırma yapabilecek bir şekilde bütüncül bir analizle ilgili bankanın finansal performansı hakkında daha net bilgi verirler. Bu yüzden, ÇKKV teknikleri finansal oran analizine dayalı ve onu destekleyen yöntemlerdir. Finansal oran analizinin anlaşılabilirliğini ve böylece doğru kararlar alınmasını sağlarlar.

Finansal kurumların en önemli unsuru olan bankalar, günümüz ekonomik ve finansal sistemi içinde yürüttükleri işlevleri nedeniyle toplumun genelini etkilemektedir. Bu yüzden, banka faaliyetlerinin ekonomik, finansal ve hatta toplumsal etkileri finansal kurumların dışındaki işletmelere göre çok daha kapsamlı ve önemlidir. Günümüzde artarak devam eden rekabetçi piyasa ortamı bankaların performanslarının nesnel ve sağlam bir şekilde değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Performans analizinin, diğer paydaşların yanında, özellikle banka

hissedarlarına verdiği mesajlar çok önemlidir. Banka ortakları performans analiz sonuçları yardımıyla ilgili bankanın sektördeki yerini daha kolay izleyebilirler. Sıralamada geriye düşen banka hissedarları, analizden elde edilen çıktılar sayesinde, kötü gidişatı önlemek için rasyonel tedbirler alabilirler. Vaktinde alınacak aksiyonlar ile daha kötü sonuçlar engellenebilir. Bu yüzden diğer bankalarla yapılacak karşılaştırmalı performans analizlerinin banka üst düzeyi ve özellikle hissedarlar tarafından yakından takip edilmesi ve performans artırıcı stratejik kararların zamanında alınması sağlam bir bankacılık sistemi ve ülke ekonomisi açısından yaşımsaldır.

Türkiye’de faaliyet gösteren büyük mevduat bankalarının finansal performanslarının sıralandığı bu araştırmada, banka performans analizinin öneminin vurguladığı giriş bölümünden sonra, çalışmada kullanılan CRITIC ve WASPAS yöntemleriyle yapılan daha önceki çalışmalar ikinci bölümde özetlenmiştir. Metodolojinin yer aldığı üçüncü bölümde çalışmada kullanılan yöntemler teorik olarak açıklanmıştır. Dördüncü bölümde ÇKKV yöntemlerinin uygulanmasıyla elde edilen bulguların yer aldığı uygulama bölümü bulunmaktadır. Bulgulardan elde edilen çıktıların değerlendirildiği bölüm ise sonuç bölümüdür.

## 2. LİTERATÜR ÖZETİ

Bankacılık sektöründe WASPAS yöntemi ile yapılan önceki banka performans analizi çalışmaları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

**Tablo 1a. Literatür Özeti**

Yazar	Araştırma Dönemi	Örneklem	Ağırlık Yöntemi	Sıralama Yöntemi	Yayın Yılı	Sonuç
İŞİK, Ö.	2014-2018	Türkiye’deki (3 Adet) kamu sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları	SD	MABAC ve WASPAS	2020	Performans kriterleri; net faaliyet karı, öz kaynaklar, personel gideri, şube sayısı, toplam aktifler, toplam krediler, faiz gelirleri ve kıdem tazminatı karşılıkları. En yüksek performans Eximbank’ın performansı olurken, ikinci sırada İller Bankası ve üçüncü sırada T.Kalkınma ve Yatırım Bankası almıştır.
GEZEN, Aslı	2010-2017	Türkiye’deki 3 katılım bankası	ENTROPİ	WASPAS	2019	2010-2015 yıllarında en iyi performansı gösteren T. Finans Katılım Bankası, 2016-2017 yıllarında ise Kuveyt Türk Katılım Bankası olmuştur.

ÜNAL, E.A.	2014-2018	Türkiye’de aktif büyüklüğü en yüksek dört özel mevduat bankası	SD	WASPAS	2019	Sermaye yeterliliği, mevduatın krediye dönüşümü, donuk alacaklar, likidite, aktif karlılığı, öz kaynak karlılığı oranları, faiz dışı gelirler ve personel giderleri kriterler olup, dönemin tümünde Akbank en yüksek performansı olan banka olmuştur. Ekonomi Bankası 2014, 2016, 2017 yıllarında, Yapı ve Kredi Bankası ise 2015 ve 2016’da performansı en düşük bankalardır.
AYDIN, Ü. vd.	2006-2016	Türkiye’deki aktif büyüklüğüne göre en büyük 10 mevduat bankası	ENTROPİ	WASPAS	2018	Çalışmada 50 adet finansal oran kullanılmıştır. En yüksek performans gösteren bankalar İşbankası ve Ziraat Bankası olurken, en düşük performanslı bankalar Yapı ve Kredi Bankası, Denizbank ve T. Ekonomi Bankası olmuştur.
DEMİRELLİ, E. ve URAL, M.	2012-2016	Türkiye’deki 3 kamu mevduat bankası	ENTROPİ	WASPAS	2018	Çalışmada bankaların performansları toplam aktif, toplam öz kaynaklar, toplam kredi ve alacaklar, toplam mevduat, ödenmiş sermaye, şube ve personel sayıları açısından değerlendirilmiştir. Kamu bankaları içinde en yüksek performansı 2012-13 yılları arasında Vakıfbank, 2014-16 yılları arasında Ziraat Bankası göstermiştir.
ÖMÜRBEK V. vd.	2016	Türkiye’deki katılımlı bankaları	Eşit ağırlık	ARAS, WASPAS	2018	Kriterler; sermaye yeterlik oranı, öz varlık verimliliği, varlıkların getirisi, dağıtılan kar payı oranları olup, her biri eşit önemdedir. Her iki yönetime göre en iyi performansı sergileyen banka Kuveyt Türk Bankasıdır.
RENÇBER, Ö.F ve TUNAHAN A.	2012-2017	BİST’te İşlem Gören 13 Banka	Eşit ağırlık	WASPAS	2018	5 farklı sermaye yeterlilik oranı ile performans değerlendirmesi yapılmıştır. Albaraka Türk, Kalkınma Bankası ve TSKB en iyi, QNB Finansbank, Denizbank ise en düşük performanslı bankalardır. Ayrıca 2013 yılı için sermaye yeterlilik düzeyleri ile hisse senedi getirileri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
AKÇAKANAT, Özen vd.	2016	Türkiye’deki mevduat bankaları	ENTROPİ	WASPAS	2017	Çalışmada bankaların performansları 6 kriter ile değerlendirilmiştir. Aktifler, krediler, mevduatlar, öz kaynaklar, şube ve personel sayıları kriter olarak değerlendirilmiştir. Ziraat Bankası büyük ölçekli, Finansbank orta ölçekli ve Anadolubank küçük ölçekli bankalar içinde en yüksek performansı gösteren bankalardır.

Kriter ağırlığını tespit için kullanılan CRITIC yöntemini uygulayan başlıca çalışmalar ise şöyledir:

**Tablo 1b. Literatür Özeti**

Yazar	Araştırma Dönemi	Örneklem	Ağırlık Yöntemi	Sıralama Yöntemi	Yayın Yılı	Sonuç
AYDIN, Y.	2019	Türkiye'deki kamu sermayeli katılım, mevduat, kalkınma ve yatırım bankaları	CRITIC	MAIRCA	2020	Bankaların faaliyet gösterdikleri sektörlerle göre en önemli performans kriterleri değişkenlik göstermektedir. Ziraat Katılım katılım bankacılığı, Vakıfbank mevduat bankacılığı, Eximbank kalkınma ve yatırım bankacılığı sektöründe en başarılı bankalardır.
AKBULUT, O.Y.	2014-2018	BİST çimento sektörü firmaları	CRITIC	MABAC	2020	En önemli performans kriteri yıllara göre değişkenlik göstermektedir. En başarılı firmalar sırasıyla ADANA, ADBGR ve KONYA firmaları olmuşlardır.
ÇELİK, S.	2019	Türkiye'deki katılım bankaları	CRITIC	MABAC	2020	En yüksek ağırlıklı kriter şube sayısı olmuştur. Ziraat Katılım Bankası en başarılı bankadır.
İŞİK ve ERSOY	2015-2018	Türkiye'deki 8 adet özel sermayeli mevduat bankası	CRITIC	EDAS	2020	Akbank en yüksek performanslı banka olmuştur.
İŞİK, Ö.	2009-2017	Türkiye'deki hayat dışı sigorta şirketleri	CRITIC	TOPSIS, MULTI-MOORA	2019	En önemli kriter teknik karşılık oranıdır. Sektörün en başarılı olduğu yıl 2017'dir.
AKBULUT, O.Y.	2009-2018	İş Bankası	CRITIC	EDAS	2019	Çalışmada kullanılan 10 kriterden en önemlisi mevduatın krediye dönüşüm oranıdır. 2009 yılı İş Bankası'nın en yüksek, 2018 yılı ise en düşük performans gösterdiği yıl olmuştur.
AKÇAKANAT, Özen vd.	2012-2017	Antalya, Isparta ve Burdur illerindeki (TR-61 Bölgesi) bankalar	CRITIC ve MDL	EDAS	2018	Kriter ağırlıklandırma yöntemlerinin sıralamaya etkisi değişmemiştir. En yüksek performanslı şehir Isparta olurken, onu Antalya ve Burdur izlemiştir.

Bu çalışma bankacılık alanında bütünleşik CRITIC ve WASPAS yöntemlerinin kullanıldığı ilk çalışma olarak literatüre katkı sağlamaktadır.



### 3. METODOLOJİ

Türkiye’de faaliyet gösteren büyük mevduat bankalarının finansal performanslarını ölçmek ve değerlendirmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye Bankalar Birliği (TBB)’den sağlanan verilerden yararlanılmıştır. Türkiye’de 2019 yılında bankacılık sektöründe aktif çalışan toplam 34 mevduat bankasından 11 tanesinin finansal performansları analiz edilmiştir. Aktif toplamı sektör içinde % 1’den küçük olan mevduat bankaları analize dahil edilmemiştir. İnceleme dönemi 2009-2019 dönemidir. “Sermaye yeterliliği oranı”, “toplam krediler/toplam mevduat oranı”, “donuk alacaklar/toplam krediler oranı”, “likit aktifler/kısa vadeli yükümlülükler oranı” , “ortalama aktif karlılığı oranı”, “ortalama öz kaynak karlılığı oranı” ve “toplam aktifler/sektör aktif toplamı oranı”, bankaların finansal performans kriterleri olarak kabul edilmiştir.

#### 3.1. CRITIC Yöntemi

CIRITIC yöntemi ilk olarak Diakoulaki vd. (1995) tarafından uygulanmıştır. Objektif ağırlıklandırma yöntemlerinden biri olan CRITIC yöntemi, değerlendirme kriterlerinin önem derecesinin saptanmasında, mevcut bilgilere dayanarak, matematiksel işlemler yapılmasına imkan sağlayan bir tekniktir. Bu yöntemde kriterlerin standart sapmaları ve kriter çiftleri arasındaki etkileşim düzeyleri dikkate alınarak kriterlerin önem dereceleri saptanmaktadır. CRITIC yönteminin adımları aşağıda belirtilmiştir (Akbulut, 2019:253-254; Akbulut 2020:475-476; Demir ve Kartal, 2020:43-44; Diakoulaki vd., 1995:764-765; Işık, 2019:547-549; Işık ve Ersoy, 2020:75-76; Şenol ve Ulutaş, 2018:93-94; Kiracı ve Bakır, 2018:160-161);

Adım 1:Başlangıç karar matrisinin oluşturulması: Burada; m alternatiflerin sayısıdır, n ise değerlendirme kriterleri sayısını göstermektedir. Karar matrisinde  $X_{ij}$ , i. seçeneğinin j. kriterine göre performansını ifade etmektedir.

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} X1(1) & \dots & X1(n) \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ X_m(1) & \dots & X_m(n) \end{bmatrix} \quad (1)$$

Adım 2: Normalize Edilen Karar Matrisinin Düzenlenmesi: Karar matris elemanlarının, fayda veya maliyet yönlü oluşlarına göre farklı iki denklemlerle normalizasyon işlemi yapılır. Fayda kriterleri için (2) no.lu denklem ve maliyet kriterleri için ise, (3) no.lu denklem kullanılır;

$$r_{ij} = \frac{X_{ij} - \min X_{ij}}{\max X_{ij} - \min X_{ij}} \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{\max X_{ij} - X_{ij}}{\max X_{ij} - \min X_{ij}} \quad (3)$$

Adım 3: Korelasyon katsayısının hesaplanması: Kriterler arasındaki ilişkinin düzeyini ölçmek üzere denklem (4) ile korelasyon katsayıları hesaplanır:

$$p_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j - (r_{ik} - \bar{r}_k))}{\sqrt{\sum_{i=1}^m ((r_{ij} - \bar{r}_j)^2 \cdot \sum_{i=1}^m ((r_{ik} - \bar{r}_k)^2)}, \quad j, k = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

Aşama 4: C<sub>j</sub> Değerinin Bulunması: Her bir kritere ait toplam bilgi miktarını gösteren C<sub>j</sub> denklem (5) ile hesaplanır. Denklem (5)'te bulunan o<sub>j</sub> her bir kriterin standart sapmasını temsil eder ve (6) no.lu denklem yardımıyla hesaplanır.

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - t_{jk}), \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (5)$$

Denklem (5)'te yer alan t<sub>jk</sub> kriter çiftleri arasındaki korelasyon katsayısını temsil eder.

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^m ((r_{ij} - \bar{r}_j)^2)}{m}} \quad (6)$$

Aşama 5: Kriter ağırlıklarının W<sub>j</sub> Hesaplanması: Son aşamada analizde kullanılacak kriterlere ilişkin ağırlıklar (önem düzeyleri) denklem (7) ile hesaplanır.

$$W_j = \frac{C_j}{\sum_{k=1}^n C_k}, \quad j, k = 1, 2, \dots, n \quad (7)$$

### 3.2. WASPAS Yöntemi

WASPAS-Weighted Aggregated Sum Product Assessment- Yöntemi Zavadskas ve arkadaşları tarafından 2012 yılında önerilmiştir (Madic vd, 2014: 80). Bu yöntem; WSM- Weighted Sum Model- Ağırlıklı Toplam Modeli ve WPM-Weighted Product Model- Ağırlıklı Ürün Modellerinin bileşimiyle oluşmuştur. WASPAS iki alt yöntemi bir araya getirerek doğruluğu teyit etmeye yönelik en uygun ÇKKV yöntemi olarak önerilmiştir. Burada amaç sıralamada doğruluğu artırmaktır (Zavadskas vd.,2013:3). İki veya daha çok sayıdaki çok kriterli optimizasyon yöntemlerinin kullanılması, tek bir yöntemin kullanılmasına nazaran daha yüksek tutarlı sonuçlar verecektir (Brauers ve Zavadskas, 2012: 4). WASPAS 6 adımdan oluşan bir yöntemdir. Bu adımlar aşağıdaki gibi

sıralanır (Chakraborty ve Zavadskas, 2014: 2-3; Zavadskas vd, 2012:3; Akçakanat vd.2017: 290-292; Ural vd, 2017:132-133).

Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması: WASPAS yöntemi ilk olarak aşağıdaki gibi karar matrisi ile başlamaktadır.

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} X_{1(1)} & \dots & X_{1(n)} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ X_{m(1)} & \dots & X_{m(n)} \end{bmatrix} \quad (8)$$

Burada; m alternatiflerin sayısıdır, n ise değerlendirme kriterleri sayısını göstermektedir. Karar matrisinde  $X_{ij}$ , i. seçeneğinin j. kriterine göre performansını ifade etmektedir.

Adım 2: Normalize Edilen Karar Matrisinin Düzenlenmesi: Karar matris elemanlarının, fayda veya maliyet yönlü oluşlarına göre normalizasyon işlemi yapılır. Fayda yönlü (daha yüksek daha iyidir.) kriterler için (9) no.lu denklem ve maliyet yönlü (daha düşük daha iyidir.) kriterler için (10) no.lu denklem kullanılır.

$$x^*_{ij} = \frac{x_{ij}}{\max x_{ij}} \quad (9)$$

$$x^*_{ij} = \frac{\min x_{ij}}{x_{ij}} \quad (10)$$

Burada  $x^*_{ij}$ ,  $x_{ij}$  değerinin normalize edilmiş şeklidir.

Adım 3: WSM'ye Dayalı i. Alternatifin Toplam Nispi Öneminin Bulunması: Burada iki eşitlik kriteri temel alınarak, bir eşzamanlı, iyimserlik kriteri aranır. Toplam nispi değer önemi i.ci alternatif değeri her bir kriterle ait ağırlık değeri ile çarpılır. Sonra her bir alternatif değeri sırasıyla toplanarak denklem (11)'deki gibi WSM değeri hesaplanır.

$$WSM = \sum_{k=0}^n x^*_{ij} w_j \quad (11)$$

Adım 4: WPM'ye Dayalı i. Alternatifin Toplam Nispi Öneminin Bulunması: Burada WPM yöntemine göre toplam göreceli önemlilik değerleri (12) no.lu denklem kullanılarak hesaplanır. Normalize edilen karar matrisinde her bir i. alternatif kriterinin değeri için ilgili kriter ağırlığının kuvveti alınır. Sonra bulunan değerler her bir alternatif için sırasıyla çarpılarak WPM değeri hesaplanır.

$$WPM = \prod_{j=1}^n (x^*_{ij})^{w_j} \quad (12)$$

Adım 5: Toplamsal ve Çarpımsal Yöntemlerin Ağırlıklı Ortak Genel Kriter Değerinin bulunması: Denklem (13) kullanılarak toplamsal ve

çarpımsal yöntemlerin ağırlıklı ortak genelleştirilmiş kriter değerleri hesaplanır.

$$\text{Nihai Değer} = 0,5 \text{ WSM} + 0,5 \text{ WPM} \quad (13)$$

Adım 6: Alternatiflerin Toplam Görelî Öneminin Bulunması: Karar verme sürecinin sıralamasında, doğruluğu ve etkinliği artırmak için WASPAS yönteminde, alternatiflerin toplam görelî önemin nihai değerini belirlemek için daha genel bir denklem şu şekilde (denklem 14) geliştirilmiştir.

$$\text{Nihai Değer} = \alpha \text{ WSM} + (1 - \alpha) \text{ WPM} \quad (14)$$

#### 4. UYGULAMA

Bu uygulamada Türkiye’de bankacılık sisteminin en büyük kısmını (2019 yılında %92.8) teşkil eden mevduat bankacılığının finansal performansının analiz edilmesi amaç edinilmiştir. Burada Türkiye’de mevduat bankacılığı yapan ve mevduat bankacılığı sektöründe % 87.7’lik yüksek bir payı olan büyük bankaların 2009-2019 yılları arasındaki bilançolarından elde edilen bazı finansal oranların değerlendirme kriteri olarak analiz edildiği bir performans analizi uygulanmıştır. Analizde kullanılan veri seti Türkiye Bankalar Birliği’nin istatistiklerinden elde edilmiştir. Bu istatistiklerde yer alan bankaların yıl sonu bilanço ve gelir tablolarındaki verilerden elde edilen “sermaye yeterliliği oranı”, “toplam krediler/toplam mevduat oranı”, “donuk alacaklar/toplam krediler oranı”, “likit aktifler/kısa vadeli yükümlülükler oranı”, “ortalama aktif karlılığı oranı”, “ortalama öz kaynak karlılığı oranı” ve “toplam aktifler/ sektör aktif toplamı oranı” olmak üzere 7 farklı kriter, bankaların finansal performans değerlendirme kriterleri olarak seçilmişlerdir. Herhangi bir finansal oranın yüksek olması bekleniyorsa, hedef “maksimum”, düşük olması bekleniyorsa, hedef “minimum” olarak saptanmıştır. Çalışmada değerlendirilen kriterler ve bunların hedef yönlü özellikleri (maks/min) Tablo 2.de gösterilmiştir.

**Tablo 2. Değerlendirme Kriterleri**

Kod	Değerlendirme Kriterleri	HEDEF
K1	Sermaye Yeterliliği Oranı	Maksimum
K2	Toplam Krediler / Toplam Mevduat	Minimum*
K3	Donuk Alacaklar / Toplam Krediler	Minimum
K4	Likit Aktifler / Kısa Vadeli Yükümlülükler	Maksimum
K5	Ortalama Aktif Karlılığı	Maksimum
K6	Ortalama Öz kaynak Karlılığı	Maksimum
K7	Toplam Aktifler/Sektör Aktifi	Maksimum

\*Bu oranın, kredilerde ihtiyatlılık gereği, ekonomik genişleme dönemlerinde maksimum, ekonomik daralma dönemlerinde minimum hedefli olması gereklidir.

Türkiye’de 2019 yılında faaliyet gösteren mevduat bankalarından aktif toplamı sektör aktif toplamının % 1 ve daha üzerinde olan bankalar analizdeki örnekleme oluşturmaktadır. Bu şekilde bir eşik belirlendiğinde, Tablo 3’te yer alan 11 büyük banka analize katılmıştır. Tabloda analize katılan bu bankaların 2009-2019 yılları arasında ortalama sektör payları görülmektedir.

**Tablo 3. Bankalar ve Sektör Payları (2009-2019)**

Kod	Banka	Sektör Payı (Banka Aktifi/Sektör Aktifi)
A1	Ziraat Bankası	14.1
A2	Halk Bankası	8.8
A3	Vakıflar Bankası	8.4
A4	Akbank	10.7
A5	TEB	2.9
A6	İş Bankası	12.7
A7	Yapı ve Kredi Bankası	9.3
A8	Denizbank	3.5
A9	ING Bank	1.8
A10	Garanti BBVA	11.5
A11	QNB Finansbank	4.0

Tablodan görüldüğü üzere, Ziraat Bankası yüzde 14,1 ile en büyük banka, İş Bankası yüzde 12,7 payla en büyük ikinci banka, Garanti BBVA ise yüzde 11,5 payla en büyük üçüncü bankadır. Sektör payı en düşük bankalar ise sırasıyla ING Bank (yüzde1,8), TEB (yüzde 2.9) ve yüzde 3.5 ile Denizbank’tır. Analize konu edilen bu 11 bankanın mevduat bankacılığı sektörü içindeki ağırlığı % 87,7 gibi çok yüksek olduğundan, yapılacak analizin sektörü temsil etme gücü oldukça yüksektir.

#### 4.1. CRITIC Yöntemi

Uygulamanın ilk aşamasında kriter ağırlıklarını ya da başka deyişle kriterlerin önem derecelerini belirlemek için CRITIC yöntemi benimsenmiştir. Çünkü bu yöntem uzman görüşlerine dayalı öznel bir kriter ağırlıklandırma yerine, nesnel bir ağırlıklandırma tekniğidir.

Bu yöntemin ilk aşamasında sektör payı yüzde birin üzerinde olan 11 mevduat bankasının 2009-2019 yıllarına ilişkin finansal oranları (kriterler) elde edilerek başlangıç matrisi oluşturulmuştur. Burada bankaların 2009-2019 yıllarına ait 11 yılın aritmetik ortalaması alınmıştır.

**Tablo 4.** *Başlangıç Matrisi: Bankaların 2009-2019 Yılları Arasındaki Ortalamaları*

Hedef	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min
Kriter	K1	K4	K5	K6	K7	K2	K3
A1	16.8	43.6	1.90	20.0	14.1	82.3	1.99
A2	14.5	31.2	1.80	18.6	8.8	93.0	3.57
A3	15.0	43.9	1.41	14.3	8.4	107.0	4.55
A4	17.6	59.0	1.97	14.9	10.7	96.0	2.93
A5	15.3	41.0	1.20	11.9	2.9	107.0	3.31
A6	16.2	45.9	1.74	14.7	12.7	101.4	3.11
A7	15.7	40.0	1.62	14.1	9.3	108.6	4.66
A8	16.6	45.2	1.62	15.2	3.5	107.5	5.33
A9	17.1	43.4	1.09	9.5	1.8	130.1	3.83
A10	17.6	50.7	2.02	16.3	11.5	103.9	3.31
A11	16.4	45.3	1.65	14.6	4.0	110.1	6.57
Mak	17.62	58.97	2.02	19.97	14.09	130.12	6.57
Min	14.47	31.18	1.09	9.53	1.85	82.34	1.99
AVG	16.3	44.5	1.6	14.9	8.0	104.3	3.9

**Kaynak:** TBB (2019) *İstatistik Raporları, seçilmiş rasyo verilerinden yararlanılmıştır. Değerler yüzde olarak ifade edilmiştir.*

İkinci olarak, denklem (2) ve denklem (3) yardımıyla normalizasyon işlemi yapılmıştır. Maliyet yönlü kriterler K2 ve K3 için (3) no.lu denklem, fayda yönlü kriterler K1, K4, K5, K6 ve K7 için (2) no.lu denklem kullanılmıştır.

**Tablo 5.** *CRITIC İçin Normalize Edilen Karar Matrisi*

Hedef	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min
Kriter	K1	K4	K5	K6	K7	K2	K3
A1	0.75	0.45	0.86	1.00	1.00	1.00	1.00
A2	0.00	0.00	0.76	0.87	0.57	0.78	0.66
A3	0.16	0.46	0.34	0.45	0.53	0.48	0.44
A4	1.00	1.00	0.94	0.52	0.73	0.71	0.79
A5	0.26	0.35	0.12	0.23	0.08	0.48	0.71
A6	0.56	0.53	0.69	0.49	0.88	0.60	0.75
A7	0.38	0.32	0.57	0.44	0.61	0.45	0.42
A8	0.68	0.50	0.57	0.54	0.14	0.47	0.27
A9	0.82	0.44	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
A10	0.99	0.70	1.00	0.65	0.79	0.55	0.71
A11	0.62	0.51	0.60	0.49	0.18	0.42	0.00
Ortalama	0.56	0.48	0.59	0.52	0.50	0.54	0.58

Üçüncü adımda, kriterler arasındaki ilişkinin gücü ve yönünü gösteren korelasyon katsayılarının yer aldığı korelasyon matrisi Tablo 6'da düzenlenmiştir. Sermaye yeterliliğini gösteren K1 kriteri ile ortalama öz kaynak karlılığını gösteren K6 ve mevduat dönüşüm oranını gösteren K2 kriterleri arasında negatif yönlü bir ilişkinin bulunduğu görülmektedir. Aynı şekilde öz kaynak karlılığını gösteren K6 kriteri ile likidite oranını gösteren K4 kriteri arasında da negatif yönlü bir ilişki vardır.

**Tablo 6.** *Kriterler arası Korelasyon Matrisi*

Hedef	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min
Kriter	K1	K4	K5	K6	K7	K2	K3
K1	1.0000	0.8124	0.3489	-0.0651	0.1541	-0.0778	0.1776
K4	0.8124	1.0000	0.3501	-0.1329	0.2216	0.0092	0.1290
K5	0.3489	0.3501	1.0000	0.8018	0.7783	0.7454	0.2722
K6	-0.0651	-0.1329	0.8018	1.0000	0.7016	0.9035	0.3007
K7	0.1541	0.2216	0.7783	0.7016	1.0000	0.7532	0.6016
K2	-0.0778	0.0092	0.7454	0.9035	0.7532	1.0000	0.5108
K3	0.1776	0.1290	0.2722	0.3007	0.6016	0.5108	1.0000

Dördüncü adımda, her bir kriterin bankalar (alternatifler) bazında standart sapmaları hesaplanmış ve Tablo 7'nin birinci satırında gösterilmiştir. Ayrıca tablo 6'da bulunan her bir korelasyon katsayısının 1 ile farkı (1-pjk) alınmış ve çıkan bu değerlerin bankalar bazında yatay toplamları alınmıştır. Kriterlere ilişkin Cj değerlerini bulmak için standart sapma değerleri bu toplam değerleriyle çarpılmıştır. Cj değerlerinin toplamı alındıktan sonra çarpım değerlerinin alınan bu toplam içindeki oranları hesaplanarak bulunan kriter ağırlıklarını gösteren Wj değerleri Tablo 7'nin son satırında gösterilmiştir.

**Tablo 7.** *Standart Sapma, Ci ve Wj Değerleri*

	K1	K4	K5	K6	K7	K2	K3	Toplam
$\sigma$ (s.sapma)	0.3152	0.2335	0.3067	0.2584	0.3318	0.2387	0.2650	1.9493
1-pjk (korelasyon)	0.0000	0.1876	0.6511	1.0651	0.8459	1.0778	0.8224	4.6499
	0.1876	0.0000	0.6499	1.1329	0.7784	0.9908	0.8710	4.6106
	0.6511	0.6499	0.0000	0.1982	0.2217	0.2546	0.7278	2.7033
	1.0651	1.1329	0.1982	0.0000	0.2984	0.0965	0.6993	3.4904
	0.8459	0.7784	0.2217	0.2984	0.0000	0.2468	0.3984	2.7897
	1.0778	0.9908	0.2546	0.0965	0.2468	0.0000	0.4892	3.1557
	0.8224	0.8710	0.7278	0.6993	0.3984	0.4892	0.0000	4.0081

Toplam (1-pjk)	4.6499	4.6106	2.7033	3.4904	2.7897	3.1557	4.0081	
Cj	1.4655	1.0765	0.8291	0.9021	0.9256	0.7532	1.0622	7.0142
(sapma*sum)								
wj (cj/sumcj)	0.2089	0.1535	0.1182	0.1286	0.1320	0.1074	0.1514	1.0000

Kriterlerin isimleri ve ağırlıkları Tablo 8’de görülmektedir. Bu tabloya göre bankaların performans sıralamasında en önemli kriter yüzde 20,9 ağırlık ile Sermaye Yeterliliği olmuştur. Onu yüzde 15,3 ağırlıkla Likit Aktifler/Kısa Vadeli Yükümlülükler oranı takip etmiştir. Üçüncü en önemli kriter yüzde 15,1 ağırlıkla Donuk Alacaklar/Toplam Krediler oranı olmuştur. Kriter ağırlıklarının toplamının Tablo 7 ve 8’deki gibi 1 olması gereklidir.

**Tablo 8. Kriterler ve Ağırlıkları**

KOD	KRİTERLER	Ağırlık	MAK/MIN
K1	Sermaye Yeterliliği Oranı	0.209	Mak
K2	Toplam Krediler / Toplam Mevduat	0.107	Min
K3	Donuk Alacaklar / Toplam Krediler	0.151	Min
K4	Likit Aktifler / Kısa Vadeli Yükümlülükler	0.153	Mak
K5	Ortalama Aktif Karlılığı	0.118	Mak
K6	Ortalama Özkaynak Karlılığı	0.129	Mak
K7	Toplam Aktifler/Sektör Aktifi	0.132	Mak
Toplam		1.000	

## 4.2. WASPAS Yöntemi

Bankaların performans sıralaması için çok kriterli karar verme tekniklerinden WASPAS yöntemi kullanılmıştır. Birinci adımda, aktif payı sektörün yüzde birinden büyük mevduat bankalarının 2009-2019 yılları arasındaki gerçekleştirdikleri finansal oranların yukarıda verilen 7 kritere göre gerçekleşen değerlerinin 11 yıllık dönemdeki aritmetik ortalaması alınmış ve Tablo 9’deki başlangıç karar matrisi oluşturulmuştur. Buradaki matrisin Tablo 4’teki matrisle aynı olduğunu belirtmek gerekir.

**Tablo 9. Başlangıç Matrisi: Bankaların 2009-2019 Yılları Arasındaki Ortalamaları**

Kriter	K1	K4	K5	K6	K7	K2	K3
Hedef	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min
Ağırlık	0.209	0.129	0.132	0.107	0.151	0.153	0.118
A1	16.8	43.6	1.90	20.0	14.1	82.34	1.99
A2	14.5	31.2	1.80	18.6	8.8	93.03	3.57



A3	15.0	43.9	1.41	14.3	8.4	107.02	4.55
A4	17.6	59.0	1.97	14.9	10.7	95.96	2.93
A5	15.3	41.0	1.20	11.9	2.9	107.05	3.31
A6	16.2	45.9	1.74	14.7	12.7	101.43	3.11
A7	15.7	40.0	1.62	14.1	9.3	108.58	4.66
A8	16.6	45.2	1.62	15.2	3.5	107.52	5.33
A9	17.1	43.4	1.09	9.5	1.8	130.12	3.83
A10	17.6	50.7	2.02	16.3	11.5	103.90	3.31
A11	16.4	45.3	1.65	14.6	4.0	110.05	6.57

İkinci adımda, fayda yönlü kriterler için Denklem (9) ve maliyet yönlü kriterler için Denklem (10) yardımıyla başlangıç matrisinde yer alan değerler normalize edilmiştir. Böylece başlangıç matrisindeki değerlerin herbiri 0 ile 1 arasındaki değişen yeni bir değere dönüştürülmüştür. Normalize edilmiş bu yeni değerlerin ilgili kriter bazında 1'e yaklaşması yüksek, 0'a yaklaşması ise düşük performansı göstermektedir.

**Tablo 10.** *Normalize Edilen Karar Matrisi*

	K1	K4	K5	K6	K7	K2	K3
A1	0.955	0.739	0.938	1.000	1.000	1.000	1.000
A2	0.821	0.529	0.891	0.931	0.623	0.885	0.559
A3	0.850	0.744	0.696	0.715	0.596	0.769	0.438
A4	1.000	1.000	0.972	0.747	0.761	0.858	0.680
A5	0.867	0.694	0.595	0.598	0.202	0.769	0.602
A6	0.921	0.779	0.858	0.735	0.899	0.812	0.640
A7	0.889	0.679	0.801	0.707	0.660	0.758	0.428
A8	0.943	0.766	0.799	0.759	0.248	0.766	0.374
A9	0.967	0.737	0.538	0.477	0.131	0.633	0.521
A10	0.997	0.859	1.000	0.814	0.817	0.793	0.603
A11	0.932	0.768	0.814	0.731	0.286	0.748	0.304

Üçüncü adımda, Denklem (11) yardımıyla her bir bankanın toplam içindeki nispi önemi ağırlıklı toplam yöntemine göre hesaplanmış WSM değeri olarak tabloda gösterilmiştir. Dördüncü adımda, Denklem (12) kullanılarak her bir bankanın toplam içindeki nispi önemi ağırlıklı ürün yöntemine göre hesaplanmış ve WPM değeri olarak aynı tabloda sunulmuştur. Beşinci adımda, Denklem (13) uygulanarak ve WSM ve WPM değerlerine eşit önem verilerek Nihai Değer hesaplanmış yine aynı tabloda gösterilmiştir. Son aşamada, nihai değerler büyükten küçüğe doğru dizilerek bankalar arasındaki sıralama işlemi gerçekleştirilmiştir. Nihai değerlerin yüksek çıkması sıralamada daha küçük bir sayı ile gösterilmiştir. Tüm bu işlemler Tablo 11'de özetlenmiştir.

**Tablo 11.** *WSM, WPM, Nihai Değer ve Sıralama*

Banka	WSM	WPM	Nihai Değer	Sıralama
A1	0.949	0.944	0.947	1
A2	0.753	0.737	0.745	5
A3	0.702	0.689	0.696	7
A4	0.873	0.865	0.869	2
A5	0.633	0.581	0.607	10
A6	0.821	0.816	0.818	4
A7	0.722	0.707	0.714	6
A8	0.682	0.623	0.652	8
A9	0.598	0.515	0.557	11
A10	0.855	0.845	0.850	3
A11	0.673	0.616	0.645	9

Tablo 12’de bir önceki tabloda banka koduna göre yapılan sıralama performans başarı sıralaması şekline dönüştürülmüş ve böylece daha açık hale getirilmiştir.

**Tablo 12.** *Banka Performans Sıralaması (2009-2019)*

Sıralama	Banka
1	Ziraat Bankası
2	Akbank
3	Garanti BBVA
4	İş Bankası
5	Halk Bankası
6	Yapı ve Kredi Bankası
7	Vakıflar Bankası
8	Denizbank
9	QNB Finansbank
10	TEB
11	ING Bank

Tablo 12’ye göre, 2009-2019 yılları arasında gerçekleşen ortalamalara göre, Türkiye’de faaliyet gösteren büyük mevduat bankaları arasında en yüksek performans gösteren banka kamu sermayeli bir banka olan Ziraat Bankası olmuştur. Ziraat Bankası’nın bu başarısı özellikle, sektör payının ve öz kaynak karlılığının yüksek olması, mevduatın krediye dönüşüm oranı ve donuk alacak oranının düşük olması sayesinde gerçekleşmiştir. İkinci sırada yerli özel sektör bankası Akbank yer almıştır. Akbank’ın başarısı özellikle sermaye yeterliliği oranı ile likidite oranının yüksek olmasından kaynaklanmıştır. Onu yabancı sermayeli bir banka olan Garanti BBVA

izlemiştir. Performans sıralamasında son üç sırada ise, sondan başa doğru, ING Bank, TEB ve QNB Finansbank bankaları yer almıştır. Son sırada yer alan ING Bank'ın düşük aktif karlılığı, öz kaynak karlılığı ve sektör payı bu sonuçta etkili olmuştur.

## SONUÇ

Sürdürülebilir ekonomik kalkınma ve gelişme için bankacılık sektörünün finansal performansının yüksek olması gereklidir. Bankacılık sektöründeki herhangi bir bankanın finansal performansın yüksek olması sadece o bankanın paydaşları için değil, o ülkenin tüm vatandaşlarını dolaylı olarak olumlu etkilemektedir. Bu çalışmada Türkiye'deki önemli mevduat bankalarının finansal performansları karşılaştırılmıştır. Finansal performans ölçümünde kullanılan değerlendirme kriterlerinin ağırlıkları CRITIC yöntemiyle ve bankaların performans sıralaması ise WASPAS yöntemiyle yapılmıştır.

Finansal performansın değerlendirme kriterleri olarak, sermaye yeterliliği, mevduatın krediye dönüşüm oranı, donuk alacaklar oranı, likit varlıkların kısa vadeli yükümlülükleri karşılama oranı, aktif karlılığı, öz kaynak karlılığı, banka toplam aktiflerinin mevduat bankaları sektörü içindeki payı seçilmiştir. Çalışmada bankacılık sektöründe aktif büyüklüğü bakımından yüzde birin üzerinde paya sahip olan 11 mevduat bankası belirlenmiş ve bu bankaların 2009-2019 dönemindeki ortalama finansal performansları CRITIC ve WASPAS çok kriterli karar verme teknikleri (ÇKKV) kullanılarak araştırılmıştır.

CRITIC yöntemiyle yapılan analizde, bankaların performans değerlendirmesinde en önemli kriterin sermaye yeterliliği olduğu, bu kriteri sırasıyla likidite oranı ile donuk alacaklar oranlarının izlediği sonucuna ulaşılmıştır.

WASPAS tekniğiyle yapılan performans analizinde, 2009-2019 ortalamasına bakıldığında, en iyi performans sergileyerek birinci (sonuncu) olan banka Ziraat Bankası (ING Bank), ikinci en iyi (kötü) banka Akbank (TEB) ve üçüncü en iyi (kötü) banka ise Garanti BBVA (QNB Finansbank) olmuştur. Ziraat Bankası'nın yüksek performansında bankanın yüksek sektör payı, öz kaynak karlılığı ile düşük krediye dönüşüm ve donuk alacak oranları belirleyici olmuştur.

Analizde değerlendirilen kriterlerin içeriği, kriter ağırlıklarının belirlenmesinde ve performans sıralamasında kullanılan ÇKKV yöntemlerinin seçimi analiz sonuçlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu yüzden seçimi araştırmacıya bağlı olan bu unsurların değişmesi halinde, analiz sonuçları değişebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda diğer çok kriterli karar verme teknikleri ile elde edilecek bulguların buradaki sonuçlar ile karşılaştırılmasında yarar vardır.

## Kaynakça

- AKBULUT, O.Y. (2019). CRITIC ve EDAS yöntemleri ile İş Bankası'nın 2009-2018 yılları arasındaki performansının analizi. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 249-263.
- AKBULUT, O.Y. (2020). Finansal performans ile pay senedi getirisi arasındaki ilişkinin bütünlük CRITIC ve MABAC ÇKKV teknikleriyle ölçülmesi: Borsa İstanbul çimento sektörü firmaları üzerine ampirik bir uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (40), 471-488.
- AKÇAKANAT, Ö., EREN H., AKSOY, E.ve ÖMÜRBEK, V.(2017). Bankacılık sektöründe ENTROPI ve WASPAS yöntemleri ile performans değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22(2), 285-300.
- AKÇAKANAT, Ö., EREN H., AKSOY, E.ve TEKER T.(2018). CRITIC ve MDL temelli EDAS yöntemi ile TR-61 Bölgesi bankalarının performans değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 1-24.
- ARAS, G.(2014). Finansal aracı kurumlar, Sermaye ve Para Piyasaları kitabı içinde, Editör Güngör, B., Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Erzurum, 222-246.
- AYDIN, Ü., URAL, M., DEMİRELLİ, E.(2018). Türk bankacılık sektöründe ENTROPİ ve WASPAS yöntemleri ile finansal performans ölçümü. *Mersin Üniversitesi 22.Finans Sempozyumu*, 1123-1138, 10-13 Ekim, Mersin.
- AYDIN, Y. (2019-a). Türkiye'de hayat/emeklilik sigorta sektörünün finansal performans analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 107-118.
- AYDIN, Y.(2019-b). Türk Bankacılık sektöründe karlılığı etkileyen faktörlerin panel veri analizi ile incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 181-189.
- AYDIN, Y. (2020). Bütünlük CRITIC ve MAIRCA yöntemleri ile kamu sermayeli bankaların performans analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5(4), 829-841.
- CHAKRABORTY, S. and ZAVADSKAS, E.K. (2014). Applications of WASPAS method in manufacturing decision making. *Informatica*, 25 (1): 1–20.
- ÇELİK, S.(2020). Türk katılım bankacılığı sektöründe performans analizi: Bütünlük CRITIC ve MABAC uygulaması. *İslam Ekonomisi ve Finans Dergisi*, 6(2), 312-335.
- DEMİR, G. ve KARTAL, M. (2020). *Güncel Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri*, Ankara: Akademisyen Kitabevi

- DEMİRELLİ, E. ve URAL M.(2018). Kamu bankalarında performans analizi: ENTROPİ ve WASPAS yöntemleri ile bir uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 129-141.
- DOĞUKANLI H. (2019). Bankacılıkta risk ve performans. *Finansal Kurumlar* kitabı içinde. Editör Koçyiğit, M.M. Anadolu Üniversitesi Yayını. Eskişehir. 132-158.
- DIAKOULAKI, D., Mavrotas, G., Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The CRITIC method. *Computers & Operations Research*, 22(7), 763-770.
- GÜLHAN, Ü. (2014). *Bankalar*. Sermaye ve Para Piyasaları kitabı içinde. Editör Güngör, B. Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını. Erzurum. 47-68.
- GÜNDOĞDU, A. (2018). Türkiye’de katılım bankalarının finansal performansının gri ilişki analizi ile ölçülmesi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17. ÜİK Özel Sayısı, 201-214.
- GEZEN, A. (2019). Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının Entropi ve WASPAS yöntemleri ile performans analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (84), 213-232.
- IŞIK, Ö.(2019). Türkiye’de hayat dışı sigorta sektörünün finansal performansının CRITIC tabanlı TOPSIS ve MULTIMOORA yöntemiyle değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 542-562.
- IŞIK, Ö. (2020). SD tabanlı MABAC ve WASPAS yöntemleriyle kamu sermayeli kalkınma ve yatırım bankalarının performans analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. (29), 61-76.
- IŞIK, Ö ve Ersoy, E. (2020). Özel sermayeli mevduat bankalarında faiz gelir ve giderlerine dayalı performans analizi: CRITIC ve EDAS yöntemleri ile bir uygulama. *Finans Teorisine Uygulamalı Katkılar -2* içinde. Karaca, S.S. ve Demirelli E. (Yay. haz.). Ekin Yayınevi. Ankara. 69-89.
- KİRACI, K. ve BAKIR, M. (2018). CRITIC temelli EDAS yöntemi ile havayolu işletmelerinde performans ölçümü uygulaması. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 157-174.
- MADIC, M., GECEVSKA, V., RADOVANOVIC, M. ve PETKOVIC D. (2014). Multi-Criteria economic analysis of machining processes using the WASPAS method. *Journal of Production Engineering*, 17 (2): 79-82.
- ÖMÜRBEK V., AKÇAKANAT Ö., AKSOY, E. (2018). Katılım bankalarının ekonomik sürdürülebilirlik performansının ARAS ve WASPAS yöntemleri ile karşılaştırmalı değerlendirilmesi. *17.Uluslararası Katılım İşletmecilik Kongresi*, 627-639.
- RENÇBER, Ö.F., AVCI, T.(2018). BIST’ te işlem gören bankaların sermaye yeterliliklerine göre karşılaştırılması: WASPAS yöntemi ile uygulama. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6, 169-175.

- TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ (2019). İstatistiki raporlar. seçilmiş rasyolar. <http://www.tbb.org.tr/Veri-Seti>
- URAL, M., DEMİRELLİ, E., ÇALIK, S. G. (2017). Kamu bankalarında performans analizi: ENTROPI ve WASPAS yöntemleri ile bir uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 129-141.
- ÜNAL, E.A.(2019). Özel sermayeli ticaret bankalarının finansal performansının SD ve WASPAS yöntemleri ile ölçülmesi. *Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*.4(3), 384-400.
- ZAVADSKAS, E.K., TURSKIS, Z., ANTUCHEVICIENE, J. ve ZAKAREVICIUS, A., (2012). Optimization of weighted aggregated sum product assessment. *Electronics And Electrical Engineering*, 122 (6): 3-6.
- ZAVADSKAS, E.K., ANTUCHEVICIENE, J., SAPARAUSKAS, J. ve TURSKIS, Z., (2013). MCDM methods WASPAS and MULTIMOORA: Verification of robustness of methods when assessing alternative solutions. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 47 (2): 1-5.

# Bölüm 13

DENİZ GEZMİŞ VE ARKADAŞLARINA  
YÖNELİK İDAM CEZALARI İLE İLGİLİ  
CUMHURBAŞKANLIĞI'NA YAPILAN  
BAŞVURULAR

*İsrafil KARATAŞ<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> İsrafil Karataş, Öğr.Gör.Dr., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü, e-mail: israfil.karatas@alanya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4940-9344.





## Giriş

27 Mayıs Darbesi'nden sonra kabul edilen 1961 Anayasası, önceki dönemlere oranla Türkiye'de önemli bir özgürlük ortamı sağlamıştır.<sup>1</sup> 1960 yılına kadar devlet tarafından yasaklanan sol ideoloji, bu özgürlük ortamından faydalanarak faaliyet göstermeye başlamıştır.<sup>2</sup> 1960'larda sol düşünce doğrultusunda faaliyet gösteren gruplar içerisinde aydınların, işçilerin ve memurların dışında üniversite öğrencileri de bulunuyordu. 1964 yılından itibaren sol eğilimli üniversite öğrencileri, fakültelerinde fikir kulüpleri kurarak devrimci ve sosyalist örgütlenmeler içerisine girmişlerdir. Çeşitli fakültelerde kurulmuş olan bu fikir kulüpleri, 17 Aralık 1965'te Fikir Kulüpleri Federasyonu (FKF) çatısı altında birleştirilmiştir.<sup>3</sup> FKF, ülkenin çeşitli yerlerinde şubeler açmak suretiyle faaliyetlerini genişletmiştir. Böylece devletin gözetimi ve hatta koruması altında bulunan Milli Türk Talebe Birliği ile Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı dışında özgür ve bağımsız bir gençlik teşkilatı meydana gelmiştir. Kurucularının çoğunluğunun TİP (Türkiye İşçi Partisi)'li ya da TİP sempatisi olduğu FKF<sup>4</sup>, adını 1969 yılının Ekim ayında yapılan kongresinin sonucunda Türkiye Devrimci Gençlik Federasyonu (TDGF) olarak değiştirmiştir. Bundan sonra kısaca Dev-Genç olarak anılacak ve Türkiye devrimci solunun ana damarlarından birini oluşturacak olan bu örgüt, üniversitelerin bulunduğu başta İstanbul ve Ankara olmak üzere gençlik içinde geniş bir yapılanma olanağını bulacaktır.<sup>5</sup> Dünya çapındaki 1968 öğrenci hareketlerinin Türkiye'de yaygınlaşmasında etkin rol oynayan Dev-Genç, her ne kadar başlangıçta yetersiz eğitim sistemine karşı eylemlerde bulunsada daha sonra faaliyetleri üniversite ve eğitim alanı dışında Türkiye'nin bağımsızlığı ve kalkınma modeli gibi alanlara kaydırmıştır.<sup>6</sup>

Meşru yoldan iktidar arayışında olan sosyalist görüşlü TİP'in önünü kesmek için hükümet, 1969 Genel Seçimlerinin hemen öncesinde seçim sistemi değiştirmiş ve ardından yapılan genel seçimlerde 15 milletvekiline sahip TİP'in milletvekili sayısı 2'ye düşmüştür. Böylece solun sistem dışına itilmesi, iktidara gelmek için darbeci ya da illegal yöntemleri

1 Feroz Ahmad, *Modern Türkiye'nin Oluşumu*, 9.Basım, Kaynak Yayınları, İstanbul, 2011, s. 163.

2 Cem Eroğul, "Çok Partili Düzenin Kuruluşu: 1945-1971", *Geçiş Sürecinde Türkiye*, Derleme: İrvan C.Schink, E. Ahmet Tonak, 6.Baskı, Belge Yayınları, İstanbul, 2013, s.226-227.

3 Suavi Aydın ve Yüksel Taşkın, *1960'tan Günümüze Türkiye Tarihi*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2014, s. 160; Fikret Babuş, *68 Hareketi'nin Köy Eylemleri Devrim Havarileri*, 7.Baskı, Ozan Yayıncılık, İstanbul, 2018, s. 28.

4 Tefvik Çavdar, *Türkiye'nin Demokrasi Tarihi 1950'den Günümüze*, 5.Baskı, İmge Kitabevi, Ankara, 2013, s. 182.

5 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 161.

6 Hikmet Özdemir, "Siyasi Tarih (1960-1980)", *Türkiye Tarihi 4 Çağdaş Türkiye 1908-1980*, Yay. Yön. Sina Akşin, 12.Basım, Cem Yayınevi, İstanbul, 2013, s. 260. 227-286

savunan bazı solcuların işini kolaylaştırmıştır.<sup>7</sup> Sol, TİP’i desteklemeye devam edenler ile Milli Demokratik Devrim’i (MDD) savunanlar arasında ikiye bölünmüştür. MDD, radikal subaylarla Türkiye’nin sorunlarına yanıtın Maoizmde, hatta bunun Hintli Naksalit versiyonunda ya da Latin Amerikan şehir gerillasının izlediği stratejide bulunacağına inanlarla bir ittifak anlamına geliyordu.<sup>8</sup> Parlamento dışı muhalefeti savunan MDD düşüncesi, FKF ve onun devamı niteliğindeki Dev-Genç gibi öğrenci hareketleri içerisinde de revaç bulmuştur. FKF’inin 1969 yılının başlarında yapılan kongresinde TİP destekçileri yönetimden uzaklaştırılmış ve yerine Yusuf Küpeli başkanlığında militan mücadeleyi benimsemiş ve parlamento dışı muhalefete ağırlık veren sol bir darbe perspektifine inanmış kişilerden oluşan bir yönetim kurulmuştur. Bu yönetim, doğrudan sosyalist bir devrim yerine MDD tezini savunuyordu.<sup>9</sup> Bu kongrenin ardından kısa bir süre sonra örgüt içerisinde yeni bir çekişme başlamıştır. Doğu Perinçek’in başını çektiği grup ile Mahir Çayan ve Mihri Belli’nin önderlik ettiği grup arasında fikri çatışma başlamıştır. Çatışmanın temelinde Mahir Çayan grubunun Dev-Genç’i “*bir düzen örgütü*” olarak görmesi ve amacın “*düzenle savaş*” olması nedeniyle bu “*düzen örgütünden çıkılarak partilileşmeyi*” savunması yatmaktaydı. 1969 yılının Ekim ayında yapılan Dev-Genç Kongresi’nde Atilla Sarp’ın başkan olmasından kaynaklı olarak kısa süreliğine bir uzlaşma sağlanmış, fakat çok geçmeden içlerinde çekişme tekrar başlamıştır.<sup>10</sup> Bunun bir sonucu olarak Dev-Genç’in içinden silahlı gruplar ortaya çıkacaktır.

Dev-Genç içerisinde özellikle Mahir Çayan’ın başını çektiği grup, legal mücadelenin yetersizliğinden bahsederek yoğun bir şekilde gerilla savaşını savunmaya başlamıştır. Bundan etkilenen bazı örgüt üyeleri, Filistin’deki Filistin Kurtuluş Örgütü’ne (El-Fetih) ait kamplarda gerilla eğitimi almaya gitmişlerdir. Hüseyin İnan, Alparslan Özdoğan, Müfit Özdeş ve Mustafa Yalçın 1970 yılının başlarında Filistin’e ilk giden grubun içerisinde yer almışlardır.<sup>11</sup> Bu dönemde üniversite işgalleri ve ABD’nin 6. Filosuna karşı eylemleriyle sol öğrenci liderleri arasında ön plana çıkan isim, Deniz Gezmiş idi. İstanbul Üniversitesi hukuk fakültesi öğrencisi olan Gezmiş, 1968 yılının Ekim ayında bir grup arkadaşıyla birlikte Devrimci Öğrenci Birliği’ni (DÖB) kurmuştu. Kasım 1968’de düzenlenen ve örgütleyicileri arasında bazı sol gençlik örgütleriyle birlikte DÖB’ün de olduğu “*Samsun’dan Ankara’ya Mustafa Kemal Yürüyüşü*”nün liderlerinden biri de Gezmiş idi. Daha sonra Gezmiş,

7 Ahmad, *a.g.e.*, s. 173-174; İsrâfil Karataş, “12 Mart Müdahalesine Giden Yolda Cumhurbaşkanlığına Gelen Şikâyet ve Öneriler”, *History Studies*, 12/4, Ağustos 2020, s. 1958.

8 Ahmad, *a.g.e.*, s. 174.

9 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 161.

10 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 161, 186.

11 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 161, 187.

Haziran-Eylül 1969 tarihleri arasında Filistin'e gizlice giderek burada El-Fetih kamplarında silah eğitimi almıştı. MDD çizgisinde yer alan Gezmiş, Türkiye'ye döndükten sonra 1970 yılının sonlarına doğru Türkiye Halk Kurtuluş Ordusu (THKO) isminde silahlı bir örgüt kurmuştu. Örgütün kurucuları arasında Gezmiş'in yanı sıra Hüseyin İnan, Yusuf Arslan, Sinan Cemgil, Alparslan Özdoğan ve Cihan Alptekin yer alıyordu. Örgüt, gerilla savaşının kırdan başlatıp şehirleri kırdan kuşatma biçiminde bir devrimci mücadeleyi öngörüyordu.<sup>12</sup>

Öte yandan Dev-Genç içerisinde silahlı mücadeleyi savunan yeni bir örgüt daha ortaya çıkmıştır. Bu silahlı örgüt, Türkiye Halk Kurtuluş Partisi ve Cephesi (THKP-C) adını taşıyordu ve kurucuları arasında Mahir Çayan, İrfan Uçar, Ulaş Bardakçı, Yusuf Küpeli, Hüseyin Cevahir ve Ertuğrul Kürkçü gibi isimler bulunuyordu.<sup>13</sup> Mahir Çayan'ın liderlik yaptığı THKP-C; THKO'nun kırdan kente devrim taşıma stratejisi yerine şehir gerillasına ve şehir eylemleri modeline dayanıyordu. Zira, örgüt kuruluşundan kısa bir süre sonra silahlı eylemlerini şehirlerde gerçekleştirimeye başlayacaktır.<sup>14</sup>

THKO ve THKP-C dışında silahlı mücadeleye yönelen bir diğer örgüt, İbrahim Kaypakkaya'nın liderliğindeki Türkiye Komünist Partisi Marksist Leninist (TKP/ML) ve bunun askeri örgütü şeklinde olan Türkiye İşçi-Köylü Kurtuluş Ordusu (TİKKO)'dur. Kaypakkaya, daha çok köylü kitlelerine dayanarak devrimi kırdan kente taşımayı amaçlayan ve bu nedenle öncelikle kırsal alanlarda kurtarılmış bölgeler oluşturmak için çalışan bir isimdi.<sup>15</sup>

1960'lı yıllarda Türkiye'de genel olarak solun genişleme alanı bulduğu ve kendisini geçmişe oranla özgür bir şekilde ifade edebildiği söylenebilir. Aynı zamanda bu yıllar, solun legal ve illegal olmak üzere ikiye bölündüğü zaman dilimini kapsamaktadır. İlegal sol bir örgüt olarak ortaya çıkan THKO, amacını gerçekleştirmek için silahlı mücadeleye başvurmuştu. Fakat kuruluşundan çok kısa bir süre sonra ülkede askeri rejimin kurulmasıyla birlikte örgüt üyeleri yakalanmıştı. Aşağıda da görüleceği üzere, basında THKO davası olarak anılan yargılamalar sonucunda tutuklu bulunan 24 sanıktan 18'ine idam cezası verilecek ve dosyanın Askeri Yargıtay'ca bozulması sonrasında idam sayısı 3'e indirilecekti. Sanıkların idam kararlarının gündeme gelmesiyle birlikte yurtiçinden ve yurtdışından idam cezalarının durdurulması için

12 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 187-188; Turhan Feyizoğlu, *Denizler ve Filistin, Alfa Yayınları*, İstanbul, 2011, s. 55. Kuruluş çalışmaları 1969 yılına dayanan THKO örgütünün fikir babasının Hüseyin İnan olduğu bilinmektedir. Turhan Feyizoğlu, *Sinan: Nurhak Dağları'ndan Sonsuzluğa*, 8.Baskı, Ozan Yayıncılık, İstanbul, 2011, s. 241.

13 Çavdar, *a.g.e.*, s. 200.

14 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 190.

15 Çavdar, *a.g.e.*, s. 206; Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 191.

Cumhurbaşkanlığı'na çok sayıda başvuru yapılmıştı. Buna karşılık idamların infazını isteyenlerin de Cumhurbaşkanlığı'na müracaat ettikleri görülmüştür. Bu çalışmanın amacı, THKO davasını kısaca ele aldıktan sonra bu başvuruları ve başvuruların içeriğini siyaset tarihi açısından ele almaktır.

### THKO'nun Faaliyetleri ve Yargılanması

Mücadelesini kırsalda başlatmaya karar vermiş olan THKO, kendisine yer olarak Malatya'nın dağlık kesimlerini seçmişti. Sinan Cemgil ve Teslim Töre'nin öncülüğünde Kasım 1970'den itibaren Malatya'da yığınak yapmağa başlamışlardı. Kırsalda yürütülecek mücadeleye finansman sağlamak adına örgütün şehirlerde bulunan diğer üyeleri ise, büyük şehirlerde banka soygunlarına başlamışlardı.<sup>16</sup> Bu amaçla Türkiye İş Bankası'nın Ankara Emek Şubesi, 11 Ocak 1971 tarihinde Deniz Gezmiş, Yusuf Arslan Sinan Cemgil ve Hüseyin İnan tarafından soyulmuştu.<sup>17</sup> Ayrıca kırsaldaki arkadaşlarına lojistik destek sağlamak için 15 Şubat 1971'de Hüseyin İnan, Deniz Gezmiş, Yusuf Arslan, Sinan Cemgil ve Recep Sakın'dan oluşan grup, Balgat'taki Amerikan üssünü basmışlar ve buradaki dört günlük işgallerinin ardından bir ABD'li çavuşu kaçırmışlardı.<sup>18</sup> Deniz Gezmiş ve arkadaşlarının 12 Mart Muhtırası öncesinde yaptıkları en önemli eylem ise, 3 Mart 1971'de Ankara Gölbaşı'ndaki ABD radar üssünde görevli 4 ABD'li askeri kaçırpı ABD'den 400.000 lira fidye istemesiydi.<sup>19</sup> Bu eylemin ardından örgüt, yayınladığı bir bildiriyle THKO'nun varlığını ve kendilerinin silahlı bir mücadele başlattıklarını kamuoyuna ilan etmişti. Ayrıca bu bildiride, bağımsızlık mücadelesinden söz edilmiş ve Amerikalılar başta olmak üzere bütün düşmanları ülkeden kovmak adına tüm devrimcilere seslenilmişti.<sup>20</sup> Örgütün yayınladığı şartlar, devlet tarafından yerine getirilmemiş olmasına rağmen 8 Mart'ta rehinelere serbest bırakılmıştı.<sup>21</sup>

12 Mart 1971 tarihinde Genelkurmay Başkanı Memduh Tağmaç ve üç kuvvet komutanı yayınladıkları bir muhtırayla sivil yönetime dolaylı yoldan el koymuşlardır.<sup>22</sup> Başlayan yeni askeri rejim döneminde şehirlerde faaliyet gösteremeyeceğini anlayan Deniz Gezmiş ve Yusuf Arslan; daha önce Malatya'da karargâh kumuş olan arkadaşlarına katılmak üzere

16 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 187.

17 Halit Çelenk, *1.THKO Davası*, İnternet Edisyonu, Nisan 2013, s. 48-51; Feyizoğlu, *Denizler ve Filistin*, s.72.

18 Aydın ve Taşkın, *a.g.e.*, s. 187; Çelenk, *1.THKO Davası*, s. 51-52.

19 "Amerikalı Dört Asker Kaçırıldı", *Cumhuriyet*, 5 Mart 1971.

20 "Türkiye Halk Kurtuluş Ordusu İmzalı Bildiri", *Cumhuriyet*, 5 Mart 1971.

21 Çelenk, *1.THKO Davası*, s. 54-55; Mehmet Ali Birand, Can Dündar ve Bülent Çaplı, *12 Mart İhtilalin Pençesinde Demokrasi*, İmge Kitabevi, 10. Baskı, İstanbul, 2008, s. 200.

22 Feroz ve Bedia Turgay Ahmad, *Türkiye'de Çok Partili Politikanın Açıklamalı Kronolojisi 1945-1971*, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1976, s. 410-411.

Ankara'dan motosikletleriyle yola çıkmışlardı. Yolda yaşadıkları bazı aksilikler sonucunda Arslan, Sivas'ın Sarkışla ilçesinde yaralı olarak yakalanmış, 16 Mart günü de Gezmiş, Gemerek'te jandarmayla çatışmaya girmiş, ancak kaçamayacağını anlayarak teslim olmuştu.<sup>23</sup> THKO'nun diğer kurucu üyelerinden Hüseyin İnan da dayısının ihbarıyla Kayseri'nin Pınarbaşı ilçesinde yakalanmıştı.<sup>24</sup>

Öte yandan örgütün Nurhak dağlarındaki yapılanması, Sinan Cemgil'in önderliğinde Mayıs 1971'de Malatya Kürecik'teki ABD'ye ait radar üssüne saldırıyı planlıyordu. Fakat köylüler, onları jandarmaya ihbar etmişti. Örgütün bulunduğu Adıyaman'ın Gölbaşı ilçesinin İneklı köyüne yapılan jandarma baskınında, çatışma meydana gelmiş ve çatışmada örgüt üyelerinin büyük bir kısmı ölmüş, çok az bir kısmı ise sağ ele geçirilmişti.<sup>25</sup> Bu olaydan büyük zarar gören THKO, bundan sonraki süreçte bazı banka soyma ve adam kaçırma eylemlerini gerçekleştirse de etkinliği kısa bir süre içerisinde kaybetmiştir.<sup>26</sup>

Yakalanan THKO üyeleri hakkında Ankara Sıkıyönetim Komutanlığı Askeri Savcılığınca 29 Haziran 1971 tarihinde bir iddianame hazırlanmıştır. Örgütün lideri Deniz Gezmiş ve onun 23 arkadaşı hakkında hazırlanan bu iddianameye göre, onlara isnat edilen suç "*Türkiye Cumhuriyeti Anayasa'sının tağyir, tebdil ve ilgaya cebren teşebbüs etmek ve bu fiile fer'an iştirak etmek*" şeklindeydi.<sup>27</sup> Dava, 16 Temmuz 1971'de Ankara Sıkıyönetim Komutanlığı 1 Numaralı Sıkıyönetim Mahkemesi'nde başlamıştı.<sup>28</sup> Savcı, sanıklardan İbrahim Seven ile Necmettin Baca'ya 15 ila 20 arasında hapis cezası, diğer 21 sanık için iddianamede belirtilen suçtan dolayı ölüm cezası istemişti.<sup>29</sup> Yaklaşık iki buçuk ay süren yargılamanın sonucunda askeri mahkeme, kararını 9 Ekim 1971'de açıklamıştı. Mahkeme tarafından Deniz Gezmiş ve 17 arkadaşına ölüm cezası verilmişti. Sanıklardan Hüseyin Özdoğan, Necmettin Baca ve İbrahim Seven hakkında delil yetersizliğinden beraat, Şükrü Kor Koçalak, Sevim Onursal ve İrfan Uçar'a birkaç yıl hapis cezası kararı çıkmıştı.<sup>30</sup>

23 Çavdar, *a.g.e.*, s. 199-200; Halit Çelenk, *1.THKO Davası*, s. 56.

24 "Gezmiş'in Arkadaşı İnan Da Yakalandı", *Dünya*, 24 Mart 1971.

25 Halit Çelenk, *1.THKO Davası*, s. 59-61; "Jandarmaya Ateş Açan", *Son Havadis*, 1 Haziran 1971.

26 Çavdar, *a.g.e.*, s. 200.

27 Bu iddianamedeki sanıklar şu isimlerden oluşuyordu: Deniz Gezmiş, Yusuf Arslan, Hüseyin İnan, Recep Sakın, Mustafa Yalçın, Mustafa Yalçın, Mehmet Nakipoglu, Metin Yıldırım, Atilla Keskin, Ahmet Erdoğan, Ercan Öztürk, Osman Arkış, Metin Güngörmüş, Semih Organ, Mehmet Asal, Mustafa Çubuk, Hacı Tonak, Hüseyin Cemal Özdoğan, İrfan Uçar, Mete Ertekin, Kor Koçalak, Sevim Onursal, İbrahim Seven, Necmettin Baca ve Mehmet Özdemir. Çelenk, *1.THKO Davası*, s. 30-33.

28 Turhan Feyizoğlu, *Deniz: Bir İsyancının İzleri*, Totem Yayınları, İstanbul, 2017, s. 303.

29 "Deniz Gezmiş ve Arkadaşları Dün Yargılandılar", *Son Havadis*, 17 Temmuz 1971; Çelenk, *1.THKO Davası*, s. 72.

30 "24 Sanıktan 18'i İçin İdam Cezası Verildi", *Tercüman*, 10 Ekim 1971.

İdam kararlarının çıkması üzerine dosyalar, temyiz için Askeri Yargıtay 2. Dairesi'ne gönderilmiştir.<sup>31</sup> Burada yapılan incelemelerin sonucunda 10 Ocak 1972 tarihinde 18 idam kararından 15'i bozulmuştu. Sadece Deniz Gezmiş, Yusuf Arslan ve Hüseyin İnan'ın idamları onanmıştı. Mete Ertekin, Mustafa Yalçın, Ahmet Erdoğan, Metin Güngörmüş ve Hacı Tonak hakkındaki idam kararları müebbet hapse çevrilirken, diğer 10 sanığın cezası 10 ila 15 arasında değişen hapis cezalarına dönüştürmüştü.<sup>32</sup> Böylece iddianamede belirtilen anayasal düzeni silah zoruyla değiştirmeye çalışmak suçundan, sadece üç kişi idam cezasına mahkûm edilmiştir.

Anayasaya göre, THKO lideri Deniz Gezmiş ile arkadaşlarının idam kararlarının yerine getirilebilmesi için kararların Millet Meclisi ile Cumhuriyet Senatosu'nda onaylanması gerekiyordu. Ardından Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'ın da bu kararları imzalaması ile birlikte idamların infazı mümkün hale gelebilecekti. İdam kararları dosyası Millet Meclisi Genel Kurulu'na gelmeden önce CHP Genel Başkanı İsmet İnönü, Gezmiş ve arkadaşlarının idamlarının siyasi suçlar kategorisinde olduğunu öne sürerek siyasi suçlar için idamların kaldırılmasını talep etmiştir. Fakat buna CHP dışında Meclis'teki AP (Adalet Partisi), DP (Demokratik Parti) ve MGP (Milli Güven Partisi) gibi sağ partiler karşı çıkarak tepki göstermişlerdi.<sup>33</sup> İdamlar, çok acele bir şekilde Millet Meclisi gündemine 10 Mart 1972 tarihinde getirilmiş ve CHP'nin büyük çoğunluğu ile bağımsız milletvekillerinden Mehmet Ali Aybar ile Celal Kargılı'nın ret oylarına rağmen onaylanmıştır.<sup>34</sup> Millet Meclisi'nde onaylanmasından sonra idamlar, 13 Mart 1972'de Cumhuriyet Senatosu'na getirilmiş<sup>35</sup> ve burada da 16 Mart'ta kabul edilmiştir.<sup>36</sup> Anlaşılabileceği üzere, THKO davasının çok hızlı bir şekilde sonuçlandırılıp Meclislerde onaylatılmak istenmesinin amacının, idam tartışmalarının yükselmesini engellemek olduğu söylenebilir. Zira, idam kararları çok kısa sürede verilmesine rağmen idam cezalarına yönelik tartışmaların önüne geçilememiştir.

Meclislerde görüşmeler devam ederken Başbakan Nihat Erim, idamların geciktirilmesi ya da engellenmesini sağlamak için Cumhurbaşkanı

31 "İdam Kararları Askeri Yargıtay 2. Daireye Geldi", *Cumhuriyet*, 24 Kasım 1971.

32 "Askeri Yargıtay 15 Sanık Hakkında Verilen Ölüm Cezasını Bozdu", *Akşam*, 11 Ocak 1972.

33 İsrail Karataş, *İsmail Nihat Erim'in Hayatı ve Siyasi Faaliyetleri (1912-1980)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2020, s. 764-767.

34 İdamlar için Millet Meclisi'ndeki 297 milletvekilinden 238'i kabul, 53'ü ret, 6'sı çekimser oy kullanmıştır. MMTD (Millet Meclisi Tutanak Dergisi), D.3, C.23, T.3, B.58, s.230.

35 "İdam Kararlarını Senato Komisyonu Da Onayladı", *Dünya*, 14 Mart 1972.

36 "İdamlar Senato'da Görüşüldü", *Tercüman*, 17 Mart 1972.



Cevdet Sunay ile temas halindeydi.<sup>37</sup> Meclislerde idam kararlarının onaylanmasıyla birlikte CHP, kararların usul ve esas yönünden iptali için Anayasa Mahkemesi'ne başvurmaya hazırlanıyordu.<sup>38</sup> Bu durumu gerekçe gösteren Erim, yasal süreç tamamlanana kadar idamların geciktirilmesi için birer mektupla Adalet Bakanlığı'na, Cumhurbaşkanlığı'na ve Ankara Sıkıyönetim Komutanlığı'na başvurmuştu.<sup>39</sup> CHP yürütmenin durdurulması için Anayasa Mahkemesi'ne başvururken, Türkiye'nin içinde ve dışında idamların infazını istemeyenler büyük bir imza kampanyası başlatmışlardı.<sup>40</sup> Bu anlamda en büyük imza kampanyası temyiz duruşmasından hemen önce yani 5 Ocak 1972 tarihinde başlatılmıştı.<sup>41</sup>

Bu arada CHP'nin Anayasa Mahkemesi başvurusu sonuçlanmış ve mahkeme idam kararlarını 7 Nisan 1972'de usul yönünden iptal etmiştir.<sup>42</sup> Ortaya çıkan iyimserlik havasında kamuoyunda büyük bir kampanya başlatılmıştı. Bazı sanatçılar, aydınlar ve yazarlar idamları durdurmak için imza toplamaya başlamışlardı.<sup>43</sup> Öte yandan idam dosyaları, 24 Nisan 1972 tarihinde tekrar Millet Meclisi'nin önüne gelmiş ve CHP'nin itirazlarına rağmen 48'e karşı 273 oyla idamların infaz edilmesi kararı alınmıştır.<sup>44</sup> Ardından 2 Mayıs 1972'de Cumhuriyet Senatosu da idamları onaylamıştır.<sup>45</sup> İdamların infazının yerine getirilebilmesi için sadece Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'ın onayı kalıyordu. İdamları engellemek adına bazı sol örgütler, Cumhurbaşkanı'nın imzasından önce uçak kaçırma ve suikast gibi bazı eylemlerde bulunmuşlardır.<sup>46</sup> Bu son eylemler, tam tersi bir yönde etki yaratmış ve idamları durdurmak için başlatılan imza kampanyalarına büyük bir sekte vurmuştu. Hatta daha önce imza atanlar imzalarını çekmeye başlamışlardı.<sup>47</sup> Sonuç olarak Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay idam kararlarını imzalamış ve idamlara ilişkin 1586 sayılı kanun, resmi gazetede yayınlamıştır.<sup>48</sup> Deniz Gezmiş, Yusuf Arslan ve Hüseyin

37 Nihat Erim, *Günlükler 1925-1979*, C.II, Yay. Haz. Ahmet Demirel, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005, s. 1007-1008.

38 "CHP 3 İdam Kararının İptali İçin Anayasa Mahkemesine Başvuracak", *Tercüman*, 17 Mart 1972.

39 Erim, *a.g.e.*, s. 1010.

40 Karataş, *a.g.t.*, s. 772-774.

41 "Ölüm Cezalarının Kaldırılması İsteniyor", *Akşam*, 6 Ocak 1972.

42 "Üç İdamla İlgili Kanun İptal Edildi", *Akşam*, 7 Nisan 1972.

43 Birand vd., *a.g.e.*, s. 252.

44 "Üç İdam Mecliste Kabul Edildi", *Hürriyet*, 25 Nisan 1972.

45 "Senato İdamları Onayladı", *Akşam*, 3 Mayıs 1972.

46 "THY Uçağı 61 Yolcu İle Sofya'ya Kaçırıldı", *Tercüman*, 3 Mayıs 1972; "Orgeneral Erken Vuruldu", *Akşam*, 5 Mayıs 1972.

47 Birand vd., *a.g.e.*, s. 253-254.

48 "İdamlara Ait Kanun Resmi Gazetede Yayımlandı", *Dünya*, 6 Mayıs 1972. 5 Mayıs 1972 tarihli resmi gazetede yayınlanan 1586 sayılı kanunda hükümlülerin T.C.K'nın 146/1 maddesi uyarınca ölüm cezalarına mahkûm edildiği yazılmaktaydı. *T.C. Resmi Gazete*, 5 Mayıs 1972, Sayı: 14178.

İnan'ın idam cezalarının infazı 6 Mayıs 1972 tarihinde Ankara'da Merkez Cezaevi avlusunda gerçekleştirilmiştir.<sup>49</sup>

## İdam Cezalarının Durdurulması Yönünde Yapılan Başvurular

THKO lideri Deniz Gezmiş ve 17 arkadaşı hakkında 9 Ekim 1971 tarihinde askeri mahkemenin idam cezası vermesinden temyiz sürecine kadar geçen süre zarfında idamların durdurulması için yurt içinde ve yurtdışında Cumhurbaşkanlığı'na birçok başvuru yapılmıştır.

İdam cezalarının kaldırılması yönünde Cumhurbaşkanlığı'na ilk başvurular, yurtiçinden ziyade daha çok yurt dışından gelmiştir. Türkiye'den Şerife Suzan Eşemen isminde sade bir vatandaş, 4 Kasım 1971 tarihinde Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'a hitaben yazdığı daha çok duygusal özellikler taşıyan mektubunda idama mahkûm olan gençlerin idam cezalarının ağır hapis cezalarına dönüştürülmesini talep etmiştir.<sup>50</sup> Bunun dışında bu süre zarfında yurtiçinden başka bir başvurunun yapılmadığı görülmektedir.

Ekim-Aralık 1971 tarihleri arasında idamların kaldırılması yönünde yurtdışından gelen taleplerin sayısının oldukça fazla olduğu anlaşılmaktadır. “*Paris’te Yaşayan Türkler*” imzasıyla 12 Ekim 1971 tarihinde gönderilen bir mektupta “*Biz Türk vatandaşları olarak üniversiteli gençlerimizi idam sehplarında değil, aydın Türkiye’nin önemli mevkilerinde görmek istiyoruz*” denilerek Cumhurbaşkanı Sunay’ın idam mahkûmlarını affetmesi isteniyordu. Gençlerin hükümete isyan etmeye mecbur kalmasında birçok etkenin olduğunun iddia edildiği mektupta, öncelikle bunların araştırılması gerektiği ifade edilmekteydi. Sürecin bu noktaya gelmesinde gençlerin de bir takım hatalarının olduğu belirtilmiş, ancak bu hatalar gençlerin kanlarının hızlı akmasına ve onların dünyadaki gençlik hareketlerinden etkilenmelerine bağlanarak tek suçlunun gençlik olmadığı anlatılmaya çalışılmıştır. Ardından medeni ülkelerde siyasi suçlardan dolayı idam cezalarının uygulanmadığı hatırlatılmış ve idam cezasının durdurulması durumunda hem Türkiye’nin şerefine korunacağı hem de Türk milletinin sonsuza dek “*vicdan azabı*” çekmesi engelleneceği kaydedilmiştir.<sup>51</sup>

İdamlara ilişkin en büyük tepki Almanya’dan gelmiştir. Almanya’nın Frankfurt şehrindeki “*Türk Kültür Birliği*” adındaki teşkilat yayınladığı açık mektubunda öncelikle 12 Mart rejiminin uygulamalarını sert bir dille eleştirmiştir. 12 Mart Muhtırası; 1961 Anayasası’nın öngördüğü

49 Halit Çelenk, *İdam Gecesi Anıları*, 16. Baskı, İmge Kitabevi, İstanbul, 2010, s. 128-132.

50 CCSA (Cumhurbaşkanlığı Cevdet Sunay Arşivi), Yer No: 5/6-14, Fihrist No: 7724-94.

51 CCSA, Yer No: 5/7-29, Fihrist No: 9408-207, s. 1-2.



reformları yerine getirmek üzere verilmişken, şimdi tam tersi yönde hareket edilerek “*askeri bir diktatörlük*” kurulmuş ve halk büyük bir korkuyla sindirilmeye çalışılmaktadır. Askeri diktatörlüğün verdiği idam kararlarının uluslararası hukuka aykırı olduğunun anlatılmaya çalışıldığı mektupta bir an önce idamların önlenmesi istenmiş ve bunun için imza kampanyasının başlatıldığı duyurulmuştur.<sup>52</sup>

Almanya'nın Tubingen şehrinde faaliyet gösteren “*Genel Öğrenciler Birliği*” 2 Kasım 1971 tarihinde Türkiye Cumhurbaşkanlığı'na da iletilmek üzere Almanya Federal Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı, Başbakanı ile Adalet Bakanına hitaben bir açık mektup kaleme almıştır. Türkiye'de askerlerin desteğiyle kurulan hükümetin liberallere ve sol muhalefete karşı davranışlarının şikâyet edildiği mektupta, Federal Almanya'nın Türkiye ile çok sayıda ikili ticaret ve dostluk anlaşmalarının bulunması nedeniyle Türkiye'nin hukuksuz uygulamalarına tepki göstermesi istenmiştir. Genel Öğrenciler Birliği'ne göre, askeri mahkemeler muhaliflere karşı idam cezaları gibi orantısız cezalar vermektedirler. 18 idam kararı, yaşanan böyle bir medeni çağda artık insan şerefine yakışmamaktadır. Dolayısıyla infazların yerine getirilmemesi talebiyle 22 profesör ve sayıları yaklaşık bin kişiden oluşan asistan ve öğrenciler, bu mektubu imzalamışlardır.<sup>53</sup> Benzer bir açık mektup, 25 Ekim 1971'de sosyalist görüşlere sahip Almanya Sosyal Demokrat Partisi'nden gelmiştir. Fakat bu mektubun en ilginç tarafı Almanya'daki bütün demokratik kişi ve kuruluşları “*askeri diktatörlüğün*” ölüm cezalarını protesto etmeye çağırmasıdır. Türkiye'deki askeri rejimin bir oldubittiye getirerek çok acele bir şekilde ölüm cezalarını vermesinin nedenini, askerlerin sol muhalefet karşısında durumunu güçlendirme ve halkı kaba kuvvetle sindirmeye çalışma olarak açıklamıştır. 18 idam kararına ek olarak İstanbul ve Ankara'da da askeri mahkemelerin 50 kişinin daha idamını istediğinden söz edilerek protesto imzaları için daha hızlı hareket edilmesi istenmiştir.<sup>54</sup> Yapılan başvurulara dikkat edilirse, 18 gencin idamına karşı çıkılmakla birlikte Türk hukuk sisteminde halen idam cezalarının yer almasına da tepki gösterilmekteydi.

Öte yandan idam mahkûmlarına destek vermek için Almanya'da “Türkiye'deki Siyasi Mahkûmları Savunma Komitesi” isminde bir teşkilat kurulmuştur. Bu komite, Türkiye'deki askeri rejimi uzun uzadıya anlattıktan sonra Alman vatandaşlarından idamların durdurulması adına imza desteği talep etmiştir. Bunun yanı sıra bilgilerini verdikleri bir banka hesabına vatandaşlardan bağış yapmaları istenmiştir. Bu bağışların Türkiye'ye gönderileceği ifade edilmiştir. Açık mektubun altında çoğunluğu Alman akademisyenlerinden oluşan 53 adet imza yer almıştır.<sup>55</sup>

52 CCSA, Yer No: 5/7-31, Fihrist No: 9441-3, s. 1-4.

53 CCSA, Yer No: 5/6-14, Fihrist No: 7724-96, s. 1-3.

54 CCSA, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441-9, s. 1-4.

55 CCSA, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441-95, s. 1-4.

Almanya'nın başka bir şehri Berlin'de faaliyet gösteren bir politik aktivist grup da onlarca imza toplayarak Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'dan 18 idamın durdurmasını ve bu gençlerin serbest bırakmasını istemiştir. Bunu isterken 18 genci "*ilerici ve vatansever*" olarak tanımlamıştır.<sup>56</sup> Yine Almanya'nın farklı şehirlerinden bazı aktivist gruplar düzenledikleri imza kampanyalarıyla idamları durdurmaya çalışmışlardır.<sup>57</sup>

18 idam kararının çıkmasının hemen ardından Cumhurbaşkanlığı'na yapılan başvuruların en çok Almanya Federal Cumhuriyeti'nden geldiği görülmektedir. İdamlara karşı çıkanların sol görüşlü aktivist, dernek ya da siyasi partiler olduğu gözlerden kaçmamaktadır. Yurtdışında yaşayan Türklerin de katıldığı imza kampanyalarında idamlara karşı çıkılmasının ortak nedeni, idam kararlarının artık çağdışı olduğu ve siyasi suçlara idam cezasının hukuksuz ve insan haklarına aykırı olduğu yönündeydi. Başvuruların bir kısmında idam mahkûmlarından ilerici, vatansever, sol muhalif ve liberal olarak söz edilmesi dikkatlerden kaçmamaktadır.

Askeri Yargıtay, 10 Ocak 1972 tarihinde 18 idam kararından 15'ini bozmuştu. Sadece Deniz Gezmiş, Yusuf Arslan ve Hüseyin İnan'ı idama hükmetmişti. Bunun üzerine yurtiçinde ve yurtdışında toplumun çeşitli kesimlerinde imza kampanyaları başlatılmış ve toplanan imzalar Millet Meclisi ve Başbakanlığın yanı sıra Cumhurbaşkanlığı'na gönderilmişti.

İmza kampanyalarının en büyüğü Akşam Gazetesi yazarı Altan Öymen liderliğinde gerçekleştirilmiştir. Öymen, açtığı imza kampanyası sonucunda topladığı 1.790 adet imzayı devletin diğer ilgili kurumlarının yanı sıra Cumhurbaşkanlığı'na sunmuştur.<sup>58</sup> İkinci en büyük imza kampanyası ise, yine toplumun aydın kesimi tarafından gerçekleştirilmiştir. Özellikle siyasi suçlar için ölüm cezalarının artık çağdışı kaldığı ve bu yüzden ölüm cezalarını kaldıracak kanun değişikliklerin en kısa sürede tamamlanmasının ve değişiklikler yapıncaya kadar hiçbir ölüm cezasının infaz edilmemesinin gerektiğinin belirtildiği yazının altında çok sayıda kişinin imzası yer almıştır. Yaklaşık bin kişiden oluşan imza sahipleri arasında bazı tabi senatörler, Yargıtay ve Danıştay üyeleri, yargıçlar, avukatlar, öğretim üyeleri, gazeteciler, sanatçılar, yazarlar, mimar ve mühendisler ve diğer mesleklere sahip kişiler bulunuyordu.<sup>59</sup> Görüldüğü üzere, yurtdışından gelen başvurularda olduğu gibi, yurtiçindeki başvurularda da idamların yerine getirilmemesi yönündeki gerekece aynıydı.

56 *CCSA*, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441-76.

57 *CCSA*, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441-87; *CCSA*, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441-97, s.1-33; *CCSA*, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441-61, s.1-14.

58 *CCSA*, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995.

59 *CCSA*, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995, s.1-32.

Aydın'ın Nazilli ilçesinde görev yapan hakim, savcı ve avukatlardan oluşan bazı hukukçular da Cumhurbaşkanlığı'na yazdıkları bir dilekçe ile idam cezalarına karşı çıkmışlardır. Dilekçede, hukukçular itirazlarının nedenlerini şu şekilde açıklamışlardır: "...*İdam cezasının Anayasanın 'Temel hakların özüne dokunulmayacağı' ve 'insan haysiyeti ile bağdaşmayan ceza konulamayacağına' ilişkin açık ifadesine aykırı ve cezadan beklenen amaçları gerçekleştirmekten uzak son derece ilkel bir ceza olduğu inancıyla tüm idam cezalarına karşı olduğumuzu, özellikle siyasal suçları için bu cezanın uygulanmasını yersiz bulduğumuzu sayın yetkililere duyururuz...*"<sup>60</sup> Hukukçuların bu dilekçesinden idamlar kararları meselesinde ülkedeki askeri savcı ve hakimler ile sivil hakim, savcı ve avukatların aynı düşünmediği sonucu çıkartılabilir.

CHP'nin bazı yerel teşkilatları, bu idam cezalarına karşı çıkarak telgrafla Cumhurbaşkanlığı'na başvurmuştu. CHP İzmir Merkez İlçe Delegeleri, 17 Ocak 1972'de Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'a hitaben bir telgraf göndererek idam mahkûmlarını affetmesini istemişlerdir.<sup>61</sup>

Öte yandan 93 kişiden oluşan Adıyamanlı vatandaşlar, siyasi suçların idam dışında tutulması için Cumhurbaşkanlığı'na bir mektup göndermişlerdir.<sup>62</sup>

Türkiye'de Deniz Gezmiş ve arkadaşları özelinde açılan idam cezalarına karşı imza kampanyalarına aydınların, hukukçuların ve siyasilerin dışında toplumun diğer kesimlerinden özellikle öğretmen, öğrenci ve memurlardan da önemli bir destek gelmiştir. Verilen idam cezalarının affedilmesi ve idam cezalarının kanunlardan çıkartılarak kimseye karşı uygulanmaması istenmekteydi. Bu talepler karşısında gösterilen en önemli gerekçe ise, idam cezalarının artık çağdışı kaldığına ilişkindi.<sup>63</sup> Yine öğrenci, öğretmen ve memurların yanı sıra işçi, esnaf ve köylülerin de imza kampanyalarına katıldıkları görülmüş ve toplanan imzaları Cumhurbaşkanlığı'na gönderilmiştir.<sup>64</sup> Deniz Gezmiş ve arkadaşlarının davaları nedeniyle idam cezalarının Türk hukuk sisteminden artık kaldırılması gerektiği düşüncesi toplumun neredeyse tüm kesimi tarafından konuşulmaya başlanmıştı. Fakat Türkiye'nin hukuk sisteminden ölüm cezaları 5218 sayılı kanunla 21 Temmuz 2004 tarihinde kaldırılacaktır.<sup>65</sup> Dolayısıyla 12 Mart döneminde Cumhurbaşkanlığı'na gelen bu yöndeki taleplerin dikkate alınmadığı söylenebilir.

60 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-47.

61 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-50.

62 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-68, s.1-5.

63 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-34, s.1-8.

64 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-54, s.1-7; CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-58, s.1-11; CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-75, s.1-2; CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-318, s.1-19.

65 T.C. Resmi Gazete, 21 Temmuz 2004, Sayı: 25529.

Toplu başvuruların dışında bireysel başvurular önemli bir yere sahipti.<sup>66</sup> Mehmet Aslan isminde bir vatandaşın yazdığı mektupta, Türkiye'nin bunalıma düşmesinin nedeni olarak Başbakan Süleyman Demirel gösterilmiştir. Aslan'a göre, Türkiye Demirel'in iktidarı döneminde demokratik bir şekilde yönetilmemişti. Demirel, 1961 Anayasası'nın öngördüğü reformları, partisinin çıkarları nedeniyle yapmamıştı. Aynı zamanda bütün siyasi partileri anarşiden sorumlu tutan Aslan, idam edilmek istenen gençleri "*öz vatanın evlatları*" ve "*demokrasiye inan insanlar*" olarak tarif etmiştir. Mahkûmların tek suçlarının Türkiye'nin sosyal ve ekonomik çıkarlarına uygun bir düzen isteme olduğunu iddia ederek onların affını istemiştir.<sup>67</sup>

Bir başka önemli bireysel başvuru ise, idam mahkûmlarının babalarından gelmiştir. 19 Mart 1972 tarihinde Cumhurbaşkanı Sunay'a gönderdikleri telgrafta Cemil Gezmiş, Beşir Arslan ve Hıdır İnan, "*gelecekteki sosyal yaraları da düşünülerek canlarının bağışlanmasını şefkat duygularınıza arz ediyoruz*"<sup>68</sup> şeklindeki sözlerle çocuklarının affedilmesini talep etmişlerdir. Buna ilaveten Yusuf Arslan'ın babası Beşir Arslan, 18 Mart 1972'de Sunay'a bir mektup yazarak üç idam mahkûmunun affedilmesini istemiştir. Baba Arslan, oğlunun ve iki arkadaşının cinayet işlemediklerini ve Amerikalıları kaçırdıklarını, ancak daha sonra serbest bıraktıklarını ve onlara iyi davrandıklarını belirtmiştir. Bu üç gencin Türkiye'yi bölmeye çalıştığı ve Marksist-Leninist düşüncelere sahip olduğu iddialarının gerçeği yansıtmadığını aktaran Arslan, silahlı örgüt kurmak suretiyle işledikleri suçun cezasının idam olmaması gerektiğini anlatmıştır. Son olarak, üç gencin idamını isteyenlerin amacının intikam alma ve suçlu bulma arayışı olduğunu dile getirerek Türkiye'nin ve adaletinin itibarına gölge düşürmeyecek bir kararın ortaya çıkması dileğini kaydetmiştir.<sup>69</sup>

İmza kampanyalarına cezaevlerinde tutuklu bulunan sol örgüt üyeleri de açlık grevine giderek destek vermişlerdir. Ankara Sıkıyönetim Askeri Tutukevi'nde bulunan Hülya Zağyapan ve arkadaşları, Cumhurbaşkanlığı'na yazdıkları bir mektupta Deniz Gezmiş ve iki arkadaşının idam cezası kaldırılıncaya kadar süresiz açlık grevine gittiklerini açıklamışlardır.<sup>70</sup>

Askeri Yargıtay'ın verdiği karar sonucunda idam hükümlüsü sayısının 18'den 3'e düşmesinin hemen ardından yine yurtdışından 3 idamın da kaldırılması yönünde Cumhurbaşkanlığı'na telgraf ve mektuplar gelmeye başlamıştır. Bu ülkeler başta Almanya olmak üzere Fransa, Avusturya

66 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7441.

67 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-59.

68 CCSA, Yer No: 5/6-25, Fihrist No: 7985-284.

69 CCSA, Yer No: 5/6-25, Fihrist No: 7985-283.

70 CCSA, Yer No: 5/6-36, Fihrist No: 8361.

ve ABD ülkeleri idi. Bunlar bireysel başvurulardan ziyade o ülkelerde faaliyet göstermekte olan siyasi ve sosyal örgütlerin yaptığı başvurularıdır.

Akademisyen Murat Sertel'in önderliğindeki "Amerika'daki Türk Vatandaşları" isimli bir oluşum, ABD'de yaşayan Türk ya da yabancı akademisyen, işadamı ve öğrencilerden yüzlerce imza toplayarak hem Millet Meclisi'ne hem de Cumhurbaşkanlığı'na 16 Ocak 1972'de başvurmuştur. Başvuruda ölüm cezasına çarptırılan kişilerin eylemlerinin devlet için ciddi bir tehlike oluşturmadığı belirtilmiştir. Ayrıca hiçbir suçun, içinde bulunulan toplum koşullarından bağımsız değerlendirilemeyeceği hatırlatılmıştır. Uygar dünyada birçok ülkenin artık ölüm cezalarını kanunlarından çıkarttıklarının ya da çıkartmakta olduğunun ifade edildiği başvuru mektubunda, özellikle siyasi suçlar için ölüm cezası verilmesinin yanlışlığına değinilmiştir. Ölüm cezasının uygulanmasının getireceği tehlike ise şu şekilde ifade edilmiştir: "...bu tür cezaların hiç de küçümsenmeyecek bir huzursuzluğa yol açacağı, sorunlarımızı temelden çözecek reformlara nihayet koyulmamız gerektiği, düşünce ve elbirliğine en çok ihtiyaç duyduğumuz şu sıralarda, ulusal dayanışmamızı büyük ölçüde zedeleyeceği kanısındayız".<sup>71</sup> 1975 yılı itibariyle Türkiye'de tekrar sağ-sol çatışmalarının meydana gelmesi gerçekten de verilen idam kararının sorunları temelden çözmediğini göstermektedir.

İdamlara karşı en çok tepkinin Fransa'dan geldiği görülmektedir. Kendilerini demokratik bir kitle örgütü olarak tanımlayan "Fransa Türk Öğrenci Birliği", idamların veto edilmesinin gerekliliğini aktaran bir mektup sunmuştur.<sup>72</sup> Bunun dışında yine Fransa'da bulunan Fransız Komünist Partisi,<sup>73</sup> Irkçılık ve Anti-Semitizme Karşı Uluslararası Lig<sup>74</sup> ve Demokrat Hukukçular Uluslararası Birliği<sup>75</sup> gibi örgütler, insan haklarına vurgu yaptıkları yazılarla Cumhurbaşkanı Sunay'ı idam cezalarını durdurmaya çağırılmışlardır. Çok sayıda Fransız vatandaşı da Sunay'a hitaben telgraflar çekmek suretiyle bireysel başvurularda bulunmuş ve ondan idam kararları ile ilgili veto hakkını kullanmasını istemişlerdir.<sup>76</sup>

İdamların affedilmesi amacıyla Avusturya'dan ise sadece tek bir başvuru yapılmıştır. Bu başvuru Avusturya Sosyalist Öğrenciler Derneği'ne ait idi.<sup>77</sup>

Yine Almanya'daki sol görüşlü kuruluş ve derneklerden üç idam cezasının affedilmesi adına toplu ve bireysel telgraflar gelmiştir.<sup>78</sup>

71 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-48.

72 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-53,98.

73 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-106.

74 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-111.

75 CCSA, Yer No: 5/6731, Fihrist No: 9441-130.

76 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-102-112.

77 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-105.

78 CCSA, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441-140-150.

Almanya'daki bazı Türk işçilerinin de imza kampanyalarına sessiz kalmayarak Cevdet Sunay'a daha çok duygusal içerikli telgraflar gönderdikleri görülmektedir. 22 Mart 1972 tarihli mektubunda yedi yıldır Almanya'da işçi olarak çalıştığını aktaran İsmet Öztürk, idama mahkûm olan Gezmiş ve iki arkadaşının tek suçlarının ülkenin sosyal ve ekonomik ilerlemesini ve demokratikleşmesini istemek olduğunu iddia ederek idam cezasının verilmesinin yanlışlığına değinmiştir. Asıl suçluların sağ partilerinin olduğunu ifade edildiği mektupta, idam kararlarına gelecek kuşakların ne yönde tepki gösterecekleri de sorgulanmış ve idamların affedilmesi istenmiştir.<sup>79</sup> Öztürk'ün dışında Can Tin<sup>80</sup> ile Mehmet Topaloğlu isimli işçiler de Sunay'a yazdıkları mektuplarında üç idam kararının veto edilmesini talep etmişlerdir.<sup>81</sup> Bütün bu çabalara rağmen Deniz Gezmiş ve iki arkadaşının idam cezalarının yerine getirilmesinin engellenememiş olması, Cumhurbaşkanlığı'na yapılan bu başvuruların etkisiz olduğunu göstermektedir.

### **İdam Cezalarının Yerine Getirilmesi Yönünde Yapılan Başvurular**

Türkiye'de idamların kaldırılmasını isteyenlere karşılık tam tersine idam cezalarının bir an önce yerine getirilmesi talep edenler de bulunuyordu. Bunlar da Cumhurbaşkanlığı'na dilekçe, telgraf ve mektuplarla başvurmuşlardı.

Türkiye Muharip Gaziler Derneği İstanbul İl Yönetim Kurulu Üyesi Şakir Yorulmaz, Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'a yazdığı bir mektubunda idamların durdurulması için 1972 yılının Ocak ayının ilk günlerinde başlatılan imza kampanyasına çok sert tepki göstermiştir. Yorulmaz, çok zor şart altında kazanılan Milli Mücadele'nin ne için kazanıldığını sorgulamış ve idam yasalarının bugünkü şartlar altında kaldırılmasının doğru olmadığını aktarmıştır. İdamların kaldırılmasını isteyen imza sahiplerini ortaya çıkan anarşiden sorumlu tutarak idamların kaldırılmasını istemekteki asıl amaçlarının ülkeyi tekrar anarşi ortamına sokmak olduğunu iddia etmiştir. İdamların yerine getirilmesinin ülkenin bağımsızlığı ve geleceği için gerekli olduğunu savunan Yorulmaz, "*Vatanın birliğine ve mevcudiyetine kastedenlerin*" idamlarının geciktirilmesinin vatanseverlerin acılarını arttırdığını ifade etmiştir.<sup>82</sup> Türkiye Muharip Gaziler Derneği'nin Koyulhisar İlçesi Başkanı Salih Çetin de Cumhurbaşkanı'na çektiği telgrafında idamların aleyhinde imza kampanyasına katılanları komünistlikle suçlamış ve onların da "*kafasının ezilmesini*" talep etmiştir. Çetin, cümlelerini, "*35 milyonun bize gereği*

79 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-95.

80 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-61.

81 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-97.

82 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-41.

yoktur. Millet ve vatanımız için icap ederse beş on milyon komünist idam edilmelidir” şeklinde bitirmiştir.<sup>83</sup>

Siyasi parti yerel teşkilatı olarak Andırın Milli Güven Partisi İlçe Başkanı Mustafa Kaya 2 Nisan 1972 tarihli bir mektup göndermişti. Teşkilat adına gönderildiği anlaşılan mektupta, “Deniz Gezmiş ve arkadaşlarının ölüm infazlarının yerine getirilmesini Türk Milleti radyoları başlarında sabırsızlıkla beklemekte”<sup>84</sup> denilerek idamların acele infaz edilmesi arzu edilmiştir.

İmza kampanyalarına karşı çıkararak idamların bir an önce yerine getirilmesini isteyen sade vatandaşlar da bulunuyordu. Bunlardan İstanbul’da yaşayan Ömer Kopmaz, Anayasayı değiştirme suçundan Başbakan Menderes ve iki bakan arkadaşının idam edildiğini hatırlatmış ve aynı suçla mahkûm olan “vatan hainlerinin, millet düşmanlarının, komünist eşkiyaların, katillerin, banka soyguncularının” da mutlaka idam edilmesi gerektiğini savunmuştur. Son olarak Kopmaz, idamların bir an önce infazının ülkenin ve milletin geleceği için önemli olduğunu vurgulamıştır.<sup>85</sup>

Muş’ta ikamet eden Zeki Tunçkiran isimli başka bir vatandaş, Kurtuluş Savaşı’nın hangi zorluklarla kazanıldığına vurgu yapmış ve hemen ardından idama mahkûm olan gençleri, Komünist düşüncelere sahip olmakla ve ülkeyi Sovyet Rusya’nın bir uydusu haline getirmeye çalışmakla suçlamıştır. Onların idamını engellemek için imza atanları da “vatan ve millet sevgisinden mahrum, mukaddesat mefhumu bulunmayan, milli şuurdan yoksun materyalist görüşlü sol fikirli bir zümre” olarak tanımlamıştır. Bu düşünceleri savunmanın Atatürk Türkiye’sine yakışmayacağından yola çıkan Tunçkiran, “ibret-i alem” için cezalarının infazını istemiştir. Böylece hem millet olarak kendilerinin hem de şehitlerin ruhlarının huzura ereceği inancını dile getirmiştir.<sup>86</sup>

İsimsiz gelen bir mektupta, idamların affedilmesinin ülkede daha büyük kanlı olaylara neden olacağı ifade edilerek idamların bekletilmeden uygulanması isteniyordu.<sup>87</sup> Türkiye Cumhuriyeti’nin bekasını idamların yerine getirilmesine bağlayan başka bir isimsiz mektupta, Başbakan Adnan Menderes ve iki arkadaşı idam edilebildiğine göre bunların da idam edilmesinin mümkün olduğu tezi savunulmuştur.<sup>88</sup> En ilginç olanı, 8 Ocak 1971 tarihli olan isimsiz bir mektuptur. Başvuru sahibi Cumhurbaşkanlığı’na, “Bu hainlerin açıktan açığa şefaathetmek cüretini gösterenlere bu masum

83 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-45.

84 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-142.

85 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-33.

86 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-60.

87 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-94.

88 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-96.



*Milletin selameti ve geleceği bakımından bunların tamamını bir kampa doldurup yok etmek zamanı gelmiş ve geçmektedir”<sup>89</sup>* şeklinde bir öneride bulunmuştur.

Öte yandan bu yönde Cumhurbaşkanlığı’na Almanya’dan da telgrafların geldiği görülmektedir. Frankfurt’tan farklı tarihlerde yüzlerce kişinin adına gönderilen telgraflarda idamların yerine getirilmesinin heyecanla ve sabırsızlıkla bekledikleri aktarılıyordu. Bu talepler dile getirilirken idam mahkûmları; vatan haini, bölücü ve komünist olmakla suçlanıyorlardı.<sup>90</sup>

Görüldüğü üzere, idamların yerine getirilmesini isteyenlerin sunduğu gerekçeler; ülkenin geleceği, bağımsızlığı ve ülkenin içinde bulunduğu kötü durum gibi argümanlardan oluşuyordu. İdamların kaldırılmasını isteyenlere karşı da büyük bir öfkenin gözlemlendiği bu yapılan başvurularda idamların aleyhinde olanlar idam mahkûmları gibi komünistlikle ve bölücülükle suçlandığı söylenebilir. Talepleri doğrultusunda Cumhurbaşkanı Sunay’ı ikna etmek adına eski Başbakan Adnan Menderes ve iki arkadaşının idamlarını hatırlatmaları bir hayli ilginçti.

## Sonuç

Meşru yollardan iktidara gelmeye çalışan sol bir parti olan TİP’in 1969 Genel Seçimleri öncesinde, seçim kanunu değiştirilerek sistem dışına itilmesi öteden beri illegal mücadeleyi savunan bazı solcuları fikri olarak kuvvetlendirmişti. Böylece sol, legal mücadeleyi savunanlar ile illegal mücadeleden yana olanlar arasında ikiye bölünmüştü. Bu bölünmenin sonucunda Deniz Gezmiş’in liderliğinde kurulan silahlı THKO örgütü, bu yönde faaliyetler yürütmüştü. 12 Mart Muhtırası’ndan sonra THKO örgütü üyeleri, askeri mahkemelerce yargılanmış ve bir kısmı hakkında idam cezası istenmişti. İdam kararlarının üzerine yurtiçinde ve yurtdışında idamların durdurulması için Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay’a çok sayıda başvurular yapılmıştır. Diğer yandan buna karşıt olarak idamların bir an önce yerine getirilmesini isteyenler de harekete geçerek Sunay’a dilekçe, mektup ve telgraflarla dileklerini iletmişlerdir.

Gezmiş ve arkadaşları hakkındaki idam cezalarının affedilmesini isteyenlerin aynı zamanda Türk hukuk sisteminden tamamen idam cezalarının kaldırılmasını da talep etmeleri, Türk hukuk sistemini tartışmaya yol açmıştır. Böylece bir ceza türü olarak idamın kanunlardan artık kaldırılması gerektiğini düşünenler ile tam tersi yönde düşünenleri karşı karşıya getirdiği söylenebilir.

89 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-42.

90 CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995-114,115, 116,117, 129.



İdam cezalarının kaldırılması yönünde yurtiçinden gelen başvuru sahiplerine bakıldığında bunların toplumun çok geniş kesimini temsil ettiği söylenebilir. İçlerinde aydın, yazar, hukukçu ve memurların yanı sıra işçi ve esnaf bulunuyordu. Bu yönde yurtdışından gelen başvurular ise, yine o ülkede yaşayan aydınlar, öğretim üyeleri, öğrenci, işçi ve memurlara ait idi. Her iki başvurular da bireysel başvurulardan ziyade toplu başvuruların çokluğu gözelerden kaçmamaktadır. Yurtdışından özellikle Almanya Federal Cumhuriyeti'ndeki sol eğilimli topluluklardan büyük orada başvurunun geldiği saptanmıştır. Bunun dışında Fransa, ABD ve Avusturya'dan da telgraf ve mektuplar alınmıştır.

İdamların bir an önce uygulanması yönünde yapılan başvuruların sayısının az olduğu görülmektedir. Fakat yurtiçinden olduğu kadar yurtdışında da başvurular gelmiştir.

Aynı zamanda Türk hukuk sisteminden de idamların kaldırılmasını isteyenler, idamların artık çağdışı olduğu ve özellikle siyasi suçlara ölüm cezası vermenin insan haklarına aykırı olduğu gibi gerekçeleri öne sürüyorlardı. İlaveten bazı başvurularda idamların uygulanmasının Türkiye'nin itibarını sarsacağı, kendi içinde dayanışmasını yok edeceği ve bunun gelecek kuşaklara anlatılamayacağı dile getirilmiştir. İdamların lehinde olanlar ise, bu ölüm cezalarının yerine getirilmesinin ülkenin bağımsızlığı ve geleceği için mutlaka gerekli olduğunu savunmuşlardır. Hatta bazı başvurularda idamların gerçekleşmesinin diğer komünistler için bir ders niteliğinde olacağı dile getirilmiştir. Devamında Türk hukuk sistemindeki ölüm cezasının kaldırılmasının bugünkü şartlarda yanlış olacağına değinmişlerdir. Bu durum, idamların kaldırılması yönünde ülkede ortak bir görüş birliğinin olmadığını göstermektedir.

Özellikle yurtdışından gelen idamlar aleyhindeki bazı yazılarda, idam mahkûmları vatansever ve ilerici gençler olarak gösterilirken, idamların lehinde olanlar tarafından bu gençler vatan haini, bozguncu, komünist ve bölücü olduğu iddia ediliyordu. İdamların lehinde imza verenler, daha da ileri giderek idamların aleyhinde olanları komünist ve vatan haini olarak tarif etmişlerdir. Onların da çeşitli şekillerde cezalandırılması istenmiştir. Dolayısıyla idam mahkûmlarının özellikleri konusunda da toplumun iki farklı görüşe sahip olduğu iddia edilebilir.

Yine idamların lehinde imza verenler, ortaya çıkan anarşiden Deniz Gezmiş ve arkadaşları gibi sol devrimcileri suçlarken, idamların aleyhinde olanlar anarşinin sebebi olarak eski iktidar partisini ve sağ partileri göstermişlerdi. Buradan suçlu arama psikolojisi içinde hareket eden toplumun farklı kesimlerinin aynı noktada bulaşmadığı sonucu çıkartılabilir.

İdamların lehinde olan bazı kişilerin, isteklerini gerçekleştirmek için eski Başbakan Adnan Menderes ve iki bakanının 27 Mayıs Darbesi'nden sonra idam edilmelerini hatırlatmaları bir hayli ilginçtir.

Sonuç olarak, Cumhurbaşkanlığı'na yapılan başvurularda idamların aleyhinde olanların sayısının çok fazla olmasına rağmen Deniz Gezmiş ve iki arkadaşının ölüm cezalarının yerine getirilmesi engellenememiştir.

## KAYNAKÇA

### Arşiv Belgeleri ve Resmi Yayınlar

MMTD(Millet Meclisi Tutanak Dergisi), D.(Dönem) 3, C.(Cilt) 23, T.(Toplantı) 3, B.(Bölüm) 58.

CCSA (Cumhurbaşkanlığı Cevdet Sunay Arşivi), Yer No: 5/6-14, Fihrist No: 7724.

CCSA, Yer No: 5/6-31, Fihrist No: 9441.

CCSA, Yer No: 5/7-32, Fihrist No: 9441.

CCSA, Yer No: 5/6-36, Fihrist No: 8361.

CCSA, Yer No: 5/6-14, Fihrist No: 7724.

CCSA, Yer No: 5/6-25, Fihrist No: 7985.

CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7995.

CCSA, Yer No: 5/6-29, Fihrist No: 7441.

CCSA, Yer No: 5/7-29, Fihrist No: 9408.

### Araştırma ve Tetkik Eserler

Ahmad, F. (2011). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*, 9.Basım, İstanbul: Kaynak Yayınları.

Aydın, S. & Taşkın, Y. (2014). *1960'tan Günümüze Türkiye Tarihi*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Babuş, F. (2018). *68 Hareketi'nin Köy Eylemleri Devrim Havarileri*, 7.Baskı, İstanbul: Ozan Yayıncılık.

Birand, M.A. & Dünder, C. & Çaplı, B. (2008). *12 Mart İhtilalin Pençesinde Demokrasi*, 10.Baskı, İstanbul: İmge Kitabevi.

Çavdar, T. (2013). *Türkiye'nin Demokrasi Tarihi 1950'den Günümüze*, 5.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

Çelenk, H. (2010). *İdam Gecesi Anıları*, 16. Baskı, İstanbul: İmge Kitabevi.

Çelenk, H. (2013). *1.THKO Davası*, İstanbul: İnternet Edisyonu.

Erim, N. (2005). *Günlükler 1925-1979*, C.II, Yay. Haz. Ahmet Demirel, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Eroğul, C. (2013). "Çok Partili Düzenin Kuruluşu: 1945-1971", *Geçiş Sürecinde Türkiye*, Derleme: İrvın C.Schink, E. Ahmet Tonak, 6.Baskı, İstanbul: Belge Yayınları, 173-241.

Feroz & Ahmad, B.T. (1976). *Türkiye'de Çok Partili Politikanın Açıklamalı Kronolojisi 1945-1971*, Ankara: Bilgi Yayınevi.

- Feyizoğlu, T. (2011). *Denizler ve Filistin*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Feyizoğlu, T. (2011). *Sinan: Nurhak Dağları 'ndan Sonsuzluğa*, 8.Baskı, İstanbul: Ozan Yayıncılık.
- Feyizoğlu, T. (2017). *Deniz: Bir İsyancının İzleri*, İstanbul: Totem Yayınları.
- Karataş, İ. (2020). "12 Mart Müdahalesine Giden Yolda Cumhurbaşkanı'na Gelen Şikayet ve Öneriler", *History Studies*, 12/4, Ağustos 2020, s.1955-1971.
- Karataş, İ. (2020). *İsmail Nihat Erim'in Hayatı ve Siyasi Faaliyetleri (1912-1980)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, H. (2013). "Siyasi Tarih (1960-1980)", *Türkiye Tarihi 4 Çağdaş Türkiye 1908-1980*, Yay. Yön. Sina Akşin, 12.Basım, İstanbul: Cem Yayınevi, 227-286.

### **Sürelİ Yayınlar**

Akşam

Cumhuriyet

Dünya

Hürriyet

Son Havadis

T.C. Resmi Gazete

Tercüman

# Bölüm 14

**BULGAR TUR OPERATÖRLERİNİN PAKET TUR  
DÜZENLEYECEKLERİ BÖLGESEL TURİZM  
PAZARLARINDA (DESTİNASYONLARDA)  
ARADIKLARI ÖZELLİKLER AYVALIK  
DESTİNASYONU ÖRNEĞİ**

*Yakup DİNÇ<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Dr.Öğr.Üye., Balıkesir Üniversitesi Ayvalık Meslek Yüksekokulu, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6533-3987>



## Giriş

Turizm; günümüzde ekonomilerini geliştirmek ve sağlam temellere oturtmak isteyen ülkelerin bu amaçlarına ulaşmalarını da önemli bir faktör haline gelmiştir. Turizm; bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz girdisi sağlayan, istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, insan ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı bundan dolayı da yüz yüze iletişimin unsurları olan psikolojik, sosyal ve insani değerlerin büyük önem arz ettiği bir sektördür. Turizmin faaliyetleri; Ülkelerin gelişmesi ve ekonomilerine etki etmesi sonucu olarak turizm ekonomisi denen yeni bir ekonomik faaliyet dalının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Turizm ekonomisinden en iyi şekilde yararlanmak, döviz girdisi sağlamak, gelir elde etmek isteyen ülkeler turizm kaynaklarını koruyarak turistlerin hizmetine sunma yarışı içindedirler. Ülkelerin arz kaynaklarının taleple karşılanmasında tur operatörleri tarafından organize edilen paket turların önemi büyüktür.

Tur operatörleri, turizm sektörü içerisinde faaliyet gösteren, müşteri isteklerine göre ulaşım, konaklama, yeme-içme, transfer vb. hizmetleri bir araya getirip talep eden turistlere ekonomik olarak sunan ve ülkelere kitlesel turizm hareketini yönlendiren destinasyona değişik reklam faaliyetleri ile talebi yaratan destinasyonla onu talep edenler arasında bağlantıyı sağlayan turizm işletmeleridir.

Günümüzde kitle turizminin gelişmesi ve popüler olmasıyla birlikte paket turlara olan talebin artması, bunun doğal sonucu olarak da ihtiyaçların karşılanmasının seyahat acentelerinin kapasitelerinin dışına taşması, tur operatörlerinin turizm sektöründe yerlerini almalarını sağlamıştır (Öner, 1997: 103). Türkiye’de turizm sektörü özellikle son yıllarda oldukça hızlı bir gelişim ve değişim süreci içerisine girmiştir. Bu süreçte seyahat acenteleri ve tur operatörleri oldukça ağırlıklı bir yer tutmaktadır. Çünkü onlar müşterileri için bir destinasyonun öncüleridir. Onların destinasyon hakkındaki imajları ve bilgileri potansiyel ziyaretçilerin karar verme süreçlerinde önemli etkiye sahiptir (Baloglu ve Mangaloglu, 2001: 9). Tur operatörleri ve seyahat acenteleri özellikle düzenledikleri paket turlar ile turistlerin destinasyon seçimini etkilemektedir (Alaeddinoğlu, Can,2007:52)

Tur operatörlerinin işlevi destinasyonu talep eden turistlerin turistik yerin seçiminden konaklama türü, bölgesel turizm pazarındaki hizmetler ve ulaşımın türü gibi bütün hizmetleri kapsamaktadır. Bu nedenle uluslararası turizm hareketlerinde ve seyahat yönetiminde tur operatörleri büyük görev üstlenmiştir.

## **2.Tur Operatörlüğü ve Bölgesel Pazar (Destinasyon) Kavramı**

### **2.1.Tur Operatörlerine Genel Yaklaşım**

Turizm piyasasında seyahat endüstrisi içinde önemli bir yere sahip olan tur düzenleyicileri, yani tur operatörleri ve seyahat acenteleri paket turu oluşturan unsurları ve hizmetlerin nasıl oluşturulacağını ve nasıl satılacağını belirlerler. Böylece, doğal güzelliklerin ve diğer çekicilik öğelerinin, ulaşım ve konaklama hizmetlerinin turistlere nasıl sunulacağını programlar ve seyahatin ticaretini yaparlar.

Dünya seyahat endüstrisinde, tur operatörlüğünün ortaya çıkmasında iki önemli unsur büyük rol oynamıştır. Bunlardan ilki; önceleri seyahat acentesi olarak faaliyet gösteren işletmelerin büyüyerek belli bir komisyon karşılığı tur operatörlerinin paket turlarını satış yapmak yerine, kendileri paket tur hazırlayıp direk toptancı olmak istemişlerdir. TUİ,ANEX örneği gibi.

İkinci unsur ise; dünyadaki turizm hareketlerinin artış göstermesi sonucu değişik sektörlerde faaliyet gösteren büyük firmaların ilgi duymalarıdır. Almanya’da ve İngiltere’de seyahat endüstrisinde uzun yıllardır yürütülen çalışmalar sonucunda; Almanya’da bankalar, İngiltere’de de borsanın, sektörün arkasına geçmesi ile iki ülkedeki tur operatörleri finansal yönden büyük bir güce kavuşmuştur (Aksoy, 1999:32).

#### **2.1.1. Tur Operatörü Kavramı ve Tanımı**

Turizmin yaratıcı faktörlerinden biri olan merak faktörü, eskiden beri insanların seyahatlerinde önemli rol oynamıştır. Aradan uzun yıllar geçmesine rağmen, insanlar uzaklara gitme, macera hevesi, değişiklik, yenilikleri keşfetme ve birçok sebeplerden dolayı seyahat etmektedirler. Tur operatörleri, insanların bu isteklerinin gerçekleşmesinde önemli bir rol üstlenmişlerdir.

Tur operatörü, genel olarak, turist için hazır paket bir tatil ürününü oluşturmak amacıyla, değişik hizmetleri (konaklama, taşıma, eğlence vb. ), diğer yan hizmetlerle bir araya getirip anlaşmalar yapan ve bu hizmeti bir broşür yardımı ile turistlere pazarlayan işletmelere denir. Tur operatörü, tatil amaçlı yer değiştirmeyi sağlamak için, gerekli hizmetleri bir araya toplayıp, paket bir ürün halinde halka satan üreticilerdir(Leguevagues,1987:63).

Tur operatörleri, paket turlarında genellikle tur düzenlenecek bölgeye olan gidiş-dönüş olarak ulaşım, tatil süresince konaklama, yiyecek içecek



günlük kısa süreli geziler, boş zaman değerlendirmeleri, eğlence ve değişik hizmetleri belirli bir ücrette toplayarak oluşturur ve turistlere yani tüketicilere arz ederler.

Diğer bir tanım ise; seyahat organizatörü olarak da tanımladığımız tur operatörü, bir dağıtım teşebbüsü olup, formüle edilmiş bir turistik talepten önce, seyahati ve konaklamayı hazırlayan farklı konaklama ve ulaşım imkanlarını ve seyahat edilecek yerde ekskürsion (günübirlik gezi), eğlence ve diğer turistik hizmetleri rezerve eden ve böylece oluşan bir hizmet serisini (paketini) gerek kendi özel büroları, gerekse seyahat acentaları vasıtası ile gruplara ve şahıslara sabit bir fiyatla önceden tespit edilen ve gidiş-dönüş tarihleri belirli bir dönem için satan aracı kuruluşlardır (Oral, 1988: 48).

## 2.2. Tur Operatörlerinin Görev ve Fonksiyonları

Tur operatörlüğünde, en önemli görev paket turun düzenlenmesi ve hazırlanmasıdır. Bu işi yapmakta titiz bir çabayı ve sıkı çalışmayı gerektirir. Çünkü, bir paket tur güzergahların tespiti, konaklama yapılacak işletmelerle bağlantının kurulması, günlük gezi hizmetleri, rekreasyon ve eğlence hizmetleri ve bütün bunların reklam ve tanıtma araçları vasıtası ile sunulması gibi çok çeşitli faaliyetlerden oluşmaktadır. Bu unsurların uygun bir şekilde organize edilmesi gerekmektedir.

Tur operatörünün ana fonksiyonları, öncelikle enformasyon bilgileri vermek ve tüketicilerin işlem masraflarını en aza indirmek ve ilave harcamalar için özel fiyatlar tespit etmektir. Tur operatörü, paket turun içerisinde yer alan oteller, taşıma şirketler ve tatil için gerekli unsurlar ve diğer elemanlar ile ilişki kurmak zorundadır (Gökdeniz, 1990:18). Tur operatörleri bu sayede, talep oluşmadan önce, otel, uçak şirketleri ile rezervasyon anlaşmaları ve satın almaları yaparak bir risk üstlenirler. Tur operatörleri hazır paket turun hammaddelerini (yatak ve koltukları) önceden bulmak ve stok yapmak zorundadırlar (Hacıoğlu,2000:64).

## 2.3 Tur Operatörlerinin Faaliyet Alanları

Seyahat endüstrisinin toptancıları olan tur operatörlerinin faaliyet alanı turistik ürünleri en uygun şekilde birleştirerek hazırlayacakları paket turun oluşturulmasından tüketiciye yani turistlere satışına kadar yapmış olduğu tüm faaliyetleri kapsar olarak özetleyebiliriz.

Tur operatörlerinin faaliyetlerini belirtebilmek için, bir paket turun hazırlanmasından satışına kadar olan işlemlerin neler olduğunun ortaya koymak gerekir.

### 2.3.1. Paket Tur

Paket turlar, genel olarak ulaştırma, konaklama yerine transfer, konaklama, yeme-içme, sigorta, eğlence ve rekreasyonel faaliyetler gibi tatile katılan kişilerin tatili boyunca her türlü ihtiyacına cevap veren organize bir tatil organizasyonu paketidir.

Paket turlar genellikle tur operatörlerinin ya da tur toptancılarının belirli tatil yöreleri yada merkezlerindeki değişik üretici işletmelerin ve bu yörelerle bağlantı sağlayan işletmelerin tatil ürünlerinin (konaklama, ulaştırma, yeme-içme, animasyon vb.) bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve müşterilere tek bir fiyata, tek bir ürün olarak satılan ürün birleşimidir (Nelson and Stewart,1989:4).

Bu tanımlamalar doğrultusunda paket turların özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Ulukan 1994:21);

-Paket turlar, turistin turizm faaliyetleri içerisinde ulaşım, konaklama, yeme-içme, gezi ve ziyaretler gibi temel ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

-Paket turlar, kişisel seyahatlere göre daha ucuzdur. Bu nedenle talebi etkilemekte ve potansiyel turist durumunda olmayanları bile turizme yöneltebilmektedir.

-Paket turlar, daha çok havayolu ile yapılmaktadır. Bunun için en uygunu tarifesiz (charter ) uçaklardır.

-Paket turlar, tur operatörleri tarafından en ince ayrıntısına kadar düşünülerek hazırlanır ve satışa çıkarılırlar. Bugün tur operatörleri sayesinde tatil için gerekli düzenlemeleri yapmayı sevmeyen ya da yapabilecek durumda olmayan günümüz insanı için, daha kolay ve çekici olmaktadır (Gürdal,1990:105).

-Fiyatları önceden belirlenir. Böylece, tatile çıkmak isteyenlerin bütçelerini ayarlamaları sağlanır (Ulukan 1990:105).

### 2.4. Bölgesel Pazar (Destinasyon) Kavramı ve Destinasyonun Özellikleri

Destinasyonlar farklı şehirlerden, bölgelerden, ülkelerden turist çekebilmek için yoğun bir pazarlama faaliyetine ihtiyaç duyarlar. Destinasyon marka kimliğini ve onu diğer destinasyonlardan ayıran özelliklerini belirlemek ve pazarlama çalışmalarında bu belirlenen unsurları vurgulamak, bir destinasyonu uluslararası turizm pazarında rekabetçi bir konuma taşıyacak temel unsurlardır (Özdemir, 2008: 73).

Turizm pazarında, turistik ürünü talep edenlerle, arz arasında belli bir oranda uzaklığın olması nedeniyle, üretici ile tüketici arasındaki

bağlantıyı büyük oranda tur operatörleri veya ona bağlı olan seyahat acentaları gibi, aracı kurumlar tarafından sağlanır. Tur operatörlerinin temel görevi, potansiyel turistlerin isteklerine uygun turistik mal ve hizmetleri sunmaktır.

Turizm pazarı, çeşitli turistik mal ve hizmetlerle ilgili bir alan olarak kabul edilerek , birden fazla faktörün bir araya gelmesiyle oluşan turistik ürünü yani paket turları arz edenlerle, bunları talep edenlerin karşılaştığı yer olarak tanımlanmaktadır.

Bu turizm pazarının sürekliliği için, ürünü tüketenlerin, yani paket tur satın alanların veya satın almayı düşünen kişilerin, paket turda önemli gördükleri kriterlerin tatmin edici boyutta karşılanması gerekir. Çünkü, bileşik ürün olan turistik üründen yararlanan turistler, paket turlardaki belli özellikleri dikkate alarak, bir bölgeye seyahat edip etmeyeceklerine karar vermektedirler.

Bölgesel pazarın özellikleri olan faktörleri, şu şekilde sıralayabiliriz (Dinç, 2002,77) ;

- Bölgenin yatak kapasitesi,
- Bölgenin özellikleri,
- Bölgenin ulaşılabilirlik imkânları,
- Bölgenin alt ve üst yapı imkânları,
- Bölge halkının turistlere tutumu,
- Bölgenin algılanan imajı,
- Bölgenin fiyat seviyesi
- Bölgenin Diğer üst yapı imkanları
- Bölgenin olay çekicilikleri

Yapılan bir araştırmaya göre, İngiliz tur operatörleri, Türkiye'yi bir turistik destinasyon olarak tur programlarına dahil etmelerinde önemli olan faktörleri, şu şekilde belirtmişlerdir(Kuşluyan, Karamustafa, 2001:21). İngiliz tur operatörlerinin Türkiye'yi bir turistik destinasyon olarak seçmelerinde etkin olan en önemli kriterler arasında, konaklama ve yerel ulaşım fiyatlarının ve dolayısıyla Türkiye'ye tur düzenleme maliyetlerinin düşük olması yer almaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin Akdeniz çanağında temiz sahillere ve tahrip olmamış çevresel değerlere sahip olması, Türkiye'nin turizm kaynakları (turistik çekicilikler) bakımından zengin bir ülke olması ve Türk kültürünün, tarihinin çekici olması gibi faktörlerin İngiliz tur operatörlerinin, Türkiye'yi bir tatil beldesi olarak tur kataloglarına ve broşürlerine dahil etmelerinde, önemli rol oynadığı

görülmektedir. Ayrıca, aynı çalışmada güvenlik sorununun olmadığına da yer verilmiştir.

### **3. Bulgaristan Tur Operatörlerinin Paket Tur Düzenleyecekleri Bölgesel Turizm Pazarlarında (Destinasyonlarda) Aradıkları Özellikler Ayvalık Destinasyonu Örneği**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı**

Turizmin geniş halk kitlelerine yayılması, gelirin ve boş zamanların artması ile birlikte, günümüzde kitle turizmi büyük önem kazanmıştır. Kitle turizminin gelişmesine paralel olarak, turiste sunulan mal ve hizmetleri bir bütün olarak hazırlayan ve bunları alıcılara ulaştıran, yani satan tur operatörlerinin sayısını ve önemini arttırmıştır.

Turizm bölgelerinin gelişmesinde , devamlılığı açısından, tur operatörleri büyük bir paya sahip olma yolundadır. Bizim de yaptığımız araştırmanın temel amacı; Tur operatörlerinin, faaliyet alanı içerisinde yer alan paket turları satmak ve yüksek kar elde etmek için, bölge seçiminde hangi unsurları göz önünde bulundurduklarını ortaya çıkarmaktır.

#### **3.2. Araştırmanın Kapsamı**

Turizm pazarlamasında ve bölgenin turizm açısından gelişmesinde toptancı fonksiyona sahip tur operatörlerine olan ihtiyaç, gün geçtikçe artmaktadır. Çünkü, tur operatörleri çeşitli ülkelerden, turistik bölgelere, büyük kitleleri gönderme görevini üstlenmişlerdir. Bu üstlendikleri görevi de, yerine getirmek için, paket turları düzenleyerek müşterilerine sunmaktadırlar.

Tur operatörlerinin bölgesel pazar seçme kriterlerini ölçmek için, yapacağımız anket çalışmasında, pilot bölge seçiminde, hayli zorlandık. Önceleri, Edremit körfezi yöresinde yaptığımız bu yönlü çalışmadan, istediğimiz sonuçları alamadık. Bunun nedeni, yörede Bulgar konaklamalarının fazla sayıda olmaması idi.

**Tablo 1:** *Balıkesir İlindeki Turizm ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme Sayılarının İlçelere Göre (2019)*

	İLÇELER	TESİSE GELİŞ SAYISI			GECELEME		
		YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
BALIKESİR	Ayvalık	202623	313471	516094	341180	682782	1023962
	Burhaniye	2786	112096	114882	23515	324346	347861
	Edremit	6566	305171	311737	14718	646653	661371
	Erdek	321	13396	13717	1087	31405	32492
	Gönen	735	46823	47558	1667	90786	92453
	Susurluk	3573	16266	19839	8098	34081	42179
	Diğer İlçeler	20816	413561	434377	37957	730498	768455
	Toplam	237420	1220784	1458204	428222	2540551	2968773

**Kaynak:** *www.yigm.ktb.gov.tr adresindeki bilgilerden yazar tarafından derlenmiştir*

İkinci pilot bölge seçiminde, aynı hataya düşmemek için, Bulgar tur operatörlerinin ülkemize düzenledikleri paket turların yer aldığı internet siteleri incelenmiş ve bölgesel pazarlar belirlenmiştir. İkinci pilot bölge olarak seçilen Ayvalıktaki konaklama işletmeleri, tek tek aranarak, yetkili kişilerden, Bulgaristan kökenli tur operatörleri ile çalışıp çalışmadıkları kontrol edilmiştir. Bununla da yetinilmeyip tablo1’de 2019 Turizm bakanlığı Konaklama işletme belgeli ve mahalli idarelerce belgelendirilen tesisler istatistiği incelenerek 341.180 geceleme sayısı ile Edremit Körfezinde en fazla yabancı konaklamanın Ayvalıkta olduğu görülmüştür ( [www.yigm.ktb.gov.tr](http://www.yigm.ktb.gov.tr) ). Ayvalık destinasyonunun araştırma ya uygun görülmesinde yabancı konaklamaların yüzde 80 inin bu destinasyonda yapılması etkili olmuştur. Daha sonra Bulgar Acentelerin Türkiye’deki temsilcileri aracılığıyla Anketler tur operatörlerine ulaştırılmış araştırma yapılmış ve doyurucu sonuçlar elde edilmiştir.

Türkiye Destinasyonuna çalışan ve pazarı yönlendiren tur operatörleri: Tez Tour Bulgaria, Astral Holidays, Aqua Tour, Karacı Tours International, Deniz Travel, Emerald Travel, Abv Travels, Elfi Tours, Bohemia, Tours Club, Partner Travel, Orient 99, Alfa Tour, Apollo 2000, Planet Travel Center, Onex Travel ([www.tanitma.ktb.gov.tr](http://www.tanitma.ktb.gov.tr)). Bu çalışmada, seçilen Bulgaristan da bulunan 19 Tur operatörü yöneticisinden anket sorularına cevap alınmıştır.

### 3.3.Araştırmanın Yöntemi

Çalışmamızda, araştırma için verilerin toplanmasında, anket metodu uygulanmıştır. Anket soruları belirlenirken, ilk önce konu ile ilgili mevcut durum değerlendirilmiştir. Daha sonra, örnekleme tekniği örnek alınarak, araştırma kapsamına alınacak tur operatörlerinin internet siteleri ve katalogların incelenmesi yapılmıştır. Anket sorularında yöneticilere 8 soru, yöneltilmiştir. Anket uygulamamız yanıt verme özelliklerine göre dört soru tipinden oluşmaktadır. Bunlar; çoktan seçmeli, önem sırasına göre, sıralama, boşluk doldurma ve açık uçlu soru tipleridir.

Araştırmaya katılan tur operatörlerine önem derecesine göre, bir değerlendirme istenildiği sorularda, ankete katılanların, soruda belirtilen seçenekleri, kendi aralarında, seçenek sayısı kadar, birden başlamak suretiyle sıralaması istenmiştir. Böylece, belirtilen seçenekler, hangisinin anketi yanıtlayanlar tarafından en önemli gördüğünün belirlenmesi için (x) toplam puan, hesap edilmesi yoluna gidilmiştir. Örneğin; 5 seçenekli bir soruda, önce alt satırda da anketi yanıtlayanların birinci tercihi için 4, ikinci tercih için 3, üçüncü tercih için 0 değeri verilmiştir. Başka bir deyişle (x) toplam puanı, belirli bir seçeneğe farklı tercih yapanların, bu seçeneğe verdikleri önem ya da önem derecesini göstermek için hesaplanmıştır.

### 4. Bulgular

**Tablo 2:** *Tur Operatörlerinin Faaliyet Süreleri*

Çalışma süresi ve Paket Tur Düzenlenen Destinasyon	Süre	Yüzde(%)
1-4 yıl	8	53
5-8 yıl	12	34
10 yıl ve üzeri	50	5
Toplam	70	100

Araştırmaya katılan 19 tur operatörlerinin hepsi Ayvalık destinasyonuna paket Tur düzenlediklerini belirtmişlerdir. Tablo 2' de görüldüğü gibi, çalışmamıza konu olan işletmelerin yarıdan fazlası (%71 ile ) 10 yıldan fazla faaliyet gösteren işletmelerdir. Bunu 5-8 yıl (%17 ile) faaliyet gösteren tur operatörleri izlemektedir. Tur operatörlerinin istikrarlı bir şekilde uzun süre turizm sektöründe faaliyet gösterdikleri gözükmektedir.

**Tablo 3:** *Tur Operatörlerinin Ayvalık Destinasyonuna Kullandığı Ulaşım Araçları*

Ulaşım Türü	Tur Operatör Sayısı	Yüzde (%)
Havayolu	0	00
Karayolu (otobüs, özel araç)	19	100
Toplam	19	100

Tablo 3’de, görüldüğü gibi, çalışmamıza konu olan, tur operatörlerinin tamamı ulaşım aracı olarak otobüsü ve özel araçla ulaşımı tercih etmektedir. Kara yolu ve otobüs maliyetlerinin hava yolu ulaşımına göre ucuz olması Ayvalık destinasyonunun kara yolu ile ulaşım imkanının kolay olması avantajlı bir durum olmaktadır.

**Tablo 4:** *Tur Operatörlerinin Düzenledikleri Paket tur Süreleri*

Müşterilerin kalış süreleri	Toplam puan	Dağılım yüzdesi %
1-3 gün	20	11
4-7 gün	116	66
8-14 gün	30	17
15 gün üstü	10	06
Toplam	176	100

Tablo 4’e göre, tur operatörlerinin hazırladıkları paket turlarda ilk sırayı, bir haftalık gecelemlerde (%66 ile) , ikinci sırayı ise iki haftalık paket turlarda yoğunlaştığını (%16 ile) söyleyebiliriz. Üçüncü sırada da 1-3 günlük paket turlar (%11 ile) gelmektedir. Özellikle bir haftalık ve iki haftalık konaklamalar kalıcı turlarla gerçekleştiğini, 1-3 gecelik konaklamaların da gezginci turların oluşturduğunu söyleyebiliriz.

**Tablo 5:** *Tur Operatörlerinin Konaklama İşletmeleri İle Yapılan Anlaşma Türleri*

Anlaşma türleri	Toplam puan	Dağılım yüzdesi %
Doluluk garantisi isteme	6	09
Sor-sat şeklinde satış	8	12
Kontenjan verme	52	79
Toplam	66	100

Tablo 5’de görüldüğü gibi, tur operatörlerinin büyük bir çoğunluğu (%79 ile) kontenjan verme şeklinde çalışmaktadırlar. Boş kapasiteleri oluşturduğunda da kendileri ile sor-sat şeklinde çalışmak isteyen konaklama işletmeleri oda tahsis ettikleri (%12 ile) görülmektedir.

**Tablo 6:** *Tur Operatörlerinin Destinasyonda Paket turlarda Tercih Ettikleri Pansiyon Türleri*

Pansiyon türleri	Toplam puan	Dağılım yüzdesi %
Her şey dahil (All inclusive)	86	67
Oda kahvaltısı (BB)	6	07
Yarım pansiyon (HB)	36	26
Toplam	128	100

Tablo 6’da görüldüğü gibi, tur operatörlerinin konaklama işletmeleri ile yaptıkları anlaşmalarda, en çok tercih ettikleri pansiyon türü sıralamasında, ilk sırayı, son zamanlarda hızlı bir artış gösteren ve tur operatörleri tarafından tercih edilen her şey dahil (%67 ile), ikinci sırayı yarım pansiyon (%26 ile), üçüncü sırayı da oda kahvaltısı (%07 ile) almaktadır.

**Tablo 7:** *Bulgaristan Tur Operatörlerinin Ayvalık destinasyonuna Paket Tur Düzenlemelerinde Etkin Olan Kriterler*

Destinasyon Seçme Kriterleri	Toplam Puan	Dağılım Yüzdesi
Temiz, Bozulmamış Sahiller ve Çevre (Sarımsaklı Plajı)	302	15
Tarihi, Kültürel ve Olay Çekicilikleri	220	10
Çevresel Güvenlik ve Tehlikesiz Olması	180	09
Yerel Halkın Dostça davranışları	110	05
Destinasyon Fiyatlarının Uygun Olması	396	19
Otobüsle Kolay Ulaşılabilirliği	295	14
Misafirlerin olumlu geri dönüş bildirimleri	138	06
Ayvalık Destinasyonunun imajı ve Bilinirliği	240	11
Midilli Adasına günübirlik gitme imkanı	155	07
Destinasyonun Yemek kültürü ve Çeşitliliği	80	04
Toplam	2116	100

Tablo 7’de görüldüğü gibi araştırmamıza katılan tur operatörlerinin paket tur düzenleyecekleri bölgesel turizm pazarlarında (destinasyonlarda) aradıkları kriterlerde ilk sırayı destinasyon fiyatlarının uygun olması (%19 ile), ikinci sırayı Temiz, Bozulmamış Sahiller (Sarımsaklı Plajı) ve Çevre (%15 ile), üçüncü sırayı Otobüsle Kolay Ulaşılabilirliği (%14 ile), dördüncü sırayı Ayvalık Destinasyonunun imajı ve Bilinirliği (%11 ile), aldığı görülmektedir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Dünyada her sektörde yaşanan rekabet şartları turizm piyasasında da yaşanmaktadır Paket turları oluşturan unsurlar seçilirken turizm piyasasında ve destinasyonlar arasındaki rekabet şartları, destinasyonun



sürdürülebilirliği, günün şartlarına göre müşteri beklentileri, hizmet kalitesi dikkate alarak hazırlanmalıdır. Temel amaç müşteri paket turdan yani aldığı hizmetten memnun olması sağlanarak ürünü tekrar tercih edilmesi sağlanmalıdır. Bunu sağlamak içinde turizm sektörünün toptancıları olan destinasyonlara paket turlar organize eden hazırlayan tur operatörlerine önemli görevler düşmektedir.

Tur operatörleri seyahat piyasasındaki gelişmeler doğrultusunda sadık müşteri oluşturmak paket turlarını daha kolay satmak için Turistlerin daha önceki seyahatlerinde edindikleri deneyimler, memnuniyetlerin önemi giderek artmıştır. Tur operatörleri müşteri memnuniyetini sağlamak ve paket tur satışlarını artırmak için müşteri isteklerini dikkate alarak haftalık tatiller, değişik ulaşım araçları, pansiyon türleri içeren paket turlar organize etmektedirler. Tur operatörleri paket turlarına oluşabilecek talebi karşılamak için destinasyon bölgesindeki işletmelerden oda kontenjanı almaktadırlar. Araştırmamızda bunu destekleyen doyurucu sonuçlara ulaşılmıştır. Bulgar tur operatörleri Ayvalık destinasyonuna en fazla bir haftalık turlar (%66 ile), Ulaşım aracı olarak otobüs ve özel araç (%100 ile) ve konaklamalarda pansiyon şekli olarak her şey dahil (%67 ile) tercih etmişlerdir. Ayrıca bölgedeki konaklama işletmeleri ile kontenjan alma (%79 ile) şeklinde çalıştıkları bilgilerine ulaşılmıştır

Ege bölgesine tur düzenleyen ve Çanakkale – Ayvalık- İzmir Aydın karayolu üzerinden ulaşım sağlayan Bulgar tur operatörleri üzerine yaptığımız çalışmada; Bulgar tur operatörleri Balıkesir ilinin Ayvalık ilçesini paket turlarına dahil etmelerinde önemli olan etkenleri şu şekilde belirtmişlerdir. Bulgar tur operatörlerinin Ayvalık destinasyonunu paket turlarına almalarında etkin olan en önemli faktör arasında, destinasyon fiyatlarının uygun olması (%19 ile), daha sonra sırasıyla Temiz, Bozulmamış Sahiller (Sarımsaklı Plajı) ve Çevre (%15 ile), Otobüsle Kolay Ulaşılabilirliği (%14 ile), Ayvalık Destinasyonunun imajı ve Bilinirliği (%11 ile), Tarihi, Kültürel ve Olay Çekicilikleri (%10 ile), Çevresel Güvenlik ve Tehlikesiz Olması (%09 ile), Midilli Adasına günübirlik gitme imkanı (%07 ile), (Misafirlerin olumlu geri dönüş bildirimleri (%06 ile), Yerel Halkın Dostça davranışları (%05 ile), Destinasyonun Yemek kültürü ve Çeşitliliğidir (%05 ile), Bu belirttiğimiz unsurlar Ayvalığın bir destinasyon olarak Bulgar tur operatörlerinin internet ve broşürlerinde yer almasında, önemli rol oynadığı görülmektedir.

Turistler tatil seçimlerinde gittikleri destinasyonlarda eğlenme, dinlenme, kaliteli hizmet alma, temiz bir çevre, doğal, tarihi, kültürel çevreyi tanıma, güvenlik ve kendini yabancı hissetmeyeceği yeni insanlarla tanışacağı organizasyonları kapsayan paket turlara bu amaçlarla katılırlar. Satın aldıkları paket turlarda ödedikleri ücretin karşılığı hizmeti almayı beklerler. Bunun için paket tur organizasyonlarında, destinasyon

bakımından turistin memnuniyeti, Yöreye gelen turist açısından destinasyonda verilen hizmetin kalitesi büyük önem taşımaktadır. Ayvalık destinasyonunun pazarlamasında Bulgar tur operatörleri önemli yer tutmaktadır. Çünkü bu destinasyona gelen yabancıların büyük çoğunluğunu Bulgaristanlı turistler oluşturmaktadır

Bölgesel pazarların (destinasyonların) müşteri sayısında tur operatörlerinin düzenlemiş oldukları paket turların önemi büyüktür. Yabancı tur operatörleri ile çalışan konaklama işletmelerinin çoğunluğu, toplam oda satışlarının büyük bir kısmını tur operatörlerine vermekte geri kalanını da kapı girişlerine ve münferit rezervasyonlara ayırmaktadırlar. Ayrıca, tur operatörleri ile çalışan konaklama işletmeleri büyük bir kısmı tüm yıl açık kalmakta bu işletmelerde geceleme ve kalış süreleri uzamakta bu da doluluk oranını artırmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre sonuçlar bunu desteklemektedir (Dinç,2002:186). Tur operatörleri ile çalışan işletmelerin çoğunluğunun, yabancı tur operatörleri ile çalıştığını (90 ile), toplam satışlarının %90'ının tur operatörlerine yapıldığını ve kapı girişlerinin ve münferit rezervasyonlarında, %5-10 arasında gerçekleştiği tespit edilmiştir. Buna ilave olarak, işletmelerin (%53 ile) bütün bir yıl açık olduğunu ve %71-80 gibi yüksek bir doluluk oranıyla çalıştığını, konaklamaların (gecelemelerin) iki haftalık şeklinde (%35 ile) gerçekleştiğini, belirtilmiştir. Bu araştırmada bize göstermektedir ki tur operatörleri destinasyonlarda ki işletmeleri ve bölgeyi olumlu yönde etkilemektedir.

Ayvalık destinasyonuna paket tur düzenleyen Bulgar tur operatörleri destinasyondan daha fazla faydalanmak için bazı öneriler getirmişlerdir;

-Sezonun uzatılması için düşük dönemlerde uygun fiyat verilmesi ve özel günlerde (bayram) iç pazara göre fiyat değil normal sezona göre tespit edilmesi

-Daha fazla yüksek kalitede hizmet veren tesislerin yapılması, tesis sayılarının artırılması

-Ayvalık Destinasyonuna zincir işletmelerin getirilmesi kalitenin artmasını teşvik etmesi

-Mevcut tesislerin yenilenmesi ve alternatif tesisler yapılması (tatil köyü gibi)

-Plajların ve doğal çevrenin korunması

-Ege Bölgesinde Ayvalık destinasyonu ile aynı güzergâhta olan Kuşadası, Özdere, Didim gibi destinasyonlarla rekabet etmek ve talebi kendine çekmek için Eğlence parkları, Su parkları yapılması destinasyonun çekiciliğini artıracacağı önerilmiştir.

-Ayvalık destinasyonunda turistlerin eğlence imkânlarının sınırlı olduğu özellikle genç kesimin eğlence imkanları artırılması ile destinasyona talebin artabileceği belirtilmiştir.

Tur operatörlerinin hepsi tesis sayısının ve hizmet kalitesinin artırılmasını istemişlerdir. Çünkü Çanakkale köprüsünün ve Çanakkale-İzmir karayolu tünellerin bittiğinde seyahat süresinin oldukça kısılacağından oluşacak talebi karşılamak için konaklama tesislerine ihtiyaç olacağı belirtilmiştir.

Tur operatörlerinin özellikle düşük sezonlarda organize ettikleri kültür turlarının sayısının artırılması ve değişik yörelere gelirin dağılması için ya ören yerleri girişlerinin belli dönemlerde fiyatları indirilmeli veya müşteri sayısına göre, tur operatörüne teşvik primi verilerek cazip hale getirilmelidir. Sezonun değişik dönemlere dağıtılması sağlanmalıdır. Sonuç olarak tur operatörlerine her konuda yardımcı olunmalı, kontratlarda bulunan anlaşma şartlarına uyulmalı, ihtiyaç duydukları bilgiler zamanında verilmelidir. Destinasyonun tanıtılmasında, pazarlamasında ve müşteri talebinin oluşmasında destinasyonun içinde yer aldığı paket turların sürekliliği çok önemlidir. Bu sürekliliği korumak için destinasyonun sahip olduğu özellikler ve fiyat politikası tutarlılığı önemli unsurlardır.

## KAYNAKÇA

- Aksoy, Nermin, (1999),“ Avrupa Pazarı Alman ve İngiliz Tur Operatörlerinin Eline Geçiyor,” Türsab Dergisi, Sayı:180.
- Alaeddinoğlu Faruk, CAN Ali, “Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri “SelçukTicaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi Yıl: 2007 Sayı: 2.10
- Baloğlu, S. and MANGALOGLU, M. (2001), Tourism destination images ofTurkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operatorsand travel agents, *Tourism Management*, 22, 1-9.
- Dinç, Y.,(2002), Tur Operatörlerinin Yapısal Analizi ve Bölgesel Pazarlara (Destinasyonlara) Etkisi (Örnek Bir Uygulama ), Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,Balıkesir. 77.
- Gökdeniz, Ayhan, (1990), Seyahat İşletmelerinde Turistik Ürün (paket tur) Üretimi ve Dağıtımı,) Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üni. Sos. Bil. Ens. 18.
- Gürdal, Mehmet, (1990), **Turizm Ulaştırması**, Ankara:Adım Yayıncılık,105.
- Hacıoğlu, Necdet, (2000), Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Bursa:Uludağ Üniversitesi Basımevi, 64.
- Kuşlivan Salih ve Karamustafa, Kurtuluş, (2001), “İngiliz Tur Operatörleri Turistik Destinasyon Seçimlerinde Kullandıkları Kriterler Açısından Türkiye’yi Değerlendirmesi”, *Pazarlama Dünyası*, Yıl:15,Sayı:Mart, Nisan,21.
- Leguevagues, M., (1987), *Tour Operateur Français et Tourisme Intra*,Paris:CECOD, 63.
- Nelson, John and Stewart, Peter, (1989), *Package Holiday Law and Contracts*, London: A Practical Guide, 4.
- Oral, Saime, (1988), Türk Turizm Pazarlamasında Dağıtım, Fiyat Politikaları ve Turist Profili Analizi, İzmir:İstiklal Matbaası, 48.
- ÖNER, Ç. (1997), *Seyahat Ticareti*, Literatür Yayıncılık, 1. Basım, İstanbul, 103.
- Özdemir, Gökçe. (2008), *Destinasyon Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.73.
- Ulukan, Meltem, (1994), “Seyahat Acentalarının Organizasyon Yapıları İçerisinde, Reklam Kararının Verilmesi ve Reklam Stratejisinin Uygulanması,” Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üni. Sos. Bil. Ens.,21.
- Ulukan, Serdar, (1990), “Seyahat Acentalarının Tur Sürecinde Karşılaştığı Sorunlar,” Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üni. Sos. Bil. Ens.15.
- <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201122/belediye-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> (26.04.2021)
- <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html>, (26.04.2021)
- [https://tanitma.ktb.gov.tr/Eklenti/59109,bulgaristanpazarraporu2018pdf.pdf?0\(28.04.2021\)](https://tanitma.ktb.gov.tr/Eklenti/59109,bulgaristanpazarraporu2018pdf.pdf?0(28.04.2021)

# Bölüm 15

PERSONEL GÜÇLENDİRMENİN, İŞ DOYUMU,  
MOTİVASYON VE İNOVASYON ÜZERİNDEKİ  
ETKİSİ İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA

*Gökhan ULUDAĞ<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Emniyet Genel Müdürlüğü, guludagg@hotmail.com, Orcid ID:0000-0003-4763-7511



## GİRİŞ

Günümüzde işletmeler varlıklarını korumak ve hizmet verdiği alanda zirveye oturmak amacıyla sürekli olarak yeni yöntem ve anlayışlardan yararlanmaktadırlar. Bu anlayışların bazıları fiziki kaynaklara yönelik iken büyük bir bölümü ise insan odaklıdır. Bir işletme içinde görev yapan personele yönelik uygulanan bazı uygulamalar çalışanların sergilediği performansı çok daha yukarı taşıyabilmektedir.

Çalışanların görev yaptığı işletmelerde daha fazla katkı sağlayabilmeleri için yaptıkları işte doyuma ulaşmaları, yüksek motivasyonla görev yapmaları ve yeniliklere uyum sağlayarak teknolojiyi tüm imkânları ile kullanabilecekleri inovasyon anlayışından istifade etmeleri gerekmektedir.

İş doyumunu çalışanların görev yaptıkları işletmede üstlendikleri görev rollerine karşı gerçekleşen duygusal yönelim olarak belirtilmektedir (Aziri 2011). Yöneticiler çalışanları doğru şartlar altında doğru yerde ve onları zaman zaman dinleyerek iş doyumuna erişmelerinde yardımcı olabilirler. Ayrıca çalışanların doyuma ulaşmasında beklentileri farklı olabilir bu nedenle doğru bir analiz gerekmektedir. Motivasyon ise insanları faaliyete geçirmeye sebep olan belirli güdü ya da güdüler toplamı şeklinde belirtilmiştir (Genç, 2012). Motive olan çalışanlar normalde yaptığı işten çok daha fazla ve istekli çalışabilmektedir. Zaman zaman dış nedenlerle zaman zaman da çalışanın içinden gelen nedenler bu duruma yol açabilmektedir. İnovasyon ise; işletmelerin mevcut uygulamalarının dışında yeni düşünce, süreç, ürün ve hizmetleri işletmeye yarar sağlamaya yönelik kabul edilmesi ve uyulamaya alınmasıdır (Thompson, 1965). İşletmeler inovasyon anlayışı sayesinde çağa ayak uydurabilmekte, sektörde meydana gelen değişimi bünyesine katabilmekte ve rakiplerine karşı avantaj elde edebilmektedir.

İşletmelerin hizmet kalitelerini artırabilmek için iş doyumunu, motivasyonu ve inovasyon uygulamalarına önem vermeleri ve bu anlayışları artıran uygulamaları devreye sokması gerekmektedir. Bu uygulamalardan birisi de personel güçlendirme anlayışıdır. Personel güçlendirme üst pozisyonlarda çalışan kişilerin güç ve yetkilerinin bir bölümünü alt pozisyonlarda çalışanlara devretmesidir (Coşkun, 2012). Personel güçlendirme psikolojik yönü itibarıyla ele alındığında çalışanların görevlerini ifa etme yeteneğine sağlam bir şekilde inandığı zihin hali ya da yüksek düzey görev motivasyonu olarak belirtilebilir (Kim ve Fernandez, 2017). Personel güçlendirme sayesinde çalışanlar işletmelerine katkı sağlayacakları gibi üst yönetimin iş yoğunluğunu elinden alarak işletme içindeki geniş bir kitlenin karşılıklı olarak kazanımı durumu ortaya çıkabilmektedir.

## 1. Teorik Çerçeve

### 1.1. Personel güçlendirme

İnsan ihtiyaçlarının günden güne arttığı günümüzde bu ihtiyaçları karşılayabilmek amacıyla irili ufaklı çok sayıda işletme kurulmaktadır. Bu işletmelerin sektörde kalıcı olabilmesi ve tercih edilebilmesi için yönetim alanındaki yeni yöntem ve yaklaşımlardan maksimum düzeyde istifade edebilmesi gerekmektedir. Yönetim alanındaki yeni yaklaşımlardan birisi de personel güçlendirme anlayışıdır.

Personel güçlendirme, güç ve otoriteyi işletme içinde dağıtarak daha düşük düzeydeki çalışanlara serbest hareket alanı oluşturmak için tasarlanmış bir dizi yapılar, politikalar ve uygulamalar olarak belirtilmektedir (Lin vd., 2017). Personel güçlendirmenin, 20. Yüzyılın son çeyreğinde isminden söz ettirmeye başlayan, işletme içindeki kademe sayısı ve bürokrasinin azaltılarak, merkezi yönetim anlayışı ve katı hiyerarşiden uzaklaşarak, bilgi ve proje odaklı yönetime doğru hareket eden anlayışın alt yapısını oluşturduğu belirtilmektedir (Şimşek, 2004). Personel güçlendirme anlayışı ile birlikte alt pozisyonda bulunan çalışanlar kabiliyetlerini daha iyi sergileme imkânına sahip olabilirler ve kendilerinin daha değerli olduğu hissini yakalayabilirler.

İşletmeler rekabetin yoğun olduğu bir süreçte faaliyet sürdürmektedir. Bu nedenle daha hızlı, yeniliğe açık ve müşteri odaklı hareket etmektedirler. İşletmelerin başarılı olabilmeleri için kaliteyi yakalayabilmeleri ve bu doğrultuda bir fırsat olarak görülen güçlendirme anlayışı üzerinde daha çok durulmakta, tartışılmakta ve önem verildiği bilinmektedir (Doğan ve Demiral, 2007). Personel güçlendirme anlayışı ile güçlendirilecek çalışanın hangi alanda daha fazla katkı sağlayacağını yöneticiler iyi analiz etmeli ve çalışanın kabiliyeti en fazla hangi alanda gelişmiş ise o alanda güçlendirilmesinde yarar olduğu değerlendirilmektedir.

Boven ve Lawyer personel güçlendirme ile çalışanlar dört girdiyi işletme içerisinde paylaştığını belirtmişlerdir. Bu girdiler; (Yüksel ve Erkutlu, 2003);

- İşletmenin performansına yönelik bilgi paylaşımı,
- Çalışanların, işletmenin performansını özümsemeleri ve katkı sağlamalarına yönelik bilgi paylaşımları,
- İşletmenin performansına yönelik ödül paylaşımı,
- İşletmenin yönü ve performansı üzerinde etki gösterebilecek karar yetkisinin paylaşılmasıdır.



Quinn ve Spreitzer (1997) güçlendirilen personelin sahip olduğu bazı özelliklere dikkat çekmiştir. Bu özellikler;

- Güçlendirilen çalışan fikirlerini özgür bir şekilde ifade edebilir, güçlendirilen çalışan, yaptığı işin önemini ciddi olarak anlar,
- Güçlendirilen çalışan ne kadar yeterli olduğu hususunda fikir sahibi olmalıdır,
- Güçlendirilen çalışan işi üzerinde etki bırakabilmelidir

Personel güçlendirmeyi inceleyen ve farklı alt boyutlarda değerlendiren araştırmacılar bulunmaktadır. Bunlardan birisi Spreitzer (1995)'dir ve dört boyutta ele almıştır. Bu boyutlar; anlam, yetkinlik, özerklik ve etkidir. Anlam boyutu; çalışanın kendi ideal ve inançları ile yaptığı görevin amaç ve hedeflerin karşılaştırılarak değerlendirilmesidir (Thomas ve Velthouse, 1990). Yetkinlik boyutu; çalışanın işini sahip olduğu kapasite ile üst düzeyde gerçekleştirebileceğine yönelik güvenini yansıtmaktadır (Doğan,2006). Özerklik; yaptığı işte inisiyatif olarak belirli evrelerde seçim yapabilme özgürlüğüne sahip olmasıdır (Spreitzer,1995). Etkide ise çalışanın kendi müdahaleleri sonrası yaptığı işte farklılık oluşturabilme durumu söz konusudur (Doğan, 2003). Bazı çalışanlarda tüm boyutların etkisi söz konusu olurken bazı çalışanlarda bu boyutların birisi ya da birkaçı etki gösterebilir.

Güçlendirme çalışmalarında ilk aşamalarda bazı sorunların yaşanması ihtimal dâhilindedir. Güçlendirilen çalışanın belli bir eğitim alana ve tecrübe sahibi olana kadar geçen süreçte hata yapma ihtimali bulunabilir. Gereken eğitimi almaları durumunda ise işletmeye katkı sağlamaya başlayacaklardır (Yüksel ve Erkutlu, 2003). Güçlendirilen çalışanın görevlendirildiği alanda sorun yaşamaması ve zaman kaybının önüne geçmek için yöneticilerin belirli periyotlarla hizmet içi eğitime başvurmasının yarar sağlayacağı öngörülmektedir.

## 1.2. İş Doyumu

Yönetim alanının önemli konularından birisi de iş doyumudur. Hem çalışanları hem de işletmeleri yakından ilgilendiren bir kavramdır. Çalışanların bir işi yaparken isteyerek, severek ve haz alarak yapmaları; yaptıkları işe önem vermeleri ve daha ciddi yapmaları açısından oldukça önemlidir. İşletmeler açısından ise kaliteli hizmet, verimlilik, yüksek performans ve prestij açısından son derece değerlidir.

İş doyumunu ile ilgili çok sayıda tanım yer almaktadır. Bu tanımlardan bazıları aşağıdaki şekildedir. İş doyumunu çalışanların kendi dünyalarındaki olumlu ya da olumsuz duyguların birleşimini temsil etmektedir. İş doyumunu kişinin işi ile yakın ilişkilidir. Çalışanların beklenti ve ödülleri görev

yaptıkları işletmedeki tutum ve davranışlarına yönlendirebilmektedir (Davis ve Nestrom, 1985 ). Robbins (2005) iş doyumunu, çalışanın işle ilgili hissettikleri şeklinde belirtmiştir. Locke (1969), iş doyumunu çalışanın tecrübesinin ya da işinin takdir görmesi sonucu oluşan zevkli ve pozitif bir durum şeklinde ifade etmiştir (Akomolafe ve Ogunmakin 2014). İş doyumunu kişinin işi ile ilgili hoşnut olma düzeyi olarak belirtilebilir (Muchinsky, 2002). Tanımlara bakıldığında çalışanların yaptığı işten memnun olma durumu olarak ifade edilebilir.

İş doyumuna ulaşan çalışanların, işine daha iyi odaklanabilmeleri nedeniyle iş kazaları oranında düşüş yaşandığı gözlemlenmektedir (Bozkurt ve Bozkurt, 2008). İş yerinde meydana gelen kazalar birçok çalışanın sakat kalmasına ya da işi yapabilme kabiliyetinin ortadan kalkmasına yol açabilmektedir.

İş hayatı çalışanların gününün büyük bir bölümünü geçirdiği yer ve hayatlarını idame edebilmeleri için vazgeçilmez denilebilecek önemli bir unsurdur. Çalışanlar iş yerinde huzursuz, mutsuz ve isteksiz olduklarında göreve tam konsantrasyon olmaları zorlaşacaktır. İşletmelerin bekledikleri hedefleri gerçekleştirmeleri için çalışanların yüksek doyuma ulaşması önemli bir unsurdur. Ayrıca çalışanların çeşitli nedenlerle iş doyumunu yakalayamaması ve bu durumun oluşturduğu olumsuz etkenler, çalışanın iş sonrası olumsuzlukları aile hayatına yansıtmasına ve sorunlar yaşamasına da yol açabilir.

İnsanların farklı özelliklere sahip olması ve beklentilerinin farklı olması iş doyumunu nedenlerini de ayırmaktadır. İş doyumunu etkileyen çok sayıda etken bulunmaktadır. Bu etkenleri bireysel ve çevresel etkenler şeklinde ikiye ayırmak mümkündür. Bireysel faktörleri kişinin kendi sahip olduğu; yaşı, eğitim düzeyi, cinsiyeti vb. faktörler iken çevresel faktörler; ücret, kıdem, çalışma koşulları vb., faktörlerdir (Özdemir ve Cemaloğlu, 2017).

### 1.3. Motivasyon

İş hayatında hem yöneticileri hem de çalışanları ilgilendiren önemli kavramlardan bir başkası da motivasyondur. Günlük yaşantı içerisinde bir işe ya da bir konuya motive olmak tabiri sık sık kullanılmaktadır. Motive (güdü), insanları belirli amaçlar doğrultusunda harekete geçmesine yol açan güç ve insan davranışlarını doğru tahlil etmek noktasında önemli bir süreç olarak görülmektedir (Hoy ve Miskel, 2012). Pinder (1998), motivasyonu, iç ve dış unsurlar nedeniyle işe dönük davranışın yönünü ve yoğunluğunu belirleyen ve harekete geçiren bir nevi enerjik güçtür şeklinde ifade etmiştir.

Motivasyon kişi ve örgütlerin var olan ihtiyaçlarını karşılayacak bir çalışma atmosferi oluşturarak, kişileri harekete geçirmeye yönelik etkileme ve istekli olmaya dönüştürme sürecidir (Kıdak ve Aksaraylı, 2009). Çalışanların bir işle uğraşırken rutinin aksine arzulu çalışmaları organizasyonların hedeflerini gerçekleştirmeleri için oldukça önemlidir. Bu noktada yöneticiler çalışanları motive edecek yöntemlere başvurmalıdırlar.

İşletmelerde üst kademedeki bulunan kişilerin bilmesi öngörülen motivasyonun özellikleri aşağıdaki gibidir (Yıldırım, 2008).

✓ Motivasyonun bireysel özelliği nedeniyle her bireyi motive eden durumlar birbirinden farklıdır.

✓ İyi bir yönetici çalışanların nelere ihtiyaç duyduğunu ve bu ihtiyaçların çalışanları ne ölçüde motive edeceğini bilmelidir. Kısacası yöneticiler iyi bir gözlemci olmalıdır.

✓ Çalışanları motive eden unsur etkisini yitirdiğinde yerinin bir başkası ile doldurulması gerekmektedir.

✓ Yöneticiler çalışanları motive edebilir, davranışları etkileyebilir fakat davranışların kontrol altında tutulması beklenilmemelidir.

✓ Motivasyon gerçekleşirken her zaman gözlemlenmesi mümkün olmayabilir. Bazı durumlarda çalışanlar farkında olmadan motive edilebilirler.

Motivasyon kurumlar, çalışanlar ve yöneticiler açısından farklı şekilde önem arz etmektedir. Kurumlar açısından önemi, örgütün ortaya koyduğu performans örgütün sektördeki başarısı ve devamlılığı açısından önemlidir. Yöneticiler açısından; sorumlu oldukları çalışanların başarısı ve tutumları yöneticinin başarısını ortaya koyacaktır. Çalışanlar açısından ise ihtiyaçlarının karşılanması, iç huzuru yakalayabilmeleri ve yaptıkları işi heyecan duyarak yapmaları açısından önem arz etmektedir (Durmaz, 2002, Sarıhan, 2014, Ay, 2007).

Motivasyon; içsel motivasyon ve dışsal motivasyon şeklinde iki türe ayrılmaktadır.

### 1.3.1. İçsel Motivasyon

İçsel motivasyon insanların herhangi bir dış etmen olmadan kendi iç dünyalarından kaynaklanan motivasyon durumu olarak belirtilebilir. İçsel motivasyon türünde işin kendi iç yapısı ve işle ilgili özellikler nedeniyle ortaya çıkan bir yönelim söz konusudur. İşe kaşı duyulan hislerin kişilerin karakterleri açısından farklılıklar göstermesi, algılama düzeyleri ve

kabiliyetlerini gösterebilme kapasiteleri sonucunda oluşan bir süreç olmaktadır. (Mottaz, 1985).

İçsel motivasyon, çalışanların içsel güdülere karşı ortaya çıkardığı reaksiyondur. Merak duygusu, öğrenme arzusu, faydalı olma düşüncesi, sürekli gelişme arzusu içsel motivasyona örnek verilebilir. İçsel motivasyon, bir şeyden lezzet alınması ya da ilginç olarak algılanması durumunda harekete geçmeyi kapsamaktadır. Çünkü içsel motivasyon ileri seviyede öğrenmeye ve bir şeyler üretmeye neden olmaktadır. İçsel motivasyon insanların harekete geçerek görevini ifa etmesidir (Akbaba, 2006).

Bazı meslek grupları sahip oldukları değerleri nedeniyle insanları harekete geçirme noktasında diğer meslek gruplarından ayrılmaktadır. Polislik, askerlik, doktorluk, itfaiyecilik vb. meslekler bunlara örnek gösterebilir. Kişilerin kendi iç duyguları ile insanlara hizmet etmenin vermiş olduğu haz içsel motivasyonu ortaya çıkaran neden olarak belirtilebilir.

### 1.3.2. Dışsal Motivasyon

Dışsal motivasyon kelime anlamında olduğu gibi dış etmenler sonucu çalışanların motive olma durumudur. Dışsal motivasyonun altında çalışanları direk olarak ilgilendirmeyen fakat uygulanması durumunda pozitif sonuçları ortaya çıkaran davranışlar yer almaktadır. İnsanlar gerçekleştirdiği hareketi kendisine olan yararından ziyade, davranış neticesinde kazanacağını düşündüğü ödülü hesaplayarak yerine getirmektedir (Demir, 2011). Dışsal motivasyon, ceza vermeme, rekabet ortamı oluşturma, ödüllendirme, performans notunu yüksek verme gibi dışsal ödülle ifade edilmektedir (Dede ve Argün, 2004). Çalışanların dış ödülle motive edildiği dışsal motivasyon da yöneticilerin çalışanların beklentilerine göre ödüllendirmeyi planlamaları gerekmektedir. Nitekim kişilik farklarından dolayı herkesin aynı ödül türü ile motive olması beklenilemez.

### 1.4. İnovasyon

Yönetim alanında önemli bir yere sahip olan kavramlardan biriside inovasyondur. Günlük yaşam içerisinde de sık sık kullandığımız isminin geçtiği yerde teknolojiyi de çağrıştıran bu kavramla ilgili ilk açıklamaları Avustralyalı ekonomist Joseph Schumpeter'in yaptığı ve ekonomik açıdan gelişme ve ilerlemede ki ana güç kaynağı şeklinde ifade ettiği bilinmektedir. Joseph Schumpeter girişimcilerin rakiplerine karşı üstünlük elde edebilmeleri için inovasyonun önemine dikkat çekmiş ve inovasyonun ekonomik değişimlerde, verimlilikte ve kazancın

artırılmasında ki değerini belirtmiştir (Tidd vd. 2005). İnovasyon, yeni bir anlayış ya da davranışın belirli aşamalardan geçirildikten sonra işletmeye kabul edilmesidir (Damanpour, Szabat ve Evan, 1989). Tanımlara bakıldığında inovasyonun işletmeye katkı sağlayacak yeniliklerin işletme bünyesine dâhil edilmesi durumu olduğu anlaşılmaktadır.

Schumter inovasyonun ortaya çıkış şekillerini beş şekilde belirtmiştir (Godin, 2008). Bunlar;

- Yeni ürünün piyasaya sürülmesi,
- Yeni üretim anlayışlarının oluşturulması,
- Yeni pazar içine girme ya da yeni pazarlama metotlarını geliştirme,
- Yeni hammadde ya da yarı işlenmiş mal kaynaklarının ortaya çıkarılması,
- Yeni yönetim anlayışının oluşturulmasıdır.

İnovasyon, bilimsel faaliyetlerde ve teknolojik çalışmalarda fikirlerin faydaya dönüşmesi ve pazarlanabilen somut bir nesne haline dönüşebilmesidir. İnovasyon kolay anlaşılabilen bir yenilenme değeridir. İnovasyon bir süreç olarak değerlendirilmelidir. Bu sürecin başlangıcında teori, sonrasında ürün ve hizmetin içine alındığı ve son safhasında pazarlanabilme aşamalarından oluşmaktadır (Çakmak, 2009). Çeşitli aşamalardan oluşan süreçlerden sonuç alabilmek için tüm aşamaları gerçekleştirmek oldukça önemlidir. Bu nedenle inovasyon anlayışında aşamaları tamamlayarak değer haline dönüştürmek gerekmektedir.

İnovasyon anlayışı işletmelere çok sayıda yarar sağlamaktadır. Bu yararlar aşağıdaki gibi belirtilmiştir (Uzkurt 2010).

- Maliyetleri, ürün imalat zamanını ve fire verilmesinin düşürülmesi,
- Rekabet üstünlüğü elde etme,
- Verimliliği, pazarda pay oranını, kârlılığı, kaliteyi ve müşteri memnuniyetini artırma,
- Bilginin ekonomik bir değere dönüşmesi,
- Hammadde kullanımında verimlilik ve imalat, pazarlama ve tedarikte esneklik elde etme,
- Yeni pazar ortamları bulma ve yeni pazarlara katılımında kolaylık,
- Ürün karması ve hattının büyütülmesi,
- Kurumlar arası iletişimin artırılarak veri paylaşımının temini,
- Çalışma şartlarında iyileştirme sağlamadır.

Devletler son dönemlerde hazırladıkları programlarda inovasyona daha fazla değer vermektedirler. Çünkü birçok açıdan (sosyal, çevresel, ekonomik vb.) sorunların çözümünde inovasyonun çözüm aracı olduğunu kavrayabilmektedirler (Matei and Bujac, 2015). İşletmelerin inovasyon anlayışından yararlanırken öncelikli olarak ihtiyaçlarını tespit etmesi ve kendisine yararı olacak uygulamalara başvurması gerekmektedir. Zira işletmeyi ilgilendirmeyen konularda inovasyon uygulamaları gerçekleştirmek yarar sağlayamayabilir.

## **2. Personel Güçlendirme, İnovasyon, İş doyumunu ve Motivasyon ilişkisi**

Personel güçlendirme işletmeler açısından önemli bir uygulamadır. Personel güçlendirme anlayışında işletmeler karar verirken merkezin fonksiyonu azaltılmaktadır. Bu sayede yönetim çalışanlara takdir ve söz hakkı tanımaktadır (Brymer, 1991). Çalışanların karar verme yetkisinin olması çalışanlarda birçok pozitif değişime yol açabilmektedir.

Personel güçlendirme sayesinde işletmedeki üst düzey yöneticilerin zaman kaybına yol açacak bazı görevlerinin alt pozisyonlarda çalışanlara verilerek üst yönetimin işletmenin vizyon misyon ve stratejik hedeflerine odaklanmalarında yardımcı olacaktır. Ayrıca alt pozisyonlarda çalışanların düşüncelerini uygulama imkânına sahip olmaları onların doyuma ulaşmalarında artırıcı bir faktör olarak görülebilir (Doğan, 2003). Güçlendirilen personelin diğer personele kıyasla daha fazla doyum sağlayabilmektedir (Liden, Wayne ve Sparrowe, 2000). Bu doğrultuda personel güçlendirme ile iş doyumunu arasında pozitif bir ilişkinin olduğu belirtilebilir.

Güçlendirme çalışanları motive etmek amacıyla kullanılan bir unsurdur ve motivasyon artışına yol açmaktadır (Daff, 2001). Yönetim içerisinde çalışan kişiler sorunların tespit edilmesinde, sorunlarını çözümüne yönelik alternatiflerin sunulmasında görüş bildirebiliyorlarsa hem güdülenmiş hem de alınan kararın kalitesine katkı sağlamış olacaklardır (Göksel, 2003). Bu doğrultuda personel güçlendirme ile motivasyon arasında pozitif bir ilişkinin olduğu belirtilebilir.

Teknolojik gelişmeler sonucu dünyada hızlı bir değişim meydana gelmektedir. Teknolojinin sunduğu fırsatlar ve iş bulma yöntemlerindeki yenilikler ekonomik birimler üzerinde etki oluşturmaktadır. Bu noktada yeniliklere açık olunmalı, risk alınmalı ve dönüştürücü çalışanlara sahip olunması önem arz etmektedir (Robinson, 2003). Personel güçlendirme çalışanların kabiliyetlerinin ortaya çıkarılmasında önemli bir uygulamadır. Personel güçlendirmenin hem işletmeye hem de yönetime yararlarından birisi de yaratıcılık ve üretkenliğin teşvik edilmesi olarak görülür (Öğüt

vd., 2007). Bu doğrultuda personel güçlendirme ile inovasyon arasında pozitif bir ilişkinin olduğu belirtilebilir.

İnovasyon anlayışı her sektöre göre farklı uygulamaları kapsayabilir bu nedenle farklı boyutlardan oluşması mümkündür. İnovasyon anlayışında işletmenin desteğini oluşturan örgütsel destek ve ifa edilmesi anlamına gelen uygulama boyutları dikkat çekmektedir.

### **3. Araştırma Metodolojisi**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı**

Personel güçlendirme, iş doyumu, motivasyon ve inovasyon kavramlarını incelemek ve bu kavramların birbirleri ile olan ilişkilerini ortaya koymak araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Türkiye’de vatandaşların temel ihtiyaçlarını karşılamak ve sorunlarını çözmek amaçlı hizmet veren kamu kurumları bulunmaktadır. Bu kurumlarda görev yapan personellerin yüksek iş doyumu ve motivasyona ulaşması ve inovasyon anlayışından yararlanması; vatandaşların aldığı hizmet kalitesi açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırma Ankara İl Tarım ve Orman müdürlüğünde personel güçlendirmenin, iş doyumu, motivasyon ve inovasyon üzerinde ki etkisinin tespit edilmesi açısından oldukça önemlidir. Literatürde bu alanda yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlaması beklenilmektedir.

#### **3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini Ankara İl Tarım ve Orman Müdürlüğü il merkezinde görev yapan toplam 400 personel oluşturmaktadır. Bu örneklemin seçilme nedeni kamu çalışanları olması ve vatandaşlara hizmet sunmalarının önemi nedeniyledir. İl merkezinde görev yapan personele uygulanma nedeni daha kolay ulaşılabilir olanağıdır. İlgili kamu kurum müdürü ile yapılan görüşme neticesinde gerekli izin alınarak kurum personeli yardımıyla anketler görevde hazır bulunan 300 personele dağıtılmış ve anketlerin doldurulmasının akabinde toplanılmıştır. Toplanan anketlerden eksiksiz olarak gelen 229 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Kamu kurumundaki personele istenilen zamanda erişilememesi araştırmada karşılaşılan zorluklardandır.

#### **3.3. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli**

##### **3.3.1. Araştırmanın Hipotezleri**

**H<sub>1</sub>.** Personel güçlendirmenin genel düzeyi ile iş doyumu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>2</sub>**. Personel güçlendirmenin genel düzeyi ile motivasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>3</sub>**. Personel güçlendirmenin genel düzeyi ile içsel motivasyon boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>4</sub>**. Personel güçlendirmenin genel düzeyi ile dışsal motivasyon anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>5</sub>**. Personel güçlendirmenin genel düzeyi ile inovasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>6</sub>**. Personel güçlendirmenin genel düzeyi ile uygulama boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>7</sub>**. Personel güçlendirmenin genel düzeyi ile örgütsel destek boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>8</sub>**. Anlam boyutu ile iş doyumunu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>9</sub>**. Anlam boyutu ile motivasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>10</sub>**. Anlam boyutu ile içsel motivasyon boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>11</sub>**. Anlam boyutu ile dışsal motivasyon anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>12</sub>**. Anlam boyutu ile inovasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>13</sub>**. Anlam boyutu ile uygulama boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>14</sub>**. Anlam boyutu ile örgütsel destek boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>15</sub>**. Yetkinlik boyutu ile iş doyumunu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>16</sub>**. Yetkinlik boyutu ile motivasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>17</sub>**. Yetkinlik boyutu ile içsel motivasyon boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>18</sub>**. Yetkinlik boyutu ile dışsal motivasyon anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>19</sub>**. Yetkinlik boyutu ile inovasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>20</sub>**. Yetkinlik boyutu ile uygulama boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>21</sub>**. Yetkinlik boyutu ile örgütsel destek boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.



**H<sub>22</sub>**. Özerklik boyutu ile iş doyumunu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>23</sub>**. Özerklik boyutu ile motivasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>24</sub>**. Özerklik boyutu ile içsel motivasyon boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>25</sub>**. Özerklik boyutu ile dışsal motivasyon anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>26</sub>**. Özerklik boyutu ile inovasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>27</sub>**. Özerklik boyutu ile uygulama boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>28</sub>**. Özerklik boyutu ile örgütsel destek boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>29</sub>**. Etki boyutu ile iş doyumunu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>30</sub>**. Etki boyutu ile motivasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>31</sub>**. Etki boyutu ile içsel motivasyon boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

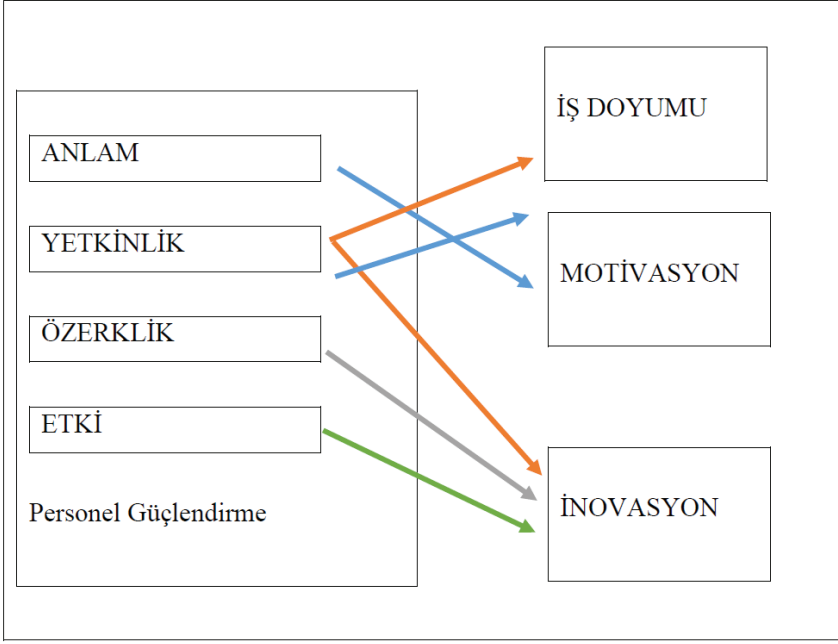
**H<sub>32</sub>**. Etki boyutu ile dışsal motivasyon anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>33</sub>**. Etki boyutu ile inovasyonun genel düzeyi anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>34</sub>**. Etki boyutu ile uygulama boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**H<sub>35</sub>**. Etki boyutu ile örgütsel destek boyutu anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



### 3.4. Araştırmanın Yöntem ve Ölçüm Aracı

Araştırmada veriler katılımcılara anket uygulaması yapılarak toplanmıştır. Katılımcılara, anketin gönüllülük esasına göre doldurulması gerektiği ve verilerin gizli tutulacağı bildirilmiş, ayrıca tüm sorulara özenle cevap vermeleri rica edilmiş olup, kurum personeli yardımıyla anketler dağıtılmış ve doldurulduktan sonra toplanmıştır.

Anket formunun birinci bölümünde, katılımcıların; yaş, öğrenim durumu, cinsiyeti, medeni durumu, görev yaptığı süre ve konumu şeklinde demografik sorulara yer verilmiştir.

Anket formunun ikinci bölümünde, güçlendirme algılarını ölçmek için Spreitzer (1995)'in personel güçlendirme ölçeği kullanılmıştır. Anlam, yetkinlik, özerklik, etki boyutlarını içeren 4 boyutlu bir ölçektir. Personel güçlendirme ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin 0,938 olduğu, anlam boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,969 olduğu, yetkinlik boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,911 olduğu, otonomi boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,960 olduğu ve etki boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,975 olduğu ve kullanım açısından uygun olduğu anlaşılmıştır.

İş doyumunu ölçmek için; Arnett (1999) ve Judge vd., (2009) tarafından geliştirilen 5 maddeli ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Turunç ve Çelik (2012) tarafından yapılmıştır. Çalışanların soruları; hiçbir zaman (1), nadiren (2), ara sıra (3), sıklıkla (4), her zaman

(5) şeklindeki 5 aralıklı likert ölçeği üzerinde cevaplamaları istenmiştir. İş doyumu ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin 0,861 olduğu ve kullanım açısından uygun olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise motivasyon ölçeği, Chiang ve Jang (2008) “An Expectancy Theory Model For Hotel Employee Motivation” adlı makalelerinde kullanılan içsel ve dışsal olmak üzere iki boyuttan oluşan ve Yılmaz ve Bayır’ın (2018) deki çalışmalarında kullanılan anketten yararlanılmıştır. 6 soru içsel motivasyonu, 3 soru ise dışsal motivasyon düzeylerini ölçmektedir (Chiang ve Jang 2008). Motivasyon ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin 0,944 olduğu, içsel motivasyon boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,939 olduğu, dışsal motivasyon boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,820 olduğu ve kullanım açısından uygun olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmanın dördüncü bölümünde inovasyon ölçeği olarak Avcı ve Ulu’nun (2014) kullandığı uygulama ve örgütsel destek boyutlarından oluşan ölçek kullanılmıştır. Sonuçlar beşli likert ölçeği ile (“kesinlikle katılmıyorum” ile “kesinlikle katılıyorum” ) arasında ölçülmüştür. İnovasyon ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin 0,968 olduğu, inovasyon uygulama boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,947 olduğu, inovasyon örgütsel destek boyutunun güvenilirlik düzeyinin 0,927 olduğu ve kullanım açısından oldukça uygun olduğu görülmüştür.

### 3.5. Verilerin Analizi

Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 21.0 istatistik programı kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler, araştırmanın amacı doğrultusunda çeşitli istatistiksel teknikleri (frekans dağılımı, ortalama, t-testi, anova, regresyon, korelasyon) kullanılarak yorumlanmıştır. Verilerin değerlendirilmesi, katılımcıların her soruya verdikleri cevapların toplam puanları üzerinden yapılmış olup, istatistikî anlamlılık düzeyi  $p < 0.05$  olarak kabul edilmiştir.

**Tablo 1.** Demografik Veriler Tablosu.

Temel Demografik Sonuçlar			
Sorular	Değerler	F	%
Cinsiyetiniz nedir	Kadın	90	39,3
	Erkek	139	60,7
Öğrenim Durumunuz nedir	Lise	11	4,8
	Lisans	151	65,9
	Yüksek Lisans	67	29,3
Yaş Grubunuz	21-30	15	6,6
	31-40	64	27,9
	41-50	139	60,7
	51-60	11	4,8

Çalışma süreniz nedir	1 yıldan az	8	3,5
	1-5 arası	35	15,3
	5-10 arası	39	17,0
	10 üzeri	143	62,4
	Toplam	229	100

Araştırmaya toplam 229 kişi katılmıştır. Katılımcıların % 39.3'ü kadınlardan oluşmakta olup % 60,7'si erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların % 4.8'i lise mezunu, % 65.9'u lisans mezunu ve % 29.3'ü yüksek lisans mezunlarından oluşmaktadır. Katılımcıların % 6.6'sı 21-30 yaş grubunda, % 27.9'u 31-40 yaş grubunda, % 60.7'si 41-50 yaş grubunda ve %4.8'i 51-60 yaş grubundadır. Katılımcıların % 3.5'i 1 yıldan az süredir çalışmakta, %15.3'ü 1-5 yıl arası çalışmakta, % 17'si 5-10 yıl arası çalışmakta ve % 62.4' ü 10 yıl ve üzeridir çalışmaktadır.

### 3.5.1. Değişkenler İçin Faktör Analizi

**Tablo 2.** *Personel güçlendirme Faktör Analiz Tablosu*

KMO ve Bartlett Testi		
Örneklem Yeterliliğine Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri		0,810
Bartlett Testi Sonuçları	Ki- Kare Değeri	4496,756
	Serbestlik Derecesi (sd)	66
	Anlamlılık Değeri (Sig.)	0,000

Çalışma ile ilgili anket soruları KMO testi doğrultusunda incelenerek 0,810 değerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Örneklem yeterlilik açısından çok iyi düzeyde olduğu belirtilebilir (Karagöz, 2016). Barlett testi yönünden sonuçlar ( $p < 0,05$ ); verilerin dağılımının normal olduğunu yansıtmaktadır (Güriş ve Astar, 2015). Varyansın toplam % 93,996' sını açıklanmaktadır.

**Tablo 3.** *İş Doyumu Faktör Analiz Tablosu*

KMO ve Bartlett Testi		
Örneklem Yeterliliğine Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri		0,749
Bartlett Testi Sonuçları	Ki- Kare Değeri	798,361
	Serbestlik Derecesi (sd)	10
	Anlamlılık Değeri (Sig.)	0,000

Çalışma ile ilgili anket soruları KMO testi doğrultusunda incelenerek 0,749 değerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Örneklem yeterlilik açısından çok iyi düzeyde olduğu belirtilebilir (Karagöz, 2016). Barlett

testi yönünden sonuçlar ( $p < 0,05$ ); verilerin dağılımının normal olduğunu yansıtmaktadır (Gürüş ve Astar, 2015). Varyansın toplam % 66,132' si açıklanmaktadır.

**Tablo 4.** *Motivasyon Faktör Analiz Tablosu*

KMO ve Bartlett Testi		
Örneklem Yeterliliğine Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri	0,851	
Bartlett Testi Sonuçları	Ki- Kare Değeri	2523,106
	Serbestlik Derecesi (sd)	36
	Anlamlılık Değeri (Sig.)	0,000

Çalışma ile ilgili anket soruları KMO testi doğrultusunda incelenerek 0,851 değerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Örneklem yeterlilik açısından çok iyi düzeyde olduğu belirtilebilir (Karagöz, 2016). Bartlett testi yönünden sonuçlar ( $p < 0,05$ ); verilerin dağılımının normal olduğunu yansıtmaktadır (Gürüş ve Astar, 2015). Varyansın toplam % 79,195' i açıklanmaktadır.

**Tablo 5.** *İnovasyon Faktör Analiz Tablosu*

KMO ve Bartlett Testi		
Örneklem Yeterliliğine Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri	0,843	
Bartlett Testi Sonuçları	Ki- Kare Değeri	4849,548
	Serbestlik Derecesi (sd)	55
	Anlamlılık Değeri (Sig.)	0,000

Çalışma ile ilgili anket soruları KMO testi doğrultusunda incelenerek 0,843 değerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Örneklem yeterlilik açısından çok iyi düzeyde olduğu belirtilebilir (Karagöz, 2016). Bartlett testi yönünden sonuçlar ( $p < 0,05$ ); verilerin dağılımının normal olduğunu yansıtmaktadır (Gürüş ve Astar, 2015). Varyansın toplam % 89,762' si açıklanmaktadır

### 3.5.2. Korelasyon analizi

Verilerin normal olarak dağıldığı tespit edilen (skewness ve kurtosis  $\pm 2$ ) araştırmada; personel güçlendirme ve alt boyutları ile iş doyumunu, motivasyon ve inovasyon arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymak için Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır.

**Tablo 5.** Değişkenlerin Korelasyon Analiz Tablosu

		İş Doyumu	Motivasyon genel	İçsel Motivasyon	Dışsal Motivasyon	İnovasyon Genel	İnovasyon Uygulama	İnovasyon Örgütsel Destek
Personel güçlendirme genel anlam	r	0,814	0,736	0,762	0,575	0,681	0,689	0,638
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
yetkinlik	r	0,620	0,894	0,911	0,729	0,476	0,466	0,473
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
özerklik	r	0,641	0,686	0,703	0,551	0,444	0,472	0,374
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
etki	r	0,818	0,652	0,710	0,442	0,720	0,736	0,662
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	r	0,600	0,322	0,324	0,272	0,563	0,560	0,546
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Personel güçlendirme bütünsel olarak iş doyumunu ile arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.814$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_1$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Personel güçlendirme bütünsel olarak motivasyonun bütünü ile arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.736$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_2$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Personel güçlendirme bütünsel olarak içsel motivasyon ile arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.762$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_3$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Personel güçlendirme bütünsel olarak dışsal motivasyon ile arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.575$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_4$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Personel güçlendirme bütünsel olarak inovasyonun bütünü ile arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.681$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_5$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Personel güçlendirme bütünsel olarak uygulama boyutu ile arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.689$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_6$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Personel güçlendirme bütünsel olarak örgütsel destek boyutu ile arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.638$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_7$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Anlam boyutu ile iş doyumunu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.620$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_8$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Anlam boyutu ile motivasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.894$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_9$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Anlam boyutu ile içsel motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.911$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{10}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Anlam boyutu ile dışsal motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.729$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{11}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Anlam boyutu ile inovasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.476$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{12}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Anlam boyutu ile uygulama boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.466$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{13}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Anlam boyutu ile örgütsel destek boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.473$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{14}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Yetkinlik boyutu ile iş doyumunu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.641$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{15}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Yetkinlik boyutu ile motivasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.686$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{16}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Yetkinlik boyutu ile içsel motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.703$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{17}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Yetkinlik boyutu ile dışsal motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.551$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{18}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Yetkinlik boyutu ile inovasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.444$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{19}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Yetkinlik boyutu ile uygulama boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.472$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{20}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Yetkinlik boyutu ile örgütsel destek boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.374$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{21}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Özerklik boyutu ile iş doyumunu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.818$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{22}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Özerklik boyutu ile motivasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.652$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{23}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Özerklik boyutu ile içsel motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.710$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{24}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Özerklik boyutu ile dışsal motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.442$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{25}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Özerklik boyutu ile inovasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.720$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{26}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Özerklik boyutu ile uygulama boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.736$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{27}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Özerklik boyutu ile örgütsel destek boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.662$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{28}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Etki boyutu ile iş doyumunu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.600$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{29}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Etki boyutu ile motivasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.322$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{30}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Etki boyutu ile içsel motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.324$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{31}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.



Etki boyutu ile dışsal motivasyon arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.272$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{32}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Etki boyutu ile inovasyonun bütünü arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.563$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{33}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Etki boyutu ile uygulama boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.560$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{34}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

Etki boyutu ile örgütsel destek boyutu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu belirlenmiştir ( $r=0.546$ ;  $p<0.05$ ). Bulgulara göre  $H_{35}$  hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

### 3.5.3. Regresyon Analizi

#### 3.5.3.1. Personel Güçlendirme ve İş doyumunu Arasındaki Analiz

**Tablo 6.** Model İçin ANOVA ve Katsayı Bulgularını Gösteren Tablo

	Kareler top.	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Regresyon	81,384	4	20,346	129,545	0,000
Hata	35,181	224	0,157		
Toplam	116,565	228			
R		$R^2$	0,698	Düz. $R^2$	0,693

**Tablo 7.** Modelin Katsayıları Tahmini Tablosu

	Katsayılar	std. Katsayılar	t	p
Sabit	0,857		4,977	0,000
anlam	0,078	0,081	1,330	0,185
yetkinlik	0,073	0,075	1,201	0,231
özerklik	0,506	0,585	8,607	0,000
etki	0,126	0,203	4,376	0,000

Personel güçlendirmenin alt boyutları ile iş doyumunu arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlılığı ANOVA testi ile incelenmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre personel güçlendirmenin alt boyutları ile iş doyumunu arasındaki ilişki doğrusal regresyon modeliyle incelenebilir. Ayrıca model için düzeltilmiş R-kare katsayısı 0,693 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, yaşam doyumunu

değişkenliğinin % 70' inin doğrusal regresyon modeli aracılığıyla personel güçlendirmenin boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Personel güçlendirmenin boyutları ile iş doyumunu arasındaki doğrusal regresyon modelinin katsayılarının tahmini bulgulara göre, personel güçlendirmenin özerklik ve etki boyutunun pozitif yönde istatistiki açıdan katsayıların anlamlı olduğu, diğer iki boyutun katsayılarının anlamsız olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda iş doyumunu Y, özerklik boyutu X1, etki boyutu X2 şeklinde belirtilirse model;

$$Y = 0,857 + 0,506 * X1 + 0,126 * X2 + \epsilon \text{ olarak elde edilir.}$$

### 3.5.3.2. Personel Güçlendirme ve Motivasyon Arasındaki Analiz

**Tablo 8.** Model İçin ANOVA ve Katsayı Bulgularını Gösteren Tablo

	Kareler top.	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Regresyon	77,880	4	19,470	224,867	0,000
Hata	19,395	224	0,087		
Toplam	97,275	228			
R		R <sup>2</sup> 0,801		Düz. R <sup>2</sup>	0,797

**Tablo 9.** Modelin Katsayıları Tahmini Tablosu

	Katsayılar	std. Katsayılar	t	p
Sabit	0,820		6,408	0,000
anlam	0,776	0,884	17,795	0,000
yetkinlik	-0,001	-0,001	-0,016	0,987
özerklik	-0,005	-0,007	-0,122	0,903
etki	0,027	0,047	1,244	0,215

Personel güçlendirmenin alt boyutları ile motivasyon arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlılığı ANOVA testi ile incelenmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre personel güçlendirmenin alt boyutları ile motivasyon arasındaki ilişki doğrusal regresyon modeliyle incelenebilir. Ayrıca model için düzeltilmiş R-kare katsayısı 0,797 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, yaşam doyumunu değişkenliğinin % 80' inin doğrusal regresyon modeli aracılığıyla personel güçlendirmenin boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Personel güçlendirmenin boyutları ile motivasyon arasındaki doğrusal regresyon modelinin katsayılarının tahmini bulgulara göre, personel güçlendirmenin anlam boyutunun pozitif yönde istatistiki açıdan katsayıların anlamlı olduğu, diğer üç boyutun katsayılarının anlamsız

olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda motivasyon Y, anlam boyutu X1 şeklinde belirtilirse model;

$$Y = 0,820 + 0,776 * X1 + \epsilon \text{ olarak elde edilir.}$$

### 3.5.3.3. Personel Güçlendirme ve İnovasyon Arasındaki Analiz

**Tablo 10.** Model İçin ANOVA ve Katsayı Bulgularını Gösteren Tablo

	Kareler top.	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Regresyon	94,225	4	23,556	71,277	0,000
Hata	74,030	224	0,330		
Toplam	168,255	228			
R		R <sup>2</sup>	0,560		Düz. R <sup>2</sup> 0,552

**Tablo 11.** Modelin Katsayıları Tahmini Tablosu

	Katsayılar	std. Katsayılar	t	p
Sabit	1,013		4,056	0,000
anlam	0,062	0,053	0,724	0,470
yetkinlik	-0,216	-0,185	-2,439	0,016
özerklik	0,728	0,700	8,530	0,000
etki	0,149	0,200	3,587	0,000

Personel güçlendirmenin alt boyutları ile inovasyon arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlılığı ANOVA testi ile incelenmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre personel güçlendirmenin alt boyutları ile inovasyon arasındaki ilişki doğrusal regresyon modeliyle incelenebilir. Ayrıca model için düzeltilmiş R-kare katsayısı 0,552 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, inovasyon değişkenliğinin % 55' inin doğrusal regresyon modeli aracılığıyla personel güçlendirmenin boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Personel güçlendirmenin boyutları ile iş doyumunu arasındaki doğrusal regresyon modelinin katsayılarının tahmini bulgulara göre, personel güçlendirmenin özerklik ve etki boyutunun pozitif yönde, yetkinlik boyutunun negatif yönde istatistiki açıdan katsayıların anlamlı olduğu, anlam boyutunun katsayılarının anlamsız olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda inovasyon Y, yetkinlik boyutu X1, özerklik boyutu X2, etki boyutu X3 şeklinde belirtilirse model;

$$Y = 1,013 - 0,216 * X1 + 0,728 * X2 + 0,149 * X3 + \epsilon \text{ olarak elde edilir.}$$

## Sonuç ve öneriler

Ankara İl tarım ve orman müdürlüğü personelleri üzerine yapılan bu çalışmada; personel güçlendirmenin ve alt boyutlarının iş, doyum, motivasyon ve inovasyon üzerine etkileri tespit edilmek istenmiştir. Yapılan çalışma neticesinde personel güçlendirmenin anlam ve yetkinlik boyutunun iş doyumuna ile ilişkisinin anlamlı ve pozitif olduğu ve iş doyumuna üzerinde etkisinin olduğu, personel güçlendirmenin anlam boyutunun motivasyon ile ilişkisinin anlamlı ve pozitif olduğu ve motivasyon üzerinde etkisinin olduğu, personel güçlendirmenin yetkinlik, özerklik ve etki boyutunun inovasyon ile ilişkisinin anlamlı ve pozitif olduğu ve inovasyon üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan çalışma daha önce yapılan Özdemir Ö., (2016) personel güçlendirme ve iş doyumuna arasındaki ilişkisi, Avcı ve Ulu (2014)'nin personel güçlendirme inovasyon arasındaki ilişkinin ortaya konması, Sibota (2010) personel güçlendirme ve motivasyon arasındaki ilişkinin ortaya konmasına yönelik çalışmalarını destekleyici nitelikte olduğu görülmüştür. Yapılan çalışma neticesinde personel güçlendirme ile iş doyumuna, motivasyon ve inovasyon arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit edilmiş olup, personel güçlendirme düzeyinin artmasıyla iş doyumuna, motivasyon ve inovasyon düzeyinde de artış olacağı değerlendirilmektedir.

Çalışma demografik veriler açısından incelenmiş, demografik veriler itibariyle (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalışma süresi, pozisyon ve medeni hal ) anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Ülkemizde çok sayıda kamu kuruluşu bulunmaktadır. Bu kamu kurumlarında çalışanların çalışmaları vatandaşlarımızın aldığı hizmet açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışanların ortaya koyduğu hizmet kalitesini etkileyen unsurların tespit edilmesi ve bu unsurları artıracak çalışmalar yapılması gerekmektedir. Çalışanların iş hayatında daha başarılı olabilmesi ve hizmet kalitesinin yüksek olması için iş doyumuna, motivasyon ve inovasyon uygulamalarının yüksek olması oldukça önemlidir.

Çalışanların yaptığı işten haz alması ve işini severek yapabilmesi için yüksek iş doyumuna ulaşması gerekmektedir. İş doyumuna ulaşan çalışanlar yaptıkları işin bir anlam ifade ettiğini düşünerek yaptığı işten haz alarak ve benimseyerek yerine getireceklerdir. Personel güçlendirme anlayışının iş doyumuna olan pozitif etkisi sonucu sorumluluk alan çalışanlar yapmış oldukları çalışmaların pozitif bir etki oluşturacağını düşünerek kurumlarına katkı sağlayacaklardır.

Çalışanları ilgilendiren diğer önemli unsurlardan biriside motivasyondur. Motive olan bireyler yaptıkları işten heyecan duyarlar,

güdülenerek çalışırlar ve çalışırken gösterdikleri pozitif sinerji çevresindeki diğer çalışanları da olumlu etkileyecektir. Personel güçlendirme anlayışı sayesinde yaptığı işin daha anlamlı olacağını düşünen çalışanların artan motivasyonları kurumlarına katkı sağlayacaktır.

Çalışanları ilgilendiren diğer önemli unsurlardan birisi de inovasyondur. İnovasyon sayesinde çalışanlar yaptıkları işte teknolojik imkânları daha fazla kullanarak alternatif üretim ve çözüm unsurları bulabilmektedirler. Bu sayede yapılan işin hızı, kalitesi vatandaşlara ulaşması hızlanırken maliyetin de düşürülmesi söz konusu olacaktır. Personel güçlendirme anlayışı sayesinde inovasyon faaliyetlerini daha kolay kullanabilecek olan çalışanlar yaptıkları işle kurumun başarısında fark oluşturacak bir etkiyi bırakma imkânı elde edebileceklerdir.

Personel güçlendirme iş hayatı içinde oldukça önemli bir uygulamadır. Kurumların lider kadrolarını oluşturan kişiler alt çalışanlara göre daha fazla sorumlulukları oldukları için işin genelini düşünerek ayrıntılara hâkim olamayabilirler. Personel güçlendirme sayesinde görev yaptığı birimde uzun yıllar çalışan ve o işin uzmanı haline gelen kişiler iş kalitesini artırmaya yönelik teknik bilgi ve ayrıntıları daha kolay dile getirebilir ve uygulama imkânına sahip olurlar. Çalışanlara sorumluluk ve serbest hareket alanı tanınması kendilerine karşı daha fazla saygı duymaları noktasında da önemlidir. Hem özel hem de kamuda faaliyet gösteren işletmelerin insan odaklı uygulamalara önem vermeleri; başarıları, prestijleri ve insanlara sağladıkları hizmet kalitesi için önem arz etmektedir bu nedenle çağdaş yönetim yaklaşımlarını kapasiteleri elverdiği sürece uygulamalarında yarar vardır.

Bu çalışmanın Ankara İl tarım ve orman müdürlüğünde çalışan personelin personel güçlendirme anlayışlarının, iş doyumunu motivasyon ve inovasyon anlayışı üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamı açısından personel güçlendirme, iş doyumunu, motivasyon ve inovasyon üzerine yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akbaba, S. (2006). Eğitimde Motivasyon. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13- 343-361.
- Akomolafe, M. J. ve Ogunmakın, A. O. (2014). Job satisfaction among secondary school teachers: Emotional intelligence, occupational stress and self-efficacy as predictors. *Journal of Educational and Social Research*, 4(3), 487-498.
- Ay, Z.(2007). *Konya Sanayi İşletmelerinde Motivasyon ve Ülkemizdeki Motivasyon Uygulamaları*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aziri B. (2011). Job Satisfaction: A Literature Review. *Management Research And Practice*; 3(4): 77-78.
- Brymer, R.A. (1991). Employee Empowerment: A Guest Driven Leadership Strategy. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32 (1), 58-68.
- Bozkurt, Ö. ve Bozkurt, İ. (2008). İş Tatminini Etkileyen İşletme İçi Faktörlerin Eğitim Sektörü Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması, *Doğuş Üniversitesi Dergisi* 9, 1-18.
- Coşkun, R. (2002). Gücün ve Sorumluluğun Organizasyona Yayılması: Çalışanı Güçlendirme (Empowerment), İsmail Dalay, Recai Coşkun ve Remzi Altunışık (Ed.), *Stratejik Boyutuyla Modern Yönetim Yaklaşımları*, Beta Yayınevi, İstanbul, Bölüm 12, 219-234
- Çakmak, O. (2009). *Türkiye İnovasyonun Neresinde*, Çerçeve, Eylül, 52-56.
- Daff, R.L.(2001). *Organization, Theory and Design*, (Yedinci Baskı). South Western: Thompson Learning.
- Damanpour, F., Szabat, K.A., ve Evan, W.M. (1989). The Relationship Between Types of Innovation and Organizational Performance, *Journal of Management Studies*, 26, 6, 587-601.
- Davis, K. ve Nestrom, J.W. (1985). *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*, McGraw Hill.
- Dede, Y. ve Argün, Z. (2004). Öğrencilerin Matematiğe Yönelik İçsel ve Dışsal Motivasyonlarının Belirlenmesi, *Eğitim ve Bilim*, 29, 49-54.
- Demir, K.(2011). Teachers Intrinsic And Extrinsic Motivation As Predictors Of Student Engagement, *e-Journal of New World Sciences Academy*, Vol. 6, No. 2,1397-1409.
- Doğan, S. (2003). *Personel Güçlendirme*. Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Doğan, S. (2006). *Personel Güçlendirme*. Kare Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2007). İşletmelerde personel güçlendirme kültürünün yaratılmasıyla müşteri memnuniyetinin sağlanması. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 12, 282-303.
- Durmaz, M. (2002). *Kişilerarası İletişim ve Motivasyon*, Ege Üniversitesi Basımevi İzmir.
- Genç, N. (2012). *Yönetim ve Organizasyon: Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar* (4.Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Godin, B. (2008), *Innovation: The History of a Category*, Project on the Intellectual History of Innovation Working Paper No. 1. [www.csiic.ca/PDF/IntellectualNo1.pdf](http://www.csiic.ca/PDF/IntellectualNo1.pdf) - (24.03.2021).
- Göksel, A. (2003). *Personel Güçlendirme, Çağdaş İşletme Teknikleri*, (Ed: Birol Bumin), 1. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Güriş, S. ve Astar, M. (2015), *SPSS İle İstatistik*, (2.Basım), İstanbul: Der Kitapevi.
- Hoy, W. K. ve Miskel, C.G. (2012). Eğitim Yönetimi. (Çeviri Editörü: Selahattin Turan). Ankara: Nobel Yayıncılık, 7. Baskıdan Çeviri
- Karagöz, Y. (2016), *SPSS ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kim, S.Y. ve Fernandez, S., (2017). Employee empowerment and turn over intention in the U.S. federal bureaucracy. *American Review Of Public Administration*. 47(I),
- Kırdak, L. ve Aksaraylı, M. (2009). Sağlık Hizmetlerinde Motivasyon Faktörleri, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1):75-94.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., ve Sparrowe, R. T. (2000). An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationships, and work outcomes. *Journal of applied psychology*, 85(3), 407.
- Lin, M., Wu, X. ve Ling, Q. (2017). Assessing the effectiveness of empowerment on service quality: A multi-level study of chinese tourism firms. *Tourism Management*, 61, 411-425.
- Matei, A. ve R. Bujac. (2015). Innovation and Public Reform. *Procedia Economics and Finance*. 39,761-768.
- Mottaz, J. C. (1985). The Relative Importance of Intrinsic and Extrinsic Rewards as Determinants of Work Satisfaction, *The Sociological Quarterly*, 26(3), 365-385.
- Muchinsky, P. M., (2002). *Psychology Applied To Work*, Wadsworth Publishing Company.
- Sarıhan, İ.(2014). *Motivasyon Teorileri ve Motivasyon İle İş Tatmini İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.

- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*, 38(5): 1442-1465.
- Şimşek, N. (2004). *Personel güçlendirme ve türk sigorta sektöründe bir uygulama*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öğüt, A., Aygen, S. ve Demirsel, M.T. (2007). Personel Güçlendirme İnovasyonu Hızlandırır mı? Antalya İli Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerine Yönelik Görgül Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, 163-172.
- Özdemir, S., ve Cemaloğlu, N.(2017). *Örgütsel Davranış ve Yönetimi*, Ankara: Pagem Akademi.
- Robbins, S. P. (2005), *Organizational Behavior*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Pinder, C.C. (1998). *Work Motivation in Organizational Behavior*. Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Quinn, R. E. and Spreitzer, G. M.,(1997).The Road to Empowerment: Seven Questions Every Leader Should Consider”, *Organizational Dynamics*, Cilt: 26, Sayı: 2,37- 49.
- Robinson, K.(2003). *Yaratıcılık: Aklın Sınırlarını Aşmak*, Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Thomas, K. W. ve Velthouse, B. A. (1990). Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation. *The Academy of Management Review*, 15(4): 666-681.
- Thompson, V. A., (1965). Bureaucracy and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, Vol.10, No.1, ,1-20.
- Tidd, J., Bessant,J., ve Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, John Wiley& Sons Ltd.
- Uzkurt, C. (2010). İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?, *Ankara Sanayi Odası Yayın Organı (Dosya)*, Temmuz/ Ağustos
- Yıldırım, C. M. (2008). İlköğretim Okulu Öğretmen ve Yöneticilerinin Öğretmenlerin Ödüllendirilmesine İlişkin Görüşleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 14(4), 663-690.
- Yüksel, Ö , Erkutlu, H . (2003). Personeli Güçlendirme . *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 5 (1) , 131-142.



# Bölüm 16

OSMANLI, RUSYA, İRAN ÜÇGENİNDE  
BEDİRHAN BEY VE TORUNU  
ABDÜRREZZAK BEY (İLİŞKİLERİ,  
FAALİYETLERİ 1821-1918)

*Süleyman ÖCAL<sup>1</sup>*  
*Oktay KARAMAN<sup>2</sup>*

---

1 Dr. Öğr. Üyesi Süleyman ÖCAL, Giresun Üniversitesi, Tarih Bölümü. ORCID ID: 0000-0002-2997-1826.

2 Dr. Öğr. Üyesi Oktay Karaman, Giresun Üniversitesi, Tarih Bölümü. ORCID ID: 0000-0002-0495-9986.



## GİRİŞ

Bedirhan ailesi, Kürtler ve Kürt tarihi açısından oldukça önemli bir ailedir. Biz de bu çalışmamızda Bedirhan ailesinin iki önemli ismini, Bedirhan Bey ve Torunu Abdürrezzak Bey'i Osmanlı, Rusya ve İran üçgeninde izlemiş oldukları yol ve faaliyetleri ile birlikte ele almaya çalıştık.

Osmanlı Devleti, Kürtlerin yoğun olarak yaşadıkları yerleri fethettikten sonra bölgeyi merkezden atadığı valilerle yönetmek yerine önde gelen Kürt aşiret reislerine unvanlar vererek onlar üzerinden yönetmeye çalışmıştır. Bu durum, zaman içerisinde Kürt aşiretlerin güçlenmesine ve Osmanlı Devleti'nin zayıflaması ile birlikte de çeşitli zamanlarda Osmanlı Devleti'ne karşı isyanlara dönüşmüştür (Doğan, 2010, s. 14). İşte bu isyan edenlerden ikisi Bedirhan ve Abdürrezzak Beylerdir. Bedirhan ve Abdürrezzak Beyler kimi zaman Osmanlı Devleti'nin yanında kimi zaman karşısında yer almışlardır. Onların bu tavrını etkileyen en önemli sebep ise dönemin, zamanın ve şartlarının yanı sıra kendi güç çıkarları olmuştur. Bedirhan Bey'in Kürtler arasında yıldızının parlamaya başladığı yıllarda Kürtlerin yoğun olarak yaşadığı yerlerde Osmanlı Devleti'nin azalan otoritesini yeniden tesis etme gayreti görülmektedir (Kardam, 2017, s. 48-49).

Bedirhan ve Abdürrezzak Beylerin yaşadıkları dönemde Osmanlı Devleti ile Rusya arasında devamlılık arz eden savaşlar yaşanmıştır. Bunu fırsata çevirmek isteyen Rusya da bölgeye hâkim olabilmek için Kürt aşiretleri ve onların önde gelen reisleri ile iş birliği kurma hedefine yönelik olarak çalışmıştır. Kürt aşiret ve reislerinin bazıları, Bedirhan ve Abdürrezzak Beyler gibi, bu politikalara tevessül ederken bazıları da karşı çıkmıştır. Bazı Kürt aşiretlerin Rusya'nın yanında yer alması, Osmanlı Devleti'ni zaman zaman zor durumda bırakmıştır (Bruinessen, Ağa, Şeyh, Devlet, 2013, s. 273-274).

Bedirhan Bey daha ziyade aşiretler arasındaki varlığını, hakimiyet alanını yukarıya çekerek güçlenmeye çalışırken bu esnada Osmanlı Devleti ile ilişkilerini iyi tutmaya çalışmıştır. Ancak güçlendikten sonraki süreçte Osmanlı Devleti'nin karşısında yer almaya başlamıştır. Abdürrezzak Bey ise almış olduğu eğitim ve yapmış olduğu görevlerin de etkisiyle devletler arası ilişkiler kurarak güçlenmeye çalışmış, ilk etapta İran coğrafyasında yaşayan Kürtleri kendi yanına çekerek daha sonra Osmanlı Devleti içerisindeki Kürtleri harekete geçirmeyi amaçlamıştır (Lazarev, Mihoyan, Gasratyan, & Jigalina, 2007, s. 107).

Bu çalışmada Bedirhan ve Abdürrezzak Beylerin Osmanlı, Rusya ve İran üçgeni içerisindeki faaliyetleri, ilişkileri, yapmaya çalıştıkları, yapamadıkları, amaçları ele alınarak incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın teorik olarak çerçevesi çizildikten sonra konu ile ilgili birincil ve ikincil kaynaklara ulaşılmış, tetkik edilmiştir. Ancak bilhassa ikincil kaynak olarak ele alınan eserlerin yanlı olarak ele alınması araştırmanın yapılmasını zorlaştırmıştır.

### **Bedirhan Bey'in Hayatı, Yükselişi ve Rusya ile İlişkileri**

19. yüzyılın başlarında doğan Bedirhan Bey'in soyu Botan bölgesinde bulunan Azizan aşiretine dayanmaktadır. Şerefhan Bitlisi tarafından Botan bölgesini yönetenlerin soylarının İslam dinin en önemli komutanlarından biri olan Halid bin Velid'e kadar uzandığı iddia edilmektedir. Bununla birlikte aşiretin İslam dinine geçmeden önce Yezidilik anlayışını benimsediği bilgisi de yine Şerefname'de yer almaktadır (Bitlisi, 2015, s. 161). Kürt aşiretler arasında Azizan aşiretinin soyunun Halid bin Velid'e kadar uzandığına dair olan inanç aşiretin saygınlığını arttıran unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bedirhan Bey, çok erken yaşlarda, gençliğine ilk adımlarını atarken Botan bölgesindeki tanınırlığı artmaya başlamış, kısa süre içerisinde bölgenin önemli isimlerinden biri haline gelmiştir (McDowall, 2004, s. 45; Özoğlu, 2004, s. 70). Ancak Bedirhan Bey, tanınırlığı aşiretler arasında artmasına rağmen babası Abdullah Han'ın vefatından sonra mirlik makamına hemen geçememiştir. Abdullah Han'ın vefatının ardından kardeşinin oğlu Seyfeddin Bey mirlik makamına geçmiştir. Seyfeddin Bey mirlik makamında çok uzun bir süre kalamamıştır. Güçlü bir yönetim sergileyemediği için aşiretler arasında eleştirilere maruz kalmış ve mirlik görevinden ayrılmıştır. Seyfeddin Bey'den sonra Bedirhan Bey'in küçük kardeşi Salih Bey, Cizre Emiri olmuştur. Fakat kendisi bu görevi yürütmekten ziyade dini işler ile meşgul olmuş, Nakşi tarikatına katılmıştır. Bahsi geçen nedenlerden dolayı Salih Bey, emirliği yürütemeyeceğini düşünerek kısa süre içerisinde görevi Bedirhan Bey'e bırakmıştır (Kardam, 2017, s. 79-80; Lütfi, 2007, s. 73).

Bedirhan Bey, 1821 yılı dolaylarında *mir* olmuştur. O sıralarda aşiretler arasında parçalı bir yapı bulunmaktadır. Aşiretlerin parçalı yapıda bulunmasına dair birçok sebep söylenebilir. Ancak konumuzu ilgilendiren önemli sebep Miran aşireti Reisi İbrahim Ağa'nın, Bedirhan Bey gibi bölgedeki önemli isimlerden bir tanesi olmasıdır. Bölgede birden fazla güçlü ismin bulunması Kürt aşiretler arasında bölünmelerin en önemli nedenlerinden biridir. Aşiretleri kendi etrafında toplamaya başlayan Bedirhan Bey, parçalı yapıyı bir bütün haline getirme gayreti içerisine girmiştir. Fakat en büyük sorunlardan biri olan İbrahim Ağa'nın, ortadan kaldırılmadan hedefe ulaşılması çok da mümkün görülmemektedir. Nihayetinde iki güç arasındaki çekişme, İbrahim Ağa'nın Bedirhan Bey tarafından öldürülmesi ile son bulmuştur. İbrahim Ağa'nın öldürülmesi

aşiretler arasında bir takım karışıklığa sebep olsa da Bedirhan Bey karışıklıkların üstesinden gelebilmiştir. Neticede büyük oranda aşiretleri bir araya getirerek, aşiretler üzerinde üstünlük kurmayı ve aşiretleri kendine bağlamayı başarmıştır. Artık kendini güçlü hissetmeye başlayan Bedirhan Bey, 1828-1829 Osmanlı-Rus Savaşı esnasında Osmanlı Devleti'nin aşiretlerden asker isteğini reddetmiştir (Bruinessen, Ağa, Şeyh, Devlet, 2013, s. 273-274). Bunun birkaç sebebi olabilir: Birincisi yukarıda bahsettiğimiz gibi, Kürtler üzerindeki hakimiyetini günden güne arttıran Bedirhan Bey'in Osmanlı Devleti'ne karşı gücünü göstermeye çalışmasıdır (Strohmeier & Yalcın-Heckmann, 2014, s. 49). İkincisi Rusya'nın İran ile 1812-1813 yılları arasında gerçekleşen savaşın ardından imzalanan Gülistan Antlaşması ile Kürtlerin yoğun olarak yaşamamakta olduğu topraklarda; Bakü, Gence, Şirvan, Guba, Karabağ, Şeki ve Talış'ta, hakimiyet sağlamasıdır. Üçüncüsü 1826-1828 Rusya-İran Savaşı'ndan galip olarak ayrılan Rusya'nın, İran Ermenistan'ı üzerinde hakimiyet sağlayarak Kürtlerin yoğun olarak yaşamış olduğu başka bir noktayı daha ele geçirmesidir (Lazarev, Mıhoyan, Gasratyan, & Jigalina, 2007, s. 107).

Osmanlı Devleti'nin otoritesi zayıflarken Bedirhan Bey'in bu boşluğu Rusya'nın dolduracağını düşünüyor olması, izlenen yol haritası açısından önemli olmuştur. Zaman içerisinde Rusya'nın giderek artan bölgedeki varlığı ve etkisi aşiretler üzerinde de görülmeye başlamıştır. Osmanlı Devleti ile Rusya'nın içinde bulunduğu şartlar göz önüne alındığında, olası bir Osmanlı-Rus Savaşı'nın Rusya tarafından kazanılacağı Kürtlerce düşünülmüştür. Nitekim de 1828-1829 savaşının neticesi bu şekilde olmuştur.

Öte yandan Rusya da Osmanlı Devleti ile girişmiş olduğu savaş sırasında Kürtlerin önemli bir rol oynayacağını fark etmiştir. Rusya'ya göre Kürtler, kendi yanlarında yer almalıdır. Aksi bir durumda ise Osmanlı Devleti'nin yanında yer almaları engellenmelidir. Rusya bu politikasını geliştirirken Kürtlerin Osmanlı Devleti'ne aidiyet duygusunun sadece dini yönden olduğunu düşünerek Kürtlerin maddi çıkarlar neticesinde kendi yanlarında yer alacaklarını zannetmiştir. Fakat diğer taraftan Rusların İran üzerinde kurmuş olduğu üstünlük, Kürtler üzerinde psikolojik olarak askeri gücünü hissettirirken, Kürt aşiretlere yönelik olarak yürütmüş olduğu faaliyetler ile de varlığını hissettirmiştir. Rus politikalarının da etkisiyle Osmanlı Devleti 1828-1829 savaşında Kürtlerden almak istediği asker hedefine ulaşamamıştır. Osmanlı Devleti için olumsuz bir durum olan bu neticenin gerçekleşmesinde Bedirhan Bey'in mevcut şartlara göre izlemiş olduğu stratejinin de payı vardır.

Bunların dışında Osmanlı Devleti'nin, asker talebini reddetmesine karşılık Bedirhan Bey'e yönelik herhangi bir yaptırım uyguladığına dair kaynaklarda bilgiye rastlayamadık. Bunun nedeni olarak Osmanlı

Devleti'nin o tarihlerde Rusya gibi büyük bir devletle harp ediyor olması ve savaşın hinterlandının bahsi geçen coğrafya olması gösterilebilir. Yani Bedirhan Bey'in tavrı mevcut şartlar neticesinde perde gerisinde kalmıştır.

### **Abdürrezzak Bey'in Hayatı ve Yükselişi**

Her ne kadar Bedirhan Bey mirliğinin ilk yıllarında Osmanlı Devleti ile sıcak ilişkiler kurmayı tercih etmişse de aşiretler üzerindeki otoritesi ve sonraki dönemlerde Osmanlı Devleti ile kurmuş olduğu ilişkiler nedeniyle, Cizre-Botan Bey'i unvanıyla, adından sıklıkla bahsettirmiştir. Ailenin sonraki üyelerinin kendisinden etkilenmesine ve *Bedirhaniler* olarak anılmasına sebep olmuştur. Ailenin bu şekilde öne çıkması nedeniyle Bedirhan Bey'in soyundan gelen bazı isimler de Kürtler açısından önemli yere sahip olmuşlardır. Bunlardan bir tanesi Bedirhan Bey'in torunu olan Abdürrezzak Bey'dir. Abdürrezzak Bey'in sicil kaydından edindiğimiz bilgilere göre kısa hayat hikayesi şu şekildedir:

Abdürrezzak Bey, Bedirhan Paşazadelerden ve Rumeli Beylerbeyi payelilerinden Tekfurdağ<sup>1</sup> Mutasarrıfı Necip Paşa'nın oğludur. H. 1281 senesinde İstanbul'da dünyaya gelmiştir. İlk eğitimini sıbyan ve rüştiye mekteplerinde görmüştür. Daha sonra özel olarak Arapça, Farsça ve Fransızca dersler almıştır. Dersler neticesinde öğrenmiş olduğu yabancı dilleri konuşup yazabilecek kadar ilerletmiştir. H. 1296 senesinde on beş yaşında iken mülazemetle<sup>2</sup> temyiz mahkemesi baş savcılığına ve ardından yüz kuruş maaşla Aydın Sancağı Tahrirat Kalemi'ne devam etmiştir<sup>3</sup>. 4 Muharrem 1303 (13 Ekim 1885) tarihinde bin kuruş maaşla Hariciye Nezareti Tercüme Odası'na, 3 Rebülevvel 1307 (28 Ekim 1889) tarihinde 1900 kuruş maaşla Petersburg Sefareti Üçüncü Kitabete'ne tayin edilmiştir. Bir müddet sonra İstanbul'a gelerek almış olduğu maaşın yetersiz olduğunu bildirip daha üst bir memurluğa atanmayı talep ederek 23 Cemâziyelevvel 1308 (4 Ocak 1891) tarihinde bulunduğu görevden ayrılmıştır. 17 Şevval 1308 (26 Mayıs 1891) tarihinde Tahran Sefareti üçüncü kitabetine iki bin kuruş maaş ile atanmıştır. 7 Şaban 1312 (3 Şubat 1895) tarihinde dört bin kuruş maaşla teşrifat-ı hariciye<sup>4</sup> muavinliğine tayin edilmiştir. Bunların

1 Bugünkü Tekirdağ ilidir. İlin Osmanlı Devleti'nin resmi kayıtlarında rastlanan ilk ismi ise Tekfurdağı'dır. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Hacer Ateş, “*Tekirdağ*”, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, Diyanet Vakfı Yayınları, C. 40, İstanbul 2011, s. 359-362.

2 Maaşsız acemilik hizmet, staj veya Osmanlı kamu personelinin iki görev arasında beklendikleri süre. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Mehmet Aykanat, “*Klasik Dönemde Osmanlı Devleti'nde Hâkim Adaylığı: Mülâzemet*”, TAAD, S. 34, Nisan 2018, s. 165-188.

3 Aydın Sancağı'ndaki görevi kesin değildir. Çünkü Abdürrezzak Bey'in sicil kaydında Aydın Sancağı'ndaki görevi ile ilgili bilgiye yer verilmişken belgeye eklenen bir notta ise Aydın Sancağı Tahrirat Kalemi'nde istihdamına dair kayıt bulunmadığı bildirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Başbakanlık Osmanlı Arşivi Dâhiliye Nezareti Sicill-i Ahval İdaresi Defterleri, BOA. DH. SAİD, 22-455.

4 “İlk olarak Sultan Abdülmecid tarafından teşrifat usullerinin bir kurallar dizisine bağlanması için dış ilişkilerde teşrifatı düzenleyen kurum.” Ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.millisaraylar.gov.tr/blog/sarayda-protokol-esaslari>

dışında Abdürrezzak Bey'e, Rütbe-i salise<sup>5</sup> ve Rütbe-i râbia<sup>6</sup> ve Belçika hükümeti tarafından Leopold nişanı verilmiştir (BOA, DH. SAİD., 22-455). Buradan anlaşıldığı üzere Abdürrezzak Bey, Osmanlı Devleti'nin içinde bulunduğu durum ve dönemin şartlarına göre oldukça iyi bir eğitim almış ve önemli görevlerde bulunmuştur. Özellikle Petersburg ve Tahran sefaretlerinde almış olduğu görevler ilerleyen kısımlarda bahsedeceğimiz Abdürrezzak Bey'in fikir, düşünce ve projelerine etki etmiştir. Rus ve İran coğrafyasını daha yakından tanınmasına vesile olmuş, önemli ilişkiler kurmasında etken olmuştur. Abdürrezzak Bey, ilk etapta kariyeri ile adından söz ettirerek Osmanlı Devleti içerisinde önemli yerlere gelirken, Bedirhan Bey'in Osmanlı Devleti ile olan ilişkilerinde bölgenin girift yapısı ön plana çıkmıştır.

### **Bedirhan Bey'in Kürt Aşiretler Üzerindeki Hakimiyet Mücadelesi**

Abdürrezzak Bey gibi iyi bir eğitim almasa da Bedirhan Bey, kendi kişilik özellikleri ve bölgedeki önemli isimler ve aşiretler üzerinde izlemiş olduğu siyaset nedeni ile Botan bölgesinde önemli ve etkili bir isim haline gelmiştir. Var olan otoritesini güçlendirmek için aşiretler ile mücadele etmiş, aşiretler arasındaki dağınıklığı ortadan kaldırarak tek bir merkezden yönetmeyi amaçlamıştır (Bruinessen, Ağa, Şeyh, Devlet, 2013, s. 273-274; Hakan, 2002, s. 53). Bu amacı gerçekleştirebilmek için aşiretlerin gelir seviyelerini yükseltmeye, aşiretlerden düzenli bir şekilde vergi almaya, modern askeri birlikler kurmaya çalışmıştır. Askeri birlikler içerisinde Kürtlere ve Ermenilere yer vermiştir. Kürt aşiretlerin Ermenilerle akrabalık kurmasına müsaade etmiştir. İhtiyaç duyduğu silah ve baruta sahip olabilmek için fabrikalar kurmuştur. Yapmış olduğu çalışmalar ve izlemiş olduğu siyaset Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'nın kilere benzerlik gösterdiği için bazı araştırmacılar tarafından Bedirhan Bey'in Mehmet Ali Paşa'dan etkilendiği şeklinde yorumlanmıştır (Doğan, 2010, s. 35-36; Kardam, 2017, s. 68).

5 "Rütbe-i salise, saniye'den küçük, rabia'dan büyük olan bir mülkiye rütbesi idi. Askeri rütbelerdeki karşılığı binbaşılık idi. Bu rütbenin verildiği memuriyetler: Ser etibba-i şehriyâri, Tophane Müdürlüğü, Asakir-i Muntazama Kitabeti, Dahiliye ve Hariciye Kitabeti, Evamir-i Maliye Kitabeti, Deavi Muavinliği, Haremeyn Tercümanlığı, Cizye ve Zecriye Muhassıllıkları, Ebniyye-i Hassa Müdürlüğü, Feshane Müdürlüğü"dür. Salise rütbesine sahip olanlar tıpkı râbia rütbesinde olduğu gibi ricalden sayılmadıkları için, teşrifata dâhil değillerdi." Ayrıntılı bilgi için bakınız: Ahmet Gündüz, "Sicill-i Ahval Defterlerine Göre Kayserili Müslim ve Gayrimüslim Memurların Aldıkları Madalya, Rütbe ve Nişanlar", *History Studies*, C.3, 2011, s. 133. (123-145)

6 Mülki rütbelerden bir tanesidir. Dördüncü rütbe anlamındadır. Bu rütbe, salise rütbesinden küçük, hâmise rütbesinden büyüktür. Askeri rütbelerden ise yüzbaşılığa denktir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Mehmet Zeki Pakalın, *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, C. III, MEB Yayınları, İstanbul 1993, s. 1.

Bedirhan Bey, ulaşmak istediği hedeflerin bir kısmını gerçekleştirip aşiretler arasında seçkin bir konuma gelmeyi başarmış, otorite sağlamış olsa da, Osmanlı Devleti'ne başkaldırısı başarısız olduktan sonra vermiş olduğu ifadesinde akrabalarının ve bazı aşiret reislerinin kendisini çekemediğini ifade etmiştir (BOA, A.MKT.MHM., 2-87). Bedirhan Bey bu ifadesi ile belki de aşiretler arasında istediği konuma ulaşamadığını, otorite sağlayamadığını anlatmaya çalışmıştır.

Her ne olursa olsun Kürt aşiretleri bir araya getirmek, üzerlerinde otorite sağlayarak tek bir merkezden yönetmek oldukça zordur. Bu durumun nedeni olarak aşiretlerin birbirinden farklı dilleri konuşuyor, farklı dinlere inanıyor, çoğu zaman birbirlerini anlamıyor olmaları, aşiretlerin birbirleri üzerinde hakimiyet kurmaya çalışmaları, coğrafi şartlar ve konum itibarıyla dağınık yaşıyor olmaları ilk akla gelen nedenler olarak ifade edilebilir. Bunların dışında bazı ikincil kaynaklarda Bedirhan Bey'in oluşturmaya çalıştığı askeri birlikleri modern tarzda, Avrupa örneğindeki gibi teşkil etmek için Avrupa'ya öğrenci gönderdiğinden bahsetmektedir.<sup>7</sup> Bu bilgiyi doğru kabul etmiş olsak da Bedirhan Bey'in kısmen eğitime ve modernleşmeye önem verdiği yorumunu getirebiliriz. Fakat diğer taraftan çocukluğundan itibaren iyi bir eğitim almış, birkaç yabancı dil bilen ve Osmanlı devletinde önemli görevler üstlenmiş olan Abdürrezzak Bey'in gerçekleştirmeye çalıştığı hedefler arasında eğitim ve öğretime yer verdiğini ve bunu yaparken de devletler arası ilişkiler kurmaya çalıştığını görmekteyiz. Bu konuya dair edindiğimiz bilgilerimizi ise şu şekilde aktarabiliriz:

### **Abdürrezzak Bey'in İran'da Mektep Açma Projesi**

Abdürrezzak Bey, Hoy'da<sup>8</sup> bir mektep açmayı planlamıştır. Mektebin açılması için Hoy, şehrinin tercih edilmesinde şehrin coğrafi konumu ve etnik yapısı öne çıkmaktadır. Abdürrezzak Bey, mektebin açılabilmesi için Ruslardan yardım talep etmiştir. Çünkü Rusların bölgeye olan ilgisini ve kendi amaçlarının gerçekleştirilebilmesi için gerekliliğini fark etmiştir. Nihayetinde Rus konsolosunun yardımı ile amacını gerçekleştirerek yatılı bir mektep açmayı başarmıştır (BOA, DH.SYS., 121-5).

Mektebin idaresi Rus vatandaşı olup Fransızca ve Rusça konuşabilen, Tiflis'te terzilik mesleği ile meşgul olan bir Fransız'a, Mösyo Kirrat'a

<sup>7</sup> Bedirhan Bey, Avrupa'ya öğrenci göndererek Avrupa standartların bir ordu kurmak istemekle birlikte savaş ve silah uzmanı da yetiştirmek istemiştir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Malmisanij, Cızira Botanlı Bedirhaniler ve Bedirhani Ailesi Derneğinin Tutanakları, Avesta Yayınları, İstanbul 2000, s. 51., Celile Celil, M. S. Lazarev vd., Yeni ve Yakınçağda Kürt Siyaset Tarihi, Peri Yayınları, İstanbul 1998, s. 16.

<sup>8</sup> Hoy şehri "İran'ın kuzeybatısında, çevresi dağlarla kuşatılmış Hoyi Çukuru denilen bir çöküntü havzasında yer alır." Ayrıntılı bilgi için bakınız: Tahsin Yazıcı, "Hoy", Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, Diyanet Vakfı Yayınları, C. 18, İstanbul 2011, s. 258.



(?) verilmiştir. Böylece Rusya vermiş olduğu desteğin payını almaya başlamıştır. Ancak Rusya, mektebe kaydettilerecek öğrenci hususunda herhangi bir girişimde bulunmazken bu görev Abdürrezzak Bey ve Simko<sup>9</sup> vasıtasıyla yerine getirilmeye çalışılmıştır. Osmanlı Devleti'nin doğu taraflarında ve İran'da bulunan İslam dinine mensup Kürt aşiretlerin çocuklarını zorla, anne ve babalarının rızası olmadan, alarak bu okula kaydettirmek için uğraş vermişlerdir. Öğrencilerin alındığı aşiretler içerisinde ise Abdevi aşireti ön plana çıkmaktadır (BOA, DH.SYS., 121-5).

Abdürrezzak ve Simko her ne kadar mektebe Kürt çocuklarını kaydettirmek için çabalamış, aşiretler üzerinde baskı oluşturmuş olsalar da mektebe kaydettirilen öğrenci sayısı yalnızca yirmi altıdır. Bu öğrencilerden ise sadece biri kız çocuğudur (BOA, DH.SYS., 121-5).

Yatılı olarak açılan mektebin eğitim dili Rusçadır. Eğitim verilen dilin Rusça olması bölgenin geleceğinin şekillenmesi açısından Rusya için oldukça önemlidir. İdaresi de Rusya tarafından kontrol edilen mektebin ihtiyaç duyulan araç ve gereçleri de Rus tacirbaşılığı tarafından karşılanmıştır. Bunların dışında ihtiyaç halinde Simko da doğu bölgelerinden para toplayarak mektebin ihtiyaçlarını gidermeye çalışmıştır (BOA, DH.SYS., 121-5).

Abdürrezzak ve Simko aslında Osmanlı vatandaşlarıdır. Girişmiş oldukları faaliyetin merkezi ise Osmanlı Devleti'nin iç ve dış siyasetinde önemli rol oynayan; Osmanlı, Rus ve İran Devletlerinin kesişim noktasıdır. Bu açıdan bu tür faaliyetler Osmanlı Devleti tarafından hassasiyetle takip edilmiştir. Osmanlı Devleti, Abdürrezzak'ın öncülük ettiği mektebin açılması neticesinde doğu bölgesinde bulunan aşiretlerin çocuklarının Ruslaştırılacağı ve böylece Osmanlı Devletinden uzaklaştırılacağını düşünmüştür (BOA, DH.SYS., 121-5). Osmanlı Devleti'nin bölgedeki merkezileştirme siyasetini de düşünürsek bu durum Osmanlı Devleti için endişe vericidir.

### **Kürt Milliyetçiliği Açısından Bedirhan-Abdürrezzak Beyler**

Bu olgudan hareketle Abdürrezzak Bey'in Kürt çocuklarına Rusça eğitim verilmesini kâbul etmesi bize milliyetçi bir tavır sergilemediğini/sergileyemediğini düşündürmektedir. Rusya açısından bakarsak ise, Abdürrezzak Bey'i himaye ederek uygulamaya çalıştığı stratejiyi

9 Gerçek ismi İsmail Ağa, lakabı Simko'dur. Şikak aşiretinin reisidir. Şikak aşireti İran'da bulunan en büyük Kürt aşiretlerinden bir tanesidir. Aşiret, Salmas, Rumiye, Somay ve Brâdost dağlık bölgesinde varlık göstermiştir. 1860-1870'li yılları arasında ise Hakkâri Sancağı'na tabi aşiretler arasında Şikak aşiretine de rastlanmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Fatih Ünal, "Şikak Aşireti ve Reisi Simko Lakaplı İsmail Ağa'nın Faaliyetleri", Tarih Dergisi, S. 44, 2006, s. 169-198.

gerçekleştirmiş, uzun vadede Rus dilinin Kürt çocuklar üzerinde etkili olmasını beklemiştir. Diğer taraftan kimilerine göre “*Kürt Milliyetçiliğinin*” öncüsü sayılan Bedirhan Bey<sup>10</sup>, ömrünün büyük bölümünde Osmanlı Devleti’nin yanında yer almış ve devlete sadık kalmış ise de bu durum bir süreç içerisinde gerçekleşmiştir.

Son birkaç asırdan beri Kürt aydınların katkısıyla birlikte Kürtler; Hristiyanlardan, Farslardan, Türklerden ve Araplardan farklı bir halk oldukları bilincine varmaya başlamışlardır. Hangi halkların Kürt olup olmadığını, Kürtlerin nerelerde yaşadıklarını, hangi dili konuştuklarını, hangi mezhepten olduklarını bilmektedirler. Ancak Kürt kimliğinin oluşmasındaki asli unsurlar arasında yer alan dil, din ve mezhep birliğinin bir bütün olarak Kürtler arasında tezahür etmediğinin de farkındadırlar (Bruinessen, Kürtlük, Türklük, Alevilik Etnik ve Dinsel Kimlik Mücadeleleri, 2015, s. 9).

Etnik ve dinsel Kürt milliyetçiliği son dönemlerde belli bir noktaya gelmiş gibi görünse de 19. ve 20. yüzyıllarda bu yönde bir uğraşın başladığı ve belli oranda başarı kazandığı söylenebilir. Bu yüzyıllarda Bedirhan Bey gibi Kürtler arasında önemli bir yere sahip kişiler, aşiret ağaları ve yine bölgede önemli bir güce sahip olan dini liderlerle ittifaklar kurarak sınırlı bir alan ve zaman içerisinde bazı isyanlara girişmişlerdir (Bruinessen, Kürtlük, Türklük, Alevilik Etnik ve Dinsel Kimlik Mücadeleleri, 2015, s. 55).

Bedirhan Bey’i Kürt tarihi açısından ayrı bir yere koyup onun ilk defa Kürtler arasındaki feodal mücadeleye ulusal bir amaç kazandırma çabasında olduğunu düşünenler de vardır. Ancak Bedirhan Bey zamanında ve daha sonraki süreçte oluşamayan politik düzeydeki yetersizlik Birinci Dünya Savaşı sırasında Osmanlı Devleti’nin içine düştüğü kaotik ortamdan Kürtlerin yararlanamamasına sebep olmuştur (Başkaya, Doz, s. 61). Bedirhan Bey gibi Kürt feodallerin önderliğinde yürütülen 19. yüzyılın ilk yarısındaki ayaklanmalar incelendiğinde dönemin konjonktürel şartlarını taşımadığı görülür. 1789 yılında Fransa’dan dünyaya yayılan çeşitli fikir akımlarının; demokrasi, özgürlük, insan hakları gibi, Kürtler arasında yayılmadığı anlaşılmaktadır. Bedirhan Bey’in Nesturilere yönelik girişmiş olduğu eylem ve bu eylem neticesinde aynı bölge yaşadıkları binlerce Nesturi’nin katledilmesi, Abdürrezzak Bey ile zaman zaman ismi anılan Simko’nun Nesturi dini lideri, Patrik Mar Şamun’u katletmesi, Nesturilere yönelik uygulanan baskıcı politikalar bu durumun açık örnekleri olarak göstergesidir (Kutlay, 2012, s. 65).

10 Ayrıntılı bilgi için bakınız: Chris Kutschera, *Kürt Ulusal Hareketi*, Avesta Yayınları, İstanbul 2013, s. 23-28.

## Bedirhan Bey'in Osmanlı Devleti ile İlişkileri

Bedirhan Bey, bu politikalarını ve aşiretlere ait birliklerinin tek bir merkezde toplanması amacını gerçekleştirebilmek ve gücünü perçinleyebilmek için modern bir ordu oluşturma gayreti içerisinde olmuştur. Amacını büyük oranda gerçekleştirmeyi başarmıştır. Aşiretlerden aldığı adamlarla oluşturduğu birlikler, kendi aşiret ağalarının sözünden ziyade Bedirhan Bey'in sözünü dinlemeye başlamıştır. Artık Bedirhan Bey'in birlikleri aşiretler üstü bir yapıya kavuşma yolunda ilerlemektedir. Bu birliklere *gulam* ismi verilmiştir. Aşiretler kendilerine güç sağlayan genç erkekleri Bedirhan Bey'in oluşturmaya çalıştığı askeri güce verdikleri için aslında durumdan olumsuz olarak etkilenmiş, kendileri güçsüz kalmaya başlamışlardır. Güçsüzleşen, bağımsız hareket edemeyen aşiretler Bedirhan Bey'e daha fazla yaklaşmak zorunda kalmıştır. Fırsatı değerlendirip gücünü daha da arttırmak isteyen Bedirhan Bey, Hakkâri bölgesinin önemli ismi Nurullah Bey, Mukslu Mahmud Han ve diğer yandan da Muş ve Kars'a kadar uzanan bölgelerdeki küçük reislikler ile anlaşarak ittifak oluşturmuştur (Bruinessen, Ağa, Şeyh, Devlet, 2013, s. 274-275). Oluşan ittifaklar Osmanlı Devleti'nin kendi hakimiyet alanında problemler teşkil edeceği için ittifaklara müdahale edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Aslında Osmanlı Devleti, II. Mahmud Dönemiyle birlikte payitahttan uzak noktalarındaki bozukluğun ortadan kaldırılması ve Kürtlerin kendi başlarına hareket ederek oluşturmaya çalıştığı feodal yapıyı engellemek için harekete geçmiştir. Merkezi otoriteden bağımsız davranmaya çalışan Kürt Reislerine karşı Reşid Paşa görevlendirilmiştir. Sultan II. Mahmud'un emriyle 1834 yılı başlarında yaklaşık kırk bin kişilik bir ordu ile harekete geçen Reşid Paşa, merkezi otoritenin güçlendirilmesi amacıyla Sivas ve Malatya üzerinden iki kol halinde ilerlemeye başlamıştır (Jwaideh, 2007, s. 114; Kahraman, 2013, s. 37). Reşit Paşa bu vesile ile askerî harekâtını gerçekleştirdiği ilk yıllarda bölgeyi yakından tanıma ve inceleme fırsatı bulmuştur. Reşid Paşa, incelemeleri neticesinde yapmış olduğu harekâtın başarıya ulaşabilmesi, feodal yapının kırılabilmesi için bölgedeki merkez noktalara ulaşmak gerektiğini fark etmiştir. Bölgenin merkezi ise Diyarbakır eyaletidir. Ancak Diyarbakır'a ulaşmanın, bölgede çıkarılan fitne ve fesadın önüne geçebilmenin yolu da Cizre'ye hakim olmaktan geçmektedir. Bahsi geçen dönemde (1835) ise Cizre'de hâkim olan güç Revanduz Bey'i Muhammed'dir (BOA, HAT., 447-22311).

Reşid Paşa, gözlemleri neticesinde vermiş olduğu bilgide Cizre bölgesinde yaşayan Kürtlerin fesada çekilmesinde, buralarda yaşayan seyyid, şeyh gibi din kisvesi altında bazı kişilerin etkili olduğundan da bahsetmiştir. Seyyid, şeyh görünümlü kimselere itimat edilmesinde Azizan aşiretinin soyunun Halid b. Velid'e dayandığını düşünüyor olmaları

aşiretin saygınlığını arttıran önemli bir unsur olmuştur (BOA, HAT., 447-17298; akt. Hakan, Osmanlı Arşiv Belgelerinde Kürtler ve Kürt Direnişleri (1817-1867), 2007, s. 79-80). Oysa mirlik kavramının işlevsel olabilmesi için bölgenin hakimi olduğunu iddia eden mirin seyyid, şeyh, molla gibi kimselerin üzerinde de hakimiyet kurması gerekmektedir (Tan, 2015, s. 50). Kürt aşiretler arasında mirlik kavramı XIX. yüzyıla gelinceye kadar bilhassa İran ve Osmanlı coğrafyasında varlığını, sosyal-siyasi yapılarını önemli ölçüde değişikliğe uğratmadan devam ettirmiş olsa da bu dönemle birlikte dini lider olarak nitelendirilen seyyid, şeyh gibi kişiler Kürtler arasında nüfuslarını genişleterek etkinliklerini arttırmaya başlamışlardır (Öcal, 2018, s. 20-21).

Osmanlı Devleti Kürtlerin yaşadığı coğrafyada hakimiyet gücünü arttırmaktan hiçbir zaman vazgeçmemiştir. Başlıbozuk faaliyetlerin artması nediyle Reşid Paşa'dan sonra Ferik Hamdi Paşa (Kürd Mehmed Hamdi Paşa), askeri kuvvetiyle birlikte Cizre tarafına gönderilmiştir. Osmanlı askerinin sergilemiş olduğu güç bölgeye kısa süre içerisinde tesir etmiştir. Başlıbozuklukların önüne geçilirken o dönemde oldukça güçsüz bulunan Bedirhan Bey, Osmanlı askeri gücünün tesiriyle devletin yanında olması gerektiğini düşünmüştür (BOA, İ.MSM., 39-729; akt. Kardam, 2017). Bedirhan Bey, bazı adamlarından üç yüz, beş yüz kadarını Osmanlı askeri birliklerine dahil ederek güven vermiştir. Bedirhan Bey'in bu tavrı neticesinde ise kendisine Cizre ve Botan Mütesellimliği verilmiş ve rütbesi binbaşılıktan miralaylığa yükseltilmiştir (BOA, İ.MSM., 48-1229; BOA, İ.MSM., 48-1228; BOA, İ.MSM., 48-1226).

1838 yılının Mayıs ayında, başlıbozukluklarla mücadele etmek için Mehmed Paşa komutasında askeri operasyonlara devam edilmiştir. Uzun süreden beri usulsüz olarak halktan vergi toplayan ve halka zulmeden Sait Bey'in üzerine asker gönderilmiştir. Bir Kürt kalesi olarak kabul edilen Sait Bey Kalesi'ne artık müttefik olarak Osmanlı Devleti'nin yanında bulunan Bedirhan Bey'in adamları ile girilmiş ve Bedirhan Bey'in adamları büyük yararlılıklar göstermiştir (Moltke, 1960, s. 200-2009). Bedirhan Bey, bu harekât sırasında da Osmanlı Devleti'nin yanında yer alarak kendi açısından önemli bir pozisyonda yer almıştır. Çünkü Bedirhan Bey, süreç içerisinde atmış olduğu doğru adımlarla belli bir güç seviyesine ulaşmış, Osmanlı Devleti'nin de taktirini kazanarak gücünü daha üst seviyelere taşımıştır.

Artık Osmanlı Devleti'ne sadık bir bey olan Bedirhan, Sait Paşa kalesinin zapt edilmesinden sonra süvari birliği ile Nizip Meydan Muharebesi'nde yine Osmanlı Devleti'nin yanında yer almıştır. 1839 yılında Osmanlı Devleti, Mehmet Ali Paşa'nın oğlu İbrahim Paşa'nın komuta ettiği Mısır ordusu ile Nizip'te karşılaştığı savaşı kaybetmiştir. Kürt aşiretleri Nizip'te yaşanan hadiseyi yakından takip etmiştir. Kürt

aşiret reisleri, savaşın neticesini Osmanlı askeri gücünün bundan sonraki süreçte zayıflayacağı şeklinde yorumlamışlardır. Bazı Kürt milliyetçileri ise bu savaşın neticesinde Bedirhan Bey'in bağımsız bir Kürdistan düşüncesi içerisine girdiğini dile getirmişlerse de bu yorumun doğruluğunu kanıtlayacak herhangi bir bilgi bulunmamaktadır (Bruinessen, Ağa, Şeyh, Devlet, 2013, s. 275; Kardam, 2017, s. 77). Diğer taraftan Mehmet Ali Paşa'nın Mısır'da yapmış olduğu ordunun modernizasyon çalışmalarından, toprak reformundan, sanayileşmeden Bedirhan Bey'in etkilendiğini savunanlar vardır (Kardam, 2017). Netice itibariyle Osmanlı Devleti'nin bu savaşta yenilmiş olması Kürtlerin yaşamış olduğu coğrafyadaki otoritesini de olumsuz yönde etkilemiş, Uzun süreden beri oluşturulmaya çalışılan devlet otoritesi yeniden bozulmaya başlamıştır (Minorsky, 1955, s. 1105). Ancak Osmanlı Devleti ile birlikte hareket eden Bedirhan Bey, bölgesindeki otorite boşluğunu kendisi doldurarak hakimiyet gücünü arttırmaya çalışmış, Nesturilerden devlet namına vergi toplamaya başlamıştır (Şimşir, 2010, s. 91).

Bedirhan Bey'in bu süreç içerisinde Osmanlı Devleti'nin yanında yer almasının sebepleri arasında Botan bölgesinin istikrara kavuşturulmaya çalışılması, Bedirhan Bey'in Osmanlı Devleti'nin gücünü arkasına alarak Botan miri olarak kalmak istemesi, henüz Osmanlı Devleti'ne isyan edebilecek güçte olmaması üç temel neden olarak gösterilebilir. Bu durumdan Bedirhan Bey'in Osmanlı Devleti'nin gücünden etkilendiği ve bunu fırsata çevirerek amaçlarını gerçekleştirmek için Osmanlı Devleti ile iş birliği içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Diğer taraftan, her ne kadar bahsi geçen dönemde Osmanlı Devleti'nin merkezi otoritesi zayıflamış olsa bile, Bedirhan Bey'in devletin yanında yer almak istemesi, Osmanlı'nın bölgedeki gücünün ve aynı zamanda aşiretler üzerindeki etkinliğinin göstergesidir. Fakat Bedirhan Bey'in zaman içerisinde Osmanlı Devleti ile ilişkileri bozulmuş ve hatta Bedirhan Bey bağlı bulunduğu devlete başkaldırmıştır. Bedirhan Bey'i Osmanlı Devleti'ne karşı isyana sevk eden temel nedenler şunlardır:

Botan bölgesinin merkezi olan Cizre, geçmiş zamanlardan beri Diyarbakır Paşası'na bağlı olarak yönetilmekteydi. Fakat Cizre, 1243 yılında Diyarbakır'dan alınarak ekonomik ve güvenlik nedenleri ile Musul'a bağlanmıştır (BOA, İ.MMS., 48-1225). Bedirhan Bey bu durumdan duyduğu rahatsızlığı ve Diyarbakır'a bağlanmak istediğini Osmanlı Devleti'ne bildirmiş olsa da istediğini elde edememiştir (BOA, İ.MMS. 48-1225; Tan, 2015, s. 91). Cizre'nin Musul'a bağlanması ve Musul yöneticisi Mehmet Paşa ile Bedirhan Bey arasında bulunan sorunlar iki taraf arasında ihtilafın başlamasına neden olmuştur.

Diğer taraftan Bedirhan Bey, Tanzimat'ın, kendi hakimiyet alanı olan, Erzurum ve Diyarbakır çevrelerinde uygulanmasında da rahatsızlık duymuştur. Oysa Tanzimat birlikte sağlanmak istenen eşitlik, adalet, can ve mal güvenliğiydi. Fakat bu bölgede önceki bölümlerde bahsetmiş olduğumuz nedenlerden dolayı adaletten, eşitlikten bahsetmek pek de mümkün değildi (Gencer, 2010, s. 110).

Öte yandan Tanzimat'la başlayan süreçte bölgede başka olaylar da yaşanmaya başladı. İngiliz ve Amerikalı misyonerler Kürtlerin yaşamış olduğu coğrafyada Nesturilerin varlığından haberdar olmuşlardı. Onlara göre Nesturiler, Kürtlerin hakimiyet alanından kurtulup kendi hakimiyet alanlarını oluşturmak istiyordu. Nesturilerin dini lideri Mar Şamun politik söylemlerde bulunmaya başlayınca ve Tiyari aşireti ödemesi gereken yıllık haracı ödemeyince Bedirhan Bey, Nesturilerin üzerine saldırdı. Neticede büyük bir katliam yaşandı, binlerce Nesturi hayatını kaybetti. Olayların İngiltere ve Fransa'da yankılanması uzun sürmedi. İngiltere ve Fransa da Osmanlı Devleti'nden Bedirhan Bey'e müdahale edilmesini istemekteydi. Osmanlı Devleti Bedirhan Bey'in üzerine güçlü bir ordu göndererek Bedirhan Bey'i 1847 yılında teslim aldı (Bruinessen, Ağa, Şeyh, Devlet, 2013, s. 276-277). Aynı yıl Bedirhan Bey'in ailesi ile birlikte Girit'e sürgüne gönderilmesine karar verildi (BOA, İ.MMS., 51-1297). Yaklaşık olarak on yıl boyunca Girit'te kalan Bedirhan Bey, bu süre zarfında sürekli olarak İstanbul'a gidebilmek için taleplerde bulundu. Bedirhan Bey'in talepleri değerlendirilirken İstanbul'a gelir ise yeniden bir isyan gerçekleştirir mi sorusu her zaman gündemde oldu. Ancak 1857 yılında, böyle bir ihtimalin olmadığına karar verilmiş olacak ki, kendisinin İstanbul'a gelmesine ve orada ikamet etmesine izin verilmiş, hatta taltif edilerek kendisine Mir-i Miranlık<sup>11</sup> rütbesi verilmiştir (Doğan, 2010, s. 203-209) Böylece Osmanlı Devleti'ne isyan etmiş olan Bedirhan Bey, Osmanlı Devleti tarafından affedilmiştir.

### **Abdürrezzak Bey'in Osmanlı Devleti ile İlişkileri**

Abdürrezzak Bey'in Osmanlı Devleti ile ilişkisinin bozulmasında ise ilk en büyük neden Şehremini Rıdvan Paşa'nın öldürülmesi hadisesi olmuştur. Abdürrezzak Bey ile Şehremini Rıdvan Paşa arasındaki husumet Abdürrezzak Bey'in konağının yolunun yaptırılması için belediyeye başvurması ile ortaya çıkmıştır. Belediye bu isteği zamanında yerine getirmeyince Rıdvan Paşa'nın çalışanlarından biri olan Ahmet Ağa rehin alınmıştır. Eğer yol yapılmaz ise Ahmet Ağa'nın serbest bırakılmayacağını Rıdvan Paşa'ya bildirmişlerdir. Rıdvan Paşa ise sorunun çözümü için saraya başvurmuştur. Ancak kısa süre içerisinde saraydan herhangi bir

11 Osmanlı Devleti'nde Beylerbeyi anlamında kullanırdı. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Mehmet İpşirli, "Beylerbeyi", Diyanet İslam Ansiklopedisi, C. 6, İstanbul 1992, s. 69-74.

haber gelmeyince Rıdvan Paşa belediyede vazifeli birkaç kişiyi Ahmet Ağa'nın kurtarılması için görevlendirmiştir. Fakat iki taraf arasında büyük bir çatışma yaşanmıştır. Çatışma esnasında Abdürrezzak Bey'in kardeşi Bedirhan yaralanmış, Ahmet Ağa ise kurtarılmıştır. Olay daha sonra adli mercilerce incelenmeye alınsa da taraflar arasındaki gerginlik azalmadığı gibi artarak devam etmiştir (Ayna, 2018, s. 140-141). Neticede İstanbul'da Şehremini Rıdvan Paşa silahlı kişiler tarafından katledilmiştir. Olayla ilgili olarak Bedirhan oğullarından Abdürrezzak Bey, Ali Şamil, Bedirhan, Said, Midhat, Hasan, Abdurrahman, Halil ve Abdürrezzak Bey'in eniştesi Cemil yargılanmaya başlamışlardır. Yargılanmalarının nihayetinde açık bir şekilde cinayete azmettirdikleri, Kürt asıllı kimselerin ihtiyaçlarını gidererek silahlandırdıkları, Kartal Belediye reisi Ahmed Efendi'nin evini taşlattırdıkları, zabıta çavuşunu darp edip yaralanmasına sebep oldukları tespit edilerek Abdürrezzak Bey ve Bedirhan'ın, Ceza Kanunnamesi'nin 56. ve 57. maddelerine göre; Cemil'in ise 58. madde ekinin 1. fıkrasına istinaden idamlarına; Said, Mithat ve Halil'in 58. maddenin ilk fıkrası gereğince müebbet hapsine; 58. maddenin 2. Fıkrasına göre Abdurrahman'ın 15, Hasan'ın 10 sene müddetle kalebend cezasına çarptırılmasına dair karar, Trablusgarp vilayeti istinaf mahkemesi ceza dairesinden verilen ilamın tasdikiyle anlaşılmaktadır (BOA, Y.A.RES., 137-29). Ancak idam cezası uygulanmayarak Abdürrezzak Bey, Trablusgarp'ta hapse mahkum edilmiştir. Cezasını çektiği esnada ise firar etmiştir. Firar ettikten sonra Ali takma adıyla Londra'da bir adreste babası Necip Bey ile mektuplaşsa da bu adresin yetkilileri yanılmak amacıyla kullanıldığı tespit edilmiştir (BOA, Y.MTV., 110-44).

Rusya'ya iltica ettikten sonra İran'da olduğu tespit edilen Abdürrezzak Bey'in Osmanlı Devleti'ne teslim edilmesi için İran Devleti nezdinde girişimlerde bulunulmuş ancak sonuç alınamamıştır (BOA, İ.HUS., 30-102; BOA, Y.EE., 160-47). Osmanlı, Rus, Fars diplomatlar arasında Tahran'a yapılan görüşmelerde Osmanlı devlet yetkilileri Osmanlıya dönüşünü, eğer bu sağlanamaz ise Tahran'a ikamet etmesini istemiştir. Rus diplomatlar ise İran'ı ikna etmeye uğraşarak Tebriz'de yaşamasını sağlamaya çalışmıştır. Görüşmelerden netice alınamayacağını anlayan Abdürrezzak Bey, Tiflis'e gitmenin yollarını aramaya başlamıştır. Bu esnada ise Barzan Şeyh'i ile irtibat kurarak birlikte hareket etme düşüncesi içerisine girmiştir. Çünkü Barzan Şeyh'i de Osmanlı Devleti'ne karşı faaliyetler yürütmek istemektedir. Fakat Abdürrezzak Bey, Rusya'nın Barzan Şeyhi'ni koruyacağından endişe duymuştur. Hatta böyle bir durum gerçekleşir ise Rusya'nın Osmanlı Devleti'nden korktuğu yorumunu getirmiştir (Celil, 2000, s. 41).

Abdürrezzak Bey, bu süreç içerisinde Kürtlerin bağımsızlığını kazanabileceğini düşünmüş, bunu da elde edebilmesi için arkasında güçlü



bir dayanağın olması gerektiğine inanmıştır. O'na göre bu güçlü dayanak ise Rusya'nın nüfus alanında bulunan İran coğrafyasında Kürtlerin yoğun olarak yaşadıkları bölgelerdir. Eğer buradaki Kürtler üzerinde hakimiyet sağlanabilirse daha sonra da Rusya'nın askeri ve diplomatik desteği alınarak Osmanlı Devleti içerisinde yaşayan Kürtler harekete geçirilebilirdi. Böylece Rusya'nın garantörlüğünde özerk bir Kürdistan sağlanabilirdi (Kardam, 2017, s. 48). Bu düşünceden hareketle Rusya'nın desteği ile İran ve Osmanlı sınır bölgesindeki Kürt aşiretleri ile irtibat kuran Abdürrezzak Bey, yine Rusya'nın yardımları ile onları kendi yanına çekmeye çalışmıştır. Tiflis'te bulunduğu dönemde de Rus askeri yetkilileri ile irtibat halinde olarak Ermenilerle iş birliği yapmaya çalışmıştır (BOA, BEO.,3881-291045; BOA, Y.A.HUS., 316-115). Fakat bir tezat olarak Abdürrezzak Bey'in, otobiyografyasında Birinci Dünya Savaşı esnasında Ruslarla işbirliği yapan Ermenilerin birçok Kürt'ü katlettiğinden de bahsedilmiştir (Celil, 2000, s. 52). Tifliste Ermenilere yönelik faaliyetlerine dair bazı haberler Yunan basınında dahi yer bulmuştur. Abdürrezzak Bey, Tiflis'ten sonra Almanya veya Avusturya'ya gitmek için çaba sarf etmiştir (BOA, BEO.,3881-291045; BOA, Y.A.HUS., 316-115). Bu tarihlerde Avrupa'ya gittiğine dair herhangi bir bilgiye ulaşamadık.

Abdürrezzak Bey, yine Rusya'nın desteğini alarak İran'a geçmiştir. İran'daki faaliyetlerini Rûmiye ve Salmas'ta yoğunlaştırmaya çalışmıştır. İran ve Osmanlı Devleti hududunda bulunan Şikak aşireti ile temas kurarak onların kendi faaliyetlerine katkı sağlamasını istemiştir. Bu yönde yapılan çalışmalar Şikak aşireti üzerinde etki etmiştir. Osmanlı Devleti'nin yetkilileri Şikak aşireti üzerinde yapmış oldukları incelemede aşiretin bu yönde ciddi bir meyil içerisinde olduklarını bildirmiştir. Botan bölgesinde ise Bedirhan ailesine mensup Mithat ve Bedri Beyler, Cizre bölgesinde yaklaşık olarak üç yüz kişiyi etraflarında toplamayı başarmıştır (BOA, DH.SYS.,24-2). Mithat ve Bedri Bey'i bu dönemde Cizre'de sıklıkla görmekteyiz. Sebeplerinden biri kuşkusuz Abdürrezzak Bey'in fikirlerinin yayarak hayata geçmesine yardımcı olabilmektir.

Diğer taraftan Abdürrezzak Bey'in Petersburg'da yapmış olduğu görüşmelerde Kürtlerin isyana kalkışmaları halinde Çar'ın kendisini himaye edeceği, Rus silah fabrikalarından düşük fiyatlarla elli bin tüfenk ve elli top verileceği, silahların dağıtım merkezlerinin Makü ve Kotur olacağı, silahların Simko tarafından teslim alındıktan sonra ittifaka dahil olan Kürt aşiret reislerine dağıtılacağı, silahlar dağıtılırken parasının alınmayacağı ancak borç olarak yazılacağı ve bu esnada Abdürrezzak Bey'in maddi olarak da destekleneceği ve kendisinin *Kürdistan Bey'i* olacağı söylenmiştir (BOA, DH.SYS.,24-2). Rusya'nın vermiş olduğu bu destekten yaklaşık üç yıl sonra Abdürrezzak Bey, Birinci Dünya Savaşı yıllarında (Kasım 1914) Rusya'ya yardım maksadıyla üç yüz kadar adamı



ile birlikte Makü tarafından sınırlarımıza saldırmış, saldırısı Osmanlı Devleti'nin askerleri tarafından engellenmiştir (BOA, HR.SYS., 2108-6). Birinci Dünya Savaşı neticesinde Osmanlı Devleti, mağlup olanlar tarafında yer almış ve yıkılmıştır. Savaş esnasında Osmanlı Devleti'nin karşısında yer alan Batılı devletler, Kürtlere bağımsız bir devlet kurma sözü vermişlerdir. Ancak savaş sona erdiğinde verdikleri sözde durmamış, Kürtlerin yaşamış oldukları yerleri yeniden paylaşmışlardır. Bu paylaşım göre Kürtlerin yaşamış oldukları coğrafyanın sınırları Türkiye, Suriye ve Irak arasında kaldı. Hatta sınırların aşiret arazilerinin ortasından geçiyor olması, Batılıların Kürtlerin varlığını dikkate almadıklarını ifade etmektedir. Örneğin Bedirhan ve Abdürrezzak Beylerin yurtları olan Botan bölgesinin göçerlerine ait yazlık topraklar Türkiye sınırları içerisinde; kışlık topraklar ise Suriye ve Irak sınırları içerisinde kalmıştır. (Bruinessen, Ağa, Şeyh, Devlet, 2013, s. 293) Yukarıdaki bilgiler incelendiğinde görülmektedir ki Rusya'nın Abdürrezzak Bey'e vermiş olduğu destek karşılıksız ve sınırsız değildir.

### **Bedirhanî Mithat, Bedri ve Hasan Beylerin Abdürrezzak Bey ile İlişkileri**

Bedirhan ailesinden Mithat ve Bedri Beyler, Abdürrezzak Bey'e destek olabilmek için Cizre'de faaliyet yürütürken Konya'da ikamet etmekte olan ve yine Bedirhan ailesinden olan Tahir, Rusya'ya iltica eden Abdürrezzak Bey'in din ve devlete ihanet ettiğini bu durumun Kürtleri ve aynı zamanda kendi ailelerini de rahatsız ettiğini, kendilerinin din ve devletlerine bağlı olduklarını bildirmiştir (BOA, DH.EUM., 2.Şb.,3-6) Diyarbakır'da ikamet eden yine Bedirhan ailesine mensup Hasan Bey, Abdürrezzak Bey'i vatan haini olarak itham etmiş ve ailelerine sürdüğü lekeyi temizlemek için gönüllüleriyle birlikte istenilen yerde cepheye gitmeye hazır olduğunu ifade etmiştir. Ancak Osmanlı Devleti kendilerine güvenmediği için teklifi reddetmiştir (BOA, DH.EUM., 2.Şb.,7-89).

Hasan Bey, Diyarbakır'dan Musul'a giden Almanya konsolosu ile bir mülakat gerçekleştirmiştir. Mülakatın en mühim tarafını Abdürrezzak Bey ve faaliyetleri oluşturmuştur. Konsolos Abdürrezzak Bey'in Kürtler arasındaki yerini ve taraftar toplamak için Cizre'ye geldiğinde Hasan Bey'in nasıl davranacağını sormuştur. Hasan Bey ise cevabında Abdürrezzak Bey'in niyetinin halis olmayıp bozuk olduğunu ancak Bedirhan ailesine mensup olması nedeniyle sevenlerinin olduğunu, Rusya'nın desteği ile mutlaka buralarda tahribatta bulunacağını belirtmiştir. Kendisinin ise Bedirhan ailesi içerisinde daha fazla sevildiğini söyleyerek Abdürrezzak Bey'in Cizre'ye geldiğinde kendisinin kaymakamdan bile daha önce hareket edeceğini, O'nu engelleyeceğini ifade etmiştir (BOA, DH.SYS., 23-14). Abdürrezzak Bey'e Bedirhan ailesi üyelerinin vermiş olduğu

bu tepki gösteriyor ki ailenin tamamı Abdürrezzak Bey'in faaliyetlerine katılmamaktadır.

Ömrünün son yıllarına doğru, Birinci Dünya Savaşı'na Osmanlı Devleti'nin Almanya'nın yanında girdiği yıllarda, Abdürrezzak Bey, Muradiye, Doğubayezit, Makü çevrelerinde yanındaki Kürt adamları ile birlikte Rusya lehine savaşa dahil olmuştur. Ruslara yardım ederken aynı zaman da Ermenilerle de iş birliği içerisinde olmuş, onların Rusya'ya göç etmeleri için çaba sarf etmiştir. 1915 yılında yine Rusya'nın desteği ile Botan'a gidip halkı isyana teşvik etmeyi, sonra Musul ve Mardin üzerinden Bitlis'e oradan da Dersim'e gitmeyi hedeflemiştir. Buradaki amacı ise Rusya'nın desteğini alarak Osmanlı askeri birliklerini arkadan çevirip Botan'a etkin bir güç olmayı amaçlamasıdır. Fakat Rusya bu plana destek olmayıp Van'ı terk etmeye başlayınca 1915 yılında tekrar Tiflis'e dönmüş ve 1918 yılında hayatını kaybetmiştir (Kardam, 2017, s. 49) .

## SONUÇ

Osmanlı Devleti'nde Kürtlerin yoğun olarak yaşadıkları yerlerde, XIX. ve XX. yüzyıllarda yaşanan gelişmeleri incelediğimiz bu çalışmada varmış olduğumuz en temel sonuç Osmanlı Devleti'nin zayıflaması ile birlikte merkezden uzak noktalardaki yerlerde otoritesinin de zayıflıyor olmasıdır. Bu durumu fırsata çevirmek isteyen Kürt aşiretlerinin önde gelen isimleri kendi otoritelerini tesis etmeye çalışmışlardır.

Bedirhan Bey, erken yaşlarda Botan bölgesinde hakimiyet kurmaya başlamış, rakiplerini ortadan kaldırdıktan sonra Kürt aşiretlerini kendi yanına çekmiştir. Aşiretlerin genç erkeklerini kendi yanına çekerken diğer taraftan aşiretlerin kendi içlerinde güçsüzleşmesini sağlamıştır. Bedirhan Bey güçlendikçe kendisi ile işbirliği içerisinde olmak isteyenlerin sayısı da artmıştır.

Bedirhan Bey, çoğu zaman Osmanlı Devleti'nin yanında yer alıp Osmanlı Devleti ile birlikte hareket etmiştir. İngiliz ve Amerikan misyonerlerin farklı bir dini ve etnik kimlik olduklarını hatırlattığı Nesturilere yönelik daha fazla güç elde etmek için uyguladığı katliam Bedirhan Bey'in Osmanlı Devleti ile arasının açılmasına sebep olmuştur. Bu olaydan sonra devreye giren Batılı devletler de Bedirhan Bey'in ortadan kaldırılması için Osmanlı Devleti üzerinde baskı kurmaya başlamışlardır.

Abdürrezzak Bey ise almış olduğu eğitim sayesinde önemli mevkilere gelmiş, yurt dışında görevler ifa etmiştir. Bu görevleri ve bildiği yabancı diller sayesinde özellikle Rusya ve İran'la bağlantı kurmanın yollarını aramıştır. Rıdvan Paşa'nın öldürülmesi olayında suçlu bulunmuş, önce idama mahkum edilmiş, bu cezası hapse çevrilerek Trablusgarb'a gönderilmiştir. Bir müddet sonra ise affedilmiştir.

Kendisi Osmanlı, Rusya, İran coğrafyasın faaliyetler yürütmeye çalışmıştır. Bu faaliyetlerini gerçekleştirirken de Rusya'dan para, silah vs. yardımları almıştır. Hoy kentinde bir mektep açarak Kürt aşiretlerine mensup çocuklara Rusça eğitim vermek gayreti içerisinde olmuştur. Rusya'nın garantörlüğünde özerk bir Kürdistan kurmak için çaba sarf etmiştir.

Osmanlı Devleti her ne kadar zor zamanlardan geçiyor olsa da Bedirhan ve Abdürrezzak Beylerin faaliyetleri ile yakından ilgilenmiş onların gerçekleştirmek istedikleri emellerinin önüne geçmiştir.

## KAYNAKÇA

BOA, A.MKT.MHM., 2-87.

BOA, BEO.,3881-291045.

BOA, DH.EUM., 2.Şb.,3-6.

BOA, DH.EUM., 2.Şb.,7-89.

BOA, DH.SYS., 121-5.

BOA, DH.SYS., 23-14.

BOA, DH.SYS.,24-2.

BOA, HAT., 447-17298.

BOA, HAT., 447-22311.

BOA, HR.SYS., 2108-6.

BOA, İ.HUS., 30-102.

BOA, İ.MMS., 48-1225.

BOA, İ.MMS., 51-1297.

BOA, İ.MSM., 39-729.

BOA, İ.MSM., 48-1226.

BOA, İ.MSM., 48-1229.

BOA, Y.A.HUS., 316-115.

BOA, Y.A.RES., 137-29.

BOA, Y.EE., 160-47.

BOA, Y.MTV., 110-44.

Ateş, H. (2011) “*Tekirdağ*”, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, Diyanet Vakfı Yayınları, C. 40, 359-362.

Aykanat, M. (2018) “*Klasik Dönemde Osmanlı Devleti’nde Hâkim Adaylığı: Mülâzemet*, TAAD, S. 34, 165-188.

Ayna, B. (2018). “*Rusların Kürt Aşiretleriyle İlişkilerinde Abdürrezzak Bedirhan’ın Faaliyetleri (1906-1915)*”. *Sobider*(20), 137-153.

Başkaya, F. (Doz). *Paradigmanın İflası*. İstanbul: 1991.

Bitlisi, Ş. (2015). *Şerefname* (Cilt I). (A. Yegin, Çev.) İstanbul: Nûbihar.

- Bruinessen, M. v. (2013). *Ağa, Şeyh, Devlet*. İstanbul: İletişim.
- Bruinessen, M. v. (2015). *Kürtlük, Türklük, Alevilik Etnik ve Dinsel Kimlik Mücadeleleri*. İstanbul: İletişim.
- Celil, C. (2000). *Abdurrezzak Bedirhan Otobiyografya*. İstanbul: Peri Yayınları.
- Celîl, C.,M. S. Lazarev vd. (1998). *Yeni ve Yakınçağda Kürt Siyaset Tarihi*, İstanbul: Peri Yayınları,
- Chris Kutschera, *Kürt Ulusal Hareketi*, Avesta Yayınları, İstanbul 2013.
- Doğan, C. (2010). *Cizre ve Bohtan Emiri Bedirhan Bey (1802-1869)*. Afyan Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gencer, F. (2010). Merkezîyetçi İdari Düzenlemeler Bağlamında Bedirhan Bey Olayı. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Doktora Tezi)*.
- Gündüz, A. (2011). “*Sicill-i Ahval Defterlerine Göre Kayserili Müslim ve Gayrimüslim Memurların Aldıkları Madalya, Rütbe ve Nişanlar*”, History Studies, C.3, 123-145
- Hakan, S. (2002). *Müküs Kürt Mirleri Tarihi ve Han Mahmud*. İstanbul: Periy Yayınları.
- Hakan, S. (2007). *Osmanlı Arşiv Belgelerinde Kürtler ve Kürt Direnişleri (1817-1867)*. İstanbul: Doz.
- İpşirli, M. (1992). “*Beylerbeyi*”, Diyanet İslam Ansiklopedisi, C. 6, 69-74.
- Jwaideh, W. (2007). *Kürt Milliyetçiliğinin Tarihi Kökenleri ve Gelişimi*. (İ. Ç. Alper Duman, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Kahraman, A. (2013). *Kürt İstanları Tedip ve Tenkil*. İstanbul: Evrensel.
- Kardam, A. (2017). *Cizre Bohtan Beyi Bedirhan Direniş ve İsyan Yılları*. Ankara: Dipnot.
- Kutlay, N. (2012). *Kürt Kimliğinin Oluşum Süreci*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Kutschera, C. (2013). *Kürt Ulusal Hareketi*, İstanbul: Avesta Yayınları.
- Lazarev, M. S., Mihoyan, Ş. X., Gasratyan, M. A., & Jigalina, O. İ. (2007). *Kürdistan Tarihi*. Avesta.
- Lütfi, (2007). *20. Yüzyılın Başlarında Kürt Milliyetçi Söylemine Bir Örnek: Emir Bedirhan*. İstanbul: bgst.
- Malmisanij, (2000). *Cızıra Botanlı Bedirhaniler ve Bedirhani Ailesi Derneğinin Tutanakları*, İstanbul: Avesta Yayınları.
- McDowall, D. (2004). *A Modern History Of The Kurds*. London-New York: I.B. TAURIS.
- Minorsky. (1955). “*Kürtler*”, *İslam Ansiklopedisi*, 6, 1089-1108.
- Moltke, H. v. (1960). *Türkiyedeki Durum ve Olaylar Üzerine Mektuplar (1835-1839)*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Öcal, S. (2018). *II. Abdülhamid Dönemi Osmanlı Devleti'nin Kürt Politikası*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özoğlu, H. (2004). *Kurdish Notables and the Ottoman State*. New York: State University of New York Press.

- Pakalın, M. Z. (1993). *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: MEB Yayınları, C. III, 1.
- Strohmeier, M., & Yalcın-Heckmann, L. (2014). *Kürtler Tarih, Siyaset, Kültür*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Şimşir, B. N. (2010). *Kürtçülük 1787-1923*. Ankara : Bilgi.
- Tan, A. (2015). *Kürt Sorunu*. İstanbul: Timaş.
- Ünal, F. (2006). “*Şikak Aşireti ve Reisi Simko Lakaplı İsmail Ağa'nın Faaliyetleri*”, Tarih Dergisi, S. 44, 169-198.
- Yazıcı, T. (2011). “*Hoy*”, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, Diyanet Vakfı Yayınları, C. 18, 258.
- <https://www.millisaraylar.gov.tr/blog/sarayda-protokol-esaslari>

# Bölüm 17

**TURİZM SEKTÖRÜNDE DESTİNASYON  
REKABETİ: ALANYA DESTİNASYONUNU  
TEKRAR ZİYARET EDEN BİREYLERİN  
ZİYARET MOTİVASYONLARINI  
İNCELEMeye YÖNELİK  
AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

*Cansu KAYA<sup>1</sup>  
Derya Özilhan ÖZBEY<sup>2</sup>*

---

1 Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, Serik/Antalya, kayacansu\_94@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1463-8470.

2 Akdeniz Üniversitesi, Doç. Dr. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Serik/Antalya, deryaozbey@akdeniz.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5296-0789





## 1. GİRİŞ

Turizm sektörü, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında görülen sosyal, kültürel, ekonomik ve politik değişimlerin etkisiyle hızla gelişmekte ve arz-talep açısından çok çeşitli bir yapıya bürünmektedir. Bu bağlamda, turizm sektörünün oluşturduğu ekonomik ve politik etkiler artmakta, bununla birlikte ülke ekonomilerine sağladığı katkılar doğrultusunda turizm sektörü uluslararası ekonomik ve politik ilişkiler açısından önemli bir yere sahip olmaya başlamaktadır (Bulut, 2000:72). Bununla birlikte dünya ekonomisinde oldukça önemli bir konuma sahip olan turizm sektörü, birçok sektörde duraklamalar yaşanmasına karşın sahip olduğu dinamik yapısıyla birlikte gittikçe büyümektedir (Öztürk ve Şimşek, 2013:17). Uluslararası turizm hareketleri, dünya ekonomisine dolaylı ve doğrudan etkileriyle küresel bir ekonomik güç merkezi haline gelmekte ve turizm sektörünün artan öneminden dolayı küresel, ulusal ve bölgesel düzeylerde yoğun bir rekabet ortamının da oluştuğu görülmektedir (Omerzel, 2006:167).

Turizm sektörünün bu düzeyde hızlı büyümesi ve destinasyonların küresel pazarda rekabetçi güçleri ile pazar paylarını artırmaya çalışmaları turizm rekabeti kavramını ortaya çıkarmıştır (Bahar ve Kozak, 2005:38). Bununla birlikte, özellikle son yıllarda küreselleşmenin etkisi ve teknolojinin gelişimiyle destinasyonlar arasındaki ticari duvarların kalkması, küresel rekabet ortamında varlıklarını korumak isteyen destinasyonları yeni stratejiler benimsemeye yönlendirmiştir. Bu stratejiler ise genel olarak ülkeler ve destinasyonların pazar paylarını ve kârlılıklarını artıracak rekabet stratejilerinden oluşmaya başlamıştır (Hassan ve Uşaklı, 2013:54).

Yoğun bir rekabet ortamının var olduğu turizm sektöründe, strateji ve hedefler önemli unsurlar haline gelmektedir. Bu strateji ve hedeflere ulaşılması için destinasyonların rekabet düzeylerinin belirlenmesi ve rekabetçi güçlerinin artırılmasına yönelik uygulamaların yürütülmesi bir gereklilik haline gelmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006:58). Yapısı itibarıyla farklı bileşenlerden oluşan turizm sektöründe var olan rekabet ortamı da diğer sektörlere kıyasla farklılık göstermektedir. Diğer bir ifadeyle turizm sektöründeki rekabetin yapısının, sektörü oluşturan bütün bileşenlere bağlı ve bunlarla ilişkili olduğu, diğer üretim sektörlerinde ise genel olarak fiyat ve kalite gibi belirli unsurlara bağlı ve ilişkili olduğu söylenebilir. Bu noktada, turizm sektörünün yiyecek-içecek işletmeleri, ulaşım hizmetleri gibi bileşenlerin yanı sıra, merkezi bir bileşen konumunda yer alan ve bir ürün olarak nitelendirilen destinasyonlar (Scorçe vd., 2013:707) ön plana çıkmaktadır. Çünkü destinasyonların rekabetçi pozisyonları, genel anlamda turizm sektörünün küresel ticaret ortamında değer kazanması veya kaybetmesine neden olurken turizm

sektörünün rekabetçi pozisyonları ise destinasyonların bölgesel, ulusal veya uluslararası düzeyde bilinirliği ve rekabet edebilirliği hususunda önemli bir etkiyi oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle turizm sektörünün ve onun bir ürününü teşkil eden destinasyonların, yoğun rekabet ortamı içerisinde birbirlerine avantaj sağlayan unsurları oluşturdukları söylenebilir. Bu bağlamda, diğer tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektörü ve merkezi bileşenini oluşturan destinasyonlar arasındaki rekabet koşullarının küreselleşme, teknolojik gelişmeler, iletişim kanallarının gelişmesi gibi unsurların etkisiyle gittikçe artması, hem araştırmacıların hem de uygulayıcıların sektörel anlamda rekabetçilik ve rekabetçilikle ilişkili kavramlara olan ilgilerinin artması doğrultusunda yönlendirici bir etki oluşturmuştur. Bu doğrultuda çalışma kapsamında turizm ve destinasyon kavramları ile destinasyon kavramının özellikleri incelenmiş ve bu doğrultuda konu ile ilgili anket çalışması yapılarak çalışma sonlandırılmıştır. Çalışma, Alanya destinasyonunu tekrar ziyaret eden turistlerin ziyaret motivasyonlarını inceleyerek literatüre katkı sağlamayı amaç edinmiştir.

## 2. Turizm ve Destinasyon Kavramları

Yaşadığımız yüzyılda ortaya çıkan bireysel ihtiyaçlardan en önemlisi hiç kuşkusuz yeni yerler görme, yeni insanlar tanıma, yeni kültürlerle tanıklık etme ve yeni deneyimler yaşama ihtiyacıdır. İnsanların bu ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri hiç kuşkusuz çeşitli ekonomik satın alma gücüne ve boş zaman faktörüne göre de değişkenlik gösterebilmektedir. Ekonomik refah düzeyi yüksek olan ve bireysel anlamda kendisini ruhen dinlendirip yenileyebilecek düzeyde boş zamanı olan ülkelerde yaşayan insanlarda yeni yerler görüp, yeni insanlar tanıma, yeni kültürlerle tanıklık etme ihtiyacından dolayı seyahat etmektedirler. Gerçekleşen bu seyahatler kimi zaman sadece bir şehrin ya da bölgenin değil, aynı zamanda ülkelerinde ekonomik anlamda önemli bir gelir kaynağını oluşturmaktadır.

Hizmet endüstrisi içerisinde değerlendirilen turizm; ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı büyük ölçekli yatırımlar ve gelişen iş hacmi, yarattığı gelir, sağladığı döviz ve istihdam, etki ettiği sosyal ve kültürel hayat ve doğal çevre üzerinde yarattığı farklı etkiler nedeniyle ülke politikaları içerisinde gittikçe önem kazanmaktadır (Usta, 2014:2). Ulusal ekonomilerin tarım, sanayi gibi neredeyse diğer tüm endüstrilerinden girdi alan ve bu sektörlerle girdi veren bir özelliği olan turizm sektörü, yatırım ve gelir çoğaltanları vasıtasıyla ekonominin diğer sektörlerini uyaran ve tetikleyen bir sektör olarak da kabul görmektedir (Batman, 2018:23). Birçok disiplin ve sektörle iç içe olan turizmi tanımlamak da farklı alanlarda ya da disiplinlerde çalışan araştırmacıların turizmi kendi

ilgi alanlarına göre dikkate alarak tanımlamalarından kaynaklanmaktadır. Örneğin; iktisatçılar turizmi bir “endüstri” ya da “ekonomik faaliyet” olarak görürlerken, pazarlamacılar “Pazar” olarak görmekte, çevre bilimciler, doğa üzerinde bıraktığı etkiler üzerinde durmakta, sosyologlarda turizmin “insan davranışı” üzerindeki yönünü ele almaktadırlar (İçöz, 2005:1-2; Page, 2015:10).

Genel olarak turizm; turistler, turizm hizmet sağlayıcıları, ev sahibi devletler, yerel halklar ve ziyaretçiler arasındaki ilişkiler ve aktiviteler, süreçler ve sonuçlardan doğan ilişkilerin tümüdür (Ritchie ve Goeldner, 2012:4). Turizmin öznesi olan Turist ise; turizm faaliyetlerine katılan ve yön veren, sürekli yaşadığı bölgeyi ticari nedenler olmaksızın geçici olarak ter ederek seyahat eden ve konaklayan; psikolojik tatmin arayışı içinde olan; sınırlı düzeyde harcama gücü ve zamanı ile satın alma davranışlarında bulunan kişilerdir (Usta, 2014:8).

Turizm araştırmalarında ziyaretlerin gerçekleştirildiği şehirlere yönelik farklı yıllarda farklı nitelendirmeler yapılmıştır. “Turizm bölgesi”, “Turizm şehri”, “Turistik şehir” gibi nitelendirmeler bu yaklaşımlara örnek olarak verilebilir. Ancak, bu tanımlamalar ışığında konuya yaklaşıldığında turistin turizm hareketine katıldığı “orjin” diye tabir edilen hareket noktası ile “destinasyon” diye bilinen varış noktası kavramları turizm bölgesin tanımını varış noktası temelli ele alma zorunluluğunu doğurmuştur.

Buhalis (2000:97) destinasyonu, “*Ziyaretçilere birbirleri ile ilişkili olarak sunulan turizm ürünlerinin birleşimi*” şeklinde tanımlarken, Ritchie ve Goeldner (2009:416) ise “*Ziyaretçilerin çeşitli seyahat deneyimleri yaşadıkları coğrafi bir bölge*” şeklinde tanımlamaktadır. Kozak (2012:139) destinasyonu, “*Turistler için cazip kabul edilebilecek farklı doğal çekicilikler ve özellikleri barındıran yerler*” şeklinde tanımlarken, Usta (2014:223) ise destinasyonu, “*Doyurucu bir tatil deneyiminin elde edilmesi için, bir arada bulunması gereken, birbirlerine farklı düzeydeki ilişkilerle bağlı bir takım unsurların karışımıdır*” şeklinde tanımlanmaktadır. Genel bir tanımla, destinasyon olarak kabul gören bir turizm bölgesi, ziyaretçiler tarafından onların seyahat programlarına, kültürel geçmişlerine, ziyaret amaçlarına, eğitim düzeylerine ya da geçmiş tatil deneyimlerine dayanan algısal bir kavram olarak ele alınabilir (Bahar, 2013:11).

Bu tanımların dışında Özdemir (2007:1) destinasyonu bir ürün olarak ele almış ve alışveriş, yeme içme, ulaştırma, konaklama gibi unsurlardan meydana gelen hizmet altyapısı ile doğal çevre, politik, yasal, ekonomik, kültürel, teknolojik faktörlerden oluşan destinasyon çevresinin bileşkesinin oluşturduğu destinasyon deneyimi olarak tanımlamıştır. Bir bölgeyi destinasyon olarak nitelendirmek için; aynı kültür, iklim ve doğa koşullarına sahip, doğal ve kültürel zenginlikleri olan, ziyaretçilere

sunulabilecek, o bölgeye özgü aktiviteler geliştirmiş, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim gibi imkanlara bulunan, kurumsal hizmetlerin sunulduğu turist çekim merkezlerinden oluşan belli bir marka ve imaja sahip bir coğrafi alan olmalıdır (Bahar, 2013:12).

Destinasyon tanımlarında genel olarak vurgulanan ve dikkat çeken unsur ise destinasyonun sunduğu mal ve hizmetler bakımından genel olarak bütünleşik, birleşik, karışık gibi kavramlarla ifade edilmesidir. Destinasyonların etkinliği için sunduğu mal ve hizmetler bakımından talep oluşturacak birtakım çekicilik özelliklere, bu çekiciliklerle birlikte yeterli altyapı ile kamu hizmetlerine ve bu destinasyonları talep edenlerin konaklama, yiyecek-içecek ve diğer faaliyetlerine yönelik hizmet sunucularına sahip olmasının bir gereklilik olduğu söylenebilir.

Destinasyonla ilgili yapılmış tanımlamalar bir bütün olarak değerlendirildiğinde, destinasyonların çekicilik özellikleri, altyapı, kamu hizmetleri, konaklama, yiyecek-içecek ve diğer hizmetler gibi niteliklere sahip olmasından dolayı bütünleşik, birleşik, karışık gibi kavramlarla ifade edildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, destinasyon algısının kişiye göre farklılık gösterdiği ve hem coğrafik hem de turizm anlamında işlevlerinin bulunduğu görülmektedir. Ayrıca destinasyonların sadece mekânsal ve fiziksel bir coğrafik konum olmaktan ziyade turizm anlamında işlevleri doğrultusunda birtakım turistik ürün ve faaliyetleri içeren bir konumu oluşturduğu ifade edilmektedir.

### 3. Destinasyonun Unsurları ve Özellikleri

Bir varış yerinin turizm destinasyonu olarak nitelendirilebilmesi için birtakım unsurlara sahip olması gerekmektedir. Bu unsurlar gidilecek yeri turizm kapsamında değerlendirilmesini sağlayan unsurlar olmasının yanı sıra, verimli ve maksimum fayda elde edilmesi durumunda o destinasyonu benzer rakip destinasyonlar arasında rekabet gücü açısından daha öne çıkaran faktörlerdir. Destinasyonları öne çıkaran bu unsurlar rakip destinasyonlar karşısında birbirlerine benzemeyen bu unsurlar aracılığıyla rekabet avantajı elde etmektedirler.

Kozak ve Rimmington (1999:274) turizm destinasyonlarının temel unsurlarını birincil unsurlar ve ikincil unsurlar olarak iki faktör altında ele almıştır. Birincil unsurlar; iklim, ekoloji, kültür, gelenekler ve tarihtir. İkincil unsurlar ise; oteller, yeme-içme hizmetleri, taşıma faaliyetleri ve eğlencedir. Kozak (2012:140-144) ise turizm bölgelerini oluşturan unsurları “Turizmden Bağımsız Unsurlar” ve “Turizme Bağlı Unsurlar” olmak üzere iki temel faktörde incelemiştir. Turizmden bağımsız faktörlerin alt faktörleri arasında; doğal özellikler, çeşitli değerler, etkinlikler ve alt yapı yer almaktadır. Turizme bağımlı unsurların alt faktörleri arasında

ise; kamunun hizmetleri, ulaştırma kuruluşları, konaklama işletmeleri, özel mal üreten ve pazarlayan işletmeler pazarlama ve tanıtım kuruluşları ve turizmi destekleyen kuruluşlar yer almaktadır. Buhalis (2000:98) “6A” olarak da bilinen yaklaşımda destinasyonların temel unsurlarını; Çekicilikler, Erişilebilirlik, Kolaylıklar, Uygun Paketler, Aktiviteler, Yardımcı Hizmetler olarak ele almıştır.

Ziyaretçilerin memnuniyetini veya memnuniyetsizliğini ortaya koyan ve temel bir turistik ürünü oluşturan destinasyon, konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri de dâhil olmak üzere turistik yerler, sanat, eğlence yerleri, kültürel mekânlar ve doğal çevreler gibi birçok farklı bileşenler grubunun bir araya gelmesinden oluşmaktadır (Morgan vd., 2004:63). Bu durum, destinasyonun sunduğu doğal ve yapay ürün ve hizmetler bakımından çok karmaşık bir yapıya sahip olduğunu ve dolayısıyla her bir destinasyonun birbirinden farklı özellikler gösterdiğini ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle destinasyonların birçok farklı bileşeni içermesinden dolayı karmaşık bir yapıya sahip olması, bu destinasyonların birbirinden farklı özellikler göstermesine neden olmaktadır (Morgan ve Pritchard, 2000:21).

İlgili literatür incelendiğinde, destinasyonun tanımında olduğu gibi destinasyonun özellikleri açısından da bir fikir birliğinin olmadığı ve birçok araştırmacı tarafından farklı özelliklerin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda, farklı araştırmacılar tarafından ortaya konulan destinasyon özelliklerinin sunulması yararlı olacaktır.

Buhalis (2000:102) destinasyon özelliklerini şu şekilde sıralamıştır:

1. Çekicilikler: Doğal ve yapay kaynaklar, miras, özel olaylar, özel ürünler.
2. Ulaşılabilirlik: Geniş ulaşım ağı için gerekli sistem ve yapılar.
3. Olanaklar: Konaklama ve yiyecek-içecek ve diğer turistik hizmetlere yönelik tesisler.
4. Planlı Turlar: Aracılar veya yetkililer tarafından önceden hazırlanmış turlar.
5. Etkinlikler: Destinasyonda var olan tüm etkinlikler ve tüketicilerin ziyaretleri sırasında yapabilecekleri faaliyetler.
6. Diğer yan hizmetler: Bankalar, iletişim araçları, posta, gazete bayileri, hastaneler gibi turistlerin kullandığı hizmetler.

Pike (2008) ise turistik bir ürün olan destinasyonların sahip olduğu özellikleri turistik ürünlerin özellikleri ile birlikte yorumlayarak aşağıdaki şekilde ifade etmiştir:

1. Soyutlanabilirlik ve risk: Diğer tüketim ürünlerinin aksine destinasyonların fiziksel kanıtları broşürler, internet sayfaları, tatil fotoğrafları gibi unsurlarla sınırlıdır. Bununla birlikte, tüketiciler beklentilerinin karşılanıp karşılanmayacağını ancak destinasyona yaptıkları seyahatten sonra öğrenebilecekleri için bir risk durumu söz konusudur.

2. Ayrılmazlık ve değişkenlik: Üretim ve tüketim aynı anda gerçekleştiği için müşteriler bir hizmetin sunumunda aktif olarak yer alırlar, bir hizmet deneyiminden edinilen algılar ve tecrübeler kuşkusuz her bir müşteride farklılık gösterecektir.

3. İkame edilebilirlik: Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayacak ve farklı bileşenlere sahip birçok destinasyonun bulunmasından dolayı sahip olunan destinasyon imajı önemli bir özellik olarak kabul edilir.

Buhalis'in (2000) ifade etmiş olduğu özellikler bütün destinasyonlar için geçerli olmayabilir ancak Pike'nin (2008) sunmuş olduğu destinasyon özelliklerinin genel olarak hizmetin özelliklerini içeriyor olmasından dolayı bütün destinasyonlar için geçerli olduğu söylenebilir. Her bir destinasyonun farklı bileşenlerden oluşması ve dolayısıyla bir destinasyonun sahip olduğu ürün veya hizmete başka bir destinasyonun sahip olamaması bu durumu gerekli kılmaktadır. Sonuç olarak, Buhalis'in (2000) sunmuş olduğu olanaklar özelliği destinasyonlar bazında farklılık gösterebilir. Ancak her bir destinasyonun birbirinden farklı da olsa çeşitli mal ve hizmetlere sahip olduğu düşünüldüğünde, Pike'nin (2008) sunmuş olduğu özelliklerin genel itibarıyla bütün destinasyonlar için geçerli olduğu söylenebilir.

Destinasyon pazarlamasında, başta çekicilikler olmak üzere ifade edilen diğer bütün özellikler potansiyel ziyaretçilerin ilgili destinasyonlara olan taleplerinin artırılması amacıyla kullanılmaktadır. Destinasyonları tercih eden müşterilerin her birinin farklı ihtiyaç, istek ve beklentileri vardır, her birinin demografik özellikleri farklıdır ve müşteriler, dünya genelini kapsayan oldukça geniş bir seçenek içerisindedirler. Bu nedenlerden dolayıdır ki; daha fazla tercih edilmek ve etkinliğini artırmak isteyen destinasyonlar için oldukça çeşitli özelliklere sahip olmaları bir gerekliliktir. Bu durumda, destinasyonların hem tüketici yelpazesi genişleyecek hem de böylece rekabetçi pozisyonları artacaktır. Destinasyonların özellikleri hususunda dikkat edilmesi gereken bir diğer konu ise destinasyonun sahip olduğu özelliklerin kendi içerisinde farklılık gösteriyor olmasıdır. Örneğin, bir destinasyonun yiyecek-içecek hizmetleri ile tarihi değerleri açısından sahip olduğu özellikleri diğerlerinden farklıdır.

Sonuç olarak, destinasyonlar sahip oldukları özellikler bakımından birbirinden farklılık gösterebilirken herhangi bir destinasyonun sahip olduğu özelliklerde kendi içerisinde farklılık gösterebilmektedir. Diğer bir ifadeyle A destinasyonu turizmden bağımsız unsurlardan tarihi değerlere sahip olurken B destinasyonu kültürel değerlere veya tarihi ve kültürel değerlerin ikisine birden sahip olabilir ve bu durum destinasyonların özellikler bakımından birbirinden farklılık gösterebileceğini ifade etmektedir. Bununla birlikte, B destinasyonun sahip olduğu tarihi değerlerin yanı sıra bu değerleri destekleyecek ve bu değerlere olan talebi artıracak turizme bağımlı konaklama ve ulaşım gibi unsurlara sahip olabilir. Bu durum ise destinasyonların sahip oldukları özelliklerin kendi içerisinde farklılık gösterebileceğini ifade etmektedir.

#### **4. Turizm’de Rekabet ve Destinasyon Rekabetçiliği**

Turizm sektörü dâhilinde yer alan ülkelerle birlikte turistik faaliyetler bakımından oldukça önemli potansiyele sahip olan birçok destinasyon hem pazarda varlıklarını sürdürebilmeleri hem mevcut pazar paylarını koruyabilmeleri hem de gelirlerini artırabilmeleri açısından yoğun bir rekabet ortamında faaliyet göstermektedirler. Diğer bir ifadeyle genel olarak tüm turizm sektörünün ulusal ve uluslararası turizm pazarında faaliyetlerine devam edebilmeleri için rekabetin kaçınılmaz bir unsur olduğu ifade edilebilir (Zengin ve Uyar, 2012:4).

Rekabet kavramının farklı araştırmacılar tarafından genel anlamda yapılmış birçok tanımının bulunmasından dolayı literatürde genel kabul görmüş bir rekabet tanımı bulunmamaktadır (Heper ve Sarıışık, 2015:63). Bu durumun temel nedeni, rekabet kavramının ele alınan araştırma alanına ve ele alan kişinin fikirlerine göre değişiklik göstermesidir. Örneğin, iktisat ve turizm alanlarında yapılan rekabet tanımlamaları her iki alan içinde farklılık gösterecektir. Bununla birlikte, rekabet kavramının tanımlamaları aynı alan içerisinde de farklılaşabilmektedir, örneğin iktisat alanında araştırmacılar tarafından görüş birliğine varılmış bir rekabet tanımı bulunmamaktadır (Atik, 2005:14).

Rekabet kavramı, genel olarak sektör ve ülke düzeylerinde ele alınarak incelenmektedir (Aktan ve Vural, 2004:107). Bununla birlikte, rekabet kavramı üzerine yapılan tanımlamaların işletme düzeyine de dayandırıldığı görülmektedir. Rekabet kavramında işletmelerin temel dayanak olarak görülmesi, ulusal ve uluslararası çapta faaliyet gösteren işletmelerin tamamının sektörleri, sektörlerin tamamının ise ülke ekonomilerini oluşturuyor olmasının bir sonucudur (Eroğlu ve Yalçın, 2013:97). Dolayısıyla bu durumun hem sektör hem de ülke düzeyinde rekabet kavramı tanımlarının yapılmasında işletme düzeyinde yapılan tanımların temel alınmasını sağladığı söylenebilir. Turizm açısından



rekabet kavramının tanımlamaları incelendiğinde, tanımlar arasında genel olarak paralellikler var olmasına karşın diğer araştırma alanlarında olduğu gibi turizm rekabeti kavramı tanımlarında da bir fikir birliğinin sağlanamadığı görülmektedir. Bunun nedeni ise diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de rekabet kavramının basit yöntemlerle açıklanamayacak olmasıdır (Bahar ve Kozak, 2012:41).

Turizm rekabeti, destinasyonun içinde bulunduğu rekabet ortamında rakiplerine karşı pazar payını koruyacak ve sürekli geliştirecek katma değeri yüksek olan ürünlerin geliştirilmesi yeteneğidir (Hassan, 2000:242). Bahar ve Kozak (2012: 45) ise turizm rekabetinin, bir destinasyonun rakiplerinden farklı ve kaliteli ürünleri iyi bir hizmet anlayışıyla sunarak müşteri memnuniyetini sağlamalarını ve bunu sürdürmelerini kapsadığını ifade etmiştir.

Turizm sektörüne yönelik ayrı bir rekabet tanımının yapılması geleneksel ürünlerin üretimi ile turizm ürünlerinin üretimi arasındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Çünkü diğer temel ürünlerdeki rekabet sadece ilgili ürünün kalitesi, fiyatı, sunuş şekli gibi faktörlerle ilişkilendirilirken turizm sektöründeki rekabet ilgili destinasyonda sunulan ve deneyimlenen tüm hizmetlerin birleşimi ile ilişkilendirilmektedir (Bahar ve Kozak, 2012:43). Diğer bir ifadeyle turizm faaliyetlerinin ve destinasyonların farklı bileşenlerin bileşiminden oluşması turizm rekabetinin de birçok bileşenle ilişkilendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Turizm sektörü yapısı itibariyle farklı bileşenlerden oluşmakta ve bunun sonucu olarak da geleneksel ürünlerin üretimi ile turistik ürünlerin üretimi birbirinden farklılaşmaktadır. Turizm sektörünün yapısının diğer sektörlerden farklı olması turizm sektöründe rekabet yapısının da farklı olmasına neden olmaktadır. Örneğin tarım sektöründe müşterilere sunulan ürünler genel olarak somut ürünlerdir ve bu sektördeki rekabetin yapısı ilgili ürünlerin fiyatı, kalitesi, sunuş şekli gibi faktörlerle ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla tarım sektöründe rekabetçiliğini artırmak isteyen firmaların odak noktası bu üç faktördür. Ancak turizm sektörü açısından düşünüldüğünde, bu durum oldukça farklılık göstermektedir. Çünkü turizm sektöründe müşterilere hizmet sunulmaktadır ve turizm sektörünün yapısı gereği sunulan ürün ve hizmetlerin soyut olma özelliği bulunmaktadır (Türkyay, 2014:4).

Turizm sektörünün bu denli büyümesi ve gelişmesinin en önemli etkenlerinden olan küreselleşme ve teknolojik gelişmeler, destinasyonlar arasındaki engelleri kaldırmakta ve mesafeleri azaltmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ise bireylerin destinasyonları deneyimlemeden önce ilgili destinasyon hakkında birçok olumlu veya olumsuz bilgileri kolayca edinebilmelerine imkân sağlamaktadır. Sonuç olarak, turizmin



dünyasının gittikçe küçülmekte olduğu ve yakın zamanda turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için herhangi bir yer sınırı kalmayacağı söylenebilir (Caldito vd., 2014:426).

Turizm sektörü, gittikçe büyüyen ve gelişen yapısı ile birlikte diğer tüm sektörlerde olduğu gibi küreselleşmenin etkisi altına girmekte ve turizm faaliyetlerinin boyutları ölçek bakımından farklılaşmaktadır. Diğer bir ifadeyle turizm faaliyetleri zaman içerisinde küreselleşmenin de etkisiyle bölgesel ve ulusal ölçekten küresel ölçüğe doğru evrilmektedir. Böylece, turizm sektörünün rekabet yapısının da küreselleşmenin etkisi altına girdiği görülmektedir. Bu noktada, turizm sektöründe rakiplerle kıyaslandığında tüketici tercihlerini en fazla etkileyen unsur olarak kabul edilen destinasyonların önemi ön plana çıkmaktadır (Hassan, 2000:240).

Ritchie ve Crouch' a (2003:2) göre bir destinasyonu rakiplerinden daha rekabetçi konuma getiren en önemli faktörler; turizme yönelik yapılan harcamaların yanısıra ziyaretçilerine doyurucu deneyimler sunmak daha fazla ziyaretçi çekebilmek, yerel halkın refahını arttıracak çalışmalar yapmak ve doğal çevreyi gelecek nesiller adına korumaktır.

Turizm sektörünün gittikçe rekabetçi bir yapıya dönüşmesi ve bu hususta destinasyonların öneminin artması ile birlikte rekabet halinde olan destinasyonların gelişimi, güçlü yanları ve zayıf yönlerine ilişkin veriler de daha fazla önem kazanmaktadır (Enright ve Newton, 2005:780). Diğer taraftan, küresel rekabet ortamında en önemli unsurlar olarak görülen destinasyonların rekabetçi pozisyonlarını koruyabilmeleri için yeni rekabet stratejileri benimsemeleri de bir zorunluluk haline gelmektedir. Bu gelişmeler neticesinde, destinasyon rekabetçiliğinin önemi ön plana çıkmaktadır.

Turizm sektörünün tüm dünyadaki hızlı gelişimi sonucunda, turizm sektörünün ülke ekonomileri açısından sahip olduğu ekonomik ve politik etkileri artmış ve turizm sektörü uluslararası ilişkilerde önemli bir yere sahip olmuştur (Çeken vd., 2009:23). Dolayısıyla turizm sektörünün ülke ekonomileri için önemli katkılar sağlayan gelir kaynaklarından birisi konumuna ulaşması ve bölgesel düzeyde toplumsal kalkınma ile refah düzeyine katkılar sağlaması gibi faktörlerin destinasyonları turizm pazarından daha fazla pay almaya yönelik uğraşlara yönlendirdiği ve sonuç olarak bu durumun destinasyonları bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde rekabete yönlendirdiği ileri sürülebilir.

Turizm sektörünün ekonomik ve toplumsal katkılarından dolayı her bir destinasyonun bu pazardan daha fazla pay edinme uğraşları ve küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte rekabetin gittikçe arttığı ortamda varlıklarını sürdürülebilmeleri bu destinasyonların rekabetçi pozisyonlarını geliştirmelerine ve korumalarına bağlıdır (Buhalis, 2000).

Bu nedenledir ki, destinasyonlar uzun vadeli stratejik planlamalarla birlikte rekabetçi pozisyonlarını etkileyen faktörleri açık bir şekilde tanımlamalıdır. Bahar ve Kozak (2012:73), ülkesel ve bölgesel rekabetçilik ile birlikte bireysel rekabetçilikle ilişkili olan destinasyonların rekabetçiliklerini etkileyen faktörleri niceliksel ve niteliksel faktörler olmak üzere iki sınıfa ayırmıştır.

Bahar ve Kozak'ın (2012:73) yapmış olduğu sınıflandırmaya göre, destinasyonların rekabetçiliklerini etkileyen niceliksel faktörler; (a) daha iyi eğitilmiş ve beceri kazandırılmış insan sermayesini içeren beşeri sermaye ve eğitim faktörü, (b) doğru ve tam bilgiyi edinmeyi ve çeşitli maliyetlerin azalmasını sağlayan bilişim teknolojileri ve teknolojik gelişmeler, (c) destinasyonların çekiciliklerini içeren turizmin arz koşulları, (ç) talebi etkileyen ekonomik, politik, sosyal, yasal faktörleri içeren turizmin talep koşulları ve (d) rekabeti etkileyen maliyet üstünlüğü ve istihdam, döviz girdisi sağlayan yatırımların artırılmasını içeren maliyet, yatırım, teşvik ve mali düzenlemeler gibi faktörlerdir. Destinasyonların rekabetçiliklerini etkileyen niteliksel faktörler ise; (a) turizm faaliyetlerinin bütün süreçlerinde sürdürülebilirlik yaklaşımının benimsenmesini içeren sürdürülebilir turizm ve çevre, (b) müşterilerin kalite ve değer inancı ile karar ve motivasyonları arasındaki ilişkiyi içeren hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti, (c) maliyetler açısından çalışanların örgütsel bağlılığı ve etkin çalışması ile kaynakların sürdürülebilir kullanılmasını içeren verimlilik ve kaynakların etkin kullanımı, (ç) alternatif turizm çeşitleri ile müşterilerin beklentileri ve ihtiyaçlarını karşılayacak turistik ürün çeşitlendirmesi, (d) müşterilerin destinasyon hakkındaki düşünceleri ile ürün ve üretimde değişikliklere açık olmayı içeren imaj ve yenilik, (e) geleneksellikten ziyade güncel değişikliklere uyarlanabilecek ve pazar payını artırabilecek modern pazarlama stratejilerini içeren turizm pazarlama stratejisi ve pazar payı, (f) kamu ve özel sektörün iş birliğini ve bürokratik engellerin olmadığı kamu otoritesini içeren devlet ve bürokrasi ve (g) toplam maliyet liderliği, sürekli geliştirme, farklılaştırma ve belli bir hedefe odaklanma gibi stratejileri içeren turizm rekabet stratejisi gibi faktörlerdir.

Bahar ve Kozak (2012) tarafından belirlenen niceliksel ve niteliksel faktörlere göre uzun vadeli stratejik planlamaların yapılmasının destinasyonların rekabetçi pozisyonlarını geliştirmelerinde önemli bir etkiye sahip olacağı ileri sürülebilir. Ayrıca bu sınıflandırmaya göre, destinasyonların rekabetçilikleri ile ulusal, bölgesel ve bireysel rekabetçilik kavramları birbirleriyle ilişkilidir. Örneğin, destinasyonların rekabetçi pozisyonlarını geliştirmeye yönelik yapmış oldukları uzun vadeli stratejik planlamalar, birbirleriyle ilişkili olan hem ulusal hem bölgesel hem de bireysel rekabetçi pozisyonların gelişmesine katkı sağlayacaktır. Diğer

tarafından, nihai amacı destinasyonun rekabetçi pozisyonlarını geliştirmesi ve sürdürmesi olan niceliksel ve niteliksel faktörlerden aynı zamanda, turizm kalemleri (gelir ve gelen turist sayısı) bakımından, pazar payı ve istihdam olanakları bakımından, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti bakımından artışın ve yeni pazar ve yeni ürünlerin sunulmasına yönelik arayışların gerçekleşmesi beklenmektedir.

Turizm sektöründe sunulan ürün ve hizmetler birleşik ürün özelliği gösterirler ve müşterilerin seyahate çıktığı andan başlayıp evine dönüşüne kadar geçen süreçteki konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek, dinlenme, eğlenme gibi bütün hizmetleri kapsayan bir hizmet demetidir. Dolayısıyla turizm sektöründe rekabetçiliğin artırılması çabaları tarım sektöründe olduğu gibi sadece fiyat, kalite, sunuş şekli gibi faktörlere değil bunlarla birlikte bütün bu süreçte yer alan bileşenlerin daha ayrıntılı bir şekilde kavranmasına ve denetim altında tutulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin, turizm sektörünün faaliyet alanlarından birisi olan konaklama işletmelerinin içerisinde buldukları rekabet yapısı oldukça karmaşık ve çok boyutlu bir niteliğe sahiptir. Bu durumlarda konaklama işletmelerinin rekabetçi pozisyonlarını devam ettirebilmeleri müşteri ihtiyaç ve isteklerini anlayabilme ve karşılayabilme, farklılaştırılmış ve kaliteli ürünler sunabilme ve pazarı izleyebilme yeteneklerine bağlıdır (Karamustafa vd., 2010:33).

Destinasyonların daimî kaynaklarını oluşturan doğal ve kültürel kaynaklar turizm sektörünün en önemli bileşenlerinden birisi olmakla birlikte, destinasyon rekabetçiliğinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Dolayısıyla destinasyonlar için önemli bir çekicilik unsuru olan bu doğal ve kültürel kaynakların korunması ve yapısına zarar vermeyecek bir şekilde kullanılmasının turizm sektöründe rekabet avantajının kazanılmasına etki eden önemli unsurlar olduğu söylenebilir. Diğer bir ifadeyle; doğal ve kültürel kaynaklar turizm sektörü ve destinasyonlar için karşılaştırmalı üstünlük sağlarken bu kaynakların sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek etkin ve verimli bir şekilde kullanılması ve geliştirilmesi ise rekabetçi üstünlük kazandırmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012:47). Bu noktada, destinasyon rekabetçiliğinin sahip olunan doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir bir yaklaşımla etkin ve verimli kullanımı ile olan ilişkisinin önemi ortaya çıkmaktadır. Burada belirtilmesi gereken husus, bu durumun sadece doğal ve kültürel kaynaklar için değil destinasyonun sahip olduğu bütün kaynakları için geçerli olduğudur.

## 5. Amaç ve Yöntem

Araştırmanın temel amacı, Alanya bölgesini tekrar ziyaret eden bireylerin, ziyaret motivasyonlarının ve ziyaret edenlerin tanımlayıcı farklılıklarının belirlenebilmesidir. Bu araştırmanın, daha sonradan

yapılacak olan çalışmalara kaynak sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında nicel araştırma yöntemlerinden betimsel yöntem kullanılmıştır. Betimsel yöntem bir konudaki mevcut durumun araştırılması ve belirlenmesi için kullanılmaktadır (Toktamış ve Türkan, 2020:145).

Araştırma sorularının hazırlanması, yanıtlanması ve sonuçların yorumlanması sürecinde nicel araştırma yöntemleri uygulanmıştır. Bu kapsamda nicel araştırma yöntemlerinin gerektirdiği şartları sağlamak üzere anketteki ölçek soruların hazırlanması, anketin ulaştırılacağı katılımcıların belirlenmesi, anketlerin ulaştırılması, alınan sonuçların kullanılabilir veri setlerine dönüştürülmesi ve çözümlenerek yorumlanması amaçlanmıştır. Verilerin yorumlanması ve tablo haline getirilmesi sürecinde SPSS 24.0 programından faydalanılmıştır. “Destinasyon Rekabet Gücü” ölçeği 22 maddeden oluşmaktadır. Araştırmada Bahar (2004) tarafından geliştirilen, Bahar ve Kozak (2005; 2007), Kozak vd., (2009) ve Çelik’in (2014) çalışmalarında da son halini alan “Destinasyon Rekabet Gücü Ölçeği” kullanılmıştır. “Destinasyon Rekabet Gücü Ölçeği” orijinaline dokunulmadan kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan örneklem metodu olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden, kasti örnekleme metodudur. Kasti örneklemede, örneği oluşturan elemanlar araştırmacının araştırma problemine cevap bulacağına inandıkları arasından seçilir. Yani katılımcıların belirlenmesindeki temel kriter, araştırmacının yargısıdır (Coşkun vd., 2017:149). Bu metodun tercih edilmesinin temel nedeni, tatillerinin son dönemlerini geçiren ve destinasyona tekrar gelen ziyaretçilerin değişkenlere yönelik olumlu ya da olumsuz algılarının, destinasyona ilk kez gelenler ile tatillerinin henüz ilk günlerini geçirenlere göre daha yüksek olacağı varsayılmıştır.

Evren; hakkında araştırma yapılan tüm kişi ya da ögeleri kapsar (Şimşek, 2012:110). Örneklem ise, bir çalışma için seçilen büyük grubun, yani evrenin sahip olduğu özellikleri en iyi temsil edebileceği düşünülen, daha az sayıda grubun oluşturulması sürecidir (Coşkun vd., 2017:140). Araştırmanın evreni, Antalya iline bağlı Alanya turizm destinasyonunu “2020 yılı, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında Alanya turizm destinasyonlarında tatillerinin son günlerini geçirenler ile turizm literatüründe “repeater” olarak adlandırılan, destinasyona tekrar gelen ziyaretçiler” oluşturmaktadır. Bu evren içerisinden ulaşılabilen ve anket dolduran 410 kişi örnekleme oluşturmaktadır. Güvenilirlik, araştırmada uygulanan metodun araştırmayı yapan kişiye evren üzerine doğru sonuçlar sağladığına duyulan inançtır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin ilgili literatürde güvenilirlik testleri yapılmış ve güvenilir oldukları onaylanmıştır. Ancak, araştırma evreni üzerinde söz konusu ölçekler

ilk kez test edileceğinden dolayı ölçeklerin örneklem üzerinde güvenilir olduğundan emin olunması amacıyla güvenilirlik çalışması hedef grup üzerinde test edilmiştir. Bu çalışmada güvenilirlik analizi SPSS 24.0 istatistik programında, Cronbach's Alpha katsayısı ile hesaplanarak bulunmuştur. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik oranları Tablo 1'de görülmektedir.

**Tablo 1:** *Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirliği*

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>İfade Sayısı</b>
Destinasyon Rekabet Gücü Ölçeği	<b>0,932</b>	<b>23</b>

Literatüre göre Cronbach's Alpha Değerinin 0,70 ve üstü olması ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Toktamış ve Türkan, 2020:176). Sonuçlara bakıldığında elde edilen değerlerin genel kabul gören 0,70 değerinden çok daha yüksek değerlerde oldukları görülmektedir.

## 7. Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özelliklerine yer verilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymaya yönelik olarak, araştırmaya katıldıkları dönemde ziyaret ettikleri destinasyon, cinsiyet, yaş, milliyet, eğitim durumu, gelir durumu, konaklama türü, kaldıkları süre sorulmuştur. Bu sorulara ilişkin bulgular Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2:** *Katılımcıların Tanımlayıcı Verileri*

	<b>N</b>	<b>%</b>
Cinsiyet		
Kadın	211	51,8
Erkek	199	48,2
Yaş		
18-25	34	5,0
26-35	174	48,7
36-45	110	28,7
46-55	68	15,8
56 Yaş Üstü	24	1,8
Konaklama Türü		
Pansiyon	281	73,7
Resort Otel	129	26,3
Eğitim Durumu		
Lise	56	10,6
Ön Lisans	104	25,3

Lisans	50	8,4
Lisansüstü	200	11,7
<b>Gelir Durumu</b>		
0-2300 TL	72	16,8
2301-4000 TL	110	28,7
4001-6000 TL	84	20,6
6001-10000 TL	102	26,2
10001 TL ve Üstü	42	7,7
<b>Kalış Süresi</b>		
1-7 Gün	264	64,3
8-14 Gün	71	17,5
15 Gün ve Üstü	75	18,2

**Tablo 3:** Destinasyon Rekabet Gücü Ölçeğine Dair Ortalamalar

İfadeler	$\bar{x}$	$\sigma$
Sportif Faaliyet ve Aktiviteler	4,01	1,23
Etkili Tanıtım ve Reklamlar	3,71	1,09
Gece Hayatı ve Eğlence Olanakları	4,52	1,37
Çocuklar İçin Aktiviteler	3,84	1,01
Alışveriş Olanakları	4,12	1,00
Konaklama Tesislerinin Kalitesi	4,03	0,95
Şehir Merkezine Kolay Ulaşım	4,19	0,91
Tarihi Zenginliklerin Çekiciliği	3,68	1,33
Kültürel Zenginliklerin Çekiciliği	4,18	1,23
Doğal Çevrenin Çekiciliği	4,43	1,25
Turistik Ürün Çeşitliliği	4,64	1,17
Şehrin Genel Çekiciliği	4,33	0,90
Plaj ve Sahillerin Kalitesi	4,27	0,95
Şehirdeki Genel Hizmet Kalitesi	4,05	1,08
Hijyen ve Temizlik	3,91	0,85
Konukseverlik	4,39	1,01
Yiyecek ve İçecek Hizmetlerinin Kalitesi	4,04	1,14
Ödenen Para Karşılığı Alınan Değer	4,17	1,06
Bankacılık Hizmet Kalitesi	4,01	1,05
Telekomünikasyon Ağ Kalitesi	3,75	0,96
Sağlık Hizmetleri Kalitesi	3,68	0,98
Havaalanları Kalitesi	4,01	1,08
Yerel Ulaşım Ağ ve Hizmetleri Kalitesi	4,15	0,85

1=Çok Kötü, 2=Kötü, 3= Orta, 4= İyi, 5=Çok İyi

Tablo 3’de katılımcıların, Alanya destinasyonu ile ilgili ifadelere katılım düzeyleri görülmektedir. Ankete verilen cevapların ortalaması alınarak tablo oluşturulmuştur. Tablo 3’e göre Alanya destinasyonundaki faktörlere yönelik ifadeler genel anlamda olumludur. Destinasyonda katılımcılar bir değişken için kötü bir değerlendirmede bulunmamışlardır.

Alanya’da “Gece Hayatı ve Eğlence Olanakları” 4,52 ortalamaya, “Alışveriş Olanakları” 4,12 ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. “Çocuklar İçin Aktiviteler” değişkeninin ortalaması 3,84; “Sportif Faaliyet ve Aktivite Olanakları” açısından Alanya’nın 4,01 ortalamada olduğu görülmektedir. “Tanıtım ve Reklamların Etkinliği” açısından da 3,71 ortalamaya, “Konaklama Tesislerinin Kalitesi” ise 4,03 ortalamaya sahiptir. “Şehir Merkezine Kolay Ulaşım” ifadesinin ortalaması ise 4,19 olmuştur. “Doğal Çevrenin Çekiciliği” 4,43 ortalamaya sahipken, “Tarihi Zenginliklerin Çekiciliği” 3,68 ortalamaya sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 3’e göre diğer ifadelerin ortalamalarına bakıldığında, “Kültürel Zenginliklerin Çekiciliği” 4,18 ortalamaya sahip olduğu görülürken, “Turistik Ürün Çeşitliliği” ortalamasına bakıldığında 4,64 ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. “Şehrin Genel Çekiciliği” ortalaması 4,33 ortalamaya sahipken, “Plaj ve Sahillerin Kalitesi” ifadesinin ortalaması ise 4,27 olduğu görülmüştür.

T testi, en az aralık seviyesinde ölçülmüş olan iki grup arasında istatistiksel açıdan anlamlı farkın olup olmadığının tespitinde kullanılan bir istatistiksel analiz türüdür. Üç farklı testi vardır. Bunlar; Tek Grup T- Testi, Bağımsız Gruplararası T- Testi ve İlişkili İki Gruplararası T- Testi olarak üç gruba ayrılmaktadır (Coşkun vd., 2017: 191). Aşağıdaki tablolarda görülen N ifadesi kişi sayısını;  $\bar{x}$  ifadesi ise kullanıcıların vermiş oldukları cevapların ortalamasını göstermektedir. “ $\sigma$ ” simgesi ile gösterilen standart sapma, yapılan analizin ortalama etrafında nasıl dağıldığını göstermektedir. Standart sapmanın büyümesiyle beraber, dağılım alanı da büyümektedir. “t” ifadesi test istatistiğini gösterirken, “p” ifadesi ise olasılık değeri anlamına gelmektedir ve p değerinin 0,05’den küçük olması durumunda değişkenler arasında anlamlılık düzeyinde bir ilişki olduğunu ifade etmektedir.

**Tablo 4:** *Destinasyon Rekabet Gücü Algısının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi*

	<b>Cinsiyet</b>	<b>N</b>	$\bar{x}$	$\sigma$	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Destinasyon</b>	<b>Kadın</b>	211	3,11	1,03	1,18	0,19
<b>Rekabet Gücü</b>	<b>Erkek</b>	199	2,93	0,98	1,23	

Bağımsız iki örnek ile yapılan T-testi sonuçlarını gördüğümüz tablo 4’deki veriler incelendiğinde, ankete katılanların cinsiyete göre destinasyon rekabet gücü algılarının anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ( $p>0,05$ ). Ankete katılan kadın (3,11) katılımcıların destinasyon rekabet gücü algıları, erkek (2,93) katılımcıların destinasyon rekabet gücü algılarından daha yüksektir. Ancak p değeri 0,05’den büyük olduğu için cinsiyetin rekabet gücü algılarında etkili olmadığı görülmüştür.

**Tablo 5:** *Destinasyon Rekabet Gücü Algısının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi*

	Yaş	N	$\bar{x}$	$\sigma$	t	p
<b>Destinasyon Rekabet Gücü</b>	<b>18-25 Yaş</b>	34	3,18	1,11	1,12	0,33
	<b>26-35 Yaş</b>	174	3,41	1,04	1,24	0,20
	<b>36-45 Yaş</b>	110	3,68	1,17	1,09	0,13
	<b>46-55 Yaş</b>	68	3,71	1,10	1,21	0,14
	<b>56 Yaş ve Üstü</b>	24	3,21	1,04	1,13	0,21

Varyans analizi, üç yada daha fazla ortalamanın test edilmesinde kullanılır ve t-testinden bu noktada ayrılmaktadır (Toktamış ve Türkan, 2020:231). Yapılan varyans analizine göre, destinasyon rekabet gücü algılarının yaş değişkenine göre farklılık göstermediği görülmektedir ( $p>0,05$ ). Katılımcıların vermiş olduğu cevapların aritmetik ortalamalarına bakıldığında, en yüksek 46-55 yaş arası grubun (3,71) en çok dikkat ettiği, bu yaş grubundan sonra 36-45 yaş aralığında olanların (3,68) geldiği görülmektedir. En az dikkat eden yaş aralığında olanlar ise 18-25 yaş aralığında (3,18) olanlardır.

**Tablo 6:** *Destinasyon Rekabet Gücü Algısının Konaklama Türü Değişkenine Göre İncelenmesi*

	Konaklama Türü	N	$\bar{x}$	$\sigma$	t	p
<b>Destinasyon Rekabet Gücü</b>	<b>Pansiyon</b>	281	3,41	1,16	1,31	0,20
	<b>Resort Otel</b>	129	3,67	1,04	1,13	

Bağımsız iki örnek ile yapılan T-testine göre konaklama türü değişkenine göre destinasyon rekabet gücü algıları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Ankete katılanlardan resort otellerde kalanların destinasyon rekabet gücü algıları (3,67), pansiyonda kalanlara oranla daha yüksektir (3,41).

**Tablo 7:** *Destinasyon Rekabet Gücü Algısının Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi*

	Eğitim Durumu	N	$\bar{x}$	$\sigma$	t	p
<b>Destinasyon Rekabet Gücü</b>	<b>Lise</b>	56	3,71	1,18	1,09	0,45
	<b>Ön Lisans</b>	104	3,62	1,21	1,15	0,14
	<b>Lisans</b>	50	3,54	1,15	1,10	0,29
	<b>Lisansüstü</b>	200	3,08	1,12	1,17	0,02

Eğitim durumu değişkenine göre yapılan varyans analizine göre, destinasyon rekabet gücü algılarının farklılık göstermediği görülmektedir. Rekabet gücüne en çok önem veren grup 3,71 ile eğitim durumu lise olanlardır. Onlardan sonra gelenler ise 3,62 ortalama ile ön lisans düzeyinden mezun olanlar olduğu görülmektedir. Rekabet gücüne en az önem verenler ise lisansüstü (3,08) seviyesinden mezun olanlardır.



**Tablo 8:** *Destinasyon Rekabet Gücü Algısının Gelir Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi*

	<b>Gelir Durumu</b>	<b>N</b>	$\bar{x}$	$\sigma$	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Destinasyon</b>	<b>0-2300 TL</b>	72	3,67	1,16	1,17	0,17
	<b>2301-4000 TL</b>	110	3,29	1,07	1,30	0,31
<b>Rekabet</b>	<b>4001-6000 TL</b>	82	3,51	1,16	1,21	0,20
	<b>6001-10000 TL</b>	102	3,80	1,22	1,14	0,39
<b>Gücü</b>	<b>10001 TL ve Üstü</b>	42	3,35	1,19	1,19	0,24

Yapılan varyans analizi sonuçlarına göre, bireylerin gelir durumu ile destinasyon rekabet gücü algıları arasında anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir. Ankete katılan katılımcıların gelir durumlarına göre rekabet gücüne verdikleri öneme bakıldığında 6001-10000 TL aralığında gelir düzeyine sahip olanların (3,80) rekabet gücüne en çok önem verdiği görülmektedir. Arkasından 0-2300 TL aralığında gelire sahip olanlar (3,67) gelmektedir. Gelir durumuna göre rekabet gücüne en az önem veren grup ile 2301-4000 TL aralığında aylık gelire sahip olanlar (3,29) olduğu bulunmuştur.

**Tablo 9:** *Destinasyon Rekabet Gücü Algısının Kalış Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi*

	<b>Kalış Süresi</b>	<b>N</b>	$\bar{x}$	$\sigma$	<b>t</b>	<b>P</b>
<b>Destinasyon</b>	<b>1-7 Gün</b>	264	3,67	1,16	1,17	0,11
<b>Rekabet</b>	<b>8-14 Gün</b>	71	3,29	1,07	1,30	0,26
<b>Gücü</b>	<b>15 Gün ve Üstü</b>	75	3,80	1,22	1,14	0,18

Tablo 9'daki veriler incelendiğinde, ankete katılanların destinasyonda kalış sürelerine destinasyon rekabet gücü algılarının farklılık göstermediği görülmektedir ( $p>0,05$ ). Ankete katılan katılımcıların kalış sürelerine göre destinasyon rekabet gücü algılarına bakıldığında 15 gün ve üstünde destinasyonda kalan katılımcıların (3,80) rekabet gücüne en çok önem veren grup olduğu görülmektedir.

## 7. Sonuç ve Öneriler

Yaşadığımız yüzyılda gittikçe artan yoğun rekabet koşulları her sektörde etkili olduğu kadar hiç şüphesiz turizm sektöründe de sadece işletmelerin değil, aynı zamanda bütünüyle şehirlerin ve ülkelerin rekabet ettiği bir endüstri haline gelmiştir. Ülkeler ve şehirler, daha fazla turist çekmek ve daha fazla gelir elde etmek amacıyla sahip oldukları ürünleri farklılaştırmakta, sahibi olduğu ürünleri birer rekabet faktörü olarak kullanmaktadırlar. Bu noktada, ziyaretçilerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda deneyimledikleri faktörler, destinasyonu tavsiye etmelerini ve tekrar ziyaret etmelerini sağlamaktadır.

Alanya bölgesini tekrar ziyaret eden bireylerin, ziyaret motivasyonlarının ve ziyaret edenlerin tanımlayıcı farklılıklarının belirlenebilmesi amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre; bölgeye gelen bireylerin tatil yeri seçimlerinde destinasyonun rekabet edilebilirliğinin önemsiz olduğu fakat kadın katılımcıların, destinasyondaki özelliklere (ankette belirtmiş olduğumuz ifadelere) daha çok özen gösterdiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Yaş değişkenine göre yapılan analize göre; 18-25 aralığındaki bireylerin destinasyon rekabetine önem vermediği, buna karşın 36-45 yaş ve 46-55 yaş aralığındaki katılımcıların destinasyon seçiminde, destinasyonun rekabet edilebilirliğine önem verdiği görülmüştür.

Tüm bu sonuçlardan hareketle; bir turizm destinasyonu olarak Alanya'nın hem yurt içi hem de yurt dışındaki destinasyonlar ile rekabet gücünün ortalamanın üstünde olduğu fakat tüm bu durumun tüm katılımcılar için geçerli olmadığı görülmektedir. Alanya destinasyonunun daha rekabet edebilir düzeyde olması için ve turistlerin Alanya'yı diğer turistik yerlerden daha da fazla ziyaret edebilmesi için öncelikli olarak ankete katılım gösterenlerin belirtmiş olduğu ulaşım sorunu, etkili tanıtım ve reklamlar ve sağlık hizmetleri kalitesinin öncelikli olarak yükseltilmesi gerekmektedir.

Ankete katılan gelir durumları incelendiğinde Alanya'nın orta gelir (2301-4000 TL) ve üst gelir (6001-10000 TL) grubuna hitap ettiği gözlemlenmiştir. Ankete katılan katılımcılar tarafından alışveriş olanaklarının oldukça yüksek görüldüğü Alanya destinasyonuna daha üst gelir grubundan ziyaretçi çekmek turizm gelirinin yerel halka daha fazla katkı sağlamasına yol açacaktır.

Katılımcılar tarafından havaalanı kalitesi açısından yüksek sayılabilecek bir ortalamaya sahip olan Alanya destinasyonunun daha yüksek bir ortalamaya sahip olması için, Alanya-Gazipaşa havaalanının büyütülmesi ve havalimanı içindeki alışveriş olanaklarının artırılması gerekmektedir. Bu durum, havaalanı kalitesinden duyulan memnuniyeti arttıracak ve bölgeye gelen turistlerin daha çok alışveriş yaparak ekonomiden elde edilen gelirin artmasına, Alanya'nın destinasyon rekabeti açısından daha rekabetçi bir yapıda olmasını sağlayacaktır.

Katılımcıların kalış süresinin genellikle 1-7 gün arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Bölgede yer alan otellerin, turistlere yönelik uzun dönemli kampanyalar ve tercih edilebilirliğe yönelik uygulamalar geliştirmesi gerekmektedir. Bu durumun sonucunda bölgeye gelen turistlerin kalış süresi uzayacak ve böylece bölgedeki turistlerin Alanya'da daha çok vakit geçirerek, diğer destinasyonlara gitmesinin önüne geçilecektir.

Yukarıdaki bulgulardan hareketle Alanya bölgesini ziyaret eden turistlerin kamusal hizmetleri beğenme düzeylerinin daha düşük olduğu, özel sektörle alakalı görmüş olduğu hizmetlerden memnun oldukları görülmüştür. Destinasyon rekabetinde yer alabilmek için kamu ve özel sektörün işbirliği içerisinde olması gerekmektedir.

Gelecek çalışmalar için getirilebilecek en önemli önerilerden bir tanesi; benzer çalışmaların turistlerin milliyeti ölçeğinde yapılmasıdır. Bu durumun sonucunda Alanya'ya gelen turistlerin, milliyetlerine göre hangi durumlara daha çok dikkat ettiği ortaya çıkarılarak turistlere özel kampanyalar yürütülebilir. Bunun dışında gelecek çalışmaların farklı kıyı destinasyonlarında da yapılması önerilmektedir. Destinasyon rekabet gücünün talep bakış açısı ile ölçen bu çalışmanın dışında, arz bakış açısı ile ölçümlerin yapılması gerekmektedir.

## Kaynakça

- Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları.
- Atik, H. (2005). *Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. (2004). Türkiye’de Turizm Sektörünün Rekabet Gücü Analizi Üzerine Bir Alan Araştırması: Muğla Örneği, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bahar, O. (2013). “Turizm Sektörü-Ekonomi İlişkisi”. Kozak, M. (Ed.). *Turizm Ekonomisi* (s. 2-26). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 139-152.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm ve Rekabet*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Batman, O. (2018). “Turizm Politikası ve Turizm Politikasının Ana Unsurları”. Batman, O. (Ed.). *Turizm’de Politika ve Stratejiler* (s. 13-36). Sakarya: Değişim Yayınları.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Bulut, E. (2000). Türk Turizminin Dünya’daki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3, 71-86.
- Caldito, A, L., Sanchez Rivero, M., ve Paulido Fernandez, J, I. (2014). Tourism Destination Competitiveness From A Demand Point of View: An Empirical Analysis for Andalusia. *Tourism Analysis*, 19, 425-440.
- Coşkun, R., Altunışık, R., ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çakıcı, A. C., Çalhan, H. ve Karamustafa, K. (2016). Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde İnovasyon ve Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü İlişkisi. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, 11-39.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 22, 21-36.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Enright, M, J. ve Newton, J. (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. *Tourism Management*, 25, 777-788
- Eroğlu, O. ve Yalçın, A. (2013). Rekabet ve Mekânsal Kuramlara İlişkin Genel Bir Değerlendirme. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (6), 95-114.

- Hassan, S. S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38, 239-245.
- Hassan, A. ve Uşaklı, A. (2013). Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi: Akdeniz Çanağındaki Destinasyonlara Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10 (2), 53-67.
- Heper, F. Ö. ve Sarıışık, M. (2015). Kongre Turizmi Açısından İstanbul İlinin Rekabet Gücünün Analizi. *The Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Kastamonu University*, 6, 61-75.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Karamustafa, K., Güllü, K., Acar, N. ve Ulama, Ş. (2010). *Konaklama İşletmelerinde Pazar Odaklılık Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2012). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. ve Baloglu, Ş. (2011). *Managing and Marketing Tourist Destinations: Strategies to Gain a Competitive Edge*. New York: Taylor and Francis.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (1999). Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations and Empirical Findings. *Journal of Hospitality Management*, 18, 273-283.
- Morgan, N. and Pritchard, A. (2000). *Advertising in Tourism and Leisure*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Morgan, N., Pritchard, A. and Pride, R. (2004). *Destination Branding-Creating The Unique Destination Proposition*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Omerzel, D. G. (2006). Competitiveness of Slovenia As a Tourist Destination. *Managing Global Transitions*, 4 (2), 167-189.
- Özdemir, G. (2007). Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelli İzmir İçin Bir Destinasyon Model Önerisi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Öztürk, Y. ve Şimşek, E. (2013). Politik İstikrarsızlıkların Turistlerin Destinasyon Seçimine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2), 15- 25.
- Page, S, J. (2015). *Tourism Management*. New York: Routledge.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Oxford: Linacre House.
- Ritchie, J, R, B. ve Crouch, G, I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. London: CABI Publishing.
- Ritchie, J, R, B. & Goeldner, C, R. (2009). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Scorțe, C., Dragolea, L. and Paschia, L. (2013). Tourism-The Main Component of Hospitality Industry-Its Evolution in Romania. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 15 (2), 703-715.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley and Sons.

- Şimşek, A. (2012). “Evren ve Örneklem. Şimşek”, A. (Ed.). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (s. 108-133). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Toktamış, Ö. ve Türkan S. (2020), *Temel İstatistiksel Yöntemler*, İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Türkay, O. (2014). *Destinasyon Yönetimi-Yönetimbilim Bakış Açısıyla İşlevler, Yaklaşımlar ve Araçlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2012). *Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zengin, B. ve Uyar, H. (2012). Türk Turizm ve Otelcilik Sektöründe Rekabet ve Rekabeti Etkileyen Faktörlerin Otel İşletmelerine Yönelik Olarak Değerlendirilmesi. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3 (5), 1-22.

# Bölüm 18

## DİJİTAL PAZARLAMA KAPSAMINDA: T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞININ DİJİTAL UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

*Yonca EROĞLU<sup>1</sup>*  
*Ahu YAZICI AYYILDIZ<sup>2</sup>*

1 Yüksek Lisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, yoncaeroglu1912@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3408-2839>

2 Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, ayazici@adu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1301-2428>





## 1. GİRİŞ

İnsanoğlunun ilk çağlardan beri, öncelikli olarak temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla doğada sürekli üretim faaliyetleri içerisinde olduğu bilinmektedir. Zamanla bu üretim aşamasına basit sistemde kullanılan aletler eşlik etmiştir. Fakat fiziksel olarak hep daha fazla beden gücüne ihtiyaç duyan insanoğlunun bu aletleri geliştirmesi de kaçınılmaz olmuştur. İnsanoğlunun kendi fiziksel gücünü aşarak gerçekleştirdiği en büyük devrim ise bu aletlerin yerini, makinelerin alması olmuştur. Sanayi devrimi olarak nitelendirilen bu yeni çağda ise artık insan iş gücünün yerini makineler almaya başlamış ve seri üretim faaliyetleri ile daha fazla ürün elde edilerek, kârlılık esas alınmıştır. İşletmeler arasındaki bu kârlılık zamanla rekabete dönüşmüş ve pazardaki konumunu koruyabilmek için daha fazla teknolojik gelişmelere de ihtiyaç duyulmuştur. Bu rekabet ortamında da teknoloji, bilim ışığında gelişimi sürdürmüş ve günümüze kadar geçen evrede son hali olan Dijital Çağ'ı etkin olarak sürdürmektedir.

Gelişen ve değişen dünyada teknoloji hayatın olmazsa olmazları arasında yerini alırken, tüm sektörleri de etkisi altına alarak dijitalleşmeyi gerekli kılmıştır. Bazen tüketici bazen ise üretici olarak bireyler de bu değişim ve gelişim evrelerinde aktif olarak rol almaktadır. İşletmeler de dijitalleşen dünyaya ayak uydurarak etkinliğini ve sürdürülebilirliğini artırmayı hedeflemektedir. Dijitalleşmenin etkisiyle de yeni bir pazarlama yaklaşımı olan “Dijital Pazarlama” kavramı ortaya çıkmış ve bu yeni kavram marka tutundurması için gerekli olan en önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. Bu bağlamda, hedef kitlesine daha hızlı, etkili ve isteklerine uygun bir şekilde yanıt vermek isteyen işletmeler için dijital pazarlama etkin bir yol haritası olmuştur. Günümüzde teknolojiyi yakından takip eden yenilikçi işletmeler hem pazar payını arttırmakta hem de rakipleri ile rekabet edebilmektedirler. Zaman içerisinde de dijital pazarlama, işletmeler için tercih olmaktan çıkıp tutundurma faaliyetleri için bir gereklilik haline gelmiştir. Dijitalleşmenin en önemli etkilerinden biri de işletmelerin müşterileri için daha kişiselleştirilmiş ürün ve hizmetler sunabilmesidir. Bu sayede de işletmeler, müşteri memnuniyetini arttırmakta ve bunun doğal bir sonucu olarak da kâr marjını olumlu yönde etkilemektedirler. Dijital pazarlama aynı zamanda işletmeler için bir yatırım kaynağı olarak da görülmektedir.

IV. Sanayi Devriminde yaşanan tüm bu teknolojik gelişmeler, Endüstri 4.0 ve aynı zamanda nesnelerin interneti olarak da ifade edilmektedir. Turizm endüstrisi de bireye hizmet eden bir sektör olarak, bireylerin ilgi, istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için bu gelişmeleri takip etmekte ve pazar payını korumaya çalışmaktadır. Bu bağlamda dijital uygulamalar, turizm işletmeleri için yönetsel bir amaç olmaktan çıkıp, turist ile daha etkili, hızlı ve yenilikçi bir iletişim kurabilmek için araç haline gelmiştir.

Bu gereklilik işletmelerin marka imajlarından, pazar rekabetine kadar birçok aşamasında etkili olurken aynı zamanda işletmelerin sunduğu ürün ve hizmetlerin kalitesini, müşteri memnuniyetini de arttırmaktadır. Günümüzde de dijital uygulamaların etkinliğini günden güne arttırmakta ve sektör içerisindeki faaliyet alanlarını da genişletmektedir. Turizm işletmelerinin dijital pazarlama alanlarını etkin olarak kullanmaları, dijital ürün ve hizmetlere yönelmeleri Endüstri 4.0'ın en büyük göstergelerinden biridir.

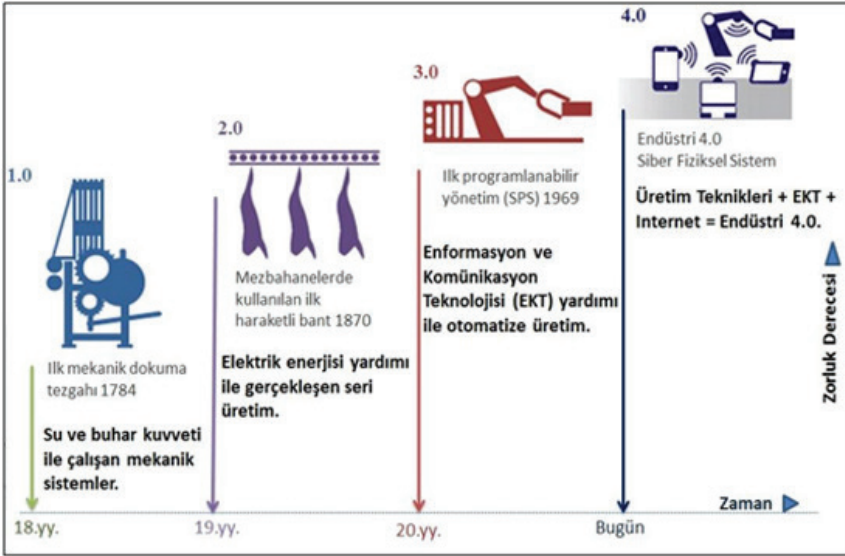
Dijital uygulamaların, ürün ve hizmetlerinin gelişimi işletmelerin olduğu kadar devletin de desteklemesi gereken bir faktördür. Bu faktör destinasyon çekiciliği ve bunun doğal bir sonucu olarak da ülke ekonomisindeki kalkınma için oldukça önem arz etmektedir. Devlet desteği alan işletmeler, gerekli fiziksel alt yapıların da uygun olmasıyla birlikte bu alandaki çalışmalarını arttırabilecek ve zaman içerisinde de uluslararası rekabet üstünlüğu sağlayabileceklerdir. Yazıcı Ayyıldız & Ayyıldız, (2020) yaptıkları çalışmaya göre; yasal alt yapı eksikliğinin, turizm topluluklarının dijital platformlarda tanıtım faaliyetlerine engel olduğu ortaya çıkmıştır (Yazıcı Ayyıldız ve Ayyıldız, 2020).

Günümüzde özel sektörün yanı sıra kamu işletmeleri de dijital pazarlamayı yoğun olarak kullanmaktadırlar. Bu çalışmada; dijital pazarlama kapsamında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kullanmakta olduğu dijital uygulamalarının neler olduğu incelenmiştir. Bu amaçla T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kullandığı dijital platformlar olan mobil uygulamalar, web siteleri ve sosyal medya platformları ayrıntılı olarak incelenerek, dijital uygulamaları hakkında bilgi verilmiştir. Nitel araştırma modeli içerisinde verilerin elde edilmesi ve yorumlanması sürecinde doküman analizi yöntemi uygulanmıştır. Doküman analizi basılı ve web tabanlı belgelerin ve bilgilerin sistematik bir şekilde ele alınması olarak tanımlanabilir (Bowen, 2009).

## **DİJİTAL DÖNÜŞÜM KAPSAMINDA ENDÜSTRİ 4.0**

Yüzyıllardır teknolojiye duyulan ihtiyaç, günden güne artmakta ve insan hayatının hemen hemen tüm alanlarına etki etmektedir. Teknoloji alanındaki bu arz ve talep ilişkisi, hızlı bir şekilde, günümüz teknolojisi ile Dijital Çağ'a dönüşmüştür. Yaşanan tüm gelişmeler "Endüstri 4.0" kavramının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Endüstri 4.0 kavramı ve teknolojinin tarihsel gelişimi Şekil 1'de vermiştir.

Şekil 1. Sanayi Devrimi



**Kaynak:** Kagermann vd., (2013)

18. yüzyılda, buhar makinesinin icadı ile ilk kez insan iş gücünün yerini makineler almaya başlamıştır. Bu ilk makineleşme dönemi; birinci sanayi devrimi olarak kabul görmüştür (Davutoğlu vd., 2017). İlk olarak tekstil sektöründe kullanılmaya başlanan buharlı makineler, daha sonra farklı sektörlerde de kullanılmaya başlanmıştır. Demiryollarının kullanımı da bu dönem içerisinde geliştirilerek, ulaşım alanında da yenilikler meydana gelmiştir (Eğilmez, 2017). Tüm bu gelişmeler sonucunda tarihte ilk kez insan iş gücünün yerini makineler almaya başlamış ve bu gelişim devrim niteliği taşımıştır. Bu bağlamda sanayi devriminin temelleri atılmaya başlanmış, mutlak bir çerçevede de bu gelişimler günümüze kadar etkinliğini sürdürmektedir.

Birinci sanayi devrimindeki teknolojik gelişmeler, ikinci sanayi devriminin gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır. Elektrik enerjisi kullanımıyla gerçekleşen seri üretim ile ikinci sanayi devrimi kavramı oluşmuştur. Bu seri üretim bantları ilk kez Henry Ford tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Bu uygulama ile ürünlerin maliyetlerinde de düşüş sağlamıştır (Özkan vd., 2018).

İkinci sanayi devriminin ardından 1970'li yıllara gelindiğinde, bilgisayar kullanımı günlük hayata dâhil edilerek yaygınlaştırılmıştır. 1990 yılı itibariyle de kâğıt evraklar üzerinde bulunan bilgiler, bilgisayarlara aktarılmış ve bilgede de dijitalleşme çağı başlamıştır (Özdoğan, 2018). Bu dönem ise; üçüncü sanayi devrimi olarak kabul görülmüş aynı zamanda

bilgi ekonomisi olarak da adlandırılmıştır. Teknolojide yaşanan bu gelişmeler devrim niteliği taşımış ve günümüz dijital çağı olan Endüstri 4.0'a da zemin hazırlamıştır (Rifkin, 2013).

Ülkeler arasında, farklı isimlerde de tanımlanmakta olan dördüncü sanayi devrimi; İngiltere ve Avrupa Birliği ülkelerinde nesnelere interneti olarak tanımlanırken, Almanya'da Endüstri 4.0 olarak tanımlanmaktadır (Kagermann vd., 2013). Aynı zamanda Endüstri 4.0 yeni bir sanayi stratejisi olarak, Almanya'da devlet desteği almıştır. Almanya'nın ardından bu kavram Avrupa, ABD ve Japonya'da da kullanılmaya başlanmıştır (Gabaçlı ve Uzungöz, 2017).

Endüstri 4.0, bilgisayar kullanımının artırılmasını ve bu sayede teknolojinin yangın olarak kullanılmasını hedefleyen bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre; endüstrilerde, bireyin iş gücüne duyulan ihtiyacın, üretim esnasında oluşabilecek hataların en aza düşürülmesi ve üretim hızının artırılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda, hizmet ve ürünlerin talep edilen zaman dilimi içerisinde verimli bir biçimde üretilmesini sağlarken, üretilen ürünlerin kalitesini de arttırmakta ve tüketiciye özel ürün ve hizmetler geliştirebilmektedir (Eğilmez, 2017).

Çağımızı etkisi altına alan, Endüstri 4.0 kavramı, aynı zamanda "dijital dönüşüm" olarak da adlandırılmaktadır (Soyak, 2017). Dünya çapında yaşanan bu dijital dönüşüm, tüm sektörleri etkisi altına alarak; yapay zekâ, nesnelere interneti, sanal gerçeklik ve giyilebilir teknoloji, gibi yeni üretim yöntemleri ile çağımıza yön vermektedir. Bu yaklaşım; eğitim ve kariyer planlaması, iş olanaklarının geliştirilmesi gibi birçok alanda da yenilik getirmiştir (Topsakal vd., 2018).

Bir başka tanıma göre, Endüstri 4.0; nesnelere ile insanlar arasında etkileşimin yoğun olarak gerçekleştiği ve bu etkileşim esnasında ortaya çıkan veri akışının, planlı ve organize bir biçimde yürütülerek, teknolojik aletlerin bireyin iş gücüne ihtiyaç duyulmadan kullanılabilmesidir (Görçün, 2016).

Atar, (2020) yaptığı çalışmaya göre, 18. yüzyılda başlayan ve günümüzde hala etkisini devam ettirmekte olan sanayideki tüm bu gelişim ve değişim evreleri özetle;

I. Sanayi Devrimi: Su ve buhar teknoloji ile üretimde ilk kez kullanılan makineler, mekanik üretim sistemleri yer almaktadır.

II. Sanayi Devrimi: Elektrik enerjisinin kullanılmaya başlanması ve seri üretim faaliyetlerine geçilmesi.

III. Sanayi Devrimi: İlk kez internet veri tabanının ve otomatik üretim faaliyetlerinin kullanılmaya başlanması.

IV. Sanayi Devrimi: Nesnelerin interneti, akıllı üretim uygulamaları, nanoteknoloji ve siber ile fiziksel sistemlerin kullanılmasıyla Dijital Çağ'ın etkinliği hala devam etmektedir.

## 2. DİJİTAL PAZARLAMA

Çağın getirilerinden olan teknolojik gelişmeler işletmelerin, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına hızlı ve etkili bir şekilde cevap verebilmesi ve bulunduğu pazar içerisindeki rakipleriyle rekabet edebilmesi için gerekli olan en önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. Kotane, vd. (2019), yaptığı çalışmaya göre dijital dönüşüm; tüketicilerin ve bireylerin teknolojilere uyum sağlama yeteneği olarak özetlenebilir. Dijital pazarlama ise elektronik ortam üzerindeki her türlü iletişim ve reklam faaliyetlerini tek çatı altında toplamaktadır. Bu bağlamda, dijital pazarlama; bir ürünün veya markanın elektronik cihazlar aracılığıyla tanıtımı ve pazarlama sürecidir (Nair, 2016).

Dijital pazarlama; üretici ve tüketici arasında daha etkili bir iletişim kanalı oluşturarak, yeni tüketiciler kazanabilmeyi, tutundurma faaliyetlerini etkin olarak sürdürebilmeyi sağlayan dijital teknolojilerin işletmeler tarafından kullanılmasıdır (Wymbs, 2011). Dijital pazarlama geleneksel yöntemlerin aksine, kitle pazarlaması yerine niş pazarlama yöntemlerini benimseyerek daha etkili bir pazarlama ağı kurmaktadır (Todor, 2016).

Altındal, (2013)'ün yaptığı çalışmaya göre; geleneksel haberleşme kanallarının aksine dijital pazarlama, ürün ve markayı tutundurmak için dijital platformlar üzerinden ticari faaliyetlerini yerine getirmektedir. Dijital pazarlama; web, online, interaktif ve e-pazarlama olarak da adlandırılmaktadır. Dijital pazarlama dört temel aşamada gerçekleşmekte olup, bu aşamalara aşağıda bulunan tablo 1'deki gibi yer verilmiştir.

**Tablo 1:** *Dijital Pazarlamanın Temel Aşamaları*

---

Acquire (Elde et): Ürün veya hizmetin tanıtım ve satışının yapılmakta olduğu dijital platforma müşterilerin ilgisini çekilebilmek için gerçekleştirilen her türlü faaliyetlerdir. Örneğin: arama motoru optimizasyonu- reklamları, sosyal medya pazarlama, online PR, RSS, interaktif, viral pazarlama, e-mail pazarlama, içerik üretme/paylaşma, gelir, karşılaştırma, reklam ortaklığı gibi.
--

---

---

**Convert (Kazan):** Bu aşama, dijital ortamda kazanılan müşterinin işletmenin pazarlama stratejisine ulaşmasını sağlayan her türlü faaliyetleri içerir. Aynı zamanda bu aşama yalnızca satış beklentisi bulunmamaktadır. Dijital platform ortamında geçirilen süre, ulaşılan kitle sayısı gibi etkenler de işletmelerin stratejik hedeflerine göre farklılık göstermektedir.

---

**Measure & Optimize (Ölç ve Optimize et):** İşletmelerin kullandıkları dijital uygulamaların başarı oranını görebilmek için bu aşamada kendilerini ölçmekte ve rekabet ettikleri diğer işletmeler ile karşılaştırılma yapmaktadır. Bu aşama işletmenin başarısının ve hataların belirmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

---

**Retain & Grow (Sahip Çık ve Büyüt):** Dördüncü ve son aşama ise işletme memnuniyetini kazandığı müşterilerini, uzun vadede tutabilmesi ve sadakat müşterisi haline getirebilmesidir. Örneğin: sadakat, referans programları, e-mail pazarlama, topluluk oluşturma, kişiselleştirme teknikleri gibi.

---

**Kaynak:** *Akt. Altındal, (2012).*

Gelişen teknolojiler ile dijital pazarlama günümüzde yalnızca internet bağlantısı gerektiren kanallarla kısıtlanmamakta; kolay erişilebilirlik, etkili iletişim ve bilgilendirme, tüketici görüşlerinin ölçülebilirliği, tüketicinin pazarlama sürecine katılımını ve daha kişiselleştirilmiş bir pazarlama anlayışını da ifade etmektedir (Dahiya ve Gayatri, 2018). Bu avantajların pazarlamacılar tarafından öneminin bilinmesi de dijital pazarlama uygulamaların gelişmesi için çeşitli yatırımların ve araştırmaların yapılmasına katkı sağlamaktadır (Tiago ve Verissimo, 2014).

Dijital pazarlama öncülüğünde, aynı ürün veya hizmeti satın alan ya da almak isteyen tüketiciler arasında sanal topluluklar da oluşmaktadır (Wind ve Mahajan, 2002). Bu sanal toplulukların dezavantajı ise; tüketicilerin, işletmelerin sunmuş olduğu bilgilerden daha çok deneyim kazanmış tüketicilerin görüşlerine güvenmesidir (Smith, 2011). Dijital pazarlamanın bir diğer dezavantajı ise; günümüzde hala dijital uygulamaları güvenli bulmayan tüketicilerin olması ve geleneksel pazarlama yöntemlerini tercih etmeleridir. Aynı zamanda dijital pazarlama, internet veri tabanlı bir pazarlama hizmeti sunduğu için internet üzerinde gerçekleşecek olan her türlü aksaklıklar nedeniyle tüketici daha fazla zaman harcamak zorunda kalabilmektedir. Bu durum da dijital pazarlamanın çekiciliğini azaltmaktadır (Todor, 2016). Fakat Kurum, 2020'ye göre ise; günümüzde insanların ekran başında geçirdikleri süre oldukça fazladır. Bu sayede de dijital pazarlamayı etkin bir şekilde kullanan işletmeler, müşteri profillerini daha iyi analiz edebilmekte ve hedef kitleye daha kolay ulaşabilmektedir (Kurum, 2020).

Dijital pazarlamanın dezavantajları işletmeler açısından ele alındığında ise; rakip işletmeler tarafından ürün kampanyalarının, tasarımlarının taklit edilebilmesi gibi birçok tehdit bulunmaktadır. Bu nedenden dolayı işletmelerin dijital platform üzerinde gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerinde telif hakkı alması gerekmektedir (Safko, 2009).

Dijital platformlarda pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için kullanılan araçlar arasında; arama motoru optimizasyonu (Seo) ve arama motoru pazarlaması (Sem), web siteleri, e-posta pazarlaması (E-mail marketing), sosyal medya pazarlaması ve mobil pazarlama gelmektedir (Yazıcı Ayyıldız, 2020).

### **3. T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI DİJİTAL UYGULAMALARI**

21. yüzyılın en büyük gelişmelerinden biri olan Endüstri 4.0, turizm endüstrisinde de birçok teknolojik gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bu teknolojik gelişmeler sonucunda, geleneksel pazarlama yöntemlerinin yerini dijital pazarlama yöntemleri almaya başlamıştır. Dijital çağa ayak uydurmak, pazar rekabetini arttırmak ve korumak isteyen tüm işletmeler için dijital pazarlama kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir. Markalaşmak isteyen işletmeler, dijital pazarlama alanında yatırımlar gerçekleştirmiş ve gelişen rekabet ortamı ile tüketiciler için de dijitalleşme, çağın olmazsa olmazları arasında yerini almıştır.

Dijital pazarlama uygulamaların kullanılmasının; etkili ve hızlı tanıtım faaliyetleri, tüketicinin satın alma kararına etkisi, ön deneyim fırsatı sunması, deneyim sonrası geri bildirim ve tüketicinin pazarlama karmasına dâhil edilmesi gibi birçok olumlu etkileri bulunmaktadır. Bunun yanı sıra dijital platformlarda kullanıcılar tarafından oluşan sosyal ortamlar ile müşteri memnuniyetlerinin ve şikâyetlerinin açık bir şekilde ifade edebilmelerinin, işletmeler açısından hem olumlu hem de olumsuz yönleri bulunmaktadır. Fakat tüketiciye ön deneyim fırsatının sunulması aynı zamanda marka güvenilirliğini de arttırmaktadır. Bu bağlamda, işletmelerin dijital pazarlama alanında profesyonel olarak destek almaları veya alanında uzman çalışanlarının olduğu dijital pazarlama departmanının olması bu riskin, en aza indirebileceği ve hedef kitlesine istinaden, daha etkili bir yol izlemesini sağlayacaktır.

Tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de dijital pazarlama kapsamında birçok dijital uygulamalar kullanılmaktadır. Bunlardan bazıları; mobil uygulamalar, bulut servisleri, sanal gerçeklik, coğrafi etiket hizmetleri, konum servisleri ve sosyal ağ hizmetleridir. Günümüzde yaygın bir biçimde kullanılmakta olan mobil cihazlar ve özellikle de akıllı telefonlar aracılığıyla, binlerce uygulama sayesinde kullanıcılara bağlantı

ve internete her yerden erişim imkanı sağlanmaktadır (Wang ve Xiang, 2012). Bu bağlamda, geliştirilen dijital uygulamalar; yeni ürün ve hizmet geliştirme kolaylığı sağlarken aynı zamanda dijital bilgi paylaşımı ile etkili iletişim olanakları da sunmaktadır. Bu sayede de daha etkili bir turistik deneyim imkanı sağlarken aynı zamanda birçok farklı kesime de hitap edilebilme imkanı sağlamaktadır (Gretzel vd., 2015).

BİT/ICT'nin turizm sektörüne dâhil edilmesi ile dijital uygulamalar turizm sektöründe de etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin: nesnelerin interneti, bulut bilişim, yapay zekâ, akıllı cihazlar, turizm hareketine katılan tüm bireyler ile mobil iletişim uygulamaların sunulması gibi (Zhang, vd., 2012). Bu bağlamda, dijital uygulamalar; turistin hizmet ve bilgilere daha kolay ve hızlı bir şekilde erişim sağlayabilmesini, sanal gerçeklik cihazları sayesinde turistik hareket alanlarında ön deneyim yaşama fırsatı sunması, işletmelerin de turistlerin bu deneyimlerini kısa bir süre içerisinde analiz edebilmeleri ve bu bilgiler doğrultusunda yeni ürün ve hizmet geliştirme imkanı sunması gibi birçok faydası bulunmaktadır (Zhu, vd., 2014).

Turizm sektöründe kullanılan diğer bir dijital uygulama ise; multimedya rehber cihazlarıdır. Bu cihazlar, turistin hareket alanları içerisinde, sesli ve/veya görsel olarak dijital rehberlik hizmetini (Lee, 2016) QR kod veya numaralandırma sistem ile aktarmaktadır (Petrie vd., 2017). Örneğin: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın mobil uygulamalarından biri olan "Müzelerin Sesi" bir multimedya rehber hizmetidir.

Turizm işletmelerinin kullandığı dijital uygulamalardan biri de web siteleridir. Bu sayede işletmeler web sitesi üzerinden de tanıtımını, en hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirebilmekte, turistik çekiciliği de artırabilmektedir (Parvez vd., 2018). Bir diğer dijital uygulama ise; ulusal ve uluslararası platformlarda yapılan tanıtım çalışmalarıdır. Bu platformlar aracılığı ile dijital tanıtım uygulamaları kullanan işletmeler daha büyük kitlelere ulaşarak, turizm pazarında lider konuma gelebilmek, pazar payını arttırabilmek ve sürdürülebilirliğini devam ettirebilmeyi hedeflemektedir. Bu uygulamaya örnek olarak; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "Home: Turkey" dijital uygulaması ile ülkemizde bulunan kültürel ve turistik değerlerin ön plana sunulduğu tanıtım filmleri ve görseller hazırlanmıştır. Bu kampanya ile Türkiye'nin turistik çekiciliğini arttırabilmek için daha geniş kitlelere ulaşabilmek hedeflenmiştir (Ünüvar ve Şimşek, 2019).

Aynı zamanda, sanal gerçeklik cihazları da turizm sektöründe kullanılan dijital uygulamalardan biridir. Bu cihazlar sayesinde; turistlere hem seyahat öncesi ön deneyim fırsatı sunulmakta hem de sanal turlar düzenlenmektedir. Bu uygulama ile daha geniş kitlelere ulaşabilmek ve



turistik çekiciliği arttırabilmek hedeflenmektedir (Durmaz vd., 2018). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, Türkiye'de bulunan 33 farklı müzeye [www.sanalmuze.gov.tr](http://www.sanalmuze.gov.tr) web sitesi üzerinden sunduğu sanal tur hizmetleri, bu uygulamaya örnektir.

Duğan ve Aydın (2018), yaptıkları çalışmaya göre, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Facebook, Twitter ve YouTube sosyal medya hesapları incelendiğinde, paylaşımların; tarihsel, kültürel ve turistik değerlerini tanıtmak, kamuyu bilgilendirmek ve rutin etkinlikler hakkında bilgi vermek amacıyla kullanıldığı saptanmıştır (Duğan ve Aydın, 2018).

Dijital pazarlama kapsamında, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kullandığı dijital uygulamalar genel çerçevede incelendiğinde; mobil uygulamalar, web sitesi ve sosyal medya platformları olmak üzere uygulamaların üç farklı alanda kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bu üç farklı uygulama alanlarına ait bilgelere ayrıntılı bir şekilde aşağıda bulunan Tablo 2'de yer verilmiştir.

**Tablo 2:** *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Dijital Uygulamaları*

UYGULAMALAR	İÇERİK
<b>MOBİL UYGULAMALAR</b>	
KTB Bulut	KTB çalışanlarına özel olarak geliştirilmiş Bulut Depolama sistemidir. Aynı zamanda bu uygulama; <a href="http://www.bulut.ktb.gov.tr">www.bulut.ktb.gov.tr</a> web sitesi üzerinden de erişime sunulmaktadır.
KTB Bulut Depolama	Kullanıcıların elektronik ortamdaki her türlü bilgilerinin korunmasını, saklanmasını ve paylaşılmasını sağlayan bir uygulamadır.
Kütüphanem Cepte	Halk kütüphanelerinin, katalog taraması ve üyelik bilgilerine ulaşım sağlayan bir uygulamadır. Aynı zamanda bu uygulama; <a href="http://www.kygm.ktb.gov.tr">www.kygm.ktb.gov.tr</a> web sitesi üzerinden de erişime sunulmaktadır.
Kütüphanem Cepte E-Kitap	Kullanıcılara elektronik kitap hizmeti sunarak; online e-kitap okuma ve not alma fırsatı sunan bir uygulamadır. Aynı zamanda bu uygulama; <a href="http://www.ekitap.ktb.gov.tr">www.ekitap.ktb.gov.tr</a> * web sitesi üzerinden de erişime sunulmaktadır.
Konuşan Kitaplık	Millî Kütüphane Konuşan Kitaplık Görme Engelliler Merkezi üyelerinin arşivinde yer alan sesli kitapları sunan bir sistemdir. Aynı zamanda bu uygulama; <a href="http://www.konusankitaplik.mkutup.gov.tr">www.konusankitaplik.mkutup.gov.tr</a> * web sitesi üzerinden de erişime sunulmaktadır.
Türkiye'nin Müzeleri	Türkiye'de bulunan müzeler hakkında kullanıcılara bilgiler sunan ve online satış hizmeti veren bir uygulamadır. Ayrıca bu uygulama; <a href="http://www.muze.gov.tr">www.muze.gov.tr</a> * web sitesi ve Instagram, Facebook, Twitter üzerinden de erişime sunulmaktadır.

- Müzelerin Sesi Türkiye'deki müzelerde *sergilenen eserlere ait bilgileri işaret dili videoları ve Mobil Sesli Rehberlik hizmeti aracılığı ile sunan bir uygulamadır.*
- Sanat Cepte KTB'ye bağlı sanat birimleri tarafından gerçekleştirilen, sanat etkinlikleri hakkında bilgi ve bilet satışı sunan bir uygulamadır. Bu uygulama; [www.sanatcepte.gov.tr](http://www.sanatcepte.gov.tr) web sitesi ve Instagram, Facebook, Twitter, YouTube üzerinden de erişime sunulmaktadır.

## WEB SİTE UYGULAMASI

- [www.ktb.gov.tr](http://www.ktb.gov.tr) Türkiye'nin; kültür, sanat, tarih ve turizm alanlarında kullanıcılara bilgiler sunan, online bilet hizmeti veren ve aynı zamanda resmi turizm istatistikleri ile bakanlık haberlerinin de yayımlandığı resmi web sitesidir. Ayrıca Bakanlığa bağlı bulunan müdürlükler ve başkanlık kurumlarına ait 119 tane web sitesi de bulunmaktadır. Bu web sitelerinden biri de; Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü'ne ait olan [www.devletiyatro.gov.tr](http://www.devletiyatro.gov.tr) adresidir. Kullanıcılara bu web site üzerinden; Devlet Tiyatroları etkinlikleri hakkında bilgiler sunulmakta, online bilet satışı gerçekleştirilmekte ve sanal gerçeklik uygulamasıyla tiyatro sahnelerine ön deneyim fırsatı sunulmaktadır.\*

Diğer web siteleri:

- [www.sanalmuze.gov.tr](http://www.sanalmuze.gov.tr) Türkiye'de bulunan müzelere *sanal gerçeklik uygulaması ile sanal tur hizmeti veren web sitesidir.*
- [www.goturkey.com](http://www.goturkey.com) Türkiye'nin; kültür, sanat, tarih ve turizm destinasyonlarının, uluslararası platformlarda tanıtılması amacıyla uygulanan web sitesidir. Aynı zamanda; Instagram, Facebook, Twitter, YouTube ve Pinteres üzerinden de erişime sunulmaktadır.
- [www.kulturportali.gov.tr](http://www.kulturportali.gov.tr) Türkiye'nin; kültür, sanat, tarih ve turizm alanları hakkında kullanıcılara bilgiler sunan bir uygulamadır. Aynı zamanda Facebook, Twitter, YouTube ve Pinteres üzerinden de erişime sunulmaktadır.
- [www.liveturkey.com](http://www.liveturkey.com) TGA ve KTB bünyesinde gerçekleştiren dijital kanaldır. Uluslararası platformda; Türkiye'nin tarihsel, kültürel, sanat, spor, gastronomi, eğlence gibi birçok alanında çoğunlukla canlı yayınlarla deneyim fırsatı sunan bir uygulamadır. Aynı zamanda Facebook, Twitter ve YouTube üzerinden de erişime sunulmaktadır.
- [www.turkishmuseums.com](http://www.turkishmuseums.com) Uluslararası alanda Türkiye'nin tarihi ve kültürel değerlerini tanıtmak amaçlı oluşturulan web sitesidir. Aynı zamanda Instagram, Facebook, Twitter ve YouTube üzerinden de erişime sunulmaktadır.
- [www.webtv.kultur.gov.tr](http://www.webtv.kultur.gov.tr) Kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak ve tanıtmak amacıyla uygulanan dijital televizyon uygulamasıdır.

www.tga.gov.tr	Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), KTB'nin turizm işletmelerine sunduğu sertifikalar hakkında bilgiler veren ve bu belgelere sahip işletmelerin bilgilerine erişim imkânı sunan resmi bir sitedir. Aynı zamanda Instagram, Facebook, Twitter, Youtube ve Pinteres üzerinden de erişime sunulmaktadır.
www.kapadokyaalan.ktb.gov.tr	Kapadokya Alan Başkanlığı'nın, KTB mevzuatları ile stratejik plan ve raporlar hakkında bilgilerin sunulduğu web sitesidir.
<b>SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI</b>	
Facebook	Kültür, sanat ve turizm alanlarında video ve görsel paylaşımların yapıldığı, 130.312 takipçisi bulunan resmi bir hesaptır.
Instagram	Kültür, sanat ve turizm alanlarında video ve görsel paylaşımların yapıldığı, 121.640 takipçisi bulunan resmi bir hesaptır.
Twitter	Kültür, sanat ve turizm alanlarında video ve görsel paylaşımların yapıldığı, 300.947 takipçisi bulunan resmi bir hesaptır.
YouTube	Kültür, sanat ve turizm alanlarında video paylaşımların yapıldığı, 60.800 takipçisi bulunan resmi bir hesaptır.
Pinterest	Tarihsel alanlar hakkında görsel paylaşımların yapıldığı, 56 takipçisi bulunan resmi bir hesaptır.

\*<https://www.ktb.gov.tr/TR-96682/birimlerimiz.html>

Kaynak: Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 1'de yer alan bilgiler incelendiğinde, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın dijital uygulamalardan; Bulut Bilişim, QR Kod Uygulaması, Mobil Uygulamalar, Sesli Rehber, Sanal Gerçeklik Uygulamaları ve Web Sitesi Uygulamalarının kullanıldığı ve bu uygulamalar içerisinde, engelli bireylere yönelik geliştirilen 2 adet uygulamanın olduğu saptanmıştır. Bu dijital uygulamaların dağılımı Tablo 3'teki gibidir:

**Tablo 3: KTB Dijital Uygulamalarının Dağılımı**

	Bulut Bilişim	QR Kod	Sesli Rehber	Sanal Gerçeklik	Mobil Uygulamalar	Web Sitesi	Engelli Dostu
Uygulama Sayısı	2	2	1	2	7	131	2

Tablo 3'de görüldüğü üzere, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın dijital uygulamalardan en çok web sitelerini kullanmakta, mobil uygulamalar ve diğer dijital platformlar daha az tercih edilmektedir.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Globalleşen dünyada teknoloji, insan yaşamının her alanına etki etmektedir. İşletmelerin de tüketicilere sunduğu, ürün ve hizmetlerinin bu teknolojiler ile donatılmış olması bir tercih olmaktan çıkıp, işletmelerin pazar rekabeti ve sürdürülebilirlikleri için bir gereksinim haline gelmiştir. Turizm işletmelerinde de, turistik çekiciliği arttırmak, sadakat müşterisi yaratabilmek ve müşteri memnuniyetini arttırmak için dijital uygulamalar kullanılmaya başlanmıştır. Turizm endüstrisinde de kullanılan birçok dijital uygulamalar bulunmaktadır.

Dijital pazarlama uygulamalarının işletmeler için çağa ayak uydurmak, müşteri istek ve beklentilerine hızlı, etkili ve yenilikçi çözümler sunması, işgörenlerden daha verimli performans alabilmesi ve tüm bunların sonucu olarak kâr marjını ve pazar payını artırabilmesi gibi birçok olumlu sonucu bulunmaktadır.

Turizm endüstrisinde dijital uygulamalarının kullanılmasının, ülkelere sağladığı avantajlar arasında; bulunduğu ülkenin destinasyon çekiciliğini arttırması, aynı pazar içerisinde bulunan diğer ülkelerle de rekabet üstünlüğü sağlaması sayılabilir. Bu bağlamda dijital uygulamalar yalnızca işletmeler için değil, bulunduğu ülke ve toplum için de ekonomik ve sosyal kalkınmayı destekleyen önemli bir rekabet unsurudur. Ayrıca geniş paydaş kitlesi ile etkileşim içerisinde olan turizm endüstrisi, bu ekonomik kalkınma girdileri ile birçok farklı sektörü de olumlu yönde etkilemektedir.

Yapılan araştırmalar sonucunda T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kullanmakta olduğu dijital uygulamaların mobil uygulamalar, web siteleri ve sosyal medya uygulamaları başlığı altında toplandığı belirlenmiştir. Bu uygulamalardan yalnızca iki tanesinin engelli bireyler için geliştirildiği saptanmıştır. Bu bağlamda, KTB'nın dijital uygulamalarına yönelik geliştirilen öneriler aşağıdaki gibidir;

- Web sitesi sayısının çok ve dağınık olması nedeniyle; birleştirilmiş, öz site yönetiminin kullanılması kullanıcılar için ulaşım kolaylığı sağlaması açısından avantaj sağlayacaktır.

- Uluslararası platformlarda kullanılmak üzere farklı dil seçenekleriyle mobil uygulamaların da geliştirilmesi işlevsel olacaktır.

- Engellilere yönelik dijital uygulamaların, engel türlerine göre çeşitlilik göstererek arttırılması gerekmektedir.

- Turizm işletmelerinde, dijital uygulamaların yaygınlaştırılması için bakanlık tarafından teşvik ve desteklerin verilmesi gerekmektedir.

- Türkiye için ortak turizm dili oluşturulmalı ve bu dil tüm dijital uygulamalarda kullanılmalıdır.
- Uluslararası platformlarda turistik çekiciliği arttırmak için sanal gerçeklik uygulamalarının uluslararası platformlarda da kullanılması gerekmektedir.
- Web sitesi üzerinden sunulan sanal gerçeklik uygulamalarının artırılması ve mobil uygulama olarak da erişime sunulması gerekmektedir.
- Destinasyon çekiciliği arttırmak için dijital platformlar üzerinden daha çok bölgesel tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi ve tanıtım yapılması bölgesel kalkınma açısından avantaj sağlayacaktır.
- Sosyal medya platformlarında takipçi sayısı artırılmalı, paylaşımlar birkaç dilde yapılmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Altındal, M. (2013). Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri, XV. Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi, 1087.
- Bowen, G. (2009). Document Analysis as a Qualitative research method, *Qualitative Research Journal*, Vol, 9 No, 2 pp. 27-40.
- Dahiya, R. ve Gayatri. (2018). A Research Paper on Digital Marketing Communication and Consumer Buying Decision Process: An Empirical Study in the Indian Passenger Car Market. *Journal Of Global Marketing*, Vol. 31(2), 73-95.
- Davutoğlu, N. A. & Akgul, B. & Yıldız E. (2017). İşletme Yönetiminde Sanayi 4.0 Kavramı İle Farkındalık Oluşturarak Etkin Bir Şekilde Değişimi Sağlamak, *Asos Journal-Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(52), 545-567.
- Duğan, Ö. & Aydın, B.O. (2018). Sosyal Medyanın Turizmde Tanıtım Amaçlı Kullanımı: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği Cilt:3 No:1 *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*
- Gabaçlı, N. & Uzunöz, M. (2017). IV. Sanayi Devrimi: Endüstri 4.0 ve Otomotiv Sektörü, (3rd International Congress on Political, Economic and Social Studies(ICPESS),09-11 Kasım 2017, Ankara). *Bildiriler, Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Yayınları, Sakarya 2017*, s. 149-174.
- Görçün, Ö.F. (2016). Dördüncü Endüstri Devrimi Endüstri 4.0., İstanbul: Beta Basım A.đ.
- Gretzel, U. & Reino, S. & Kopera, S. & Koo, C. (2015). “Smart Tourism Challenges”. *Journal of Tourism*, 16(1): 41-47.
- Kagermann, H. & Wahlster, W. & Helbig, J. (2013). Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0, Final report of the Industrie 4.0 Working Group, National Academy of Science and Engineering,13-78.
- Kurum, B. (2020). KOBİ'ler için Etkili Dijital Pazarlama Teknikleri, Sumru Yayınevi, 12.
- Kotane, I., Znotina, D. ve Hushko, S. (2019). Assessment Of Trends In The Application Of Digital Marketing, *Scientific Journal Of Polonia University*, 33(2), 28-35.
- Lee, S. J. (2016). “A Review of Audio Guides in the Era of Smart Tourism”. *Information Systems Frontiers*, 19: 705-715.
- Nair, H. (2016). Digital Marketing: A Phenomenon That Rules The Modern World, *Reflections Journal Of Management (RJOM)*, Volume 6, 1-9.
- Özdoğan, O. (2018). Endüstri 4.0, (2. Basım). İstanbul: Pusula Yayıncılık.

- Özkan, M. & Al, A. & Yavuz, S. (2018). Uluslararası Politik Ekonomi Açısından Dördüncü Sanayi- Endüstri Devrimi'nin Etkileri Ve Türkiye, *International Journal of Political Science and Urban Studies*, 6(2), 126-156.
- Parvez, S. J. & Moyeenudin, H. M. & Arun, S. & Anandan, R., & Janahan, S. K. (2018). Digital marketing in hotel industry, *International Journal of Engineering and Technology*, 7(2.21), 288-290.
- Petrie, H. & Othman, M. K. & Power, C. (2017). "Smartphone Guide Technology in Cultural Spaces: Measuring Visitor Experience with an iPhone Multimedia Guide in Shakespeare's Church" *International Journal of Human-Computer Interaction*, 33(12): 973-983.
- Rifkin, J. (2013). *The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, The Economy, and The World*, January 8, St Martin's Press, New York, NY.
- Safko, L., & Brake, D. (2009). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken: Wiley John & Sons.
- Soyak, A. (2017). Teknolojiye Dayalı Sanayileşme: Sanayi 4.0 ve Türkiye Üzerine Düşünceler, *The Journal of Marmara Social Research*, 11, 69-77.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother?. *Business horizons*, 57(6), 703-708.
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 9(1), 51.
- Topsakal, Y. & Yuzbaşıoğlu, N. & Çelik, P. & Bahar, M. (2018). Turizm 4.0-Turist 5.0: İnsan Devriminin Neden Endüstri Devrimlerinden Bir Numara Önde Olduğuna İlişkin Bakış, *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 1(2), 1-11.
- Ünüvar, Ş. & Şimşek, S. (2012). Kültür ve Turizm Bakanlığının Yurtdışı Tanıtım Filmlerinde Kültürel İmge Kullanımı, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 305-330.
- Yazıcı Ayyıldız, A. & Ayyıldız, T. (2020). Pazarlama Fırsatı Olarak Akıllı Turizm: Kuşadası Örneği, *BMIJ*, (2020), 8(1): 599-623 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1411>
- Yazıcı Ayyıldız. (2020). Digital Marketing in Hotel Enterprises: A Resarch on The 5-Star Hotels in Kuşadası, *Theory and Research in Social, Human and Administrative Sciences*, s.249-268.
- Wang, D. & Xiang, Z. (2012). The New Landscape of Travel: A Comprehensive Analysis of Smartphone Apps. In M. Fuchs, F. Ricci ve L. Cantoni (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2012* (ss. 308–319). Wien: Springer.
- Wind, J., & Mahajan, V. (2002). Digital marketing. *Symphonya. Emerging Issues in Management*(1), 43-54.

- Wymbs, C. (2011). Digital marketing: The time for a new “academic major” has arrived. *Journal of Marketing Education*, 33(1), 93-106.
- Zhang, L. & Li, N. & Liu, M. (2012). On the basic concept of smarter tourism and its theoretical system. *Tourism Tribune*. 27(5), 66-73.
- Zhu, W. & Zhang, L. & Li, N. (2014). Challaenges, Function Changing of Government and Enterprises in Chinese Smart Tourism.



# Bölüm 19

## OSMANLI'DA KİMLİK BELİRTİCİSİ OLARAK DİN<sup>1</sup>

*Coşkun DİKBIYIK<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Bu çalışma 1994 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Korkut Tuna danışmanlığında yaptığımız Türk Toplumunda Kimlik Bunalımı ve Din Olayı adlı doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, Orcid: 0000-0002-2006-4787



## Giriş

Toplumlar tarih sahnesine belli ilişkiler çerçevesinde kazandıkları kimliklerle çıkmakta ve kendilerini konumlandırmaktadırlar. Bu kimlik bir toplumsal bilincin ifadesi olarak varoluşlarını anlamlandırmakta ve onları diğerlerinden ayırtmaktadır. Diğer taraftan kimlik toplumsal ilişkilerin biçimlenmesine, toplumsal olay ve olguların anlamlandırılmasına ve toplumsal sorunların çözümleniş tarzına da etki eden önemli bir unsur olmaktadır (Dikbıyık, 2012, s. 132-133).

Kimliklerin oluşumunda içinde yaşanılan maddi ortam, kültürel sistem, tarihsel arka plan, siyasi ve ekonomik yapı yanında bunlarla ilişkili olarak din de önemli bir unsur olarak yer almaktadır. Tarihsel süreç içinde etnisite ve ideolojiler önemli kimlik göstergeleri olarak var olsalar da din daha etkin ve uzun süreli kimlik göstergesi olabilmektedir (Dikbıyık, 2012). Hatta geleneksel toplumlarda modern toplumların aksine din daha kuşatıcı bir biçimde bir kimliğin ifadesi olabilmekte ve bir kimlik belirticisi olarak kendisini göstermektedir. Nitekim dinin etkisi ve fonksiyonlarındaki farklılaşmaya bağlı olarak modern ve modern sonrası toplumlarda dinin yerini alabilecek güçlü ve kuşatıcı alternatifler bulunamaması nedeniyle bir kimlik bölünmesi ve kimlik belirsizleşmesiyle karşı karşıya kalılabilmektedir. Geleneksel toplum özellikleri gösteren Osmanlı'da dinin bu yönüyle ele alınıp değerlendirilmesinin günümüzde kimlik yapısında meydana gelen değişimleri ve buna bağlı olarak yaşanan sorunları anlamamıza imkan vereceğini ve konunun tarihsel arka planını görmemize katkı sağlayacağını umuyoruz.

Osmanlı'nın altı asırlık geniş bir zaman dilimini işgal etmesi, müslümanlar yanında farklı dini ve etnik unsurlara sahip gayrimüslim unsurları da bünyesinde barındıran "millet sistemi"ne dayalı yapısı (Karatepe, 1989, s. 90; Eryılmaz, 1992) konumuz bağlamında belli sınırlamalar yapmamızı zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle biz çalışmamızda Osmanlı'nın temel özelliklerini kazandığı klasik dönemini göz önünde bulunduracak, millet sistemi içinde yer alan gayrimüslim unsurları ve bir kısım ayrıksı ve marjinal grupları dışarıda tutacak ve İslam milleti içinde "milleti hakime" olan Müslüman-Türk unsurunu göz önünde bulunduracağız. Konunun geniş bir tarihsel arka plana dayanması ve kompleks yapısından kaynaklanan güçlükler bu çalışma kapsamında bazı genellemeler yapmamızı da kaçınılmaz hale getirmektedir. Dolayısıyla çalışmamız bu genellemelerin getirdiği zafiyeti bünyesinde barındıran ve atıfta bulunduğumuz kaynakların sınırlılığı ile kayıtlı olan sosyolojik bir değerlendirme niteliği taşımaktadır.

Konuyu üç ana eksen etrafında ele alacağız. Önce genel anlamda kimlik belirticisi olarak din olgusundan bahsedecek, sonra Osmanlıda

kimlik yapısını oluşturan dini yapı üzerinde duracak ve son olarak Osmanlıda dini, kimlik belirticisi olarak ortaya çıkaran ve bu kimliği biçimlendirerek işlevsel hale getiren temel dinamikleri inceleyeceğiz. Çalışmamızı sonuç ve değerlendirme kısmıyla tamamlayacağız. Şimdi bunları sırasıyla görelim.

## 1. Kimlik Belirticisi Olarak Din Olgusu

Din insanlığın başlangıcından beri süregelen bir olgu ve toplumsal bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Dinler birbirinden farklı özellikler taşısa da dinin “kutsalın yaşanması” şeklindeki tanımı hem özsel hem de işlevsel özelliklerini özgün bir biçimde yansıtmaktadır. Bu yönüyle din bireylerin bilincine yerleşir ve bir topluluk ruhu oluşturur (Freyer, 2013, s. 55). Kutsala ilişkin olarak kişilerin bireysel tecrübesine dayalı yanı dinin sübjektif yönünü, toplum ilişkileri içerisindeki yeri de objektif yönünü göstermektedir (Sezen, 1988, s. 13).

Din, icra ettiği pek çok fonksiyonun yanında bireysel ve toplumsal anlamda bir kimlik dokusu oluşturabilmektedir. Bu anlamda kimliği “bireysel ve toplumsal ilişkiler çerçevesi içinde bireyin ya da toplumun bilinçli olarak, belli değerlerle özgün bir biçimde kendisini ifade etmesine yarayan sosyal bir hüviyet” (Dikbıyık, 1994, s. 15) olarak tanımlayabiliriz. Bu sosyal hüviyet, bir değerler sistemi olarak en belirgin ifadesini dinde bulmakta ve din bir kimlik belirticisi olarak ortaya çıkabilmektedir.

Dinin bireysel ve toplumsal kimlik oluşturmada ve bir kimlik belirticisi olarak ortaya çıkmasında kendi iç bünyesinde taşıdığı potansiyel güçle birlikte toplum ilişkileri içerisindeki konumu ve toplum farklılaşmalarındaki yeri de önem arz etmektedir.

Dinin potansiyel gücünü insan psikolojisi üzerindeki etkilerinde görmek mümkündür. “Din, insan ruhunu en karanlık noktalarına girerek bir hayat anlayışı, hayat neşesi ve mukavemet gücü verir” (Sezen, 1988, s. 36). Din toplumsal yaşantının güçlükleri karşısında bireye feragat, fedakarlık ve sabır gücü kazandırır. Bunun yanında yerine göre umut, çalışma ve mücadele etme azmi sağlar. Dindar bireyin sorunlarını çözüme kendisini daha güçlü hissetmesini sağlar (Sezen, 1988, s. 37). Din bireyi aşan transandant bir doktrin olma özelliği ile bireylerin kişiliklerini ve davranışlarını temelden yönlendirebilmekte, insana ve evrene ilişkin tasarımlarını biçimlendirmektedir (Vervin, 1978, s. 99).

Dindeki potansiyel güç bireyle sınırlı kalmayıp sosyal alana yayılma istidadı göstermektedir. Çünkü doğası gereği inanç, kutsal ve coşkulu bir bağlılıktır bu yönüyle sürekli olarak bireyi aşarak başkalarının da aynı inancı paylaşmasını ister. Bireyi motive ederek inancının pratiklerini sosyal alanda gerçekleştirmeye sevk eder (Draz, t. y, s. 77).

Dini tecrübe, bireyleri birleştiren, güçlü bir dinamiğe de sahiptir. Bireyden topluma doğru genişleyerek onları birbirine bağlayan bir köprü görevi görür. Bu noktada din Francis Bacon'ın da deyimini ile “toplumun en güçlü bağı” olmaktadır (Freyer, 2013, s. 62). Dinin birleştiriciliği, belirli bir dünya görüşü etrafında bireyleri toplamasındaki gücünde görülür. Bu çerçevede bireyler, kendilerini kuşatan toplumsal evren içerisinde yerini almak ve dünyaya karşı belirli bir tavır takınmak imkanına kavuşurlar. Bu tutum, bireylerin yaşam tarzlarını da biçimlendirerek toplumsal birliği sürekli hale getirir (Sezen, 1988, s. 40).

Dinin kimlik kazandırıcı fonksiyonu, yukarıda ileri sürülen görüşlerle birlikte, asıl toplum ilişkileri içindeki konumu ile belirgin olarak ortaya çıkar. Din, bir taraftan kendi iç bünyesinden çıkardığı örgütlenme biçimleri, (cemaat, kilise vs.) diğer taraftan kendisi dışında bulunan doğal toplum kuramlarına (aile sop, köy kent ulus gibi) sirayet etmek suretiyle toplum ilişkileri içindeki yerini alır (Freyer, 2013, s. 64).

Toplumlar arası ilişkilerde din, toplumları ayırt edici bir nitelik taşımakta ve toplum farklılaşmaları da en belirgin ifadelerinden birini dinde bulmaktadır. Bu noktada din, bir toplum bilinci olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu çerçevede denilebilir ki din, “insanların kendi varlıklarının ve kendi varlıklarını çevreleyen toplumsal ortamın bilincine varmaları biçimlerinden biri ve en önemlisidir. Ve dinler, her şeyden önce toplumların kendilerini tanıma ve tanıtmaya aracı olmuşlardır.” (Sezer, 2011, s. 19)

Yine din, “toplum içinde kişinin ya da doğrudan doğruya toplumun kendi üzerinde bilinçlenmesi ve yeryüzünde kendisine bir yer tayin etmesi” (Sezer, 2011, s. 151) olayı olarak kendisini göstermektedir. Bunun sembolik ifadesini totemlerde görmek mümkündür. Totem, bir yandan bir topluma aidiyeti ve bağlılığı ifade ederken, diğer yandan da mevcut toplumu diğerlerinden farklı kılan bir ayraç olmaktadır. Totemizim seviyesine gelen topluluklar, dünyayı kendileri ve kendileri dışındaki dünya olarak görmektedirler. Benzer ayırım gelişmiş bir din olan İslamiyet'teki “dârulislam” ve “dârulharb” anlayışlarında da görülmektedir. Darulislam, İslam toplumuna aidiyeti ifade ederken, dârulharb veya diyarı küfür, bu aidiyetin dışında belli bir farklılığa işaret eder (Sezer, 2011, s. 151)

Hilal İslamiyeti Haç da Hıristiyanlığı gösteren sembollerdir. Dogu-Batı ayırımında da Batı'nın günümüzde tek model olarak sunulmasına rağmen, dinler bu ayırımın ifadesi olabilmekte, İslamiyet önemli ölçüde Doğu'nun, Hıristiyanlık ise Batı'nın kimliği olarak varlığını sürdürmektedir (Sezer, 2011, s. 153). Bunu dinin bir toplum bilinci olarak ortaya çıkmasına ve “toplumların kimliklerinin ilk ve çok uzun sürede en

eksiksiz biçimi” (Sezer, 2011, s. 151) olarak varlığını sürdürebilmesine bağlayabiliriz.

Bu açıklamaları ışığında dinlerin, iç bünyelerinde taşıdıkları dinamikler, toplum ilişkilerindeki etkinlikleri ve toplum farklılaşmalarındaki oynadıkları rollerle toplumların kimliklerinin uzun süre kalıcı ve en belirgin ifadelerinden biri olduğunu söylemek mümkündür.

Günümüzde modernleşme ve küreselleşme bağlamında geleneksel toplum özelliklerinde ve buna bağlı olarak dinin konumunda ve toplum katındaki etkinliğinde belli değişiklikler görece azalmalar olsa da dini tümüyle aşan ilişkilerin kurulabildiğini ve dinin kimlik belirticisi olma özelliğini yitirdiğini söylemek güçtür. Hatta modernizmin Batıda ve özellikle Batı-dışı toplumlarda yarattığı olumsuzluklara karşı ortaya konulan kimi tepkiler, dinsel bir görünüm alabilmektedir. Dinler, gerek geleneksel biçimleriyle gerekse modern ve modern sonrası dönemlerde aldığı yeni biçimleriyle de olsa bir kimlik belirticisi olarak yeniden kendisini gösterebilmektedir (Kepel, 1992).

Geleneksel ilişki biçiminin egemen olduğu ve önemli bir örneğini oluşturduğu Osmanlı’da din ve dinin kimlik belirtici olarak gördüğü işlevleri gösterebilmemiz için öncelikle dini yapıyı ve bu yapının bileşenleri olan şeriat ve tarikat anlayışlarına değinmemiz gerekmektedir.

## 2. Osmanlı’da Dini Yapı : Şeriat-Tarikat

Osmanlıda dini yapı, dinin toplum yapısı içindeki yeri ile ilişkilidir. Bu nedenle Osmanlı toplum yapısına kısaca değinmekte yarar görüyoruz. Kuruluş döneminde Osmanlılar daha çok Müslüman-Türklerden oluşan türdeş ve basit yapılı bir toplum özelliği taşıırken, İstanbul’un fethi ile birlikte değişik din ve soydan insanların katılımı sonucunda çeşitli unsurları bünyesine katarak karmaşık yapılı bir milletler topluluğu statüsü kazanmıştır. “Millet sistemi” denilen bu yapılanma içinde İslam milleti, Ortodoks milleti, Yahudi milleti, Ermeni milleti gibi topluluklar bulunuyordu. Kaynağını İslam hukukundan alan Osmanlıdaki bu sistem içinde her unsur aile, miras ve kişisel hukuki konularında kendi cemaatlerine bağlı kalmışlardır. Gayri müslim (zımni) teb’a devletle olan ilişkilerini bağlı bulunduğu cemaat lideri (millet başı) aracılığı ile yürütmüştür (Karatepe, 1989, s. 90). İslam milleti bu sistem içerisinde hakim millettir. Devletin dayandığı taban olan İslam Milleti Osmanlı toplum yapısı içinde başat unsur olarak yer almaktadır. Esasen millet sistemi Osmanlı’nın hakimiyeti altındaki toplulukları din ya da mezhep esasına göre teşkilatlandırarak yönetmesidir. Osmanlı millet sisteminde “millet-i hakime” durumundaki Müslümanlar Türk, Arap, Arnavut, Boşnak, Acem, Kürt, Çerkez gibi unsurlardan oluşuyordu. Osmanlı

yönetimi, millet sistemi kapsamında gayrimüslim tebaanın idaresini kendi dini kurumlarına bırakmışken, dayandığı taban olan müslüman unsuru doğrudan kendi yönetimi altında tutmakta ve özel alanına müdahil olmaktadır (Koyuncu, 2004, s. 204-205).

Osmanlı toplum yapısı içinde dinin yerini belirtmek için toplum örgütlenmesine de bakmak gerekir. Osmanlıda toplum yapısı klasik biçimini Fatih döneminden itibaren başlayarak kanuni döneminde almıştır. Bu çerçevede toplum askeriye ve reaya olarak iki ana sınıfa ayrılmaktadır (Akşin, 1977, s. 31). Bu sınıflama içinde askeriye yönetim işlerini ve kamu hizmetlerini yürüten geniş yetkilere sahip kesimdir (Mumcu, 1963, s.55). Bu kesim içerisinde başında şeyhülislamın bulunduğu ulema dini temsil etmesi bakımından ayrıcalıklı bir konumdadır (Mumcu, 1963, s. 57). Ulema yargı, eğitim ve öğretim, fetva ve diğer dini hizmetleri yerine getirmektedir (Dursun, 1989, s. 296). Askeri sınıfın dışında kalan üretim faaliyetlerini yürüten ve vergi veren bütün kesimler reaya olarak kabul edilmiştir (Akşin, 1977, s. 33-34). Bunlar dini inanç biçimleri bakımından müslim ve gayrimüslim reaya olarak belli bir ayırımı tabidirler (Ortaylı,1976, s. 99)

Devlet askeriye ve reaya arasında belirgin bir ayırım gözetmiş, reayadan askeri sınıfa geçişi zorlaştırmış (İnalçık, 1959: 595-596) ve üretici kesimi toprağa bağlı kalmaya zorlamıştır (Cem, 1977, s. 61). Üretici kesimi yönetimden uzak tutarak iktidarı paylaşmama devletin varlığını sürdürebilmesinin yollarından biri ve doğu-batı ilişkilerinde alması gereken bir politika olarak görülüyor (Sezer, 1988, s.74 vd.).

Devlet genel olarak askeri sınıfa bir ayrıcalık vermekle birlikte onları denetlemekten geri durmuyor reayayı da askeri sınıfın olası tahakkümüne karşı koruma politikası güdüyor. Askeri sınıf içindeki kişiler dikkati çekecek kadar zenginleştiği veya sisteme karşı aykırı bir davranışta bulduklarında yer değiştirme, müsadere ve siyaseten katil gibi muameleye tabii tutulabiliyor. Buna karşın reaya korunuyor, dirlik sahipleri gönderilen adaletnamelerle reayaya karşı iyi davranmaları ve onlardan aşırı vergi almamaları konusunda uyarılıyorlardı (Timur, 1979, s. 179). Reayanın askeri sınıf tarafından ezilmemesi için idari ve hukuki tedbirler alınıyor, köylü bir haksız muameleye maruz kaldığında dirlik sahibini şikayet edebiliyor ve mahkemeye gidebiliyordu (Cem, 1977: 62). Bu korucuyu uygulamalar reayayı devlete bağlı kılmanın bir yolu olmaktadır.

Osmanlıda hakim unsur olan müslüman kesim göz önünde bulundurulduğunda dini yapının resmi örgütlenme içinde şeriat, resmi örgütlenme dışında tarikat anlayışları çerçevesinde yapılandığı görülmektedir. Şeriatın temsilcileri gibi ulema, tarikat anlayışının

temsilcileri ise Meşâyihdir. Bu iki yapı farklı anlayışın temsilcileri olan ulema ve meşâyihin ve bağlularının dini yöntem ve amaçlar bakımından belli farklılıkları görülmektedir. Bu farklılıklar Mayer (1980) tarafından şöyle ifade edilmektedir:

“Ulema kitap yoluyla öğrenilen İslam’ın temsilcisi olup ehl-i sünnet yolunun ayakta kalmasını sağlıyordu. Meşâyih ise İslami bilgiyi aşk yoluyla elde edip tasavvuf vasıtasıyla ferdi olarak Allah’a yaklaşıyordu. Ehl-isünnet yolundaki bir müslümanın gayesi, Allah’ın emirlerine itaat etmek ve yasaklarından kaçınmaktır. Ehl-i tarikin hedefi ise Allah’ın cemalini temaşa etmek ve hatta bekâbillah mertebesine ulaşmaktır” (s.49).

Din içindeki bu iki farklı eğilim sadece dini bir farklılaşmayı değil aynı zamanda bir toplumsal ayrışmayı da göstermektedir. Bu ayrışman Osmanlıyla başlayan bir ayrışma değil Osmanlı öncesi süregelen dini yapılaşmanın Osmanlıdaki izdüşümüdür.

Şeriat-tarikat ayırımı ve bu ayırımın doğurduğu dini eğilimler, tasavvufun tarikatlar biçiminde kurumsallaşmaya başladığı İslam’ın ilk yıllara kadar uzanır. Bu dönemlerde yöneticilerin, dini, yönetimlerini pekiştirici bir baskı aracı olarak kullanmaları, toplumun bazı kesimlerinde çeşitli tepkilere neden olmuştur. Bu dönemlerde tasavvuf münzevi bir tepkiyi ifade etmektedir. Tarikatlar biçiminde kurumlaşan tasavvuf bir güç odağı olarak toplumun karşısına çıkınca, şeriat ve tarikat temsilcileri arasında bir ayrışma ve çatışma başlamıştır. Bu dönemlerde genellikle şeriat mensupları tarikat mensuplarını zındıklıkla, tarikat mensupları da şeriat mensuplarını şekilci, murâî ve riyakarlıkla itham etmişlerdir (Yurdaydın, 1961, s. 110).

İşte böyle bir ortamda belirginleşen dini yapıyla Müslüman-Türk devletleri karşılaşmıştır. Türkler arasında İslam’ın yayılması daha çok mutasavvıf dervişlerin faaliyetleri sonucu olduğu için, halk tabakasında çoğunlukla tasavvufi eğilimli din anlayışı etkin olmuştur. Halk, kendilerine dini tanıtan dervişler aracılığıyla şeriat mensuplarının anlayışından ayrışan bir İslam modelini benimsemişlerdir. Bunun yanında eski inanç ve geleneklerini de belli bir biçimde devam ettirmişlerdir. Yönetimler ise giderek daha çok sunnî İslâm’ı benimsemişlerdir. Karahanlılar, Gazneliler, Selçuklular ve Osmanlılara kadar gelen süreç bunu göstermektedir. Selçuklu Sultanı Tuğrul Bey’in Bağdat’a girerek halifeyi Şiî Büveyhiler’in elinden kurtarması, O’nun siyasi gücünü gösterdiği kadar, dini eğilimini de yansıtmaktadır. Böylece Selçuklular şii anlayışa karşı sunnî anlayışını müdafaa ederek, hem fikri karışıklığı önlemek hem de siyasi bir birlik kurmak istemişlerdir (Yurdaydın, 1961, s. 109). Bu anlayışlar Osmanlı öncesi İslam geleneğinin bir ürünü olarak Selçuklu mirası ile Osmanlıya aktarılmıştır (Timur, 1986, s. 58).



Selçuklu mirasını devralan Osmanlıda da genel olarak bu tutum görülmektedir. Osmanlılar siî-batınî tehditler karşısında ehli sünnet düşüncesini desteklemişler ve sunnî eğilimli tarikatları güçlendirme yoluna gitmişlerdir. Genel olarak devletin tarikatlara desteği vakıf kurmak, köy veya arazi bağışlamak, tekke ve zaviye açmak, nakit yardımda bulunmak, bazı şeyhlere maaş bağlamak ve bazı koşullarla vergiden muaf tutmak şeklindedir. Bu şekilde tarikatları destekleyen devlet, bunları denetlemekten de geri durmamıştır (Gündüz, 1984). Hatta tehdit unsuru oluşturan ya da sapkın kabul edilen bir kısım tarikat lideri ve mensuplarına, sürgün etmekten savaş açmaya ve idam etmeye kadar çeşitli yaptırımların uygulandığı görülmektedir (Zelyurt, 1992; Ocak, 1998).

Osmanlıda şeriat anlayışının devlet örgütlenmesine paralel olarak, medreselerin kurulmasıyla etkin olmaya başladığını görüyoruz. Medreseler şeriat anlayışı çerçevesinde Osmanlı dünya görüşüne uygun insan tipi yetiştiriyor ve bu anlamda bürokrasiye elemen kazandırıyor. Medreselerde okuyan ve şeriat prensiplerine göre bir dünya görüşü kazan kişiler seviyelerine göre kadılık, müftülük, müderrislik gibi üst düzeyde; kalemiye hizmetleri ve kadı naipliği, imamlık, müezzinlik gibi ilmiye teşkilatının alt düzeylerinde istihdam ediliyordu (Shaw, 1982, s. 173-174). Şeriatın yanında yine şeriatla meşrulaştırılan örfi hukuk devletin temel dayanaklarından birini teşkil etmektedir. Böylece normatif özellikler taşıyan şeriat kurulu düzeni ikame etme işlevi görmektedir (Yurtseven, 2007, s. 1257).

Osmanlı yönetimi, bir taraftan şeriatı devlet ideolojisi olarak benimsemiş ve devlet örgütlenmesi içine almış, diğer taraftan da önemli bir halk tabanına dayanan ve bir güç odağı haline gelen tarikatlara doğrudan devlet örgütlenmesi içinde yer vermese de dışlamamış görece bir özerklik tanımıştır. Çok defa bu iki kurum arasında bir denge ve uyum sağlamaya çalıştığı söylenebilir. Serî ve sufi kişiliği ile tanınan Molla Fenari'nin Şeyhülislamlık makamına getirilmesinde bunu görmek mümkündür (Gündüz, 1984, s. 79). Yine Osmanlı figürlerinde Fatih'in bir yanında şeriatın temsilcisi Molla Güranî, diğer yanında ise sufi karakterli Akşemseddin'in bulunması da bu dengeyi göstermesi bakımından anlamlıdır. Osmanlı'nın bu konudaki genel tutumu Kara (1977) tarafından şöyle ifade edilmektedir:

“Devlet ilgilileri şeyhlerle olan dostluklarını ulema ile de sürdürmüş, birinin elini öperken diğerinin de atının ayağından sıçrayan çamuru kendileri için bir şeref addetmiştir. Sağlam bir vücudun organları gibi birbirinin yardımına koşan bu toplumda tekke kaynaklı bir çok alim ve sanatkar bulunduğu gibi pek çok şeyh ve derviş de medrese kültürü ile yetişmiş, senelerce o cephede çalışmış ve eser vermiş kimselerdir” (s. 88).

Şeriat-tarikat ilişkilerindeki toplumsal uzlaşma “Şeriat tarikatın kapısı, tarikat hakikatın bahçesidir” prensibine dayanmaktadır Böylece din de yaygın biçimi ile “şeriat-tarikat-hakikat” şeklinde ifadesini bularak tabanda yer alabilecektir (Kara, 1977, s. 96).

Osmanlı yönetimi şeriat-tarikat arasında bir denge kurmaya çalışmışsa da şeriat-tarikat ayrılığı farklı toplum kesimlerini ifade eden bir olgu olarak hemen her zaman var olagelmıştır. Hatta yönetim, koşullara göre şeriatla bağdaşmayan ve devlet için tehdit unsuru olabilen tarikatlarla şeriat mensuplarını da yanına alarak mücadele etmiştir. Osmanlı yönetiminde siyasal çalkantıların bulunduğu ve çözüm yollarının tıkanıdığı dönemlerde şeriat-tarikat çatışması daha belirgin bir şekilde görülmektedir (Yurdaydın, 1961, s. 115-118).

Bunlara rağmen sosyal ve kültürel bakımdan ulema ve şeyhlerin orta tabakada beraberliğinden ve müşterek çalışmalarının devam ettiğinden söz edilebilir. Bu iki yapı, Mayer (1980) tarafından bir madalyonu iki yüzü olarak da görülmekte ve toplum hayatı için bir emniyet sübabı teşkil ettiği, böylece bireyler bir cemaatten diğerine geçerek, dine başka bir açıdan yaklaşma imkanına sahip oldukları belirtilmektedir (s. 59). Neticede Osmanlı’da dinin alternatifi yine din olmakta ve bireyler sonuçta din bağıyla bütünleşebilmektedirler.

Osmanlı’da din, şeriat ve tarikat biçiminde iki farklı eğilim gösterse de bu iki eğilim zaman zaman çatışsa da genellikle birbirini tamamlayan bir fonksiyon icra ettiği söylenebilir. Şeriat, Osmanlı toplum düzenini destekleyici ve koruyucu işlevler görürken; birbirinden farklı özellikleri ile öne çıkan tarikatlar da halkın değişik dini eğilimlerini dile getirmekte ve eğitimden kültüre, sanata, güvenliğe kadar pek çok alanda gördükleri çeşitli sosyal fonksiyonlarla sistemin aksayan yönlerini tamamlayıcı bir unsur olmuşlardır (Küçük, 1971; Gündüz, 1984; Kara, 1977). Bu şekli ile din Osmanlı sisteminin temel dayanaklarından biri olmaktadır.

Yönetim-din ilişkilerinde dinin yönetimin bir alt biçimi olarak görülmesine ve bazı şeriat prensiplerinin yönetimce kimi zaman devre dışı bırakılmasına rağmen şeriat prensiplerinin değişik uygulamaları ve şeriata aykırı olabilecek bazı prensiplerin yine şeriat temsilcileri olan ulemanın fetva ve yorumlarına dayandırılmak zorunluluğunun bulunması da dinin etkinliğini ve belirleyiciliğini göstermektedir (Barkan, 1945; Barkan, 1975; Çağatay, 1987; Üçok, 1946).

Osmanlı Devleti’nde din ve devlet arasında kesin bir ayırım yapabilmek imkanı da güçtür. Ulemanın dışındaki yöneticileri dinden bağımsız olarak düşünmek mümkün değildir. Çünkü bunlar da belli bir din eğitimi almış ve enderun mekteplerinde belli bir terbiyeden geçmişlerdir. Yönetimin başı olan padişah sarayda dinin de içinde yer aldığı özel eğitimden

geçmektedir. Padişah hem yönetimin hem de dinin başı ve merkezidir (Lyber,1987, s. 188, 215). Osmanlı'da din-devlet ilişkileri bu bağlamda genel olarak "din-u devlet" formülüyle izah edilmektedir.

Bu konumuyla din, oluşturduğu değerler sistemi ve normlar ile Osmanlı toplumuna belirli bir kimlik kazandırmıştır. Osmanlı toplumunun kimliği şeriat ve tarikat anlayışları çerçevesinde şekillenen "İslam" olmuştur diyebiliriz. Bu kimliği Osmanlı sürekli korumuştur (Timur, 1986,s. 79).

Osmanlıda önemli olan düzenin korunmasıdır. Din bu düzeni destekleyen önemli bir unsurdur. Şeriat ve tarikat ayrışmalarına dayayan yapı aynı zamanda bir toplumsal ayrışmanın ifadesi de olmaktadır. Yönetim toplumsal bütünlük adına bu ayrışmayı yönetebilmek, devlet ve düzen lehine dönüştürmek durumundadır. Bunu da büyük ölçüde başardığı görülüyor. Şeriat- tarikat tesanüdü de dini kimlik olarak bu iki farklı yapının bileşkesi biçiminde ortaya çıkmaktadır.

### **3. Osmanlıda dini kimlik belirticisi olarak ortaya çıkaran temel dinamikler**

Geleneksel toplumlarda pek çok alanda etkin ve belirleyici olan dinler, kimlik belirticisi olarak da varlıklarını sürdürmektedir. Şeriat-tarikat bileşkesine dayanan Osmanlı özelinde dini yapı belli dinamikler etrafında bir kimlik dokusu oluşturmakta, toplum kesimlerinde ve bireylerde çeşitli biçimlerde bir kimlik belirticisi olarak kendisini göstermektedir. Bunların arasında başta ümmet bilinci ve ümmete aidiyet olmak üzere aile yaşamı, mahalle ortamı, mesleki rol, gaza ideolojisi, tasavvuf kültürü ve tüm bunları besleyen Osmanlı sosyo-ekonomik dünya görüşü önemli bir yer tutmaktadır. Bunları ana hatlarıyla görelim.

Osmanlı toplumunun kimliği genel çerçevede ümmet yapısı, yerelde ise cemaatçi yapılanmalar içerisinde şekillenmektedir, ümmet ait olunan bütünü, cemâti yapılar daha çok grup kimliğini ifade etmektedir diyebiliriz (Dikbıyık, 1994, s. 62).

Dinin belli bir dünya görüşü çerçevesinde bireyleri bir araya getiren ve onları birbirlerine bağlayan yapısı, İslam toplumlarında ümmet bağı içerisinde belirginlik kazanır. Şerif Mardin'in (1990, s. 57-58) de naklettiği gibi Osmanlı'da da kendisini gösteren bu bağ hakkında Gardet (2014) şu görüşlere yer vermektedir:

"Kısa süreliğine bile İslam ülkesinde yaşamış geçmişte ve günümüzde İslam'ın kolektif tezahürlerini gözlemiş olan birisinin dikkatini ikili bir olay çeker. Her şeyden önce bütün Müslümanları kendi aralarında birbirine bağlayan, onları gerçekten bir cemaat olarak tesis eden son derece güçlü bağ ve bir cemaat olarak, kendisi hakkında son derece canlı bir duyuya

sahip olan cemaat. Her Müslümanda bu cemaatin hayatı ve yüksek değeri hakkında en azından belirsiz bir bilinç vardır. Müslüman kişisel olarak çok cahil olabilir, çok “gelişmiş” hatta kendi geleneksel dinsel inançları konusunda biraz şüpheli bile olabilir. Ama bu kendisini başka her Müslümana ve bir topluluk olarak diğer Müslümanlara bağlayan bağa ilişkin duygusunun ortadan kalktığı anlamına gelmez” (s. 229).

Bu bağ içinde her mümin, mümin olarak ümmetin bir unsuru olduğu derecede bir varlığa sahip olmaktadır (Mardin, 1990, s. 59). Böylece Gardetin cemaat dediği ümmet, kişinin gömülü olduğu esas yapıyı teşkil etmektedir. Bireyler de ümmetin bir parçası olarak dinin verdiği değerler ve normlar çerçevesinde bir kimlik kazanmış olacaktırlar (Mardin, 1990, s. 60).

Bu çerçevede edilen kimlik kendilerini ve kendileri dışındaki dünyayı tanıma ve tanımlama imkanı verecektir. Bunun dini anlatımı “Müslüman-Kafir” ayırımında ortaya çıkmaktadır. “müslüman” olmak, “kafirden” den ayrı bir aidiyeti olmak demektir. Bu anlayış iki farklı dünyayı ortaya çıkarmaktadır. Müslümanların oluşturduğu dünya dârülislam, bunu dışındakiler ise dârülharp olarak ifadesini bulacaktır. Dârülislam bireylere huzur ve güven verici bir ortam sunarken; dârülharp ise öteki, yabancı ya da düşmandır. Bir de müslümanların barış halinde oldukları henüz İslam ülkesine katılmamış topraklar da dârussulh olarak görülmektedir. (Özel, 1981). Dini kavramlarla ifade edilen bu tutum salt dini değildir. Aynı zamanda toplumun milletler arası ilişkilerde kendisine bir yer tayin etmesi, varlığını anlamlandırması, mevcudiyetini koruması ve egemenlik alanını genişletmesi ile de ilgili ideolojik bir tutumdur. Bu bağlamda Osmanlıda devlet de kendisine “devleti âliyye”, “devleti ebed müddet” ve “nizamı alem” gibi misyonlar biçmekte ve bunları “îlâyî kelimetullah” gibi dini bir formla pekiştirmektedir (Yurtseven, 2007, s. 1259-1260). Bu form bireylerin hayatını anlamlandırmakta ve önlerine bir hedefler koymakta ve kimliklerinin inşasında ve biçimlenmesinde önemli bir yer tutmaktadır.

Darulislamda kimlik edinme süreci, bireye toplumun değer ve normlarının aktarılmasıyla başlamaktadır. Bu aktarımda aile yaşantısı önemli bir unsur olarak kendisini göstermektedir. Birey bu ortamda başlangıçta anne, baba ve yakınlar olmak üzere çok sevdiği ve saydığı birilerini rol model olarak almaktadır. Bu konuda “İslam toplumunda, babanın abdest alması, işe bismillah ile başlaması ve günlük yaşantıları ile iç içe geçmiş olan diğer dinsel davranışları müslümanca bir hayat yaşamının ayrılmaz parçaları oldukları ölçüde çocuğu aynı şekilde hareket etmeye itecektir. Çocuk, İslami hayatın gerekleri hakkında bilgilerinin büyük bir kısmını bu özdeşleştirme mekanizmasından alacaktır” diyen Şerif Mardin (1990: 57-58) bu özdeşleştirme sürecinin Türk toplumunda nasıl

çalıştığıının, Yahya Kemal'in "Ezansız Semtler" inde görülebileceğini ifade etmektedir. Yahya Kemal (1983:16) bu durumu adı geçen yazısında şöyle betimlemektedir:

"Bugünkü Türk babaları havası ve toprağı müslümanlık rü'yası ile dolu semtlerde doğdular, doğarken kulaklarına ezan okundu, evlerinin odalarında namaza durmuş ihtiyar nineler gördüler, mübarek günlerin akşamları bir minderin köşesiniden okunan Kur'an-ın sesini işittiler; bir raf üzerinde duran Kitâbullâh'ı indirdiler, küçücük elleriyle açtılar, gülyâğı gibi bir ruh olan sarı sahifelerini kokladılar. İlk ders olarak besmeleyi öğrendiler; kandil günlerinin kandilleri yanarken, ramazanların, bayramların topları atılırken sevindiler. Bayram namazlarına babalarının yanında gittiler, camiler içinde safak sökerken Tekbir'leri dinlediler, dinin böyle bir merhalesinden geçtiler hayâta girdiler. Türk oldular."

Mardin'e göre böyle bir ortamda yetişen bireyler, kimlik sorununu etrafındakilere benzemek, onlar gibi inançlı ve onlar gibi bir mümin olmakla çözeceklerdir. Ancak, İslam toplumunun farklı inanç ve yapılarıyla karşılaşan ve belli bir olgunluğa ve bilinç düzeyine erişen birey, bu farklılıklar içerisinde dini hangi inanç kalıpları ile benimseyeceği sorunu ile karşı karşıya kalabilecek, önceleri kendisine öğretilen oldukça basit ve tümcü İslami düşüncenin aslında çok çapraşık meseleler ortaya çıkardığını göreceklerdir. Dini düşünceyi ve hayatı hangi kalıplar içinde benimseyeceği konusunda sorunlar yaşayacaktır. Burada da İslamiyet'in sağladığı alternatif imkanlara yönelecek farklı dini anlayışlar, gruplar ve tarikatlar içinde kendisine yer edinmeye çalışacaktır (1990, s. 66). Böylece Osmanlı toplumundaki farklı dini yapılanmalar ve zengin mozaik kimlik sorununun yine din çerçevesinde çözülmesine imkan vermektedir.

Osmanlı kimliğinin genelden özele (merkezden çevreye) gidildikçe ümmetten cemaate doğru bir seyir takip ederek belirginlik kazandığını, bir cemaat veya bir grup kimliği şeklinde ifadesini bulduğunu söyleyebiliriz. Osmanlı Devleti'nde cemaatin küçük bir birimi olan mahalle ortamı da bireylerin kimlik kazanmasında önemli bir etkidir. Mahalle bir idari birim almaktan öte kesif bir cemaat ve bireylerin ömrünün büyük bir bölümünü biçimlendiği bir çevre olarak görülmekte(Mardin, 1991, s.72) ve bu konuda şu görüşlere yer verilmektedir:

"İlk eğitimin verildiği, doğumların kutlandığı, evliliklerin düzenlendiği, ölümler için cenaze merasimleri yapıldığı yer burasıdır. Burası camilerin istenilen şeyleri duymaları için mahallenin bütün sakinlerini harekete geçiren bir kurum gibi işlediği mekandır. Aile reislerinin otoritelerinin etkili bir şekilde kullanılması ve desteklenmesi mahallenin arka planına aykırıydı. Ve burada ara sıra kan bedeli ödenirdi; Ahlaki denetimin İslami kurumu, içki alemleri ve loş kumarhane odalarına sinsice ilerleyerek sokulurdu. Orada şaşkın aşıklara baskın vermek için bekçiler kol gezerdi; Kahvehaneler -iletişim merkezi- işletilirdi; daha yüksek mercilere giderek

dilekçe üzerine ilk mühür imam tarafından vurulurdu; mahalle erenlerinin kabirleri ziyaret edilir ve yaşayan mübarek zatlar adeta kendilerine mahsus bir hüküm bildirir ve adalet dağıtırlardı. Mahalle kuralları aslında oldukça esnekti; fakat bu esneklik edeblilik maskesi altında işliyordu. Karşı cinslerin birbirleriyle kaynaşmaları hususunda tam bir katılık vardı” (Mardin, 1991, s. 73).

Geleneksel kültür değerlerinin ve dini normların baskınlığının en çok hissedildiği ve yaşandığı mahalle, bireyler için toplumun dini-kültürel formlarını öğrendikleri, bir kimlik edindikleri canlı ve dinamik bir ortam oluşturmaktadır. Buna mahalledeki yapıyı besleyen mektebin ve tekkenin katkısını da ilave etmeliyiz.

İslam toplumunda bireylerin iş ve meslek yaşamında aldığı roller veya kendilerine biçilen konum, kimlik belirticisi olarak işlev görmektedir. Şerif Mardin(1990,) bunu mesleki hayattaki “yaratıcı olma” deyimini ile karşılıyor:

“İslam toplumunun yaratıcı olma sorununa etkisi, bu toplumun geleneksel bir iktisadi yapıya sahip olmasına çok bağlıdır. Şehirlerde hakiki bir kapitalizme geçilememiş, imalatta sınırlı bir arzın bulunması ve bunun beraberinde getirdiği hisbe görüşü, insanların meslek hayatlarına genişliği değil, derinliğine çaba sarfetmesiyle sonuçlanır. Bir insanın yaratıcılığı içinde çalıştığı kurumun büyüklüğünü artırmakla değil, yirmi yıl çalıştığı bir ciltin tezyinatında belli olur” (s. 67).

Osmanlı’daki bir takım esnaf teşekkülleri (ahiler) de tasavvuf kültürünün etkilerini üzerinde taşımakta ve tarikatlara benzer âdab ve usûllere sahip bulunmaktadırlar. Bu bakımından tarikatlar konusundaki açıklamaların bunlar için de belli ölçüde geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Bunlarda dini-mistik kimliğin yanında, ahlaki boyutu ağırlıklı mesleki kimlik ön plana çıkmaktadır. Ülgener’in deyimimle “yarı derviş yarı bahadır umumiyetle kendilerini bir sanat dalına adanmış kişiler”dir (1981, s. 90). Böylelikle bireylerin, içinde buldukları iş veya meslek kolundaki başarıları ile kendilerini ifade etmeleri ve toplum (ümme) içinde kendilerine bir yer tayin etmeleri, ve ümme için yararlı ve yaratıcı olmaları mümkün hale gelecektir.

Diğer bir kimlik belirticisi de İslam’ın cihat felsefesinde bulunmaktadır. Bu felsefe Osmanlı toplumunda gaza ideolojisi olarak kendini göstermektedir. Doğu-Batı ilişkilerinde kendisine biçtiği role bağlı olarak bir gaza devleti olarak ortaya çıkan Osmanlı’da İslam’ının her yönü gaza ideolojisi ile girift bir haldedir (Mardin, 1990: 68). Osmanlı Devleti’nde gazanın ve gaziliğin önemini Şerif Mardin (1990) şöyle vurgulamaktadır:

“İslam toplumunda yaratıcı olmanın bir diğer yolu da gazadır. İşte bu sahada genişliğine yaratıcı olmak mümkündür. İslam aleminin sınırlarını

genişletmek, talanla zenginlikleri artırmak, bu tip faaliyet, insana hem Allah'ın yolunda yürümenin vicdani ferahlığını bağışlayacak ve hem de yer yüzünde kendisine maddi bir karşılık sağlayacaktır. Böylece gazi olmak İslam toplumlarında bastan itibaren heves edilen bir aşamadır. Gerek kişiyi toplumun dar iktisadi çerçevelerinden çıkarması, gerek üstün bir İslami bir başarı temsil etmesi bakımından İslami toplumda yaratıcı olmanın en başarılı şekli gazi olmaktır. Kahramanlık menkıbelerinin halkımız arasında bugünkü yaygınlığı gaziliğin, hem İslamiyet'in ilk asırlarında ve hem de Osmanlı toplumunun kuruluşundan sonraki önemini yansıtmaktadır” (s. 67)

Osmanlı kurucularının “gazi” olarak isimlendirilmeleri bu bakımdan anlamlıdır. Gaziler bu konularıyla hem ümmete layık bir kişi olmakta ve ümmetin çocuklarına da rol-model olmaktadır. Başka bir ifadeyle Osmanlı'nın doğu-batı ilişkileri içindeki doğunun savunulduğu ve batıya yayılma siyasetindeki konumu cihat felsefesini ve gazi tipini öne çıkarmakta ve yüceltmektedir. Nitekim kuruluş yıllarından itibaren gazilerin ve alperen denilen gazi-dervişlerin bu konuda önemli roller oynadıkları görülmektedir (Barkan, 1942).

Cemaatçi yapı, cemaat veya grup kimliği daha belirgin olarak ifadesini tarikatlarda bulmaktadır. Merkezden çevreye gidildikçe etkinliklerini artıran tarikatlar, çevre insanların kümelendiği ve kendilerini ifade ettikleri bir güç odağı haline gelmektedirler. Bu yönüyle kimi tarikatları çevrenin merkeze tepkisi olarak da değerlendirmek mümkünse de (Mardin, 1985, s. 170) devlet uyguladığı siyasetle bu yapıları çoğunlukla sisteme uyumlu ve topluma yararlı hale getirebilmiştir

Tarikatlar, bireylere tasavvuf kültürü çerçevesinde bir kimlik kazandırmaktadırlar. Burada evliya menkıbeleri, bireylerin zihinsel ve ruhsal dünyasını doldurmakta, tarikat âdab ve usulleriyle de dini-mistik bir tutum ve davranış biçimi kazandırmaktadır. Bütün bunlar üstün bir iradeye teslimiyetle gerçekleşmektedir. Bu anlayışın dayandığı dini temel felsefe şöyle ifade edilmektedir:

“Ayrılık gayrılığı kaldırarak Tanrı katında nefsinin yok etmek ve o yoklukta varlığı bulmak.(“Eser-i ilahiyi aslına ve hazretine ilhak eylemek”) Kişi çevrenin ve dış dünyanın verdiği eziklik de dahil, boydan boya yabancılaştığı, kendine ait olmayan bir alemde yaşamının bilinci içindedir. Nefsinde yokluk ve hiçlik unsurunu (unsur-u ademiyi) yenip tekrar “vatanına rüçû” etmenin sabırsızlığını sürdürür. Tanrı katına varmayı engelleyen ayak bağı ise her türlü maddi nefsanî ilişki ile beraber, olup bitende kendi filini görmek ve ona itibar etmek olduğuna göre, yolun ucu bir yerde -önünü boş ve açık bulduğu kadar- fil ve iradeyi inkara varacak demektir. Kul, -yine ileri ve sivri uçlarla konuşulacak olursa- Tanrı iradesinin yeryüzünde aleti ve icrası değil, kaza ve kaderin pasif taşıyıcı ve belki seyircisi hükmündedir” (Ülgener, 1981, s. 74-75).



Tanrı'yı kendinden ayrı ve erişilmesi güç bir varlık olarak gördüğü sürece yol ve iz göstermeye ihtiyaç duymayan mü'min, Tanrı ile tek varlık halinde birleşmeye yönelince (fena fillah) bu yolda bir yol hazırlığı ve kabiliyeti bulunmayan kişi, çözüm olarak bir rehber ihtiyacı duyacaktır. Böylece pîr ve şeyhlere bağlanıp teslim olacaktır. Bireyin kişiliği bu üstün bir iradeye teslimiyet ve bu irade içinde erimiş olacak (fena fişşeyh) ve dünya malına meyletmeyecektir. (Ülgener, 1981, s. 75-76). Netice olarak gazilerin yanında pîr ve şeyhler de bireylerin gözünde birer ideal tip olmakta ve onlara sūfi karakterli bir davranış biçimi kazandırmaktadır.

Bu anlayışın pratik sonuçlarından biri olarak dini-mistik temele dayalı itaatkar bir zümre oluşmasıdır. Bu yapılanmalar içerisinde bireyler, cemaate dahil olmanın getirdiği huzur ve güveni yaşamakta ve sorunlarını cemaatçi yapı içerisinde şeyhin “şifalı eli” ile çözümlenmektedir. Cemaatten kopan ise yadsınmaktadır: “Utunıp pîrinden kaçan öksüz oldu geda geldi”(Ülgener, 1981, s. 90). Böylece tarikat yapıları içerisinde birey, aidiyetini bu anlayışlar çerçevesinde ifade edecek ve sufi, bir kimliğe bürünecektir. Sufi kişinin belirgin özelliği “ibni vakt”tir. Yani geçmişin ve geleceğin kaygılarından uzak olarak günlük yaşayan kişi olmasıdır. (Ülgener, 1981, s. 110) Sufilik “eren” prototipi ile de kimliğini ortaya koyar. Ermiş evliya, derviş tiplerinin günümüze değin halk katında değerli bulunması ve kutsanması da tasavvuf kültürün etkisini gösteren bir tutumdur.

Bu çerçevedeki dini anlayışı, merkezi yönetimin nimetlerinden uzak kalan, münzevi bölgelerde yaşayan, içinde bulunduğu olumsuz koşullar dolayısıyla yönetimi yadsıyan kesimlerin Osmanlı toplum ilişkileri içinde tarikatlar aracılığı ile kendilerine bir yer bulma ve kendilerini ifade etme biçimi olarak da görmek mümkündür.

Osmanlı düzenin korunması ve varlığını sürdürebilmesi bağlamında düzene uygun insan tipi önem taşımaktadır. Bu da yine yukarıda ayırımlarını verdiğimiz anlayışa dayalı olarak oluşan tarikat ve cemaat yapıları da dahil olmak üzere genel anlamda tüm toplum kesimlerinden beklenen davranış kodlarıyla ilişkilidir. Bu insan tipinde bulunması gereken özellikler şöyle sıralanmaktadır:

- “1) Ferdietçi değil, cemaatçi olması,
- 2) Para kazanma hırsının sınırlılığı,
- 3) Yumuşak başlılık,
- 4) Maceracı olmamak,
- 5) Temel amacın cemaatin bir parçası niteliği ile güvenliğe erişmek olması” (Cem, 1977: 117).



Bu sıralama hem dini ve hem de ekonomik anlayışı göstermesi bakımından anlamlıdır. Burada ferdiyetçilik hem ekonomik ve hem de toplumsal anlamda tehdit olarak görülmektedir. Devlet kendinden üstün bir zengin sınıfı egemenliğine karşı bir tehdit unsuru olarak algıladığından bireysel girişimleri sınırlandırmakta, düzeni için tehdit oluşturabilecek aykırı düşünceleri fitne unsuru olarak görmektedir. Bunun için de insanların mal kazanma hırsı içinde maceracı girişimlerde bulunmaması gerekir. Tasavvuf kültürün getirdiği kanaatkarlık ve cömertlik anlayışı da bunu desteklemektedir. Yine tasavvuftaki yumuşak başlılık kaba saba insanların ahlaki açıdan eğitilmesi yanında düzene boyun eğmeyi ifade eder. Böylece cemaatin bünyesinde eriyen varlığını ve geleceğini cemaatte bulan insan topluluğu ve itaatkar bir zümre oluşmuş olacaktır. Cemaate katılan kişiler de cemaat değerleriyle bütünleşerek cemaatin sağladığı güven ortamında toplumdaki yerlerini alacaklardır kendilerinden beklenen rolleri üstleneceklerdir (Cem, 1977, s. 115-122).

Merkez-çevre ilişkileri açısından dini yapıya baktığımızda genel olarak merkezde şeriat, çevreye gidildikçe de tarikat prensipleri etkin olduğu söylenebilir. Başka bir ifade ile şeriat tavanı, tarikat ise tabanı oluşturmaktadır (Ülgener, 1981, s. 87). Tavan ve taban arasındaki yapı, toplum kesimlerini ortak bir paydada toplamaktadır. Gazzali'nin başlattığı kelamla tasavvufu uzlaştırma çabaları Osmanlı'da etkisini göstermiş ve bu noktada kelam tasavvuf uzlaşması Osmanlı dini zihniyetinin dayandığı temel olmuştur.(Timur,1986, s. 44).

Osmanlı yönetimi de uyguladığı siyasetle -bazen de tarikatlara girerek- çevreyi merkeze bağlı kılmaya çalışmıştır. Bu konuda devlet bir kısım tarikatları destekleyerek işlevsel hale getirmektedir. Böylece tarikatlar aracılığıyla taban uysal hale getirilirken, tasavvuf anlayışına dayalı bir din hiyerarşisi kurulmakta ve bu hiyerarşi yoluyla da Osmanlı sistemi desteklenip pekiştirilmektedir (Ülgener,1981, s. 99-100). Otorite ve gelenekler de şeriatın yanında yine tarikatlar aracılığıyla tabana aktarılmış olmaktadır (Ülgener, 1981,s. 94). Bu durumda Osmanlı kimliği de şeriat ve tarikat anlayışları çerçevesinde oluşan bu farklı yapılar arasında kurulmaya çalışılan bir tesanüt ile ortaya çıkmaktadır. “Alperen” prototipi de bu tesanütün bir örneği olarak görülebilir.

Osmanlı'da din, farklı toplum kesimlerini şeriat-tarikat ilişkileri çerçevesinde oluşan dünya görüşü ve ümmet bağıyla birbirine bağlamaktadır. Bu sayede çeşitli etnik yapı ve ırklar da bu pota içinde kaynaşmaktadır. “Osmanlılık” ve “Oğuz” soyuna vurgu yapılırsa da (Yurtseven, 2007, s. 1266-1267) Osmanlı'da ırk kökenine veya etnisiteye dayalı bir kimliğin öne çıkmamasında dinin güçlü ve kuşatıcı bir aidiyet odağı oluşturmasının önemli bir payı bulunmaktadır. Yönetimin, bunların da üstünde toplumun geniş kesimlerini kuşatan ve bu farklı unsurları bir

arada tutabilen siyaseti etkili olmuştur. Bu şekliyle ümmet bağı ve din semsiyesi altında farklı kesimleri ve etnik kimlikleri kaynaştırma imkanı da sağlanmış olmaktadır.

Bu bağlamda Osmanlı'da Türklüğün dışlandığı ve küçümsendiği şeklindeki savlar da öne sürülmüştür. Bunlar daha çok kent yaşamı dışında kalan kimi göçebe Türkmen ve Yörük aşiretleri için söz konusudur. Aynı nitelikteki bedevi Araplar, Arnavutlar ve Kürtlerle ilgili olarak da benzer tutum sergilenmiştir (Timur, 1986, s. 80). Ancak bu durum, millet sistemine dayanan ve farklı etnisite ve kimlikleri bünyesinde barındıran bir dünya devleti olması nedeniyle, dayandığı temel olan Türk unsurunu öne çıkarmaması yukarıda da izah etmeye çalıştığımız gibi Osmanlı'nın içinde bulunduğu toplumsal yapı ve toplumlar arası ilişkiler içindeki yeri ile ilgili olarak göstermek durumunda olduğu siyasi ve stratejik tutumla açıklanabilir.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Tarihsel süreç içerisinde dinin önemli bir kimlik belirticisi olduğu görülmektedir. Burada dinin bir toplum bilinci olarak ortaya çıkması, bireyi ve toplumu bütünüyle kuşatan, belli semboller etrafında bütünleştiren ve ötekilerden ayıran bir yönünün olması önem taşımaktadır. Bunun yanında din toplumsal yapıdaki etkinliğine ve toplum örgütlenmesindeki yerine bağlı olarak, bir kimlik belirticisi olabilmektedir. Geleneksel toplum özellikleri gösteren Osmanlı'da da din bu çerçevede önemli bir kimlik belirtici olarak işlev görmüştür. Osmanlı'da dinin bu yönü devletin toplumlara arası ilişkilerdeki yeri ve kendisine biçtiği misyona bağlı olarak daha belirgin bir biçimde görülmektedir.

Osmanlı'da kimlik belirticisi olarak dinin rolünün öncelikle toplum yapısı ve örgütlenmesindeki yeri ile ilişkili olduğu görülmektedir. Millet sistemi çerçevesinde oluşan askeriye-reaya ayırımında İslam milletinin temsilcisi olan ve şeriat prensiplerini esas alan ulema askeriye içinde yer almış, yine İslam milletinin içinde farklı dini eğilimleri temsil eden tarikatların temsilcileri olan meşayih ise bu örgütlenmenin dışında görece özerk ama denetimli olarak yapılanmıştır. Bu yapı bize dinin Osmanlı'da şeriat ve tarikat anlayışlarına bağlı olarak iki farklı yönünü göstermektedir. Bu ayırım Osmanlıya İslam geleneğinin bir mirası olarak intikal etmiştir. Osmanlı nasıl ki yönetim anlayışının bir gereği olarak askeriye ve reayayı ayırmış, görev ve sorumluluklarını tayin etmiş, ama bu iki kesim arasında bir denge kurmuşsa aynı şekilde İslam geleneğinden devraldığı verili yapı olan şeriat ve tarikat yapılanmaları arasında da bir denge kurabilmiş ve bu iki yapıyı çoğunlukla kendi siyasetine uygun hale getirmeyi başarabilmiştir. Şeriatla toplum denetlenirken, tarikatlarla farklı dini eğilimler kontrol altına alınıp sistem lehine dönüştürülmüştür.

Böylelikle şeriat-tarikat tesanüdü Osmanlı-İslam kimliğinin bileşkesi ve temel dayanağı olmuştur.

Osmanlı-İslam kimliğinin oluşumunda, başta ümmet bağı olmak üzere aile yaşamı, mahalle ortamı, mesleki rol, gaza ideolojisi, sufi tavır, ve bunları besleyen sosyo ekonomik dünya görüşü gibi dinamiklerin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Farklı etnik köken ve tarikat yapılanmalarından oluşan Osmanlı İslam milletinde etnisite ve cemaat kimliği korunsa bile genel çerçevede ümmet bağı ile toplumsal bir aidiyet oluşturulabilmektedir. Bireyler bağı buldukları etnik köken veya tarikat zümreleşmeleriyle alt kimlik olarak bir aidiyet oluştursalar da Osmanlı toplumunda ümmet strüktürü içinde bir üst kimlik oluşturan din bağı ile kendilerini ifade edebilmektedirler. Her bir birey ümmete ait olmanın verdiği bilinçle kendisine düşen rolleri yerine getirebilmektedir. Sulh zamanlarında bireyler sahip oldukları iş ve meslek kolundaki başarılarına bağlı olarak zanaatkarlık, rençberlik gibi mesleki kimlikleriyle ya da İslam toplumunda huzur ve mutluluğu buldukları sufi, derviş kimlikleri kendilerini ifade etmiş ve yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Savaş zamanlarında ise darulislamın korunması, genişlemesi ve egemenliğini sürdürmesi söz konusu olduğunda gazi ya da gazi-derviş kimliği öne çıkmaktadır. Geleneksel kültürün ve dini tutumların öğrenildiği ve canlı olarak yaşanıldığı aile ve mahalle ortamı da medrese, mektep, tekke ve zaviye kültürüyle birlikte bu kimlik dokusunu oluşturan, destekleyen ve geliştiren mekanlar olmaktadır.

Osmanlı dünya konjonktürüne bağlı olarak doğu- batı ekseninde yer edinebilmek, toplumlar arası ilişkilerde varlığını sürdürmek, düzenini devam ettirebilmek ve egemenlik alanını genişletmek adına kendisine uygun insan ve toplum tipini oluşturabilmiş ve verili yapıyı yönetebilmiştir. Bu nedenle de Osmanlıda belirgin bir şekilde kimlik sorunuyla karşılaşmamakta, bireyler gerektiğinde mevcut alternatif dini yapılara girerek kimlik sorununu yine din içinde kalarak çözebilme imkanları bulabilmektedir. Dolayısıyla toplum kendisini ve kendisi dışındaki dünyayı bu kimlikle tanımakta ve anlamlandırmaktadır. Kuşkusuz bunda modernleşme sürecindeki toplumlarda görülen hızlı değişim ve dönüşümler, yatay ve dikey toplumsal hareketlilik, inanç ve geleneklerden arınma, toplumsal farklılaşmalar gibi oluşumların geleneksel toplum yapısı özelliklerini bünyesinde taşıyan Osmanlıda görülmemesi de önemli bir etkidir.

Osmanlı'nın bu yapıyı her zaman sorunsuzca sürdürdüğünü söylemek mümkün olmasa da uzun süre koruyabilmiştir diyebiliriz. Bunu, askeriye ve reaya olarak kendisini gösteren toplum kesimlerini kendi siyasetine göre biçimlendirerek yönetebilmesi, ekonomik ve siyasal düzenini dini-

kültürel dünya görüşü ile desteklemesi ve şeriat-tarikat bileşkesinden oluşan verili dini yapıyı sistemine adapte etmesindeki başarısına borçludur.

Doğu-Batı ilişkilerinin Batı lehine bir gelişme göstermeye başladığı süreçle birlikte belli dengeler üzerine kurulan klasik Osmanlı sisteminin çözülmeye başladığını, buna bağlı olarak toplum kesimlerine kimlik kazandıran ümmetçi anlayışın ve cemaatçi yapıların da işlevsiz hale geldiğini görüyoruz. Kendisi dışındaki gelişmelere bağlı olarak yeni bir dünya ile karşılaşan ve giderek bu dünyanın hegemonyasına girmek durumunda kalan Osmanlı-Türk toplumu, bu gelişmelerin getirdiği sarsıntıyı yaşayacaktır. Batı'nın ekonomik, siyasal ve kültürel hegemonyası batılılaşma süreci içerisinde topluma dayatıldığı ölçüde de toplum, giderek kronikleşecek bir biçimde kimlik sorunu ile karşı karşıya kalacaktır.

## Kaynakça:

- Akşin, S. (1977). Osmanlı-Türk toplumunda sınıf yapısı üzerine bir deneme. *Toplum ve Bilim*, 2, 31-46.
- Barkan, Ö. L. (1942). İstila devirlerinin kolonizatör Türk dervişleri. *Vakıflar Dergisi*, 2, 279-304.
- Barkan, Ö. L. (1945). Osmanlı imparatorluğu teşkilatı ve müesseselerinin şeriliği meselesi”, *İstanbul Üniversitesi. Hukuk Fakültesi. Mecmuası*, 3-4, 203-224.
- Barkan, Ö. L. (1975) Türkiye’de din devlet ilişkilerinin tarihsel eşişimi. Cumhuriyet’in 50. Yıldönümü Semineri, -Seminer Sunulan Tebliğler-.(s. 49-97) içinde. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Cem, İ. (1977). *Türkiye’de geri kalmışlığın tarihi*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Çağatay, N. (1987) İslam hukukunun ana hatları ve Osmanlılarda bunun bazı Kurallarının değişik uygulamaları. *Belleten*, 51, (200), 625-636.
- Dikbıyık, C. (1994). *Türk toplumunda kimlik bunalımı ve din olayı* (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, İstanbul.
- Dikbıyık, C. (2012). Necessity of identity and fundamental identity determinants. *European Journal of Social Sciences*, 33 (1), 133-143. Erişim adresi: <http://www.europeanjournalofsocialsciences.com>
- Draz, M. A. (t.y.). *Din ve Allah inancı*. Çev. Bekir Karlığa, İstanbul: Bir Yayıncılık
- Dursun, D. (1989). *Yönetim-din ilişkileri açısından Osmanlı devletinde siyaset ve din*. İstanbul: İşaret Yayınları.
- Eryılmaz, B. (1992). *Osmanlı devletinde millet sistemi*. İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Freyer, H. (2013). *Din Sosyolojisi*. Çev. Turgut Kalpsüz, Ankara: Doğu Batı Yayınları,
- Gardet, L. (2014). Müslüman site toplumsal ve siyasal hayat. Çev. Ahmet Aslan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gündüz, İ. (1984). *Osmanlılarda devlet-tekke münasebetleri*. İstanbul: Seha Neşriyat.
- İnalcık, H. (1959 Ekim). Osmanlılarda raiyyet rüsumu. *Belleten*, 23, (92). 575-609.
- Kara, M. (1977). *Din, hayat ve sanat açısından tekkeler ve zaviyeler*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Karatepe, Ş. (1989) *Osmanlı siyasi kurumları*. İstanbul: İşaret Yayınları.
- Kemal, Y. (1983 Kasım) Ezansız Semtler [Ölümünün 25. Yılında Yahya Kemal]. *Töre Dergisi*, 150.

- Kepel, G. (1992). *Tanrının intikamı*. Çev. Selma Kırmızı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Koyuncu, A. (2004 Aralık). Osmanlı Kimliği Üzerine Bazı Düşünceler. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD) / 1*, 203-212. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/326878>
- Küçük, H. (1971). *Tarikatların Türk toplumundaki sosyal fonksiyonları* (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, İstanbul.
- Lybyer, A. H. (1987). *Kanuni Sultan Süleyman Döneminde Osmanlı imparatorluğunun yönetimi*. Çev. Seçkin Cııızoglu, İstanbul: Süreç Yayıncılık.
- Mardin Ş. (1985). Türk siyasasını açıklayabilecek bir anahtar: Merkez-çevre ilişkileri (Şeniz Gönen, Çev.). Ahmet Cemal (Genel. yönetmen.) *Dün ve bugün felsefe 1* içinde (s. 167-195). Bilim Felsefe Sanat Yayınları.
- Mardin, Ş. (1990). *Din ve ideoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin Ş. (1991). Türkiye’de din ve laiklik (Fahri Unan Çev.). *Türkiye’de Din ve Siyaset, Makaleler 3* içinde (s. 37-80). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mayer, H. G. (1980). İctimâî tarih açısından Osmanlı devletinde ulemâ-meşâyih münasebetleri (Hüseyin Zamantılı, Çev.). *Kubbealtı Akademi Mecmuası*, 4, 48-68.
- Mumcu, A. (1963). *Osmanlı devletinde siyaseten katl*. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Ocak, A. Y. (1998) *Osmanlı Toplumunda Zındıklar ve Mülhidler*. (14.-17. Yüzyıllar) İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Ortaylı İ. (1976 Mart). Osmanlı kadısının taşra yönetimindeki rolü üzerine. *Amme İdaresi Dergisi*, 9, (1), 95-107.
- Özel, A. (1981). *İslam Hukukunda Ülke Kavramı*, İstanbul: Marifet Yayınları.
- Shaw, S. (1982). *Osmanlı İmparatorluğu ve modern Türkiye 1*. Çev. Mehmet Harmanlı. İstanbul: E Yayınları.
- Sezen, Y. (1988). *Sosyoloji açısından din /Dinin sosyal müesseseler üzerindeki tesirleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Sezer B. (1988). *Türk sosyolojisinin ana sorunları*. İstanbul: Sümer Kitabevi Yayınları.
- Sezer, B. (2011). *Toplum farklılaşmaları ve din olayı*. İstanbul: Doğu Batı Yayınları .
- Timur T. (1979). *Kuruluş ve yükseliş döneminde Osmanlı toplum düzeni*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Timur T. (1986). *Osmanlı kimliği*. İstanbul: Hil Yayınları.

- Üçok, Coşkun (1946). Osmanlı kanunnamelerinde İslam ceza hukukuna aykırı hükümler. *Ankara Üniversitesi. Hukuk Fak. Mecmuası*. 3, (1), 125-146.
- Ülgener, S. F. (1981). *Dünü ve bugünü ile zihniyet ve din/İslam, tasavvuf ve çözümlenme devri ahlaki*. İstanbul: Der Yayınları.
- Vergin, N. (1978). Toplumsal hareketler ve dinsel protesto. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*. 37 (1-4). 99-123.
- Yurdaydın, H. (1961). Türkiye'nin dini tarihine umumi bir bakış. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9. (1) 109-120.
- Yurtseven, Y. (2007). Osmanlı klasik döneminde ideoloji, din ve siyasi meşruiyet üzerine kısa bir değerlendirme. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11(1-2) 1255-1283. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/ahbvuhfd/issue/48130/608775>
- Zelyurt, R. (1992). *Osmanlı'da Karşı Düşünce ve İdam Edilenler*. İstanbul: Alev Yayınevi.





# Bölüm 20

**AÇ TIRTIL'I PAZARLAMA KARMASI  
ÜZERİNDEN OKUMAK**

*Esin KARTOPU<sup>1</sup>  
Ayfer Şeyma ÜSTÜN<sup>2</sup>*

---

1 Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Anabilim Dalı, Dr. Öğretim Üyesi, İlgili yazar: ekartopu@marmara.edu.tr

2 Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayıncılık Yönetimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi



## Giriş

Her pazarlamacı, ürününü daha iyi şekilde satmak ve netice almak ister. Bu anlamda da çeşitli stratejiler uygulamayı tercih ederek daha etkili ve sistematik iş yürütmeyi tercih edebilir. Bu minvalde “pazarlama karması” kavramı, ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma üzerinden pazarlamacıların strateji geliştirmesinde yol haritası niteliği taşımaktadır.

Tüm dünyada çok satan bir eser olan *Aç Tırtıl* kitabının, “pazarlama karması” çerçevesinde irdelenmesi, çok satan kitapların altında yatan sebepleri anlayabilme bakımından da önemlidir. Bu anlamda *Aç Tırtıl* kitabı, ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım bağlamlarında değerlendirilerek veri analizi gerçekleştirilecektir. Pazarlama karmasında ilk ve en önemli unsur olan ürün elemanı, biçim ve içerik çerçevesinde doküman incelemesi yöntemi ile incelenecektir.

Ürünün kalitesini ortaya koyma amacıyla hedef kitleye uygunluk bağlamında veriler nicel analiz tekniği kullanılarak değerlendirilecektir. İkinci eleman olan fiyat kısmında ise, *Aç Tırtıl* kitabının Türkiye’deki seçkin kitap siteleri ve Amazon’daki fiyatları üzerine bir karşılaştırma yapılmıştır. Tutundurma elemanına dair veriler ise, *Aç Tırtıl* metninin Türkiye ve Amerika merkezli tanıtım faaliyetleri kapsamında incelenecektir. Pazarlamanın dağıtım elemanında da *Aç Tırtıl* kitabına dair erişim ile alakalı lojistik ve stok durumlarına dair veriler analiz edilmiş olup Türkiye ve Amerika’daki pazarlama stratejilerinin benzerlik ve farklılıkları ortaya konacaktır. Veriler elde edilirken Eric Carl’ın anlaşmalı olduğu the Joester Loria Group’un online platformlarda yürüttüğü pazarlama stratejilerinden faydalanılmıştır.

Sonuç ve öneriler kısmında da hedef kitlesi çocuklar olan kitabın gerçekleştirdiği pazarlama stratejilerinden yola çıkılarak elde ettiği başarı yorumlanacaktır. Bu anlamda kitabın Türkiye’deki yayıncısı olan Mavibulut Yayınları’na kitabın Türkiye’deki satış ve tanınırlık oranının artması bakımından çeşitli öneriler de getirilecektir.

## Pazarlama Kavramının Kısa Tarihi

“Pazarlama” terimine bakıldığında kavramsal olarak TDK’de bir malın, bir ürünün, bir hizmetin vb. satışını artırmak gereğiyle satış elemanları yetiştirme, piyasa durumunu ve gereksinimini saptama, tanıtma, paketlenme gibi etkinliklerin tümü olarak tanımlanmaktadır. Pazarlama; insanların ihtiyaçlarını karşılamak maksadıyla taraflar arasındaki değişimin sağlanması (Ünal Kestane, 2015: 186) ya da insanın istek ve gereksinimlerine ulaşmak amacıyla potansiyel değişimleri fiilî hale getirmeye uğraşması (Fazla Altuntaş, 2014: 2) olarak da tanımlanabilmektedir. Pazarlama için birçok tanım yapılabilmekle

beraber kısaca, hedef kitlenin yapısına göre üretim öncesinde başlayıp, satış gerçekleşikten sonra da devam ettiği söylenebilir.

Philip Kotler, Pazarlama Yönetimi adlı kitabında bir pazarlama durumunun tanımlanabilmesini üç etkene bağlar: değişimle ilgilenen en az iki tarafın olması, tarafların diğerleriyle değiştirilebileceği değer taşıyan şeye sahip olması ve tarafların haberleşme ve teslim etme imkanına sahip olmaları (Kotler ve Keller, 2018: 132). Kotler'ın bu açıklamalarından yola çıkılarak, değişimin olduğu her dönemde pazarlama aktivitelerinin olduğunu söylemek mümkündür.

Kendi ihtiyaçlarını karşılayabilen toplum düzeninden, sosyo – ekonomik bağlama dönüşen topluma geçişte, pazarlama da daha çok öne çıkan etkinliklerden biri haline gelmiştir. Nitekim 19. Yüzyılda Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilali gibi toplumsal olaylar, kentlerde hayata geçiş ile beraberinde iş bölümü ve profesyonellik gibi modern kavramları da hayatın bir parçası haline getirmiştir. 19. yüzyılda Sanayi Devrimi ile makineleşmenin artması ile kitle üretimi artmış, dolayısıyla da pazarlama stratejileri de bu durumdan etkilenmiştir. Böylelikle çağdaş pazarlama da gündeme gelmeye başlamıştır.

1910'lardan önce iktisat teorisinden ayrı düşünülmeyen pazarlama, iktisat biliminin alt kümesi konumundaydı (Borden, 1964: 8). 2. Dünya Savaşı'nın ardında ise üretimde daha bilimsel yaklaşımların pazarlama süreçlerine uygulandığı göze çarpmaktadır. Nitekim 1940 – 1960 yılları arasında birçok araştırmacı, pazarlamanın bir bilim ya da sanat olup olmadığı noktasında tartışmışlardır. Bu anlamda çeşitli akademik yayınlar gerçekleştirilmiş ve pazarlama konusuna bilimsel bir bakış açısı getirilmeye başlanmıştır (Borden, 1964: 12).

1920 – 1950 arasındaki dönemi ise Bartels (1976) üç aşamada değerlendirir: bütünleşme aşaması (integration period), gelişme aşaması (development period), yenileşme aşaması (reappraisal period). Bütünleşme kısmında pazarlama ilkeleri ve düşüncesi toplumla bütünleştirilmiştir. Gelişme aşamasında pazarlamanın çalışma alanları şekillenerek gelişmiştir. Yenileşme aşamasında ise bilimsel yöntemlerin sürüklediği bir pazarlama bilimi ortaya konulmuştur (Shaw ve Tamilia, 2001: 158).

### **Pazarlama Karmasının Tarihçesi**

Pazarlama Karmasının kısaca geçmişiine baktığımızda, James Culliton tarafından 1948 yılında gerçekleştirilen araştırma ile ilk defa “girdilerin karıştırıcısı” teriminden ortaya çıktığı görülmektedir (İlgaz Sümer ve Eser, 2006: 166). “Pazarlama karması” teriminin ilk kullanımı ise, pazarlamanın bilimsel bir yaklaşımda ele alındığı dönemler olan 1964 yılında, Neil Borden tarafından Journal of Advertising Research dergisinde yayınlanan

“The Concept of The Marketing Mix” makalesindedir (Borden, 1964: 7). Bu makalede pazarlama karması on iki eleman olarak tanımlanmıştır. Bunlar; ürünü planlama, fiyatlandırma, markalama, dağıtım kanalları, kişisel satış, reklam, tutundurma, ambalajlama, sergileme, hizmet, fiziksel dağıtım, veri toplama ve analizdir (Borden, 1964: 9).

“Pazarlama karması” kavramının, bilimsel bir terimden öte bir pazarlama modeli olarak kavramsallaştırılmasını ise 1960’lı yıllarda, Notre Dame Üniversitesi profesörlerinden E. Jerome McCarthy gerçekleştirmiştir. Pazarlamanın 4P’si olarak sunulan bu model, ürün (product), fiyat (price), tutundurma (promotion) ve dağıtım (place) üzerine inşa edilmiştir (İlgaz Sümer ve Eser, 2006: 167). Pazarlamanın özünü ilişkili olarak pazarlama eylemlerinin vazgeçilmezi haline gelmiş ve standart elemanları çağın getirilerine göre yenilenmesi amacıyla “yeni P”ler de eklenmiştir.

Bunun neticesinde fiziksel ortam (physical evidence), katılımcılar (people), süreç yönetimi (process management) elemanları da pazarlama karmasına dahil edilerek 7P kavramı ortaya atılmıştır (Paylan ve Torlak, 2009: 7). 1990’lı yıllara gelindiğinde ise müşteri odaklı bakıştan yola çıkılarak 4C müşteri değeri (costumer value), müşteri maliyeti (costumer cost), müşteri iletişimi (costumer communication) ve müşteri uygunluğu (costumer convenience) Lauterborn tarafından ortaya atılmıştır. Ancak 4P, bu elemanlar arasında sabit ve değişmez olarak görülmeye hala devam etmektedir (İlgaz Sümer ve Eser, 2006: 168).

### **Pazarlama Karması Elemanlarının Özellikleri**

İşletmenin görünen yüzü olan pazarlama faaliyetlerini en kısa, açık ve net şekliyle, 4P üzerinden (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) sınıflandırılabilmektedir (Gürbüz, 2018: 169). Hepsi birbiri ile etkileşim içinde olan karmanın elemanlarının ne anlama geldiklerini bilmek de pazarlama sürecini daha iyi anlama bakımından oldukça önemlidir. Nitekim elemanların dengeli ve etkileşimli olması, pazarlama sürecinde en yüksek verimin elde edilmesini de sağlamaktadır (Gürbüz, 2018: 171).

i. Ürün (Product): İlk element olan ürün, temelde müşteriye sunulan değer olarak tanımlanabilir. Pazarlanacak mal ve veya hizmeti planlama ve geliştirmenin en temel etkenidir. Ürünün kalitesi, tasarımı, marka değeri gibi etkenler pazarlama sürecinin en önemli kısmını kapsamaktadır. Ürünün nitelikleri ile beraber müşteriye sağlayacağı fayda da ürünün kapsamında yer almaktadır (Gürbüz, 2018: 174). Hedef kitlenin istek ve ihtiyaçlarını karşılar nitelikte olması da bir diğer önemli husustur (İlgaz Sümer ve Eser, 2006: 169).

ii. Fiyat (Price): Ürünün müşteri için maliyetini, ödemesi gereken ücreti kapsamaktadır. Paha biçilen ürünün değerine uygun olması oldukça önemlidir. Bu anlamda müşterinin ürüne ne kadar ödeme yapmayı düşündüğü göz önünde bulundurulmalıdır. Ürün fiyatlarının uygun olması ile de pazarlama daha cazip hale getirilmektedir. Fiyatlandırmada indirim ya da krediler üzerinden de çeşitli stratejiler uygulanabilmektedir.

iii. Tutundurma (Promotion): Hedef kitlenin, ürün ya da ürünler hakkında bilgilendirilmesi gerekmektedir. Bu anlamda bilgilendirici tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi elzemdir. Nitekim hedef kitlenin işletme ve işletmenin de ürünleri hakkında ne kadar bilgisinin olduğu, ürünün pazarlanabilmesi için önemlidir (İlgaz Sümer ve Eser, 2006: 175). Bu aşamada pazarlama yöneticisi aktiftir. Tutundurma maksadı ile reklam, satış geliştirme, halkla ilişkiler, kişisel satış gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Günümüzde de sosyal medya bu anlamda oldukça etkili bir mecraadır.

iv. Dağıtım – Yer (Place): Dağıtım, ürünleri satın almaya hazır olan hedef kitleye ulaştırılması ile, lojistikle alakalıdır. Nitekim müşteri almak istediği ürüne erişemediği taktirde pazarlama karması sekteye uğrayarak satış gerçekleşemeyecektir. Satış gerçekleşirken müşteri için merkezi konumda ya da erişimi rahat olan yerlerin tercih edilmesi gerekmektedir. Ürünlerin doğru yer ve zamanda bulunmasının yanı sıra stok yani miktarı da oldukça önemlidir. Günümüzde alış-veriş etkinliklerinin online platformlara taşınması ile de dağıtım zincirlerinin basamakları kısalmış ve daha kısa ve ucuz yollardan dağıtımın gerçekleştirilebilmesi mümkün hale gelmiştir.

### **Araştırmanın Konusu ve Yöntemi**

Araştırmada pazarlama karmasının dört elemanı üzerinden Eric Carl'ın *Aç Tırtıl* kitabı analize tabi tutulacaktır. Bu anlamda ilgili kitap ürün, fiyat, tutundurma etkinlikleri kapsamında ve dağıtım yönü ile işlenmiştir.

Yöntemde ağırlıklı olarak nitel analiz tekniği kullanılmıştır. Mevcut olan yayın üzerinden ilgili kısımlar pazarlamanın karmasına göre yorumlanmıştır. Bu anlamda ürün, hedef kitle olan 3 yaş üstü çocuğa içerik ve biçim bağlamında uygun olup olmadığı bağlamında işlenmiştir. Fiyat karşılaştırması kısmında ise sayısal veriler öncelikli tutulmuş, *Aç Tırtıl* kitabının Türkiye'deki kitap siteleri ve Amazon.com'daki fiyatları üzerine bir karşılaştırma gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda nicel analiz tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir.

Tutundurma etkinlikleri çerçevesinde de ürünün görünen (online) reklam ve tanıtım stratejileri, metnin Türkiye ve Amerika merkezli tanıtım faaliyetleri kapsamında nitel analiz tekniği kullanılarak irdelenmiştir. Dağıtım kısmında ise daha çok sayısal veriler üzerinden ürünün stok durumu ve okurla buluşma potansiyeli değerlendirilmiştir. Tüm bu değerlendirmeler ise betimsel olarak görseller üzerinden desteklenmeye çalışılmıştır.

### ***Aç Tırtıl* Kitabının Pazarlama Karması (4P) Çerçevesinde İncelenmesi**

62 dile çevrilmiş ve 132 milyondan fazla satmış olan, üç yaş üstü çocuklara hitap eden *Aç Tırtıl*'ın orijinal ismi *The Very Hungry Caterpillar*'dir. Bu kitap ilk olarak *World Publishing Company* tarafından 1969 yılında, New York'ta basılmıştır. Türkiye'de ise ilk defa Mavibulut Yayınları tarafından 1994 yılında, Fatih Erdoğan'ın çevirisiyle yayımlanmıştır.

Metnin tüm dünyada oldukça büyük ses getirmesinde en etkili kuruluşların başında ise Eric Carl'ın küresel marka lisanslama ajansı olan *The Joester Loria Group*'un yer aldığını söylemek mümkündür (The World of Eric Carle Brand Continues To Grow Around The World, t.y., par.1). Nitekim yayınevi metnin tanıtımında etkili olmakla beraber kitabın başarısı salt yayınevi ya da Eric Carl'ın mükemmel çizimi ve metnin ötesinde, ajansın gerçekleştirdiği pazarlama stratejilerinin altında yatmaktadır. Bu anlamda pazarlama stratejisini profesyonel olarak yürüten Eric Carle, gerek web sitesi, sosyal medya hesapları ve hemen hemen tüm etkinliklerinde ajansla koordineli hareket etmektedir.

### **Ürün Olarak *Aç Tırtıl***

Kitaplarla etkileşimde olan çocuklar sonuç olarak çok yönlü düşünür, eleştirel bakış açısı kazanır, yeni bilgileri öğrenerek hayal güçleri güçlenir ve nihayetinde kitap sevgisi kazanırlar (Güzelyurt ve Özkan, 2018: 30). Bu anlamda çocuğa zorla bir sevgi aşılayamayan ebeveyn için, çocuğun kitabı sevmesi ve vakit geçirmeyi istemesi de oldukça önemlidir. Çocuğun kitaplarla vakit geçirmeyi istemesi de ürünün iyi ve kaliteli; çocuğa uygunluğu ile alakalıdır.

Eric Carle, harika bir resimli kitabı; “iyi tasarlanmış ve yalın, tutarlı ve ahenkli olan kitap” şeklinde tanımlar (Türkiye’de Sevildiğimi Bilmek Beni Mutlu Ediyor, t.y., par. 4). Sedat Sever de çocuğun neleri, nasıl paylaşırsa sevinç ve mutluluğunun artacağını, coşkusunun pekişeceğini, onun gözü ile bakmayı önemsemeyi “çocuk gerçekliği” ile bağdaştırmaktadır (Sever, 2013: 36). Carle’ın metinlerinde de “çocuk gerçekliği”nin oldukça önemseddiği görülmektedir. Nitekim Eric Carl metinlerini; çocukların

nelerden hoşlandığı, heyecanlandığı, nelere gülüp üzüldüğü mevzusunu içselleştirerek yazmakta ve illüstre etmektedir.

Bir ürün olarak çocuk kitabının da içeriklerinde bu kavramı ne kadar göz önünde bulundurursa, hedef kitlesi olan çocuklar tarafından o kadar kabul bulacağı ve kaliteli bulunacağı bilinmektedir. Bu anlamda çocuk kitaplarındaki iç yapı özelliklerinin; konu, çevre, ileti, karakter, dil ve anlatım, tema ve planın çocuğa uygun olması gerekmektedir (Karakurt İpek, 2019: 49).

İç yapı özellikleri bakımından *Aç Tırtıl*'a bakıldığında; konu olarak aç bir tırtılın büyüyüp gelişerek kelebek olma hikayesi görülmektedir. Çevrenin evrensel bir nitelik taşıyan doğa olduğu, aç bir tırtıl karakteri üzerinden sayılar, günler ve sağlıklı beslenme gibi iletilerin didaktik olmayan ve sade bir üslupla aktarıldığı görülmektedir. Metnin planı, çevre ve doğa üzerinden çocuğa, öğrenme ve merak unsurlarını iletmek üzere kurgulandığı söylenebilmektedir. Özetle, karnı aç olan bir tırtıl üzerinden onun büyümesi, gelişmesi ve erginleşme öyküsü; günler, sayılar ve sağlıklı beslenme gibi ip uçları eşliğinde verilmektedir. Çocukların zihinleri, merak ve yaratıcılık eksenini ile sanat ön planda tutularak geliştirilmektedir.

### **Ürünün Fiziksel Özellikleri**

Kitabın fiziksel özelliklerine baktığımızda, yatay formda ve çocuğun tutabileceği boyutlarda; (21x29 cm) olduğu görülmektedir. Kitabın, yazarının, çizerinin ve çevirmenin isimleri selefona kapakta yer almaktadır. Ayrıca kapakta, içerikle örtüşen resim de bulunmaktadır. Kapak görseli olan tırtılın, beyaz zemin üzerine yerleştirilmesiyle göz yormayan ve sade bir tasarım elde edilmiştir. Sade olan bu tasarım üzerinden anlatılmak istenen konu okurun dikkatine sunulmaktadır. Kitap tel zımba ile ciltlenmiş olup kuşe kâğıt kullanılmıştır, baskısı temizdir.

Toplamda 32 sayfa olan metin, 18 punto ile yayınlanmıştır. Kitap sayfalarından bazılarında, içerikle bağlantılı olarak tırtılın geçebileceği büyüklükte delikler bulunmaktadır (Carle, 2020: 13-22). İçerikte imla ve yazım kurallarına uyulmuştur. Sayfa düzeni, dörtte bir yazı ve dörtte üç resim olacak şekilde düzenlenmiştir. Bu anlamda metin ve görsel uyumu sağlanmıştır. Eric Carle tarafından illüstre edilen metindeki görseller anlaşılır, sanatsal nitelikte ve dikkat çekicidir.

*Aç Tırtıl*'ın, mukavva ciltli, üç boyutlu- hareketli ve boyama kitabı seçenekleri de yan ürünler kapsamında mevcuttur. Bu minvalde Türkiye'deki yan ürünlerin fiziksel biçimleri hakkında kısaca bilgi vermek faydalı olacaktır. Mukavva kitap olarak geçen versiyonu toplamda 24 sayfadır, 18x12 cm boyutlarındadır. Kâğıt cinsi olarak kitap kâğıdı kullanılmıştır. Üç boyutlu- hareketli olan kitap 22x30 cm büyüklüğündedir,



14 sayfadır ve karton kapaklıdır, kitap kâğıdı kullanılmıştır. Çocuklara hareketli ve üç boyutlu bir sunumu bulunmaktadır. Boyama kitabı da 21x29 cm ebatlarında ve 32 sayfadır. Karton kapaklı ve 1. hamur kâğıt kullanılmıştır. Çocukların kitabı kendi hayal güçlerine göre renklendirmeleri hedeflenmiştir.

Kitapların biçimsel özelliklerine aşağıdaki tablodan da ulaşılabilmektedir:

<i>AÇ TIRTIL</i>	Boyut (cm)	Sayfa Sayısı	Kâğıt Cinsi	Kapakta Yazar – Çizer- Çevirmen Adı
Karton Ciltli	21x29	32	Kitap kâğıdı	Bulunmakta
Mukavva Kitap	18x12	24	Kitap kâğıdı	Bulunmakta
Üç Boyutlu	22x30	14	Kitap kâğıdı	Bulunmakta
Boyama Kitabı	21x29	32	1. hamur kâğıt	Bulunmakta

Tablo 1.

Farklılıkları tanıtmaya ve olumlu davranışa önem veren yazar, *Aç Tirtul* metninde de günleri, sayıları, yiyecekleri, beslenme şeklini aç bir tirtilin büyüme ve erginleşme hikayesi üzerinden vermektedir. Bu anlamda evrensel olan değerleri sanatsal şekilde sunarak çocuğa çevre ve doğa hakkında ufuk açmaktadır. Bu anlamda *Aç Tirtul* idealize olmaktan ziyade çocuğun özdeşim kurabileceği bir metindir, didaktik değildir (Güzelyurt ve Özkan, 2018: 33). Kitabı çocukların ilgisini çekecek biçimde, kolaj tekniği kullanarak ve elle boyanmış kağıtlarla görselleştirmiş olan yazar, tutarlı bir üslubun da temsilcisi niteliğindedir.

Carle genel olarak çizimlerini bu metinde olduğu gibi pelür kâğıdı akrilik boyayla renklendirerek oluşturmaktadır. Geniş veya dar fırça darbeleriyle, bazen de parmak uçlarıyla çizmektedir. Çoğunlukla da dokusunu sünger, çuval bezi ve benzeri malzemelerle oluşturmaktadır. Renkli gazete ve dergi kağıtlarını renk kodlarına göre biriktirerek karakterlerin farklı bölümlerini bu malzemeleri kullanarak uygulamaktadır. Farklı bir boyutla gerçekleştirdiği illüstrasyonları kitaplarına eğlence katmaktadır (Güzelyurt ve Özkan, 2018: 36).

### **Fiyat Bağlamında *Aç Tirtul***

Anne – babalar çocukları için iyi olduğunu düşündükleri ürünü avantajlı- uygun fiyatlarla almayı tercih etmektedirler. Bu anlamda, bu metnin çok satmasının bir diğer sebebi olarak da pazarlama karması elementlerinden *fiyat* elemanının, “müşteriye uygun” olarak belirlenmiş olmasıdır. Aşağıdaki listeden de görüleceği üzere metin, çeşidine göre

19,20 TL ila 69,44 TL arasında satışa sunulmuştur. Ürünün Türkiye'deki yan ürünleri olan karton ciltli, mukavva, üç boyutlu ve boyama versiyonlarına göre fiyatları da değişiklik göstermektedir. Ürünün fiyat yelpazesi aşağıdaki tablodan daha net görülmektedir.

Satış Gerçekleşen Site	Ciltli Fiyat	Mukavva Kitap	Üç Boyutlu Hareketli Kitap	Boyama Kitabı
idefix.com	27,30 TL	33,80 TL	48,61 TL	23,36 TL
kitapyurdu.com	25,20 TL	31,20 TL	69,44 TL	19,97 TL
bkmkitap.com	29,40 TL	32,76 TL	69,44 TL	20,48 TL
d&r.com	27,30 TL	33,80 TL	48,61 TL	20,80 TL
kırmızıkedici.com	25,20 TL	31,20 TL	38,19 TL	19,20 TL
amazon.com	9.98 USD	11.72 USD	13.89 USD	6.87 USD

Tablo 2.

Yukarıdaki fiyatlar 13.03.2021 tarihli verilere dayanmaktadır.

### Tutundurma Elemanı Çerçevesinde Aç Tırtıl

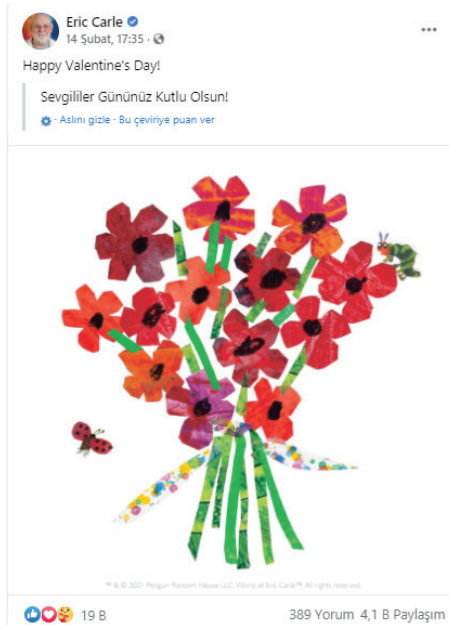
Pazarlama karmasının üçüncü elemanı olan tutundurma kısmında da *Aç Tırtıl*'in oldukça başarılı olduğu görülmektedir. Müşteriyle senelerdir çok etkin ve interaktif olarak ürünle alakalı bilgilendirme, reklam, satış geliştirme gibi stratejilerde bulunduğu görülmektedir. Ürünün özellikle yurtdışındaki tanıtım aktiviteleri *The Joester Loria Group* tarafından oldukça profesyonel yürütülmektedir. Bu anlamda, *Aç Tırtıl* kitabı ile alakalı tutundurmaya yönelik yurt içinde ve Amerika'da gerçekleşen faaliyetlerden bahsedilecektir.

Öncelikle Eric Carl'in resmî web sitesi ziyaret edildiğinde, onun renkli dünyasına da adım atılmış olunur (Home, t.y., par.1). *Aç Tırtıl* metni adeta bu web sitesinde görsel ve içeriksel kodlarla hayat bulmuş gibidir. Nitekim Eric Carle ismi ve *Aç Tırtıl* kitabı adeta birbiri ile bütünleşmiş ve ayrı düşünülemez iki parça gibi sunulmaktadır.



Şekil 2.

Kendisinin resmî sosyal medya hesaplarına baktığımızda da (Facebook ve Instagram) da kişisel hayatından ziyade yine *Aç Tırtıl* ve diğer kolaj çalışmaları üzerinden paylaşımlar yaptığı görülmektedir. Bazen sonbaharın gelişini, bazen de önemli gün ve kutlamaları da yine çoğu zaman “bir tırtıl” üzerinden verdiği görülmektedir. Eric Carle adeta kendi isminin mitik kodlarını bu metin üzerinden işleyerek her nerede yer alıyorsa orada *Aç Tırtıl* bağlamı üretmektedir. *Aç Tırtıl*, pazarlama faaliyetleri kapsamında Eric Carl’ın kendisi ile bütünleştirilmektedir. Bu da ürünün aynı zamanda Carl’ın kendisinin pazarlanmasıyla oldukça etkili olmaktadır. Carl’ın sosyal medya kullanımına örnek olarak Şekil 3’deki görsele bakılabilir.



Şekil 3.

Ajans, dijital ortamları gerek Eric Carl'ın sosyal medya hesapları üzerinden gerekse web sayfası üzerinden oldukça aktif kullanmaktadır. Carl'ın web sitesinde yalnızca basit olarak onun hayatı hakkında bilgi verilmemektedir. Hedef kitlenin defalarca tıklayabileceği nitelikte içerikler de üretilmektedir. Örneğin, eric-carle.com sitesinde; Carl'ın kolaj tekniklerini nasıl gerçekleştirdiği, burundan ayağa varana kadar çocuk kitabındaki bir görseli nasıl kaleme aldığı, kitap listeleri, faydalı olabilecek tasarımları indirebilme imkânı, kitap yazma ve yayınlamaya yönelik tüyolar, farklı dillere çevrilmiş olan kitaplarının ve çevrildikleri dillerin listelerinin yanı sıra blog uzantısı da bulunmaktadır.

Blog sekmesinde de Eric Carl ile alakalı olarak haberlere yer verilmekte; bu haberlerin de hepsinin *Aç Tırtıl* bağlamı ile gerçekleştiği görülmektedir. Örneğin *Aç Tırtıl* kitabının 50. Yaş günü organizasyonu, *Aç Tırtıl* ve diğer metinleri ile alakalı kolaj çalışmalarının yer aldığı Eric Carle Sergisi, *Aç Tırtıl* tiyatro gösterisi gibi duyuru ve haberler yer almaktadır. Eric Carle onuruna 14. defa düzenlenen kutlama gecesinin teması da yine *Aç Tırtıl* kitabı ve baş kahraman olan tırtıldır (The Carle Honors, 2019).



Last week, at the 14th Annual Carle Honors in New York City, it was wonderful to celebrate the 2019 Carle Honorees! Congratulations to Takeshi Matsumoto, Chihiro Art Museum, Melissa Sweet, David Saylor and Kenny Garcia, REFORMA.

#### Şekil 4.

*Aç Tırtıl Show* için de [hungrycaterpillarshow.com](http://hungrycaterpillarshow.com) isimli ayrı bir web sitesi de açılmıştır. Gösteriler her prodüksiyonda üç ayrı Carle hikayesi kapsayacak şekilde hepsinde de *Aç Tırtıl* olacak biçimde

yapılarak seyircilerin aynı oyunu değil de farklı varyasyonları defalarca seyredibilmeleri tasarlanmıştır. Bu da ürünü hedef kitleye defalarca ulaştırma bakımından oldukça zekice kurgulanmış bir stratejidir. Ayrıca bu gösteriler otizmlili çocuklara özel olarak da düzenlenmektedir. Böylelikle hedef kitlenin çok yönlü olması da sağlanmaktadır.

Yazarla aynı adı taşıyan Eric Carle Museum’da da yine bu kitabın kodları görülmektedir. Carlmuseum.org sitesinden de ziyaret edilebilen müze aracılığı ile yazar, okurları yani hedef kitlesi ile interaktif etkinlikler düzenlemektedir. Bütün etkinliklere kendisi katılamasa bile bu müzeyi çocukların gelmeyi isteyeceği, severek geleceği çocuğa göre bir şekilde konumlandırmıştır. Çocuklara yönelik atölyelerin yanı sıra ergenlere ve yetişkinlere yönelik illüstrasyon ve çizgi roman yapma atölyeleri, boya ve çizim atölyeleri de gerçekleştirilmektedir. Eric Carle Museum’a ait bir de Youtube hesabı bulunmaktadır. Bu hesap üzerinden de çocukların evde gerçekleştirebileceği kısa etkinlikler gösterilmekte, faydalı içerikler sunulmaktadır. Bu şekilde hedef kitle ile etkileşim ve iletişim kesilmemekte, hep devam etmektedir.



Şekil 5.

Nitekim kitabın yazarı ve illüstratörü Eric Carl, uzun senelerden beri okurları ile interaktif ilişki yürütmektedir. Çocuklarla *Aç Tırtıl* buluşmaları düzenlenmekte, çalışmalar yapılmakta ve iletişim kurulmaktadır. Bu anlamda web sitesinde yer alan “iletişim” kutusu ile kendisi ile kolaylıkla bağlantı kurulabilmektedir. Okurları ya da çocuklar tarafından gönderilen onlarca mektup, kolaj çalışması ya da resimlere, normalde tek tek yanıt veren yazar, yaşlandığından dolayı bu işi kendi ekibine bıraktığını maruzatını söyleyerek ifade etmiştir (Contact, t.y. par.,1). Okurlarının kalbini kırmamaya yönelik bir adım attığı ve dürüst olarak algılandığı da bu anlamda görülmektedir. Bu nazik duruş da okurları tarafından oldukça olumlu karşılanmakta, kendisine de ton ton bir dede imajı oluşturmaktadır.

Thank you for your interest in Eric Carle and his work!

For many years, Eric read and responded to every email and letter he received and he treasured each and every message from his fans around the world. However, in his retirement from the business end of his work, Eric has been preserving his time and energy for his creative projects in his studio and for this reason is unable to respond to individual requests and messages.



Şekil 6.

Amerika’da, *Aç Tırtıl*’a yönelik yan ürünlerin de oldukça fazla olduğu görülmektedir. Doğum günü konseptli *Aç Tırtıl* malzemeleri, pelüş oyuncaklar ya da nevresim takımları yurt dışında öne çıkmaktadır. Bununla beraber kitaba *The Very Hungry Goat - A Parody* başlığı ile bir parodi kitabı da Cat Wiessboard tarafından yazılmıştır. Bu metin de hiç şüphesiz Eric Carl’ın eserinin tanıtımı mahiyetindedir. Tüm bunlar tutundurma elemanı bakımından oldukça etkilidir. Amerika’daki yan ürün olarak *Aç Tırtıl* listesi aşağıdaki örnekler üzerinden görülebilmektedir:

1. *Dokun ve Hisset Başucu Kitabı*
2. *Aç Tırtıl Parmak Kuklası Kitabı*
3. *Annemi Seviyorum Konseptli Aç Tırtıl*
4. *Doğum Günü Konseptli Aç Tırtıl*
5. *Aç Tırtılın Paskalya Renkleri*
6. *Aç Tırtıl Nerede?*
7. *İyi Uykular Aç Tırtıl*
8. *Aç Tırtıl Saklanbaç Oynuyor*
9. *Aç Tırtıl’ın Doğa Etiketli ve Boyama Kitabı*
10. *Aç Tırtıl’ın Alfabetesi*
11. *Minyatür Aç Tırtıl*

Özetle Eric Carle ve onunla özdeş olarak şekillenen *Aç Tırtıl* kitabı, hedef kitesinden hiçbir şekilde kopmayan bir şekilde pazarlanmakta ve tutundurulmaktadır. Kesintisiz ve sürekli etkileşim ve iletişim ürünü parlatmakta ve göstermektedir. Ürün sosyal medya mecralarında Eric Carl üzerinden görünür kılınmakta, hedef kitleye yaklaştırılmaktadır. İnternet vitrini de oldukça zengin olan Eric Carl, *The Joester Loria Group* ajansı ile tanıtımlarını oldukça ilgi çekici gerçekleştirmektedir. Türkiye’deki

tutundurma faaliyetleri ise ajans yoksunluğu sebebiyle Amerika'daki kadar etkili değildir. Kitabın tanıtımı salt Mavibulut tarafından, yayınevinin kendi imkanları ile gerçekleştirilmektedir. Instagram ve Facebook gibi platformlarda etkili içerikler paylaşılmasına rağmen *Aç Tırtıl*'a dair görünürlük, Amerika'daki ürüne kıyasla gölgede kalmaktadır.



Şekil 7.

### ***Aç Tırtıl* Metninin Dağıtım Yönü**

Pazarlama elemanlarından kilit bir role sahip olan dağıtım kısmında da *Aç Tırtıl* kitabı oldukça etkindir. Nitekim bu metni almaya hazır olan hedef kitle, kitabı stok ya da lojistik problemi çekmeden satın alabilmektedir. Ürünün pazarlama süreci geleneksel pazarlamada uzun dağıtım zincirinin ardından gerçekleşirken, günümüzde online erişim ile bu sorun büyük ölçüde azalmıştır. Böylelikle ürüne online olarak kısa ve ucuz yollardan erişilebilmektedir.

Türkiye'de üç boyutlu hareketli kitap dışındaki metinlerde stok sorunu yaşanmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Amazon.com web sitesi üzerinden İngilizce ürün ve diğer yan ürünlere ulaşmak gerek stok gerekse lojistik anlamda daha kolaydır. Ancak USD kuru üzerinden satış gerçekleştiği ve dilin İngilizce olması gerekçeleriyle Türkiye'deki müşterilere cazip gelmemektedir. Bu anlamda, kitabın dağıtım yönü ile bağlantılı olarak Türkiye ve Amazon.com'daki *Aç Tırtıl* ürünlerinin stok durumları aşağıdaki tablodan daha rahat görülebilmektedir.



Satış Gerçekleşen Site	Ciltli Fiyat	Mukavva Kitap	Üç Boyutlu Hareketli Kitap	Boyama Kitabı
idefix.com	27,30 TL	33,80 TL	48,61 TL*	23,36 TL
kitapyurdu.com	25,20 TL	31,20 TL	69,44 TL*	19,97 TL
bkmkitap.com	29,40 TL	32,76 TL	69,44 TL*	20,48 TL
d&r.com	27,30 TL	33,80 TL	48,61 TL*	20,80 TL
kırmızıkeci.com	25,20 TL	31,20 TL	38,19 TL*	19,20 TL
amazon.com	9.98 USD	11.72 USD	13.89 USD	6.87 USD

Tablo 3.

Yukarıdaki fiyatlar 13.03.2021 tarihli verilere dayanmaktadır.

\*İşareti bulunan ürünlerin stokları bulunmamaktadır.

Türkiye’deki seçkin kitapçılarda ve web üzerinden bu kitabı almaya yönelik gerçekleşen alışveriş; nitekim daha uygun fiyatlı olan ciltli, mukavva ve boyama kitabı için oldukça rahatken, daha yüksek fiyatlı olan hareketli kitapta stokların olmaması sebebiyle güçtür. Türkiye’deki online dağıtım ağı bu minvalde, fiyat ekseninden kaynaklı olarak üç boyutlu metinler için yetersiz olduğunu söylemek mümkündür.

Bunun bir başka sebebi olarak da tanıtımın Eric Carle ile özdeşleşmesi ve tutundurma elemanının New York’daki kadar aktif olmaması gösterilebilir. Nitekim tutundurmanın oldukça aktif olduğu Amerika’da yan ürünler asıl üründen daha pahalı olmasına rağmen talep görmektedir. Bunda da hedef kitleye erişim ve etkileşim ile ajansın yürüttüğü pazarlama stratejisi oldukça etkili görülmektedir.

Amerika ekseninde özellikle New York merkezli olarak İngilizce metne bakıldığında, tutundurma ve dağıtımın başarısının fiyatlarla koordineli olarak müşteriye ürünü almaya yönlendirmekte olduğu görülmektedir. Yan ürünlerin ise bazen daha pahalı olmasına rağmen satın alındığı, stok durumlarının yeterliliğinden anlaşılabilmektedir.

## Sonuç ve Öneriler

1948 yılında James Culliton tarafından “girdilerin karıştırıcısı” tabirinden yola çıkılarak 1964 yılında Neil Borden tarafından on iki elemanlı “pazarlama karması” kavramına gelinmiştir. E. Jerome McCarthy’nin 4P modeli ile (product, price, promotion, place) pazarlama elemanlarını sabitletirmesi ile de pazarlama karması bugünlere kadar gelmiştir. Pazarlamacının, ürününden en verimli şekilde kazanmasını için



yol haritası gibidir. Öyle ki bu karma unsurlarından her birinin dişli çark misali uyum içinde çalışması gerekmektedir.

Yalnızca mikro konuları ilgilendirdiği, örgütsel olarak sınırlı olduğu, pazarın değişkenliğini ihmal ettiği, tek yönlü olduğu müşteriye pasif konumlandığı gerekçeleriyle de eleştirilmiştir. Her ne kadar eleştiriler getirilse ve bu karmaya yönelik çeşitlendirmeler yapılsa da karmanın pratikte pazarlamacılar ve araştırmacılar için sunduğu veriler oldukça işlevsel ve objektiftir. Bunun en önemli örneklerinden biri olarak da Eric Carl'ın evrensel ve klasikleşen kitabı *Aç Tırtıl* gösterilebilir. Çocuklara saygıyı önceleyerek onlara özel bir iç görü ile metinlerini ve görsellerini oluşturan Eric Carl, kitabı adeta çocukların hizmetinde bir oyuncak misyonuna da evrensel manada büründürmeyi başarmıştır.

Ürün her ne kadar zamansız bir içeriğe, harika bir kurguya, görsel başarıya, tasarıma, vs. sahip olsa da bu metnin milyonlarca satması ve 62 dile çevrilmesinin altında yatan en önemli etken, kitabın pazarlama yükünü üstlenen ajans olan *The Joester Loria Group'un* başarılı pazarlama stratejisi izlemesidir. Ürünün fiziksel yapısı, fiyatı, tutundurma faaliyetlerindeki özellikle ABD menşeli dijital ve interaktif başarıları ve dağıtımdaki profesyonelliği kitabın uluslararası bir forma kavuşmasını sağlamıştır. Eric Carle ismi olan yerde mutlaka bir tırtıl figürü veya bağlamı görülmektedir.

Türkiye'deki *Aç Tırtıl* da aynı kapağa ve boyutlara, biçimsel içeriğe sahip olmasına rağmen ABD'deki kadar çok bilinmemesinin en temel sebebi de 4P elementlerinden bazılarının yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır. Özellikle tutundurma faaliyetlerinin oldukça geride kaldığı görülmektedir. Tutundurmaya yönelik yatırım yapıldığı hareketli kitapların stokları yeterli ve ulaşımın da sağlıklı olduğu taktirde ürünün Türkiye'de de daha çok bilinmesi kuvvetli muhtemeldir. Bu anlamda, 4P bağlamında Türkiye'deki ürün için Mavibulut yayınlarına çeşitli öneriler getirilebilir.

Bunlardan ilk olarak ürün ve yan ürünlerin (Hareketli *Aç Tırtıl*) stoklarının online kitap satan mağazalarda yenilenmesi söylenebilir. Yenilenen stoklar, müşterinin talebini de böylelikle karşılayabilmektedir. Bu anlamda stokta olan ürün fiyatlandırmalarının da makul olması (50 TL'nin çok üzerinde olmaması) hedef kitlenin ilgili ürünlere talebini de karşılayabilmesinde etkili olacaktır.

Tutundurma faaliyetlerine yönelik olarak da Türkçe içeriklerin bulunduğu, sadece *Aç Tırtıl* için hazırlanmış sade tasarımlı bir web sitesi oluşturulabilir. Böylelikle kitaba dair Türkiye'de yer alan haber ve organizasyonlar, Türkçe olarak okurla buluşturulabilir. Bu da kitabın interaktif yönünü geliştirerek satışların da artmasını sağlayabilir. Aynı

şekilde sosyal medya platformlarından da Türkçe içerikli hesapların alınması (instagram, facebook, twitter, vs.) hedef kitlenin kitaba ilgisini de arttıracaktır. Tutundurmanın en önemli aşamalarından olan etkileşim, atölyeler aracılığı ile daha da belirginleştiğinden, çocuklarla interaktif atölyeler düzenlenmesi de kitaba olan ilgi ve merakı da arttıracaktır. Bu anlamda baskı tekniği, masal okuma, grafik, çizgi roman atölyeleri gibi kursların hedef kitleye sunulması faydalıdır. Benzer şekilde *Aç Tırtıl* içeriği ile belediyelerin kültür merkezleri ile anlaşmalı olarak çocuk gösterileri düzenlenmesi de ilgili kitaba merakı arttıracak bir unsurdur.

Yukarıda da ifade edildiği üzere, iyi metin ancak iyi pazarlandığı takdirde hedef kitleye ulaşmakta ve satıcı ile müşteriyi memnun edebilmektedir. Bu anlamda *Aç Tırtıl* metni ABD’de 4P elemanlarının hepsine uygun ve senkronize hareket edilerek pazarlanırken Türkiye’de yüksek ihtimalle mali kaynaklardan dolayı daha az bir bütçe ile pazarlanmaktadır. Ürün her ne kadar iyi olsa da pazarlamaya yeterli yatırım yapılmadığı takdirde gerekli karşılığı bulamamaktadır. Bu anlamda kaliteli ürünle beraber ürünün hedef kitleye pazarlanması ve ulaştırılması da çok önemlidir. 4P elemanları da metnini pazarlamak isteyenler için oldukça etkili bir silah niteliği taşımaktadır.

Özetle, Eric Carle, anlaştığı ajans ile birlikte ismini ve metnini tüm dünyaya duyurmayı başarmıştır. Netice itibarıyla de metin 1969’dan bugüne, evrensel hüviyetinin içerisinde daha çok çocuğun en sevdiği kitap olmaya devam edecek, on yıllar sonra da belki bir *Pamuk Prenses* masalı kadar meşhur olacaktır.

## Kaynaklar

1. Borden, N. H. (1964). The Concept of the Marketing Mix. G. Schwartz (Ed.), *Science in Marketing* içinde (7-12. ss.). New York: John Wiley.
2. Carle, E. (2020). *Aç Tırtıl*. (Çev. F. Erdoğan). İstanbul: Mavibulut Yayınları. (Orijinal yayın tarihi 1969)
3. Fazla Altuntaş, İ. (2014). *Hizmet Pazarlamasında İletişim Tekniklerinin Yeri ve Önemi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
4. Gürbüz, E. (2018). Pazarlama Karması Elemanları ve Güven. *Turkish Studies Economics, Finance and Politics*, 13/30, 165-178.
5. Güzelyurt, T. ve Özkan, Ö. (2018). Eric Carle'nin Çocuk Kitaplarının Biçim ve İçerik Özelliklerinin İncelenmesi. *Middle East Journal of Education (MEJE)*, 4/1, 26-42.
6. Ilgaz Sümer, S. ve Eser, Z. (2006). Pazarlama Karması Elemanlarının Evrimi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8/1, 165-186.
7. Karakurt İpek, G. (2019). Yürekdede ile Padişah Adlı Masalın Çocuk Edebiyatı Açısından Değerlendirilmesi. *Çocuk, Edebiyat ve Dil Eğitimi Dergisi – ÇEDED*, 2(1), 47-60.
8. Kotler, P. ve Keller, K. L. (2018). *Pazarlama Yönetimi*. (Çev. İ. Kırcova). İstanbul: Beta Basım Yayım.
9. Paylan, M. A. ve Torlak, Ö. (2009). Tarihsel Perspektiften Geleceğe Pazarlamanın Seyri. Kurtoğlu, R. ve Kara, M. (Ed.), *14. Ulusal Pazarlama Kongresi* içinde (1-11. ss.). Yozgat: Bozok Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları.
10. Sever, S. (2013). *Çocuk Edebiyatı ve Okuma Kültürü*. Ankara: Tudem Yayınları.
11. Shaw, E. H. ve Tamilya, R. D. (2001). Robert Bartels and the History of Marketing Thought. *Journal of Macromarketing*, 12/21, 156 – 163.
12. Ünal Kestane, S. (2015). Antik Çağda Pazarlama ve Pazarlama Karması Elemanlarına Yönelik Değerlendirmeler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 4/1, 185 – 209.

## Ek ve Güncel Kaynaklar

1. About the Show. (t.y.). *Hungry Caterpillar Show* içinde. Erişim adresi. <https://hungrycaterpillarshow.com/about-the-show/>
2. Aç Tırtıl. *Kırmızıkedî Yayınları* içinde. Erişim adresi <https://www.kirmizikedî.com/arama?q=A%C3%87+TIRTIL>

3. Aç Tırtıl. *Kitapyurdu* içinde. Erişim adresi [https://www.kitapyurdu.com/index.php?route=product/search&filter\\_name=A%C3%87%20TIRTIL](https://www.kitapyurdu.com/index.php?route=product/search&filter_name=A%C3%87%20TIRTIL)
4. Aç Tırtıl. *Idefix* içinde. Erişim adresi <https://www.idefix.com/search/?Q=a%C3%A7%20t%C4%B1rt%C4%B1>
5. Aç Tırtıl. *BKM Kitap* içinde. Erişim adresi <https://www.bkmkitap.com/arama?q=a%C3%A7+t%C4%B1rt%C4%B1>
6. Aç Tırtıl. *D&R* içinde. Erişim adresi <https://www.dr.com.tr/search?q=a%C3%A7%20t%C4%B1rt%C4%B1>
7. Contact. (t.y.). *Eric-Carle* içinde. Erişim adresi <https://eric-carle.com/contact/>
8. Eric Carle. (t.y.). *Facebook* içinde. Erişim adresi <https://www.facebook.com/Eric-Carle-78750984937>
9. Eric Carle. (t.y.). *Instagram* içinde. Erişim adresi <https://www.instagram.com/officialericcarle/>
10. Home. (t.y.). *Eric-Carle* içinde. Erişim adresi <https://eric-carle.com/>
11. Home. (t.y.). *Eric Carle Museum* içinde. Erişim adresi <https://www.carlemuseum.org/>
12. I Love Mum with The Very Hungry Caterpillar. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Love-Mum-Very-Hungry-Caterpillar/dp/0141363908/ref=sr\\_1\\_8?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-](https://www.amazon.in/Love-Mum-Very-Hungry-Caterpillar/dp/0141363908/ref=sr_1_8?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-)
13. Sleep Tight Very Hungry Caterpillar. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Sleep-Tight-Very-Hungry-Caterpillar/dp/0241330319/ref=sr\\_1\\_14?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-14](https://www.amazon.in/Sleep-Tight-Very-Hungry-Caterpillar/dp/0241330319/ref=sr_1_14?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-14)
14. The Carle Honors. (2019). *Eric-Carle* içinde. Erişim adresi <https://eric-carle.com/the-carle-honors-2019/>
15. The Very Hungry Caterpillar. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/s?k=The+Very+Hungry+Caterpillar&i=stripbooks&ref=nb\\_sb\\_noss](https://www.amazon.in/s?k=The+Very+Hungry+Caterpillar&i=stripbooks&ref=nb_sb_noss)
16. The Very Hungry Caterpillar's abc. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillars-abc/dp/0141361670/ref=sr\\_1\\_17?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-17](https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillars-abc/dp/0141361670/ref=sr_1_17?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-17)
17. The Very Hungry Caterpillar's Birthday Party. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillars-Birthday-Party/dp/0241376114/ref=sr\\_1\\_9?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-9](https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillars-Birthday-Party/dp/0241376114/ref=sr_1_9?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-9)
18. The Very Hungry Caterpillar's Easter Colours (World of Eric Carle). *Amazon* içinde. Erişim adresi <https://www.amazon.in/Hungry-Caterpillars-Easter-Co>

- lours-World/dp/B0773YQQGX/ref=sr\_1\_10?dchild=1&keywords=The+V-ery+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-10
19. The Very Hungry Caterpillar's Hide-and-Seek. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillars-Hide-Seek/dp/0241425654/ref=sr\\_1\\_15?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-15](https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillars-Hide-Seek/dp/0241425654/ref=sr_1_15?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-15)
  20. The Very Hungry Caterpillar (MINIATURE EDITION). *Amazon* içinde. Erişim adresi <https://www.amazon.com/Very-Hungry-Caterpillar-MINIATURE-Publisher/dp/B004X29GOM>
  21. The Very Hungry Caterpillar's Nature Sticker and Colouring Book. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Hungry-Caterpillars-Nature-Sticker-Colouring/dp/0241385792/ref=sr\\_1\\_16?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-16](https://www.amazon.in/Hungry-Caterpillars-Nature-Sticker-Colouring/dp/0241385792/ref=sr_1_16?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-16)
  22. The World of Eric Carle Brand Continues To Grow Around The World. (2017). *Joester Loria Group* içinde. Erişim adresi <http://joesterloriagroup.com/blog/2017/9/13/the-world-of-eric-carle-brand-continues-to-grow-around-the-world#:~:text=The%20Joester%20Loria%20Group%2C%20the,Taiwan%2C%20Hong%20Kong%20and%20Macau.>
  23. Touch and Feel Playbook (The Very Hungry Caterpillar). *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Touch-Feel-Playbook-Hungry-Caterpillar/dp/024195956X/ref=sr\\_1\\_4?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-4](https://www.amazon.in/Touch-Feel-Playbook-Hungry-Caterpillar/dp/024195956X/ref=sr_1_4?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-4)
  24. Very Hungry Caterpillar Finger Puppet Book: 123 Counting Book. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillar-Finger-Puppet/dp/0141329947/ref=sr\\_1\\_7?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-7](https://www.amazon.in/Very-Hungry-Caterpillar-Finger-Puppet/dp/0141329947/ref=sr_1_7?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-7)
  25. Where is the Very Hungry Caterpillar?. *Amazon* içinde. Erişim adresi [https://www.amazon.in/Where-Very-Hungry-Caterpillar-Carle/dp/0141374357/ref=sr\\_1\\_13?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-13](https://www.amazon.in/Where-Very-Hungry-Caterpillar-Carle/dp/0141374357/ref=sr_1_13?dchild=1&keywords=The+Very+Hungry+Caterpillar&qid=1605122353&s=books&sr=1-13)