

EUROASIA JOURNAL

of Social Sciences & Humanities

ISSN 2651-5261

YEAR
2019

VOLUME
7

SINCE 2014



EDITOR
WU YICHENG

ISSUED IN
MARCH 25, 2019
by
IEDSR ASSOCIATION

JOURNAL ID

THE NAME OF JOURNAL	:EUROASIA JOURNAL of Social Sciences & Humanities
FOUNDED IN	: 2014
ISSN	: 2651-5261
ISSUED IN	: MARCH 25, 2019
PUBLISHER OF JOURNAL	: IEDSR ASSOCIATION
EDITOR	: WU YICHENG
DIRECTOR OF JOURNAL	: IEDSR ASSOCIATION

SCIENTIFIC COMMITTEE

DR. ZHIHUAN MENCHUAN	MINZU UNIVERSITY
DR. ELENA TINIKOVA	RUSSIAN ACADEMY of SCIENCES
DR. KENES JUSIPOV	KAZAK TRANSPORTATION ACADEMY
DR. A. SHARIF FAKHER	BEIRUT UNIVERSITY
DR. GULBAKHAR TAVALDIEVA	TASHKENT CHEMICAL-TECHNOLOGICAL INSTITUTE
DR. Z. SULEIMENOVA	KAZAKH STATE TEACHER TRAINING UNIVERSITY
DR. CHOLPON TOKTOSUNOVA	STATE ECONOMY UNIVERSITY- KYRGYZSTAN
DR. ELVAN YALCINKAYA	NIĞDE UNIVERSITY
DR. SAODAT DAVLATOVA	ALISHIR NOVAI UNIVERSITY
DR. VARDON CHOKHARADZE	BATUMI SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
DR. HATICE YURTSEVER	CELAL BAYAR UNIVERSITY
DR. DINARA FARDEEVA	SCIENCE ACADEMY of TATARISTAN
DR. ZUHRA KALAHANOVA	RUSSIA SCIENCE ACADEMY
DR. TULKIN TOGAEV	TASHKENT STATE UNIVERSITY

CONTENTS

N. K. KATTABEKOVA & M. SAULEMBEKOVA
THE PROBLEM OF HUMAN NATURE IN KAZAKH POETRY
Pages 1-7

**Atiye YEŞİL & Ferit ÖRKMEZ & Mehmet Emin İDEMEN & Uğur DURMUŞ &
Yakup AĞIRTAŞ & Mehmet MİMAN**
**DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİN EĞİTİM METOTLARININ
DEĞERLENDİRİLMESİNE ETKİLERİNİN ARAŞTIRILMASI: HARRAN
ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ İLE YAPILAN BİR ÇALIŞMA**
Pages 8-15

Veysel KAYAÖZ
AUTHORIZED ECONOMIC OPERATOR PROGRAM OF TURKEY
Pages 16-24

Esat ATALAY & Cüneyt ÇATUK & Kadir AYDIN
SURİYE SAVAŞININ GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİNDEKİ DIŞ TİCARETE ETKİSİ
Pages 25-34

Ягуг АЛИЕВА & Севиндж АЛИЕВА
**ПАРАДОКСЫ «НЕОБХОДИМОСТИ» И «ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ»
В ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ
ИССЛЕДОВАНИЯ ПО АЗЕРБАЙДЖАНУ)**
Pages 35-44

Halil KORKMAZ & Neşe AYDIN & İlayda Zeynep NİYET
**OTEL İŞLETMELERİNDE YİYECEK İÇECEK ÇALIŞANLARININ DUYGUSAL
EMEĞİN DÜZEYLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN
İNCELENMESİ**
Pages 45-59

Pınar FAYGANOĞLU
**ORTAKLAŞA DAVRANIŞÇI VE BİREYCI KÜLTÜRLER BAĞLAMINDA
ÇALIŞMA TAKIMLARINDA GÜVEN OLGUSU**
Pages 60-78

Parisa GÖKER & Elmas ERDOĞAN
**THE DETERMINATION OF CULTURAL LANDSCAPE VALUES OF BİLECİK
CITY**
Pages 79-98

Neşe KAFA AYDIN
ALGILANAN DESTİNASYON İMAJİ: ADIYAMAN ÖRNEĞİ
Pages 99-110

Turgay MÜNYAS

**BORSA ENDEKSLERİ İLE MAKRO EKONOMİK DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER AÇISINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Pages 111-123

Hilal YILMAZ & Emine AŞKAN & Semiha KIZILOĞLU

**IĞDIR'DA MİKRO KREDİ KULLANIMININ KADINLAR ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİ**

Pages 124-138

Ülkü KÜÇÜKKURT

**TÜRK KÜLTÜRÜNDE İBRİK VE İBRİK MOTİFİNİN GELENEKSEL SANATLARA
YANSIMASI**

Pages 139-151

Hikmet MOLLAZADE & Necmettin ELMASTAŞ

**KAHTA İLÇESİNDEKİ YERLEŞME ADLARININ COĞRAFİ AÇIDAN
İNCELENMESİ**

Pages 152-166

İnci ERDOĞAN TARAKÇI & Mehmet BAŞ

**PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: AMAÇLAR VE
MOTİVASYONLAR**

Pages 167-179

Neriman YALÇIN

**AB DENETİM REFORMU ÇERÇEVESİNDE ZORUNLU ROTASYON; ÜYE
ÜLKELERİN ROTASYON UYGULAMALARI**

Pages 180-196

Mustafa ŞEN

İSMET SIFATININ KUR'ÂN YORUMUNA ETKİSİ (HZ. SÜLEYMAN ÖRNEĞİ)

Pages 197-212

Abdulahkem GOUNDEUZ

**TÜRKİYE CEZAYİR DIŞ TİCARETİNİN MEVCUT DURUMU VE GELECEĞİNE
YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME**

Pages 213-223

THE PROBLEM OF HUMAN NATURE IN KAZAKH POETRY

N. K. KATTABEKOVA

Koja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University, nkattabekova@mail.ru

M.SAULEMBEKOVA

Koja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University

ТҮЙІНДЕМЕ

Мақалада автор акын шығармашылығының түп тірегін және шешуші мәнін құрайтын адам мен қоғамның, адам мен тылсымның (жар- жаратушы) мәселелерінің мәнін ашып, акын поэзиясындағы адам мәселесі өзгеше өрнекпен, бөлекше талап – тілекпен сомдалатына баса назар аудартады.

Кілт сөздері: Адам, Адамгершілік, Қазақ Ақындар Шығармашылығы

АННОТАЦИЯ

В данной статье автор обращает внимание на то, что приоритетной темой в поэтике акынов является тема человека, личности. Важнейшая проблема социализации личности решается силой красоты казахской поэтики. Устремляясь к Богу, знанию и труду человек становится носителем нравственности и гуманизма.

Ключевые слова: Человек, Гуманизм, Творчество Казахских Акынов

ABSTRACT

This article deals with the priority themes in the poetics of akyns, which is the theme of human personality. The major problem of personality socialization is solved with the help of beauty of Kazakh poetry. A man becomes a bearer of morality and humanity by directing to the god, to knowledge and to labour.

Key words: Man, Humanism, Creativity Of Kazakh Akyns.

When we look at the history of the Kazakh poetry it is observed that it is closely connected with the problem of humanity and morality. It is clear that this problem begins from Jirau poetry. We come across with philosophy in the Kazakh poetry, even in the Jirau era, and even in the ancient Turkic epoch poetry.

The philosopher, academician A. Nysanbaev points out: «The philosophical and social idea of the East, including the philosophical thinking of the Kazakh people is unlike philosophical systems of the West. It is found in poetry, folklore, music, mythology, fixed expressions, proverbs and sayings. A characteristic feature of Kazakh philosophy is that special attention is paid to the philosophical and ethical study of the world, the person, his self-awareness and the place and role of a person in life. From this point of view, it is impossible to disagree with the perspective that «Kazakh philosophy is the Oriental philosophy which has enriched it with its own content and continued the tradition of preserving and at the same time being spiritually mature man» [1].

Our opinion is confirmed by the President N.A.Nazarbayev's words. In his work "Tarikh tolqynynda" he noted: "The poetical world, which touches the vast space that surrounds many

countries of today is not limited within the beauty and emotion. The poetical world was the source of innovation. Moreover, Kazakh poetry contains deeper cognitive qualities. That is why the traditional Kazakh poetry is constantly affiliated with philosophy"[2].

Although the Kazakh people didn't have the written culture for centuries, they have left great spiritual treasures and wisdom in their poems. The Kazakh poets' creativity has a deep philosophical significance. The main theme of their work is the human being, the image of human beings, the appearance of the person. For centuries these poems have been giving spiritual food to his readers.

The poetry of old zhyraus is original work and a classic example of Kazakh literature. It is like a source of our steppe, nomadic life, and culture. In this regard, let's look at the verses of Asan Kaigy (Hassan Sabituly), who went through the vast expanse of Kazakh steppes. We can see his open-mindedness and philosophy.

«Taza minsiz asıl tas
Suw tübinde jatpaydı.
Taza minsiz asıl söz,
Oy tübinde jatpaydı.
Suw tübinde jatqan tas,
Jel tolqıtsa şıǵadı.
Oy tübinde jatqan söz
Şer tolqıtsa şıǵadı»

This poem is interpreted as follows:

"Perfectly Clean Gem
Not at the bottom of the water.
Perfectly Clean Prayer,
Not at the bottom the idea.
The stone at the bottom of the water -
Come out if the wind blows.
Word lies at the bottom of the idea
Come out if someone mourns"[3]

The sadness of Asan Kaigy is not personal tragedy. His tragedy is a concern of both today's life and of the future generations. The main motive of his poems is to find a comfortable migration for his people. His theory of finding the place of happiness -"Zheruiyq" (a promised land) and his other works prove that he was a prominent poet, critic, thinker of his time.

The sadness of Asan is not only about his time, but also his tragedy is the prospects of the future, where the people are going, and what their future will be like. Asan Kaigy is a famous thinker of the Turkic world and he is the continuation of Korkyt's worldview. One of the themes that Shal akyn (Tleuke Kulekeuly) mentioned is a human being and a human nature.

When the death comes,
After I pass this very line,
Without informing you,
I'll die one day, too. "

In another verse:
Impossible to run away
Even if you are born a hero like a lion,
If indeed a decree comes from God,
The star also falls". By saying so he wants to tell that life is short [3].

Or, let's look at another verse of the poem. The poet considers that the person is valued not by his long life, but by his knowledge and merits:

Adamdı jön biletin dana dep bil,
Isterin jalqaw janniñ şala dep bil.
Qur jası elwlerge kelsedağı,
Bilimsiz sonday jandar bala dep bil.

In this poem the author points out that a person is distinguished by his wisdom, education and the lazy person is a poor one.

The works of Kazakh poets deal with the nomadic realm, fatherland, man, society, social conditions at that time, heroic, artistic, moral, and life and they are full of rich philosophical thoughts. One of the founders of the philosophical orientation in the Kazakh poetry is Shalkiiz zhyrau Tilenshiuly. In his works the philosophical ideas and methods of poetry is unique.

Zhyrau argues that there is nothing stable in the world. In his poems Aktamberdy Saryuly encourages the country to heroism and unity. His poems reveal the thoughts, goals and interests of the Kazakh people, their realities, their features and their own world view. Bukhar Zhyrau Kalkamanuly, the most prominent figure in the 18th century, notes that everything in the world changes [4].

The outstanding educators Shokan Ualikhanov, Y. Altynsarin and Abai Kunanbayuly were distinguished from the works of the other educators in the history of Kazakh philosophy. All the three geniuses have been exemplary in philosophical issues of human world view. Abai's works can be especially emphasized here. The tradition of telling "khikmet" (wisdom) begins from the medieval Sufi poetry (Ahmet Yasawi) and it has continued till the time of Abai. Abai spoke about the new and fascinating ideas of human existence.

Abai describes that God created human being with love. Therefore, love existed before human being and was the power of God alone. Abai considers it is love relation between God and Adam. It is the duty of a human being to love the God who created him with love. Abai describes three types of love: to love Allah (God), to love men and to love justice. Abai calls these three types of love as favorite flowers. On the basis of these conclusions, Hakim Abay made the concept of a "complete man".

They are: intelligence, warm heart, strength. The intelligence, heart, and strength are the qualities that make "complete man". Like Abai, Shakarim Kudaiberdiev did his best to add the Kazakh nation to the list of cultured countries. Shakarim made Abai's immense flower doctrine into shame doctrine in his work "Ush Anyk"[5].

Abai's "complete man" doctrine reminds us Aristotle. Aristotle, based on Al-Farabi, noted that the human nature consists of the wits, the soul, the body. It is impossible to imagine human beings without these three. As Abai himself wrote, we need body to be a shelter for soul. Soul is not able to do anything without body. When the body has the soul is not a human

being yet, but animal, at the level of insects. Only when the soul and body are brought into being, the human personality emerges. That is, the whole human being will be complete when he has the wits, the strength, soul, the body. These three things make "complete man". Wits differentiate men from animals. So, Abai wrote his poems and his word worth with great interest, and in a deep derivative style. As a result, he revealed the doctrines of "complete man", "generosity", the Imanîgîl.

Abay is a unique poet in the Kazakh literature, in general, in the Kazakh fortitude. He is not just a poet, but also a philosopher. Abay is a poet-thinker who is not limited to the artistic description of the existence and reality of life. He created a kind of self-cognition and moral doctrine. The fundamental concepts such as the concept of "a complete man" in the works of Abai (the perfect person) were studied in M. Myrzakhmetuly's research. The scientific work of Maksat Alipkhan's «Qazaq adabietindegi adamgershilik ilimi» ("The Ethical Doctrine of Kazakh Literature") which was published in "Ulagat" recently was actually a continuation of M. Myrzakhmetuly's work.

The merits of M. Aliphan, the senior researcher of Abai Research Center of the KazNPU named after Abay, are considered to be of great scientific importance.

The researcher also draws attention to the specifics of literary expression of the philosophical problem. From this point of view, it is the author's philosophy of humanity, morality paves the way to consider through the ethical principles of J. Balasugun, the teaching of A.Yasawi, Abai's complete humanity doctrine, Shakarim's shame doctrine.

The author believes that we have only a few scientists who have been searching for a great world of thought and noble truth. We can see that the poets, who became the pride of the Kazakh literature, also made a great contribution. He writes, "For example, Abai's "complete man" doctrine coincides with the idea of the philosophers of each epoch who noted that the entire human nature consisted of intelligence, the soul, the body.

Due to Abay the basis and foundation of humanity is "generosity. As for Aristotle, it is called Calagogatia. Abai's three types of love and three of Shakarim's three obviousity were the subject of great thinkers' research. The stories of A.Yassawi that are based on the wisdom of the human mind praises the God, and exposes the root of the flesh. As for «Qutty bilik» is concerned, it is a manifestation or copy of the practical philosophy which aims at state's development and perfection of people and society.

Thus, our honored poets J. Balasaguni, A.Yassawi, Abai, Shakarim whose works deal with a fundamental, absolute truth, became philosophers. They realized that the most noble and the happiest thing is humanity. The most valuable thing for humankind is life. Therefore, a man as the owner of life is valued and respected by his humanity" [6].

The research work considers the issues about a human being, a human nature and cognitive knowledge about humanity. As the result of the research we came to the following conclusion:

As the former thinkers figured out the Creator (God) has two different creations: the Universe and the Man. The whole heavenly bodies are considered to be world. And men, the only ones in the world are creatures on earth.

Nevertheless, human being is one of the two things God had created. Another is universe.

In his interview about Abai's 27th wordworth, Socrates mentioned that the God had made the universe a complete, full-fledged one; He presented everything but had kept one thing. It was given to human being. The superlative and precious gift the Creator gave to a man, without giving the other, is the intelligence. The most holy and the noblest thing in the universe and people is the intelligence. The intelligence is the treasure of the God. Another treasure of the Creator is soul. Animals and plants also have soul, as for universe, it belongs to human being only.

When the world and its creatures do not have a daily subscription fee, they do not have to choose their own way of life, but only with the Creator's ability to do so. And the man's good luck and the bad luck are parallel. A man's good luck is his intelligence, good luck is lust. A person is rightly guided by the straight path; he goes astray through the path of his righteous deeds and leads him astray.

The complexity of being human and keeping one's humanity depends on the nature of the human being and the will to choose one of the two ways. As a child it is difficult for him to make a choice. As a man grows up he is able to opt. When he is thirteen years old he begins to think about becoming a person. But being human is not so easy as it seems to be, because a man struggles with his passion. A great enemy and a great obstacle for a man is lust.

The poet Shakarim writes about it. At first sight it seems to be sweet and comfortable, yet those who are smart and spiritually rich can overcome it. Thus, being human is achieved by choosing the right path.

And humanity, morality itself is primarily good deeds and charity. Thinking only about himself and doing everything for his own sake is characteristic of animals. And the person is differentiated by the fact that he is the only one who can do good deeds for others.

Allah has created all things, and bestows on them all their sustenance. Allah is the most generous of all. The creation of God is a man and he is to follow doing good deeds thing for man to do the good of the Lord. The Europeans call law of morality ethics, as for the Turkic people call it the moral law that is generosity.

This concept of "generosity" first appears in 38th wordworth of Abai. M. Myrzahmetov introduces this concept into the scientific mirror. Generosity (жәуанмәрттілік) actually means the charity. Generosity is based on the kindness. According to the thinkers kindness is being between generousness and greediness. It is not easy to be kind and generous. It is not easy to keep this state. For example, my loyalty is to be generous and to be followed by a great deal of kindness. Otherwise, this generosity will be worse if you overdo it, and if it fails, it will turn to being greedy. In the Shakarim verse, the meanings of the philanthropic philosophy is as follows:

«At bolsyn kiim bolsyn, minez bolsyn,
Quba tobel isti qyl zharasymdy.
Artyq alu,
Ne kem salu
Qapy qalu zharamas».

This verse is interpreted as follows:

"Let it be the horse, or the garment, or the behavior,

Do the job well.
Getting more ,
Or getting less
Won't do. "[7]

Aristotle, the ancestor of the world's noble thought, divides the humanity into three groups. Due to him intelligence and other philanthropies are considered to be superior among the humanity. As for Abai, he suggests love. We have also mentioned above that Abai called it "Imangul":

«Maxabbatpen jaratqan adamzattı
Sen de süy ol Allanı jannan tätti
Adamzattıñ bärin süy, bawırım dep,
Jäne xaq jolı dep ädilette»

This verse is interpreted as follows:
« Humankind was created with love
Do love God too
Love all of humanity as your siblings,
And the right path is justice."[8].

Shakarim developed his mentor Abai's theory considering that moral, and shame were the right way.

«Älemdegi dinderdiñ tüp maqsutı,
Üş nârsede buljımay quşaqtasar:
Quday bar, ujdandurıs, qıyamet şın».

The interpretation of this verse is as follows:

"The aim of world's religions,
There are three things that are true:
God exists, Shame is correct, The Hereafter is true. "[8]

God is the Creator of all things. God is eternal. Man is also one of the transient creatures. This means that the Day of Resurrection comes to everyone but not to the God. The Shakarim notes that till life of the Hereafter the positive, the most important, the right thing in human's life is the conscience. About Schakarim Kudaiberdiev's moral doctrine, «Üş anıq» concept Saltanat Izteleuova explains: "Shakarim offers Abay's concept of "complete man" and develops such concepts as "pure soul" and "correct man". He says human being needs a conscience. A person uses conscience with kindness, honesty and justice. These qualities are in harmony with kind heart and honest work. If these values are united by one person, he will conquer his lust. In an interview for the newspaper "Aikyn", the scientist made an interesting comment: "For the modern society, it is important to explain to the people the concept of Shakarim's "pure soul", "correct man" as a foundation of propagation and educational work. It is possible to combine Shakarim's educational heritage with Abai's spiritual heritage and as the result to make a concept of general state education.

It is possible to form a spiritually mature person if it raises the state of education to the state level. By doing so, we reconstruct the state and the society through repairing person. That is, teachings Shakarim's "conscience" concept as the basis of educational work will save the society ". We see that Abai proposes to transform Shakarim's spiritual heritage into state ideology [9].

To conclude, the human problems in the work of the Kazakh poets started with the literature of the ancient Turkic era. The most prominent representatives of the poetry of zhynau are Asan Kaygy, Shalkiez, Dospambet, Shal akyn. The theme of their works was human being, human nature, changeable world, country and land. J. Balasaguni, A. Yugnaky, Ahmed Yasawi are the outstanding representatives of medieval Sufi poetry. Their poetry and stories deal with the themes of man, faith and morals. Shokan, Ibray and Abai who also wrote about human being are the distinguished educated people in Kazakh philosophy. Particularly, the great thinker, the humanist Abay and his follower Shakarim Kudaiberdiev wrote about human being in their works. This topic was developed by them, reached the highest peak and became a philosophical concept. The problem of a human being is continuous theme of Kazakh poetry.

Bibliography:

1. Nisanbaev Ä. Dala dünietanımı// Adam älemi. №4, 2010.
2. Nazarbaev N.Ä. Sındarlı on jıl. A, 2002. 146-b.
3. Bes ğasır jırlaydı.- Almatı: Jazwşı, 1989. 22-b. Bes ğasır jırlaydı.- Almatı: Jazwşı, 1989. 35-b.
4. Süyinişäliiev X. Qazaq ädebietiniñ tarıxı.- Almatı: Sanat, 2006. 361-b.
5. Ğabıtoy X.T. Qazaq filosofiyası. Almatı: Raritet, 2008.
6. Älipxan M. Qazaq ädebietindegi adamgerşilik ilimi. Almatı: Ulağat, 2012.
7. M. Älipxan. Şäkärım jasağan üş tüyin. Şäkärımtanw мәseleleri. Almatı: Raritet, 2008.
8. Mirzaxmetulı M. Abaydıñ adamgerşilik murattarı. Almatı: Rawan, 1993.
9. Iztilewova S. Şäkärım men Abay ideyaların jalpı ulttıq tärbıelik koncepcıyağa aynaldırwımız kerek// Ayqın. 13 nawrız, 2010.

**DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİN EĞİTİM METOTLARININ
DEĞERLENDİRİLMESİNE ETKİLERİNİN ARAŞTIRILMASI: HARRAN
ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ İLE YAPILAN BİR ÇALIŞMA**
A RESEARCH ON EFFECTS OF DEMOGRAPHIC FACTORS ON THE EVALUATION
OF EDUCATION METHODS: A SUDY WITH HARRAN UNIVERSTY STUDENT
ABSTARCT

Atiye YEŞİL

Harran Üniversitesi, yesilatiye@gmail.com

Ferit ÖRKMEZ

Harran Üniversitesi, orkmezferit@gmail.com

Mehmet Emin İDEMEN

Harran Üniversitesi, m.emin1071@gmail.com

Uğur DURMUŞ

Harran Üniversitesi, ugurdurmus18@gmail.com

Yakup AĞIRTAŞ

Harran Üniversitesi, agirtasyakup@gmail.com

Mehmet MİMAN

Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, mmiman@harran.edu.tr

ÖZET

Öğretim metotları öğrenim gören kişinin; öğrenim sürecini, öğrenme kolaylığını, öğrenilen bilginin akılda kalıcılığını etkileyen önemli bir etkidir. Bu etken için birçok şart, imkân ve donanımın yeterli seviyede olması gerekmektedir. Yapılan bu çalışmada öğretim metotlarının; öğrencilerin demografik özellikleri ile olan ilişkisi araştırılmıştır. Araştırma

Şanlıurfa Harran Üniversitesinde aktif öğrenim gören öğrencilerine yönelik yapılmıştır. Öğretim üyelerinin ders anlatım yöntemlerinin değerlendirilmesi sağlanarak verimli ders akışı adına eksik veya yeterli noktaların daha somut görülmesi adına istatistiksel bir sonuç elde etmek amaçlanmıştır. Elde edilen bulgular demografik özelliklerden fakülte derslerin slaytlarla işlenmesine bakış açısını, sınıf, ders saati ve ders sayısı ise sınavlarda sorulan soruların derste anlatılan konular ile paralel bulunmasını etkilediğini göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Harran Üniversitesi, Eğitim Metotları, Demografik Özellikler

ABSTRACT

Teaching methods are important factors that affect the learners' learning process, ease of learning, keeping the knowledge learned in memory. Therefore, a variety of conditions, opportunity and facility are required for these factors. In this study, the relationships between teaching methods and students demographic characteristics are investigated. The research was conducted for students that are actively enrolled in Harran University. It is aimed at to figure out the adequate and inadequate points through the evaluation of instructors' teaching methods by students for a productive learning environment through the statistical analysis of answers. Findings indicate that among demographic factors, faculty of students affect the

evaluation of the use of power point slides in teaching while class level, weekly course hours and weekly course numbers student take affect the students' point of view about the alignment of exam questions parallel to subjects covered in the class.

Key Words: Harran University, Education Methods, Demographic Characteristics

1. GİRİŞ

Öğretim metotları; eğitim sürecinde kullanılacak olan araç gereç, eğitimin süresi, işleyişi, aşamaları bakımından belirlenmiş izlenilmesi tercih edilen yol demektir. Öğreten konumundaki öğretim üyelerinin ders işlerken uyguladıkları öğretim metotları öğrencilerin dersi anlama ve kavrama durumlarını doğrudan etkilemektedir (Açıkgöz, 1996:12). Eğitimin etkili ve verimli yürütülmesi için tercih edilen eğitim öğretim metodu eğitimin öğeleri dikkate alınarak uygulanmalıdır. Öğretim elemanının yeterli alan bilgisine sahip olma mesleki alanda yeterlilik ve etkili sınıf içi yönetime dair bilgi ve donanımına sahip olması gerekir.

Üniversitelerde görev yapan öğretim elemanlarının etkili öğretmenlik ve sınıf yönetimi becerileri bakımından yeterli olmaları ve kendilerini sürekli yenileyip geliştirmeleri son derece önemlidir. (Murat, Aslantaş, Özgan, 2006:3)

Öğrenme-öğretme sürecinde konuların özelliklerine, öğrencilerin beklentilerine göre sınıf-içi eğitimde kullanılacak süreçlerin en uygun şekilde belirlenmesi çok önemlidir (Gökçe, 2002).

Öğretim üyelerinin sahip olması gereken genel öğretmen davranışları olarak bireysel farkları dikkate alma, davranışlarıyla örnek olma, öğrencilere değer verme ve saygı gösterme, öğrenme sürecinde öğrenciyi merkeze alma ve öğrencilere rehberlik etme, dersin ders süresini etkili ve verimli kullanma, konu alanında yeterli donanımına sahip olma, özgüveni yüksek ve kendini yenilemeye açık olma gibi davranışlar sıralanabilir (Borich, 2014; Özçelik, 2010; Demirel, 2011; Bilen, 2006; Sönmez, 2008).

2. YÖNTEM VE MODEL

Çalışma üniversite öğrencilerinin uygulanan eğitim metotları hakkında görüşlerini ortaya çıkarmak için hazırlanan 5-li Likert tipi 10 maddenin yüz yüze görüşme tekniğiyle uygun örnekleme yolu ile seçilen 200 kişiye anket olarak uygulanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı ve keşfedici nitelikteki bu çalışmada verilen cevaplar betimsel olarak incelendiği gibi öğrencilerin demografik özelliklerinin üzerinde en çok katılan ve en az katılan ifadelere etkisi Ki-Kare testi ile araştırılmıştır. Hipotez testleri için anlamlılık seviyesi 0.05 kabul edilmiş olup, bütün istatistiksel analizler SPSS v22.0 istatistik programı ile gerçekleştirilmiştir.

ANALİZ ve BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların demografik faktörlere göre dağılım özellikleri ile çalışmada öğrencilerin öğretim metotlarını değerlendirmelerine yönelik sorular, bu sorulara verilen cevapların dağılımlarını gösteren madde analizleri, üzerinde en çok katılan ve en az katılan maddelere öğrencilerin vermiş oldukları cevaplara demografik özelliklerinin etkilerinin araştırma sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Faktörlerin Betimleyici İstatistikleri

Demografik Değişkenler		Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yaş	20-aşağı	98	49	49
	21-23	79	39,5	88,5
	24-26	15	7,5	96
	27-üzeri	8	4	100
Cinsiyet	Kadın	116	58	58
	Erkek	84	42	100
Fakülte	Mühendislik	56	28	28
	Tıp	10	5	5
	İlahiyat	14	7	7
	Eğitim	19	9,5	9,5
	İİBF	55	27,5	27,5
	Diğer	46	23	23
Sınıf	1. Sınıf	39	19,5	19,5
	2. Sınıf	70	35	35
	3. Sınıf	52	26	26
	4. Sınıf	25	12,5	12,5
	5. Sınıf-üzeri	14	7	7
Ders Saati	10-15 saat	45	22,5	22,5
	16-20 saat	37	18,5	18,5
	21-25 saat	41	20,5	20,5
	26-30saat	31	15,5	15,5
	31-36 saat	24	12	12
	37-40 saat	22	11	11
Ders Sayısı	5 ders	11	5,5	5,5
	6 ders	42	21	21
	7 ders	22	11	11
	8 ders	31	15,5	15,5
	9 ders	29	14,5	14,5
	10 ders-üzeri	65	32,5	32,5
Öğrenim Durumu	Birinci Öğretim	187	93,5	93,5
	İkinci Öğretim	13	6,5	6,5
Ders Faktörü Süresi	Öğrencinin İsteği	34	17	17
	Hocanın İsteği	21	10,5	10,5
	Ders İçeriği	100	50	50
	Öğrencinin	16	8	8
	Öğrenci	29	14,5	14,5

Demografik faktörlerin betimleyici istatistiklerine baktığımızda, ankete katılan kişilerin %49'u (98 kişi) 20 yaş ve aşağısındadır. Cinsiyete bazında baktığımızda %58 ile bayanların katılımı söz konusudur. Fakültele göre dağılıma baktığımızda en çok katılımın %28 ile mühendislik fakültesi ve %27,5 ile İİBF fakültesi öğrencileri katılım sağlamıştır. Ankete katılan öğrencilerin %35'i (70 kişi) 2.sınıf öğrencisidir. Ders süresi faktörünün belirleyecek unsurun ne olması gerektiğine dair sorulan soruya öğrencilerin %50'si "Dersi İçeriğinin Yoğunluğu" cevabını vermiştir. Ankete katılan öğrencilerin çoğunluğunun mühendislik fakültesi öğrencileri olduğu için ve mühendislik fakültesi derslerinin ağır olmasından dolayı böyle bir sonuç ortaya çıkmış olabilir.

Çalışmada kullanılan 5-li Likert tipi (1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Kararsızım, 4:Katılıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum) 10 madde tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Maddeler

Madde	Açıklaması
M1	Bölüm hocalarımın eğitim metotlarını doğru ve etkili buluyorum.
M2	Hocalarımın bilgi birikimini yeterli buluyorum.
M3	Hocalarımın ders anlatım tarzı, derse olan ilgimin artmasını sağlıyor.
M4	Hocalarımın ödev vermesini doğru buluyorum.
M5	Hocalarımın kişiliği yaşamımı etkiliyor.
M6	Hocaların öğrencilere karşı tavır ve tutumlarını olumlu buluyorum.
M7	Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.
M8	Hocalar dersi anlamamız için ders ile ilgili yeterince örnek veriyor (çözüyor) .
M9	Derslerin slaytlar ile işlenmesini doğru buluyorum.
M10	Verilen derslerin, günlük hayatıma etkisi var.

Yukarda belirtilen 10 madde çalışmanın grubun verdiği cevapların madde analizleri Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Madde analiz tablosu

Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
M1	33	16,5	58	29	55	27,5	44	22	10	5	2,70	1,13
M2	17	8,5	44	22	55	27,5	69	34,5	15	7,5	3,10	1,09
M3	44	22	40	20	59	29,5	37	18,5	20	10	2,74	1,26
M4	38	19	24	12	37	18,5	65	32,5	36	18	3,18	1,37
M5	42	21	56	28	36	18	41	20,5	25	12,5	2,75	1,33
M6	20	10	45	22,5	58	29	65	32,5	12	6	3,02	1,09
M7	18	9	32	16	52	26	76	38	22	11	3,26	1,13
M8	18	9	46	23	53	26,5	71	35,5	12	6	3,06	1,08
M9	62	31	37	18,5	27	13,5	49	24,5	25	12,5	2,69	1,44
M10	27	13,5	27	13,5	35	17,5	72	36	39	19,5	3,34	1,30

Madde analiz tablosu incelendiğinde genel olarak madde katılım seviyesi orta değer olan 3’ün altında görülmektedir. Detaylı bakıldığında öğrencilerin üzerinde en çok katıldıkları ifade M7 (“Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.”, $\bar{X} = 3,26$) iken en az katıldıkları ifade M9 (“Derslerin slaytlar ile işlenmesini doğru buluyorum.”, $\bar{X} = 2,69$) olarak görülmektedir. Bu iki ifadeye verilen cevaplara öğrencilerin demografik özelliklerinin (yaş, cinsiyet, fakülte, sınıf, ders saati, ders sayısı, öğrenim durumu, ders süresi faktörü) etkileri Ki-Kare testleri ile incelenmiş, sonuçlar p-değeri olarak Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4. Demografik Özelliklerin M9 ve M7'ye etkileri

Demografik Faktör	p-value	
	M9	M7
Yaş	0,398 ^b	0,113 ^b
Cinsiyet	0,301 ^a	0,239 ^a
Fakülte	0,016 ^{b*}	0,252 ^b
Sınıf	0,062 ^b	0,024 ^{b*}
Ders Saati	0,531 ^b	0,001 ^{b**}
Ders Sayısı	0,567 ^b	0,018 ^{b*}
Öğrenim Durumu	0,320 ^b	0,351 ^b
Ders Süresi Faktörü	0,266 ^b	0,430 ^b

a:Pearson Ki-Kare ile elde edilmiştir

b:Fisher Kesin Ki-Kare ile elde edilmiştir

* p<0.05, ** p<0,01 ilişki anlamlı

Demografik özelliklerin (yaş, cinsiyet, fakülte, sınıf, ders saati, ders sayısı, öğrenim durumu, ders süresi faktörü) katılımcıların üzerinde en az katıldıkları maddeye (M9, " Derslerin slaytlar ile işlenmesini doğru buluyorum.") etkisi incelendiğinde sadece üniversite öğrencisinin okuduğu fakültenin 0,05 anlamlılık seviyesinde verilen cevaplara etkisi olduğu görülmektedir. Üzerinde en çok katılan ifade olan M7 ("Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.") ifadeye ise öğrencilerin okudukları sınıf, haftalık ders saatleri ve ders sayılarının etkili olduğu görülmektedir. Anlamlı ilişkilerin detayları sırasıyla Tablo 5-8 de gösterilmiştir.

Tablo 5. Fakültenin M9'a Verilen cevaplara Etkisi
Fakülte * 9.Derslerin slaytlar ile işlenmesini doğru buluyorum. Crosstabulation

		9.Derslerin slaytlar ile işlenmesini doğru buluyorum.					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Fakülte	Mühendislik Sayı	25	9	8	11	3	56
	%	44,6%	16,1%	14,3%	19,6%	5,4%	100,0%
	Tıp Sayı	1	3	0	5	1	10
	%	10,0%	30,0%	0,0%	50,0%	10,0%	100,0%
	İlahiyat Sayı	3	1	0	3	7	14
	%	21,4%	7,1%	0,0%	21,4%	50,0%	100,0%
	Eğitim Sayı	5	3	6	5	0	19
	%	26,3%	15,8%	31,6%	26,3%	0,0%	100,0%
Fakülte	İİBF Sayı	15	9	7	15	9	55
	%	27,3%	16,4%	12,7%	27,3%	16,4%	100,0%
Fakülte	Diğer Sayı	13	12	6	10	5	46
	%	28,3%	26,1%	13,0%	21,7%	10,9%	100,0%
Toplam Sayı		62	37	27	49	25	200
%		31,0%	18,5%	13,5%	24,5%	12,5%	100,0%

Tablo 5'e göre derslerin slaytlar ile işlenmesine karşı çıkanların oranı en fazla mühendislik fakültesinde bulunurken (kesinlikle katılmıyorum + katılmıyorum;%60,7) en çok doğru bulanlar ise İlahiyat fakültesinde okuyanlar (kesinlikle katılıyorum + katılıyorum;%71,4) oldukları görülmektedir. Genel olarak mühendislik dersleri sayısal olduğu için burada sözel fakültelerin aksine slaytların tercih edilemediği düşünülebilir.

Tablo 6. Sınıfın M7'ye Verilen cevaplara Etkisi
Sınıf * 7.Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.
Crosstabulation

		7.Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Sınıf	1. Sınıf Sayı %	0 0,0%	4 10,3%	17 43,6%	14 35,9%	4 10,3%	39 100,0%
	2. Sınıf Sayı %	8 11,4%	10 14,3%	16 22,9%	27 38,6%	9 12,9%	70 100,0%
	3. Sınıf Sayı %	5 9,6%	5 9,6%	12 23,1%	24 46,2%	6 11,5%	52 100,0%
	4. Sınıf Sayı %	1 4,0%	9 36,0%	4 16,0%	8 32,0%	3 12,0%	25 100,0%
	5. Sınıf- üzeri Sayı %	4 28,6%	4 28,6%	3 21,4%	3 21,4%	0 0,0%	14 100,0%
Toplam Sayı %		18 9,0%	32 16,0%	52 26,0%	76 38,0%	22 11,0%	200 100,0%

Öğrencilerin okudukları sınıfın onların sınavlarda sorulan soruların derste anlatılanlarla paralel olması hakkındaki görüşlerine olumlu olarak en fazla 3. sınıflarda (kesinlikle katılıyorum + katılıyorum;%57,7) iken sınıf tekrarından ötürü 5. sınıf ve üzerini olanların en çoğu ise bu ifadeye katılmamaktadırlar (kesinlikle katılmıyorum + katılmıyorum;%57,2). Bu durum onların başarısızlıklarından ötürü bu görüşe katılmadıklarını gösterebilir.

Tablo 7. Ders Saatinin M7'ye Verilen cevaplara Etkisi
Ders Saati * 7.Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.
Crosstabulation

		7.Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Ders Saati	10-15 Sayı %	4 8,9%	6 13,3%	7 15,6%	20 44,4%	8 17,8%	45 100,0%
	16-20 Sayı %	2 5,4%	7 18,9%	6 16,2%	19 51,4%	3 8,1%	37 100,0%
	21-25 Sayı %	1 2,4%	5 12,2%	20 48,8%	12 29,3%	3 7,3%	41 100,0%
	26-30 Sayı %	2 6,5%	5 16,1%	7 22,6%	10 32,3%	7 22,6%	31 100,0%
	31-36 Sayı %	4 16,7%	1 4,2%	7 29,2%	12 50,0%	0 0,0%	24 100,0%
	37-40 Sayı %	5 22,7%	8 36,4%	5 22,7%	3 13,6%	1 4,5%	22 100,0%
	Toplam Sayı %	18 9,0%	32 16,0%	52 26,0%	76 38,0%	22 11,0%	200 100,0%

Öğrencilerin haftalık ders saatlerinin onların sınavlarda sorulan soruların derste anlatılanlarla paralel olması hakkındaki görüşlerine etkisi incelendiğinde haftalık ders saati sayısı arttıkça

bu ifadeye doğru olarak katılanların oranı düşmektedir. En fazla katılım (kesinlikle katılıyorum + katılıyorum;%62,2) ile haftada 10-15 ders saati alanlarda iken en fazla karşı çıkanların oranı ise (kesinlikle katılmıyorum + katılmıyorum;%59,1) ile haftada 37-40 saat ders alanlarda görülmektedir. Bu durum ders yükünden kaynaklanan başarı düşüklüğünün sınav soru içeriğine bağlanmasından kaynaklandığını düşündürebilmektedir. .

Tablo 8. Ders Sayısının M7'ye Verilen cevaplara Etkisi
Ders Sayısı * 7.Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.
Crosstabulation

			7.Sınavlarda sorulan sorular, derste anlatılan konular ile paraleldir.					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Ders Sayısı	5	Sayı	0	4	1	4	2	11
	ders	%	0,0%	36,4%	9,1%	36,4%	18,2%	100,0%
	6	Sayı	3	4	4	26	5	42
	ders	%	7,1%	9,5%	9,5%	61,9%	11,9%	100,0%
	7	Sayı	2	2	8	9	1	22
	ders	%	9,1%	9,1%	36,4%	40,9%	4,5%	100,0%
	8	Sayı	1	2	11	12	5	31
	ders	%	3,2%	6,5%	35,5%	38,7%	16,1%	100,0%
	9	Sayı	3	8	7	7	4	29
	ders	%	10,3%	27,6%	24,1%	24,1%	13,8%	100,0%
	10	Sayı	9	12	21	18	5	65
	ders	%	13,8%	18,5%	32,3%	27,7%	7,7%	100,0%
Toplam		Sayı	18	32	52	76	22	200
		%	9,0%	16,0%	26,0%	38,0%	11,0%	100,0%

Haftalık ders sayısı doğal olarak haftalık ders saatindeki gibi M7'ye olan bakışı etkilemekte haftalık ders sayısı arttıkça sınavların içeriği ile derste anlatılanların paralelliğine katılanların oranı azalmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı üzerinde araştırma yapılan, öğretim üyelerinin eğitim metotlarının öğrencilerin yaş, sınıf, fakülte, ders saati gibi demografik özellikler ile olan ilişkisini tespit etmektir. Bu amaçla Şanlıurfa Harran Üniversitesinde eğitim gören toplam 200 öğrenci ile yüz yüze bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışma sonucu bazı demografik özelliklerin, öğretim üyelerinin eğitim metotlarıyla ilişkili olduğu görülmüştür. . Elde edilen bulgular demografik özelliklerden fakülte derslerin slaytlarla işlenmesine bakış açısını, sınıf, ders saati ve ders sayısı ise sınavlarda sorulan soruların derste anlatılan konular ile paralel bulunmasını etkilediğini göstermektedir.

Bu çalışma başka üniversitelere uygulanarak, başka demografik özelliklerin öğrenme ve öğretmeye etkileri araştırılarak geliştirilebilir ve karşılaştırmalı sonuçlar elde edilebilir. Böylelikle yüksek eğitim öğrenmeyi ve öğretmeyi kolaylaştırıcı ve verimli kılmayı yönelik politikaların belirlenmesinde kaynak oluşturabilecek nitelikte bilimsel bulgulara ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

1. Açıkgöz Ü. K., (1996). “Etkili Öğrenme ve Öğretme”, İzmir, Kanyılmaz Matbaası.
2. Bilen, M. (2006). “Plandan uygulamaya öğretme”, Ankara, Anı Yayıncılık.

3. Borich, G. D. (2014). “Etkili öğretim yöntemleri” , (Çeviri Editörü: M. B. Acat) Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık.
4. Demirel, Ö. (2011). “Eğitimde program geliştirme” , Ankara, Pegem Akademi Yayıncılık.
5. Gökçe, E., (2002). “İlköğretim Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Öğretmenlerin Etkililiği”, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 1(2):111-112.
6. Murat, M.; Aslantaş, H. & Özgan, H. (2006). “Öğretim Elemanlarının Sınıf İçi Eğitim-Öğretim Etkinlikleri Açısından Değerlendirilmesi”, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2006(3):263-278
7. Özçelik, D. A. (2010). “Eğitim programları ve öğretim”, Ankara , Pegem Akademi Yayıncılık.
8. Sönmez, V. (2008). “Program geliştirmede öğretmen elkitabı”, Ankara, Anı Yayıncılık.

AUTHORIZED ECONOMIC OPERATOR PROGRAM OF TURKEY

Veysel KAYAÖZ

IMBL Business Department, Institute of Social Sciences,
Nagibina Ave Rostov-on-Don, Russian Federation.

ABSTRACT

The aim of this research is to examine Authorized Economic Operator program of Turkey that provides some facilities and privileges in custom procedures to the referenced, reliable and self-checking organizations which have standards such as financial competence, safety and security, conforming to the customs-related obligations, having a traceable registration system on demand in accordance with the rules. In accordance with this purpose, first of all data collection has been performed with literature review and the previous researches on the subject and the points which are considered to be missing or need to be developed have been determined

In this context, digital databases such as National Library, Universities, YÖK, Google scholar etc. were examined through the internet using footnote-chasing technique and the keywords that constitute the content of the research. According to this technique, in addition to the books, theses, and academic publications related to the subject reached via databases, the references of these publications were subjected to detailed examination.

As a result, this program has allowed the commercial enterprises to be more preferred in international competition environment and to increase the competitiveness and exports of their countries. Apart from this, mutual recognition agreements also provided convenience for the enterprises that the countries have traded with during the customs procedures.

Keywords: Customs Concept, Authorized Economic Operator, Supply Chain Security, AEO, Mutual Recognition and Facilitation of Trade

INTRODUCTION

In recent years, modernization was made especially at the customs gates and infrastructure conditions needed by customs were improved in order to increase the amount of exports made by the Republic of Turkey.

Trade facilitation projects began to be implemented according to "The Easiest, Most Secure Trade" mission of Turkey Ministry of Customs and Trade. In this context, "Facilitation of Customs Procedures Regulation" which will accelerate the foreign trade of Turkey, reorganized on May 21, 2014 published in the Official Gazette.

In accordance with this regulation starting from the date of January 2013 Turkey also actualized "authorized consignor", "on-site customs clearance in export," "authorized consignee" and "on-site customs clearance in import" implementations within the scope of Authorized Economic Operator Status. Thanks to this regulation, a modern era has been opened in the commercial life and it has been given opportunity to export, import and carrier companies to perform customs-related activities in their own facilities. In this way, progress has been made in the savings of time and cost in businesses, reducing the workload in customs. Businesses with authorized economic operator certificate have the right to benefit from lesser control, priority when there is a compulsory situation, priority border crossing and the green line where the customs control of goods is not made. With this program, which was

put forward in terms of the export targets set for 2023, commercial enterprises were more preferred in international competition conditions, the competitiveness of businesses was increased and export was supported. Apart from this, mutual recognition agreements have enabled countries to bring convenience to the businesses of the countries they trade. Within this framework, the mutual recognition agreement initiated with South Korea was continued with USA and Russia agreements and the businesses were enabled to be active in the world trade. This article is aimed to examine AEO status in terms of Turkey and to give suggestions to support its development.

Authorized Economic Operator Status

The Authorized Economic Operator is the granting of rights and privileges by the customs administration to organizations that fulfill their obligations related to the customs, keep records on a regular basis and record them, comply with the norms of financial adequacy and security, and have the ability to conduct self-audit (AEO, [03.08.2018]).

According to the WCO's SAFE-Framework of Standards document, the "AEO" is defined as; "a party involved in the international movement of goods in whatever function that has been approved by or on behalf of a national Customs Administration as complying with WCO or equivalent supply chain security standards. AEO include inter alia manufacturers, importers, exporters, brokers, carriers, consolidators, intermediaries, ports, airports, terminal operators, integrated operators, warehouses, distributors". (Ireland, 2009, 7)

Within the scope of the program, while the countries form their own models, the program, which is in force under the name of "Authorized Economic Operator (AEO)" in the member states of the European Union, aims at making customs operations safer, less costly and faster, and is organized under the name of, "Authorized Economic Operator" in our country as well. (Sofyalıoğlu, Kartal, 2013).

Applicants shall be required to be authorized economic operator established in free zones customs territory of Turkey in the status of natural and legal persons and public institutions, and are required to operate at least 3 years.

International Regulations Regarding the Authorized Economic Operator Status

The program implemented in Turkey with the name of Authorized Economic Operator constitutes the basic structure of the work done in the direction of making international trade safely and quickly. It is an implementation where the goods subject to international trade are protected from foreign intervention and the companies that meet the required criteria are approved and accepted.

Until today, 163 out of 177 WCO Member States expressed their intention to implement the WCO Framework of Standards which aims to make global trade safe and easy (Weerth, 2011,377)

The system is based on public-private sector cooperation in which the authorities in the hands of the public administration are handed over if the companies comply with the specified conditions, thereby eliminating the waiting times in the customs and the bureaucracy, aiming at fast secure trade.

Although the objectives of the authorized economic operator implementation are the same, the program names in countries vary,

- ABD (C-TPAT; Customs Trade Partnership Against Terrorism)
- AB Member States (AEO; Authorized Economic Operator)
- APEC Members (Asia Pacific Economic Cooperation) (AEO)
- New Zealand (SES; Secure Exports Scheme)
- Singapore (STP; Secure Trade Partnership)

Promotion of safe trade takes places at the root of all of these programs but each one has a different approach. For example, while the US exporters are not included in the program, the EU's AEO program is open to all operators within the supply chain. The biggest difference of the EU's AEO program from others is that it is more comprehensive because it includes safety as well as simplified procedures and is therefore related to compliance with all customs legislation, including customs duties. (RISK.GTB [10.09.2018])

Countries with Authorized Economic Operator Program

Total of 53 countries have authorized economic operator program particularly Member Countries of the European Union and the United States, including Argentina, Algeria, China and Hong Kong, Dominican Republic, Guatemala, India, Israel, Switzerland, Canada, Kenya, Colombia, Korea, Costa Rica, Malaysia, Mexico, Norway, Peru, Singapore, Uganda, Jordan, Thailand, New Zealand and Zambia. In the European Union, there are 13,885 authorized economic operators, more than half of which are in Germany and the rest are in the member countries, mainly in the Netherlands and France. On the other hand, there are about 10.693 AEOs in the USA, 533 in South Korea and 518 in Japan. (RISK.GTB [10.09.2018])

International Importance of Authorized Economic Operator

After the September 11 attacks, the question of how to ensure the balance between the facilitation of trade and in the border crossings between countries and providing security of global trade has come to the fore. For the solution of this problem, the Authorized Economic Operator concept has emerged.

The main purpose of this is to establish secure supply chains. It is to ensure that every ring of tradeable material is kept under control and safely transport from the first exit point to the final destination. With this implementation, international trade is intended to be safe, fast and easy.

Mutual Recognition Agreements

Mutual recognition is simply the recognition of the certification process of the Authorized Economic Operator program implemented in another WCO Member State by the Customs Administration of a Member State of WCO and that it is seen as equal to its own certification process. (Aigner, 2010).

It is not enough for a country to establish safe trade alone in international trade. Safety Chain rings must be recognized in relation to each other. In this way, the trade will be safe and fast, and it will also play an important role in the fight against organized crime and especially terrorism.

For this reason, by making mutual recognition agreements, countries recognize the AEO certificated companies of each other's. A Mutual Recognition Agreement (MRA) between

Turkey and South Korea signed on 9.06.2014 and 3 pilot companies from the two countries selected to be implemented of the agreement.

The most important MRA for Turkey is expected to sign with the EU because the EU is Turkey's most important foreign markets. The EU, which has a very comprehensive and complex structure in terms of the acquis, will have the experience and advantage of the agreements it has signed previously. Turkey which has an important place among the developing countries in recent years has a significant market advantage with the impact of its population. Turkey, which is in the focus of defense industry, civil aviation and other large-scale projects, may use this advantage. Another advantage in negotiations being made with the EU is Turkey is a member of Customs Union and using the same customs law with EU. It seems that the data model compiled by the WCO has not yet met the needs of the authorized economic operator. (Tweddle,2008-104-105)

Importance of Mutual Recognition and Process

The fact that the AEO programs implemented under the name AEO or C-TPAT are more effective depends on the existence of mutual recognition agreements between countries. Although this program is implemented under the different names and rules in every country, SAFE also provides the necessary infrastructure for the development of mechanisms that will ensure mutual recognition of the validity of the AEO programs to countries that have agreed to implement the agreement.

In general, we see that the mutual recognition of the AEO programs is an agreement signed by one or more states. Within the scope of these agreements, states must recognize that audits and controls made by each other's customs administrations and authorization certificates given as a result of these are equal and that the privileges and facilities provided by the customs administrations to the authorized parties are based on reciprocity.

Reciprocity that constitutes basis of mutual recognition agreements is the audits and controls applied by the customs administrations of the signatory states during the certification process and the convenience to be applied to the certificated companies, so it is clear that Turkey should carry out a careful and attentive process in terms of both controls to be made and standardization of these controls and simplified procedures applied. According to the 2017 data of the Turkey Statistical Institute, the EU is seen as Turkey's most important export market with about 74 billion dollars (47.1%) export volume. When it is evaluated in this context, it is clear that to sign agreement between Turkey and EU which will allow mutual recognition of the AEO and YYS (AEO program of Turkey) programs is important.

Authorization and Control Processes

One of the important elements of mutual recognition agreements is undoubtedly the fact that recognition is based on trust between the parties and mutual acceptance of the AEO programs and the security measures implemented by the companies in this process. In general terms, the two countries start the process of mutual recognition agreement only when they trust on the control mechanisms they have implemented. Considering that this concept of trust can be affected by many elements, it is of utmost importance to ensure the perception of trust in the community of countries or countries that make up a country's market. In the signing of mutual recognition agreements, it cannot be expected not to have any effect of cultural ties between countries, common interests and political elements. Mutual interests will be prioritized in these agreements as well as in all other agreements within the scope of state law. However, it is inevitable for states to carry out a more careful process in the face of technical reasons and

possible attacks. Having been signed a mutual recognition agreement in June 2008 between US and Jordan (in the 58th place with 48 points) which has the same corruption perception score with Turkey can be considered as a measure.

It will be very difficult for bilateral recognition agreements to become multilateral and eventually to turn into a global recognition level. Because mutual recognition will be possible by countries having the same confidence in each other's programs, controls, audits and certification process standards. The answer to the question of whether a global recognition will be possible if the bilateral recognition agreements are accepted as a chain of trust is not yet available at our current stage. However, it is certain that a global mutual recognition will be very difficult.

The finalization of the mutual recognition agreement signed between the USA and the EU, which are two of the most important actors of the world economy, on 04.05.2012 (although the C-TPAT program of the USA was only for import) lasted for about four and a half years. It is not easy to establish mutual trust between these two parties, which are considered to be governed by relatively high standards of corruption perception and to have developed economies. The reason why mutual recognition agreements are so challenging given the challenges of the EU as a multi-state entity is that, when the State party signed the agreement, the counter-state's confidence in all control and control processes is announced to its people. Because the trust that is believed to have been created by all its functions, and the destruction of it by a terrorist attack by using the supply chain, will lead to results that the country's executives and those who carry out the technical processes in signing the agreement cannot explain to their citizens. On this basis, of mutual recognition agreements that to be expected signed by Turkey will bring challenges in different sizes according to the countries' approach is not considered a false detection.

Procedures of Mutual Recognition Agreement

When the customs administrations want to be a party to mutual recognition agreements, they will want to compare the legislative process related to the certification process and requirements verification, and more importantly, the implementation of this legislation in practice, rather than following a path based on purely trust. (Aigner, 2010).

In the program implemented by Turkey, for example the existence of information systems security is based on the documentation that meets the ISO 27001 standard. This condition has been defined as, the original ISO 9001 and ISO 27001 certificates, which have been issued by conformity assessment bodies that are accredited by accreditation bodies and signed the mutual recognition agreements of European Accreditation Association, and bearing the brand of the accreditation body..., in the clause "e" of Article 10 of the Regulation on Facilitation of Customs Transactions under the heading of "the documents to be searched" dated 10.01.2013. This definition in the Customs General Communiqué published on 29.03.2013 explained as; "... ISO 27001 certificate should include customs and foreign trade transactions such as import, export, transit, customs clearance and information security such as logistics, warehousing, accounting, finance and information processing related to these transactions and electronic information assets used for protecting these assets. " According to the demands and expectations of the countries, the criteria that the countries want in practice vary. In order to realize the mutual recognition agreement, the mutual expectations of the countries should be met. Mutual visits by the parties intending to make mutual recognition agreements are necessary in order to measure the uniformity of the practices in practice. It can be discovered whether the exchange of ideas with inspections and on-site inspections to be carried out on

site and the implementation of existing legal regulations on paper, integrate with the internal audit functions, lead to the recognition of certain exceptions and the formation of specific practices, and thus, whether it has an impact on the status of AEO.

It is a known fact that different customs administrations interpret the different legal regulations differently and cause differences in practice. This fact is not only a situation unique to Turkey. In order to avoid the impact of such implementation differences between the parties on the progress of the process during mutual recognition agreements, the administrations should find effective solutions to ensure the unity of implementation. These visits, which took place prior to the agreement, should result in the use of these experiences as much as possible in practice, taking advantage of each other's experiences rather than aiming at the making difficulties of each other and also technical staff should be informed.

The following conditions are required for a state to sign a MRA with the US; (U.S. Customs and Border Protection); the existence of a full and established customs administration in the State Party, the existence of strong and effective evaluation processes within the AEO program, the existence of a strong and effective security implementation within the program, and, above all, the signing State Party "Customs Mutual Assistance Agreement" with the USA.

C-TPAT also supports other trade partnerships and the internationalization of foreign customs and security-based industry partnership programs. As of 2015, the CBP signed a Mutual Recognition Agreement with 11 countries in order to expand the program globally. (Szelp,2010,41-42).

The stages of the signing of the MRA with the USA are divided into four main groups. The first stage is the evaluation / review phase. At this stage, the security criteria of the State Party are expected to be well-defined/ implemented.

Another issue to be sought during the review is existence and effectively implementation of the processes that AEO certified companies undertake to fulfill their responsibilities in order to maintain the validity of the certificate that to be controlled regularly by customs administration. In the case of determination of the existence of these processes, the relevant officials of both parties will examine the program of the other in depth and identify possible shortcomings.

Again at this stage, officials will try to understand the processes, policies and how the program is implemented in practice through mutual visits. On the other hand, it will be determined by the legal experts of the countries concerned whether there is a legal basis for the signing of MRA. The similarities and differences of the program implemented by the two countries will be determined and the results will be prepared as a report and a common document will be prepared including the deficiencies identified and the solutions for the differences. After all these procedures are completed, a decision will be made on whether or not the next stage can be passed, and if the results are positive, the second stage will be passed.

The second stage is the implementation planning and testing phase. At this stage, details of how mutual recognition will work between the two customs administrations are determined. A pilot program is developed when issues related to implementation and processes are resolved. Companies that wish to participate in the pilot program are identified,

communication, feedback and methodologies related to the operation of customs-private sector are determined. A protocol is developed on how to make notifications about security breaches and a document defining pilot implementation with all its elements is prepared and the third stage, the pilot phase, is passed.

The third stage is the pilot implementation phase. Once the preparations for the pilot implementation are completed, it is decided how wide the implementation will be. If both countries agree that each other's program is complete, a pilot program may not be required. After the pilot implementation has been activated, both customs authorities prepare an evaluation report and then prepare a document including the opinions and solution proposals of both the customs administrations and the private sector and the results obtained from the implementation.

The final step is to declare of MRA. The customs authorities of both parties make decisions that the other party will recognize the program. A statement is prepared on what the mutual recognition means and how it will work.

In this statement, it is determined the methods of verifying each other's systems, each other's programs review periods and methods indicate the protocols to be followed during or after the event when a possible unwanted situation occurs, or if the MRA is suspended. (U.S. Agency for International Development, 2010).

Advantages of Mutual Recognition Agreements

The main objective of mutual recognition agreements is to ensure global supply chain security and thus to simplify trade. The customs administration of any country will benefit from the contributions of the customs administration of the other country to which it has signed a recognition agreement and the private sector involved in the program, and will be able to have more information about the high-risk goods. The custom administration also will be able to focus the resources to be used in the controls to the right points by analyzing this information coming from electronic communication channels in their own risk management systems.

In the present situation in Turkey, administration only makes a risk assessment of data obtained its own and carries out the controls on the results of this assessment. Although the physical control rate Turkey realized in import (red line) fell to 18.7% in 2012 from 31% in 2008, is still significantly high. (Uslu, 2014).

In the current system, the controls of the goods are carried out by the customs personnel, and customs personnel are held responsible together with the firms for any problem to be arisen in the future. Due to the inadequacy of the existing number of Customs personnel and the inadequacy of the infrastructure, the desired level of controls cannot be provided. If the data to be obtained before the mutual recognition agreement is passed through an effective risk management system, the use of the resources required for the physical examination of the items considered to be sensitive and risky can be planned more effectively. In this way, as in the UK example, the personnel resource can be shifted to the controls and a more effective customs system can be created.

Companies that have already acquired AEO status or are currently in the process of evaluating the implementation are in a position to have less control or have priority in controls as a result of their efforts to comply with high security standards. The majority of companies in the EU who have received AEO certification state that the only reason for applying for a certificate is

that the status of big companies they are trading with is also expected to be accepted in their own country as a result of mutual recognition. (Aigner, 2010).

Another result of the mutual recognition of the controls performed by each administration between the customs administrations would be that the export declaration given in the exit country could be used as an import declaration in the country of destination. This will be effective in the importation process of the country of destination except for exceptional cases such as the presence of intelligence or violation of intellectual property rights and will make a significant contribution in terms of facilitating trade. Although the number of signed mutual recognition agreements has reached a significant level, it is observed that there are difficulties in the current agreement negotiations and the existing controls in the countries and the recognition of the results of these controls.

As a result of mutual recognition agreements, it is observed that the facilities provided by the parties to the AEO certified company that has been accredited to the program of the other country are limited with the inspection frequency and inspection priority. Negotiations between the EU and the customs authorities of the third party countries revealed a consensus that it would be very difficult to apply the simplified procedures other than the above-mentioned facilities to an accredited company in the other country. Nevertheless, fewer inspection and inspection priority advantages will enable companies to anticipate more accurate timing of trade, as well as since they had the accreditation process they will be more preferred compared to non-accredited ones. Only this advantage is sufficiently convincing for many companies to want having AEO status.

CONCLUSION

21st century, the age of information and technology, is important in terms of transferring the information used in customs transactions to the virtual environment, allowing risk analysis to be carried out before arriving of the goods and vehicles subject to foreign trade to the Customs office, efficient use of existing personnel, making faster and more reliable transactions. The fact that combining the information and documents received from other institutions during the customs procedures in a virtual environment in a single window system also positively contributes to the customs procedures in terms of time and security. Expectations, priorities and development level of countries based on their current geographic location are influencing the rules of AEO Implementation which are being implemented for safe and fast trade. In EU and developed countries, transactions are carried out by means of document control and post-check procedures on the basis of declaration. Effectiveness of the system is based on private sector and state cooperation. Having an authorized economic operator certificate means to become an enterprise that meeting all the requirements to comply with the law, having a strong and reliable financial structure, managing by individuals whose legal history is clean, almost united with the state, having strong and reliable information system and prepared for all risks that may arise by taking into account the rights of employees and having effective internal controls. When it is considered that average 20% of Turkey's total tax revenue consists of customs duties, the significance of the accuracy of data entry is revealed.

Turkey, using the opportunity of the change that make feel its effect increasingly with AEO system, should demonstrate an approach that protects ethics and prevents informality and protects employee rights tax and fiscal policies, and thus take its place in the restructured world trade. In order for the implementation to be successful, it is thought that the private sector, which is one of the stakeholders, is adequately informed about the implementation and

making it qualified in terms of legislation and implementation will contribute to the successful execution of the system. With the understanding by the companies that the AEO status will provide benefits such as competitive advantage, international prestige and recognition, cost and time savings, and gaining an institutional identity in the organizational sense, more companies will be willing to receive AEO certificate. Today, companies that have AEO certificate have become the preferred and demanded companies in international trade.

The fulfillment of certain rules based on state and private sector partnership and the fulfillment of the required criteria by certified companies are based on a certain economic investment. In this system, which is based on specific costs for the private sector, companies will be encouraged by financial incentives such as tax reduction and supply chain security will be ensured. Thus, supervision of more risky firms will be provided by using limited personnel more effectively

Considering the mutual recognition procedure, it would be beneficial to define the more basic and understandable rules along with the rules of the countries that are mostly traded in foreign trade. In addition, it is seen that one of the prominent elements of AEO programs that are being implemented in different countries is the self-evaluation of the companies and subjecting them to self-audit. The internal audit, which provides companies with multi-dimensional values such as activity efficiency, productivity and sustainable growth, should be implemented by companies in our country.

REFERENCES

1. AEO, <http://www.aeo.com.tr/tarihsel-surec.html>. [03.08.2018].
2. Aigner, S. (2010). "Mutual recognition of Authorized Economic Operators and security measures" *World Customs Journal*, 4(1), 47-54.
3. Ministry of Customs and Trade
4. http://risk.gtb.gov.tr/data/51e79f02487c8e16fc275d3d/YYS_Kitapcik_03.07.2014.pdf. (10.09.2018)
5. Ireland Robert.2009. The WCO SAFE Framework of Standards: Avoiding Excess in Global Supply Chain Security Policy.
6. Sofyalıoğlu, Ç, Kartal, B. 2013. Türkiye ve Avrasya Ekonomik Topluluğu Ülkelerinin Lojistik Performans İndekslerinin Karşılaştırılması ve Bazı Çıkarımlar 2013. International Conference on Eurasian Economies. 524-531
7. Szelp, Attila. 2010. Cargo Security Initiatives in the EU and the USA, their Impact on Business Operations and Mutual Recognition with Focus on AEO and C-TPAT
8. Tweddle, D. "Logistics, Security and Compliance: The Part to be Played by Authorised Economic Operators (AEOs) and Data Management", *World Customs Journal*, 2008, v.1 p.2 :103-105.
9. U.S. Customs and Border Protection, <https://www.cbp.gov> [03.08.2018].
10. U.S. Agency for International Development, (2010). <https://www.usaid.gov/sustainability/2010-agency->[03.08.2018].
11. Uslu, T. (2014). Uzaktan Eğitim Eğilimlerini Yerel Okul ve Üniversitelerin İhtiyaçlarına Uyarlama, XVIII. Internet Conference Declerations in Turkey, ed. Akgül, M. et. all, 1st edition, Internet Technologies Association, Bilgi Bookstore, ISBN: 978-605-85087-1-2, 141-146
12. Weerth, Carsten.2011. WCO Framework of Standards: Authorized Economic Operator (AEO) in the World. *Global Trade and Customs Journal*. v. 6, p. 7: 377-380

SURİYE SAVAŞININ GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİNDEKİ DIŞ TİCARETE ETKİSİ

Esat ATALAY

Arş. Gör., Batman Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü
esat.atalay@batman.edu.tr

Cüneyt ÇATUK

Dr., Cuneyscatuk@hotmail.com
ORCID ID: orcid.org/ 0000-0002-9843-7037

Kadir AYDIN

Arş. Gör. Dr., Adıyaman Üniversitesi İİBF Kamu Yönetim Bölümü
kaydin@adiyaman.edu.tr
ORCID ID: orcid.org/0000-0002-2437-8118

ÖZET

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Suriye’deki iç savaşın Güneydoğu Anadolu Bölgesinde dış ticarete etkisini analiz etmektir.

Yöntem: Çalışmada Türkiye İstatistik Kurumundan alınan, 2006-2018 yılları arasında kapsayan ihracat verileri-ürün bazında ihracat verilerinin analizi yapılmıştır.

Bulgular ve Sonuç: Türkiye’nin Suriye olan ihracatı savaş sonrası düşüş Gösterirken Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde (GAB) tersi bir tablo sergilediği gözlemlenmiştir. 2006 yılında 69.914.704 \$ olan ihracat rakamı 2011 savaş dönemine kadar 190.331.623 \$ ulaştığı tespit edilmiştir.

Savaş sonrası dönemde GAB en fazla ihracatı 2015 yılında 539.532.739 \$ ile rekor bir düzeyle yaptığı istatistiksel olarak gözlemlenmiş olup, 2018 yılında ise yapılan ihracat 549.994.634 \$ olarak tespit edilmiştir. Türkiye’nin ihracatı düşerken GAB ihracatın artmasının en önemli nedenleri, sınıra yakın olmasından dolayı sağladığı lojistik avantajı ve savaş sonrası temel ihtiyaç ürünlerine olan talebin artması ve GAB artan bu talebi karşılayabilecek altyapıya sahip olmasıdır.

Anahtar Kelime: Dış Ticaret, İç Savaş, İhracat

ABSTRACT

Objective: The aim of this study is to analyze the effect of the civil war in Syria on foreign trade in the Southeastern Anatolia Region.

Methods: In this study, the Agency received from Turkey to statistics, export data covering the period of 2006-2018 years-product was analyzed on the basis of export data.

Results and Conclusion: Turkey, Syria post-war decline in exports showed that Southeast Anatolia (GAB), the opposite has been observed to exhibit a table. The export figure, which was \$ 69,914,704 in 2006, was found to reach \$ 190,331,623 until the 2011 war period. In the post-war period, GAB was the highest in exports in 2015 with a record level of \$ 539,532,739, in 2018, exports were determined as 549.994.634 \$. The most important reasons for the increase in the GAB exports, the demand for basic needs items after logistical

advantages and battle it provides due to its proximity to the border increased and increased GAB is that it has the infrastructure to meet that demand.

Keyword wods: Foreign Trade, Civil War, Export

Giriş

2011 yılında Suriye’de başlayan iç savaşın günümüze kadar devam etmesi toplum ve endüstri üzerindeki tahribatını farklı açılardan analiz etmek mümkündür.

Konuyla ilgili literatür araştırmasında göç alan ülkeler ile göçmenlerin ülkeleri arasında ticareti bağının devam ettiğini göstermektedir (Genç M.,Gheasi M.,Nijkamp P.,Poot j., 2011: 20), (Peri G., Requenna F., 2009). Göçmenler yeni şirketler kurarak ülkeleriyle olan ticareti devam ettirmektedir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin (2018) hazırladığı raporda son 7 yılda 7 bin 243 şirketi açtığı tespit edilmiştir. Raporda ki bir başka sonuç ise açılan şirketler en çok Toptan Ticaret sektöründe faaliyet gösterdikleridir. Nedeni ise, ticaret maliyetlerinin düşmesi olarak açıklanmaktadır. Ticaret yapılacak olan ülkenin pazar yapısı, talepleri, satın alma gücü, tüketim alışkanları ve dil ve iletişim kurulması konusunda, göçmenlerin ülkelerinin pazar yapısını iyi bildiklerinden dolayı maliyet konusunda avantaj yaratabilmektedir. İleriki bölümlerden anlaşılabileceği üzere Suriye’ye temel ihtiyaç ürünlerinin ihracatının savaş sonrası artışı gözlemlenmiştir.

Türkiye’nin Suriye ile 2007 yılına kadar yaptığı bir çok ticari anlaşmanın olumlu sonuçlarının dış ticaret verilerine yansıdığı gözlemlenirken, Savaş sonrası ikili ilişkilerde yaşanan gerilim yakalanan bu ivmenin olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmiştir.

GAB ise lojistik avantajı ve savaş sonrası temel ihtiyaç ürünlerine artan talebi karşılayacak altyapıya sahip olmasından dolayı Türkiye dış ticaretinin tersine olumlu yönde etki ettiği gözlemlenmiştir.

Savaş Öncesi Türkiye-Suriye Ticari İlişkileri ve Serbest Ticaret Anlaşması

Türkiye Suriye ile deniz ve kara yoluyla ulaşımın sağlanabileceği iki komşu ülkedir. Geçmişten bugüne sahip olunan tarihi bağ ve coğrafi yakınlık, ticaretin gelişmesinde ki en büyük etkilerden biridir. Mevcut ticaret hacminin artırılması ve yapılacak işlemlerin kolaylaştırılması için ilk kez 17.09.1976 yılında anlaşma imzalanmıştır. Bu tarihten itibaren 06.01.2004 tarihinde Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi anlaşması ve Yatırımların Karşılıklı Teşviki Ve Korunması Anlaşması, 22.12.2004 yılında ise Serbest Ticaret Anlaşmasıdır (DTM, 2008: 3). 1 Ocak 2007 tarihinde iki ülke arasında Serbest Ticaret Alanı Tesis Eden Ortaklık anlaşması imzalanmış bu sayede ekonomik işbirliğinin artırılması, kısıtlamaların kaldırılması ve uygun rekabet koşullarının sağlanması amaçlanmıştır (DTM, www.dtm.gov.tr, E.T:06.01.2019). Serbest Ticaret Anlaşmasından sonra iki ülke arasında bulunan vergiler sıfırlanmıştır.

Anlaşmanın ikinci kısmında ise serbest dolaşım hakkında kararlar yer almaktadır. Belirtilen tarihten itibaren Suriye ürünlerinin Türkiye tarafından ithalatında vergi kaldırılmıştır. Türkiye menşeli sanayi ürünlerinin bir kısmının (%1, %1,5, %1,7, %3 ve %3,5 gümrük vergisine tabi mallar) Suriye’ye girişinde alınması gereken gümrük vergileri Anlaşma yürürlüğe girdikten hemen sonra sıfırlanmıştır. %5 ve %7 oranında gümrük vergisine tabi mallar ise Anlaşmanın yürürlüğe girmesini izleyen üç yıl içinde; %10, %11,75 ve %14,5 oranında gümrük vergisine tabi mallar ise Anlaşmanın yürürlüğe girmesini izleyen altı yıl içinde; %20 ve %23,5 oranında gümrük vergisine tabi mallar ise Anlaşmanın yürürlüğe girmesini izleyen dokuz yıl içinde;

%29, %35 ve %47 gümrük vergisine tabi olan mallar ise on iki yıl içinde kademeli olarak sıfırlanması amaçlanmıştır (Türkiye-Suriye Serbest Ticaret Anlaşması, Madde 3). Serbest ticaret anlaşmalarında tartışma konusu olan en önemli konu ikili ticarete kullanılacak menşe kurallarıdır. Bu anlamda Türkiye-Suriye ticaretinde tatbik edilecek menşe kuralları bir protokolle düzenlenmiş olup ikili ticarete, Pan-Avrupa-Akdeniz Menşe Kümüldasyonu sistemi kapsamındaki uyumlaştırılmış menşe kuralları tatbik edilecektir (Akal, 2008, s.287).

İki ülke arasında yapılan ticaretin artırılması için yapılan bir diğer girişim ise, kurulan sınır ticaret merkezleridir. Söz konusu merkezler Türkiye’de Akkoyunlu ve Kilis Suriye’de ise Ain El Souddeh ve Bab El Salameh noktalarında kurulacaktır (DEİK, 2010, s.16). Hâlihazırda Türkiye tek taraflı olarak sağladığı tavizlerle Suriye ile Mardin, Şanlıurfa, Gaziantep, Kilis ve Hatay illerinde sınır ticareti yapılmasına izin vermektedir.

Tüik dış ticaret verileri incelendiği zaman özellikle 2007 sonrasında yapılan Serbest Ticaret anlaşması sonrası dış ticaret hacminin 2008 yılında bir önceki yıla göre %37 artığını Dış ticaret dengesinin ise bir önceki yıla göre %47 artığını görmekteyiz. 2009 yılında ise ticaret hacminin bir önceki yıla göre %14 artığını ihracatın ithalatı karşılama oranının ise %86 artığını gözlemlemekteyiz. 2009 ve 2010 yılında dış ticaret hacminin artığını 2011 ve 2012 savaş sonrası yakalan yükseliş trendinin kaybolduğunu gözlemlemekteyiz (Tablo:1)

Tablo:1 Türkiye ve Suriye Arasındaki Dış Ticaret Hacmi

Yıl	İhracat Dolar	İthalat Dolar	Dış Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı
	(x)	(y)	(x+m)	(x-m)	(x/m)*100
2006	609.417.000	187.249.765	796.666.765	422.167.235	325,46
2007	797.765.944	259.282.472	1.057.048.416	538.483.472	307,68
2008	1.115.012.521	323.697.386	1.438.709.907	791.315.135	344,46
2009	1.421.636.808	221.453.649	1.643.090.457	1.200.183.159	641,96
2010	1.844.604.582	452.493.426	2.297.098.008	1.392.111.156	407,65
2011	1.609.861.216	336.646.450	1.946.507.666	1.273.214.766	478,21
2012	497.960.228	67.448.462	565.408.690	430.511.766	738,28

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (www.tuik.gov.tr, E.T:09.02.2019)

Savaş Sonrası Türkiye-Suriye Ticari İlişkileri

Yönetim karşısındaki protestoların 2011 yılında Suriye’de başlamasıyla, yönetim güç kullanıp bastırmasıyla uluslararası bir tepki oluşturdu. Siyasi ve ekonomik anlamda tepki gösteren AB ve ABD’nin dışında Türkiye ve Arap Birliği de bazı yaptırımlar uygulamıştır.

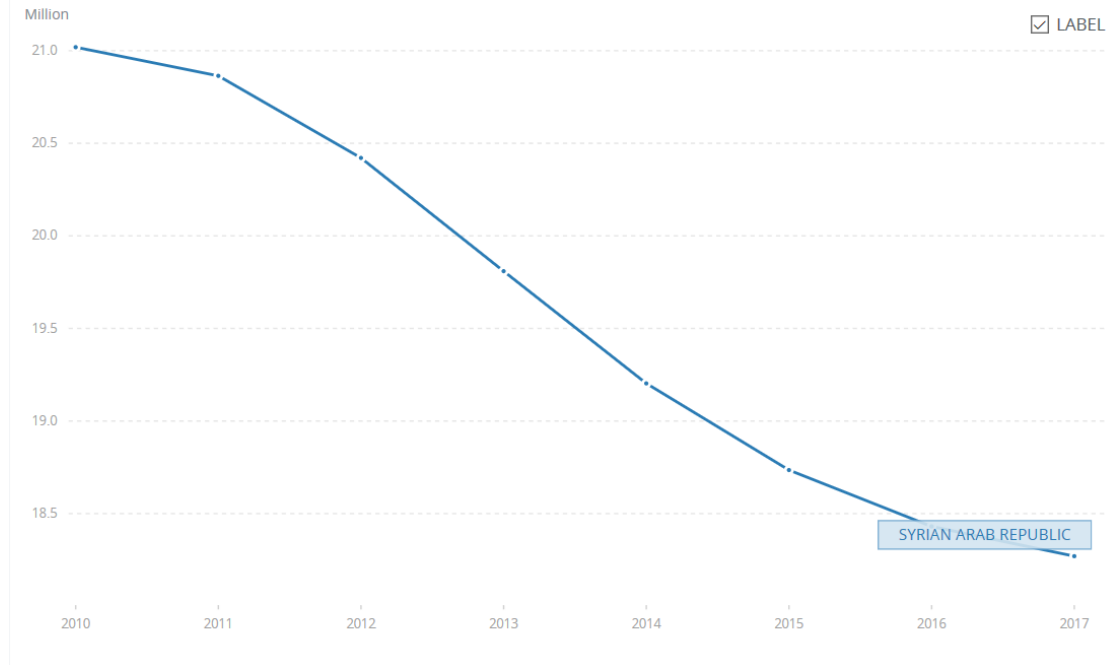
Türkiye;

- Suriye yönetimiyle kredi bağlarının, ^[1]_[SEP]
- Suriye Merkez Bankasıyla ilişkilerin, ^[1]_[SEP]
- Ticaret Bankasıyla muamelelerin, ^[1]_[SEP]
- Eximbank kredi anlaşmasının (altyapı projeleri için finansmanı için imzalanan) ^[1]_[SEP] durdurulması, ^[1]_[SEP]
- Türkiye’deki finansal varlık ve mallarının askıya alınması gibi ekonomik hükümler alınmıştır. ^[1]_[SEP]

Suriye de bunlara karşılık Türkiye ile arasında bazı ekonomik kararlar almıştır. Suriye’den geçerken ek bir gümrük harcının ödenmesi ve Serbest Ticaret Anlaşması’nın dondurulması bunlardan bazılarıdır.

Dünya bankası verilene göre Suriye'nin nüfusu Mart 2011' de iç savaştan sonra hızlıca 21 milyondan 18,5 milyona kadar düşmüştür (Dünya Bankası, 2019). Ancak uydulardan sağlanan elektrik tüketimi bazlı gece ışıkları fotoğraflarından elde edilen veriler dikkate alındığında, nüfustaki azalmanın tahmin edilenden çok daha fazla olabileceği anlaşılmaktadır (Başhıhos, Özpinar, Taşöz, 2015:1).

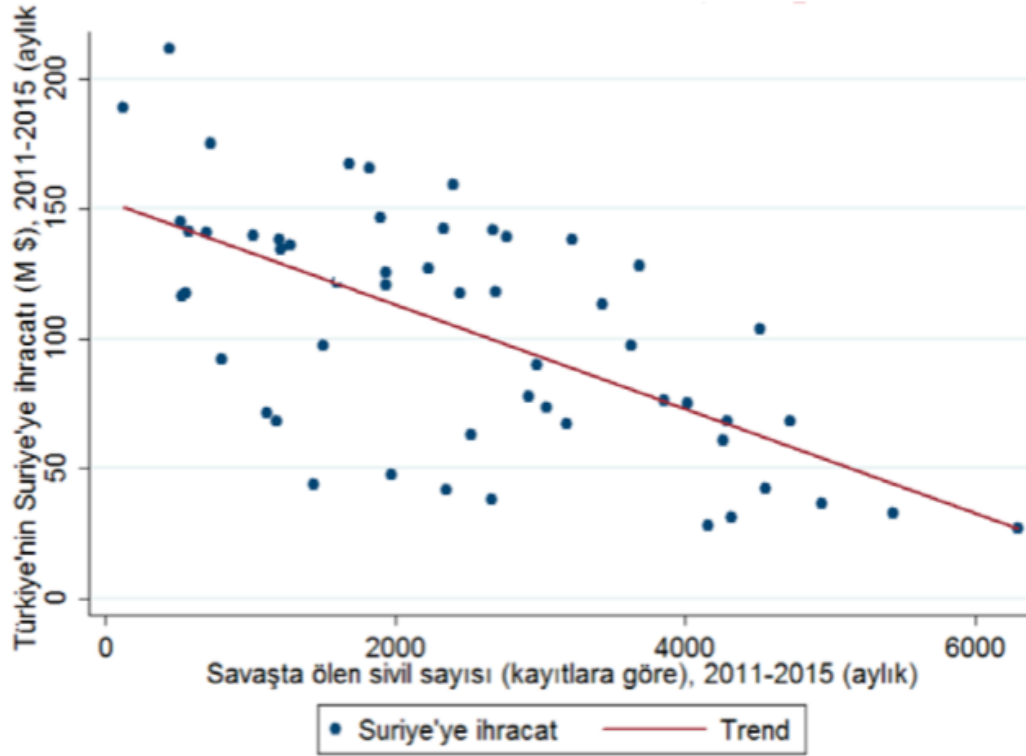
Tablo: 2 Suriye Nüfusu



Kaynak: Dünya Bankası (<https://data.worldbank.org>, E.T.02.02.2019)

Veriler, savaşla birlikte 6,1 milyon kişinin evini kaybettiğini ve 5,6 milyon kişinin ülkeyi terk ettiğini göstermektedir (UNHCR; 2018). Daha önce yaşadıkları ve barındıkları yeri terkeden kişilerin ülke geneline dağılık olarak yayıldığını göstermektedir (UNHCR: 2014). Yaşanan bu göç temel ihtiyaçların karşılanmasını sağlayacak iş gücünün ve ekonomik potansiyelin ve aynı zamanda küçük pazarların dahil yok olma olasılığını artırmaktadır. Üretimin durduğu bir ortamda sivil ölümlerinin artması tüketim talebini negatif yönde etkilemektedir. Şekil 1. Sivil ölümlerle birlikte Suriye'nin talep ettiği mal ve hizmet miktarı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonuca varılmıştır.

Şekil 1: Ölen sivil sayısı ile tüketim talebi arasındaki ilişki, 2011-2015 (aylık)



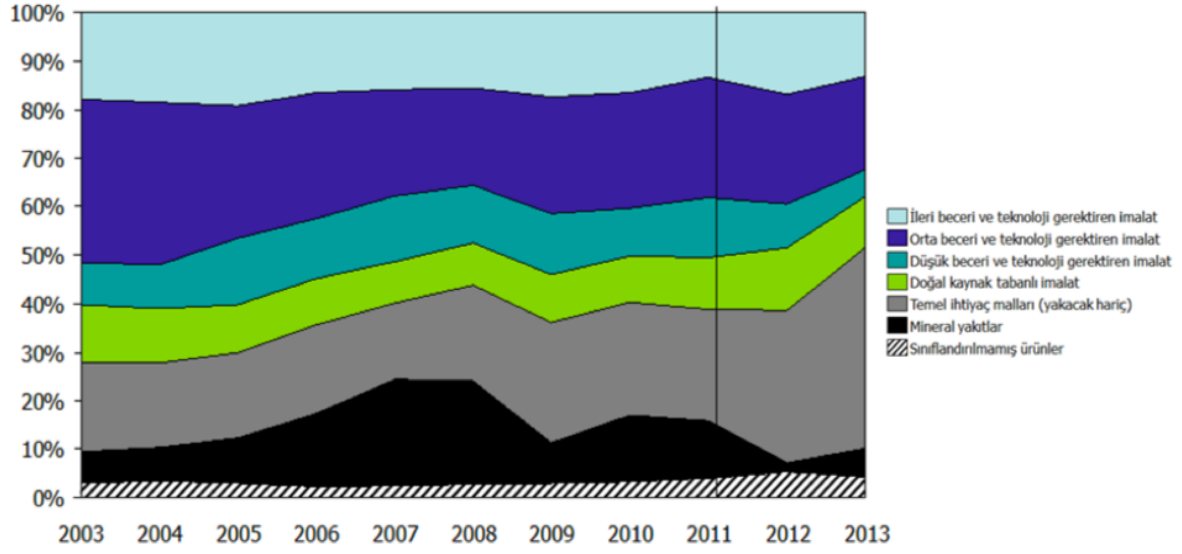
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri; <http://www.iamsyria.org/daily-death-toll.html>

2003 yılında Suriye'nin ithal ettiği ürünler incelendiği zaman, orta beceri ve teknoloji gerektiren ürünlerin daha çok ithal ettiği gözlemlenmektedir (Başlıhos, Özpınar, Taşöz, 2015:3) İthal edilen ürünler içerisinde teknoloji ağırlıklı ürünler 2011 yılına kadar aynı kalmıştır (Başlıhos, Özpınar, Taşöz, 2015:3) İç savaşın başlamasıyla birlikte temel tüketim mallarının diğer tüketim mallarına nazaran daha hızlı yükseldiği gözlemlenmektedir. Şekil 2'de görüleceği üzere iç savaşın başlamasından sonra ise temel tüketim mallarına olan talebin, farklı nitelikteki imalat ürünlerine olan talepten daha hızlı arttığı görülmektedir. 2003-2013 döneminde Suriye'nin toplam ithalatı değişmemekle birlikte, 2013 yılında temel ihtiyaç mallarının toplam ithalattaki payı 2003'e kıyasla neredeyse iki katına çıkarak %40 seviyesine yaklaşmıştır. Dış talepteki orta ve ileri teknoloji imalat ürünlerinin payı ise değişmemiştir. Öte yandan düşük teknoloji gerektiren imalat ürünleri ve (doğal) kaynak tabanlı ürünlerin (birincil ürün) talebinde daralma yaşanmıştır (Başlıhos, Özpınar, Taşöz, 2015:1)

Suriye'de özellikle savaşın yoğun hissediliği bölgelerde temel tüketim maddeleri daha çok ithal edildiği gözlemlenmektedir. Türkiye'de ithalat edilen ürünlerde bir değişiklik olmuş mudur ? Suriye yıllara göre Türkiye'den hangi ürünleri ithal etmiştir.

İleri teknoloji ürünleri dışarıda bıraktığımızda, 2011 yılına kadar Suriye'nin Türkiye'den talep ettiği mal gruplarının teknolojik seviyelerine göre neredeyse eşit dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. 2008 yılından sonra ise Suriye'nin ileri ve orta teknoloji imalat ürünlerine olan talebinin daraldığı, düşük teknoloji ürünleri ve kaynak tabanlı üretim mallarına olan talebinin ise görece daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye ile Suriye arasındaki ticaret paterni, iç savaşın başlamasından sonra değişmiştir (Şekil 2)

Şekil 2: Suriye'nin dışarıdan talep ettiği mal grupları



Kaynak: BACI Veri Tabanı, UNCTAD, Basu Rajan (2011)*⁸; TEPAV hesaplamaları

Savaş öncesi ve sonrası yaşanan değişiklikleri gözlemlemek için 2003-2013 yılı arasında veriler kullanılırken, aşağıda son üç yılın Suriye'nin ithalat ettiği ürün kalemleri belirtilmiştir. Son üç yılda da temel ihtiyaç maddelerinin ilk iki sırada olduğu gözlemlenmiştir.

Suriye'nin İthalatında Başlıca Ürünler (1.000 Dolar)

GTİP	ÜRÜNLER	2015*	2016*	2017*
	TOPLAM İTHALAT	5 315 956	4 774 608	4 826 339
1701	Kamış/pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz (katı halde)	137 066	196 775	184 455
1512	Ayçiçeği, aspir, pamuk tohumu yağları ve bunların fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	141 601	128 777	120 470
8703	Binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar (yarış arabaları dahil)	99 669	124 563	99 895
2402	Tütün/tütün yerine geçen maddelerden purolar, sigarillolar ve sigaralar	67 888	78 857	90 248
1101	Buğday unu/mahlut unu	102 101	107 716	80 386

Kaynak: ITC Trademap

<https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1> E.T. 10.02.2019

(Yansıtılmış Veriler – Suriye'nin dış ticaret verileri kendi verileri olmayıp, ticaret yaptığı ülkelerden alınan istatistiklerden derlenen verilerdir.)

2011 yılında ki Türkiye'nin Suriye'ye olan dış ticareti karşılama oranı %478 iken, 2012 yılında bu rakam %738, 2013 yılında %1206, 2014 yılında %1559, 2015 yılında %2955, 2016 yılında %2021, 2017 yılında ise %1931, 2018 yılında ise bu rakam %1939 olarak tespit edilmiştir. Türkiye'nin cari fazla vermesinin en büyük nedenlerinden bir tanesi Suriye'de yaşanan iç savaşın endüstri olarak bir çok sektörün faaliyet gösterememesi, zarar görmesi ve bundan dolayı artan iç talebin karşılanması için daha fazla ihracat yapılırken, endüstri alt yapısının ortadan kalkmasından dolayı ithalatının azalmasıdır.

Tablo:1 Türkiye ve Suriye Arasındaki Dış Ticaret Hacmi

Yıl	İhracat Dolar	İthalat Dolar	Dış Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı
	(x)	(y)	(x+m)	(x-m)	(x/m)*100
2011	1.609.861.216	336.646.450	1.946.507.666	1.273.214.766	478,21
2012	497.960.228	67.448.462	565.408.690	430.511.766	738,28
2013	1.024.473.298	84.909.318	1.109.382.616	939.563.980	1206,55
2014	1.800.962.479	115.498.978	1.916.461.457	1.685.463.501	1559,29
2015	1.522.031.769	51.506.053	1.573.537.822	1.470.525.716	2955,05
2016	1.321.981.350	65.388.846	1.387.370.196	1.256.592.504	2021,72
2017	1.363.165.167	70.560.814	1.433.725.981	1.292.604.353	1931,90
2018	1.345.943.792	69.388.867	1.415.332.659	1.276.554.925	1939,71

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (www.tuik.gov.tr, E.T:09.02.2019)

Güneydoğu Anaadolu Bölgesinin Suriye İhracatı

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Suriye olan ihracat rakamları incelendiği zaman, 2007 yılında yapılan serbest ticaret anlaşması sonrasında 2011 yılına kadar hızla artışı 2012 girerken savaşın etkisiyle bu rakamların hızla düştüğü gözlemlenmiştir.

Savaş sonrasında Suriye de yaşanan göç, ülke sanayi yapısının özellikle savaşın olduğu bölgelerde faaliyet gösterememesi, ithalat rakamlarının hızla artmasına neden olmuştur. İlk bölümde analiz edildiği üzere, Ülkenin Savaş öncesi teknoloji ağırlıklı ürünler ithal ederken savaş sonrası temel ihtiyaç maddelerini ithal ettiği gözlemlenmiştir.

Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki firmaların Suriye yakın olmasından dolayı sağladıkları lojistik avantajı ile birlikte, yıllardır Irak'taki bir çok temel ihtiyaç maddelerini karşılayan bölge olduğundan dolayı, bu sektörde uzmanlaşmayla birlikte mevcut kapasiteleri veya artırarak Suriye talebini karşılayarak ihracat rakamlarına artmasına neden olmuştur.

Yukarıda belirtilen nedenler sonucunda 2012 savaşın etkisi sonrasında Güneydoğu Anadolu bölgesinin(GAİB) Suriye ihracatı hızlı bir şekilde artmıştır. İhracat rakamları 2013 yılında bir önceki yıla göre %566 gibi çok büyük bir rakamla artarken aynı yıl GAİB'in Türkiye'nin Suriye'ye gönderdiği ihracat rakamlar içerisinde ki payı bir önceki yıla göre %12,6'dan %34,5 rakamına ulaşmıştır. 2014 yılında bir önceki yıla göre GAİB'in ihracat rakamları %132 artarken, Türkiye ihracatındaki payı %25,9 olarak tespit edilmiştir. Savaş sonrasında yaşanan ihracat artışı 2015 yılında da devam ederken bir önceki yıla göre ihracat rakamlarının %116 artışı, Türkiye ihracatındaki payının ise %35,4 olduğu gözlemlenmiştir. 2016 yılında, Suriye'de büyük bir oyuncu olan Rusya uçağının düşürülmesi ve diğer dış politikada yaşanan sorunlardan dolayı Türkiye'nin Suriye'ye olan ihracatı azalmıştır. TÜİK rakamlarına göre 2016 yılında bir önceki yıla göre ihracat %26 azalırken, GAİB'in Türkiye ihracatında %10 luk bir düşüş göstermiş ve %32,3 olduğu tespit edilmiştir. 2017 ve 2018 yılları rakamları dış politikada yaşanan olumlu gelişmeler sonucunda arttığı tespit edilmiş, 2018 yılında GAİB'in Türkiye ihracatındaki payının %40'a kadar ulaştığı tespit edilmiştir.

Tablo:3 Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Suriye ihracatı

Tarih	İhracat Rakamları	Bir Önceki yıla göre artış	Türkiye ihracatındaki payı
2006	\$69.914.704,18		11,5
2007	\$77.979.494,41	112%	9,8
2008	\$164.970.020,00	212%	14,8
2009	\$178.577.101,63	108%	12,6
2010	\$223.980.924,37	125%	12,1
2011	\$190.331.623,00	85%	11,8
2012	\$62.556.883,00	33%	12,6
2013	\$353.794.853,00	566%	34,5
2014	\$466.968.879,00	132%	25,9
2015	\$539.532.739,00	116%	35,4
2016	\$426.939.547,12	79%	32,3
2017	\$467.158.937,00	109%	34,3
2018	\$549.994.634,00	118%	40,9

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (www.tuik.gov.tr, E.T:09.02.2019)

Tablo:4'deki GAİB'teki ihracatın sektörel dağılımına bakıldığında zaman ilk sırada Sanayi ürünleri ikinci sırada ise tarım ürünleri bulunmaktadır. Sanayi ürünlerinden kasıt, Tarıma dayalı işlenmiş ürünler, Hayvansal Ürünler, Ağaç ve Ormanları vb. Ürünleri kapsarken, Tarım ürünleri ise bitkisel ve hayvansal ürünleri kapsamaktadır. Türkiye'nin Suriye ile yaptığı serbest ticaret anlaşması sayesinde 2006-2011 yıllarına kadar Tarım Sektörü bir diğer değişle temel ihtiyaçların ihracatında GAİB'in öneme sahip olduğu 2006 yılında yapılan 594.379.954 \$ ihracatın 2011 yılında 2.372.235 \$ ulaşmasıyla da istatistiksel olarak gözlemlenmiştir. 2011 yılında iç savaşın başlamasıyla temel ihtiyaç maddelerine olan talebin artışı gözlemlenmiştir. 2011 yılında ki ihracat rakamı 2.372.235 \$ iken 2015 yılına gelindiğinde 2.897.014 \$ ulaşmıştır. 2016 ve 2017 yılında Türkiye'nin dış politikada yaşadığı problemlerden dolayı, ihracattaki artış trendinin devam etmediği, 2018 yılında ise ihracatın tekrar yükseldiği gözlemlenmiştir. Sanayi sektöründeki ihracat rakamları incelendiği zaman, 2006 1.641.172.617 \$ olan ihracat rakamı, 2011 savaş sürecine kadar 4.567.101.166 \$ kadar büyük bir ivme kazandığı, savaş sürecinde Suriye'nin sanayi yapısında yaşanan sorunlardan dolayı ihracat rakamlarının 2016 yılına kadar artarak devam ettiği gözlemlenmiştir. 2016 yılında daha önce bahsedilen nedenlerden dolayı ihracat rakamlarının \$4.807.624.944,00 düştüğü, 2018 yılına gelindiğinde bu rakamın \$5.377.243.207 ulaştığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, İç savaş öncesi Suriye ile yapılan ikili anlaşmalar GAİB ihracatında büyük ivme kazandırdığı, savaş sonrası Suriye sanayisinde yaşanan sorunlardan dolayı ihracat artışının devam ettiği 2016 yılında ise dış politikada yaşanan sorunlardan dolayı bu ivmenin yavaşladığı 2017 ve 2018 yılında ihracat artış hızının yavaşlamasına rağmen artışı gözlemlenmiştir.

Tablo:4 GAİB'in Sektörel İhracat Rakamları

	Tarım Sektöründeki İhracat	Tarım Sektörü nün Bir önceki yıla göre değişimi	Sanayi Sektöründeki İhracat	Tarım Sektörünün Bir önceki yıla göre değişimi	Toplam	Toplam İhracat rakamının Bir Önceki Yıla göre değişim
2006	\$594.379.594,37		\$1.641.172.617,00		\$2.235.552.571,00	
2007	\$754.050.169,00	127%	\$2.082.101.257,00	127%	\$2.836.151.427,27	127%
2008	\$1.280.290.508,00	170%	\$2.606.567.111,00	125%	\$3.886.857.620,70	137%
2009	\$1.186.991.382,00	93%	\$2.654.168.979,00	102%	\$3.841.160.361,93	99%
2010	\$1.477.887.498,00	125%	\$3.630.420.274,00	137%	\$5.108.307.773,25	133%
2011	\$2.372.235.362,00	161%	\$4.567.101.166,00	126%	\$6.939.336.529,61	136%
2012	\$2.869.960.939,00	121%	\$5.191.018.157,00	114%	\$8.060.979.097,21	116%
2013	\$3.264.989.004,00	114%	\$5.919.713.651,00	114%	\$9.184.702.656,14	114%
2014	\$2.957.590.459,00	91%	\$5.922.312.934,00	100%	\$8.879.903.393,91	97%
2015	\$2.897.014.127,00	98%	\$5.417.916.480,00	91%	\$8.314.930.607,98	94%
2016	\$2.861.050.296,00	99%	\$4.807.624.944,00	89%	\$7.668.675.240,99	92%
2017	\$2.862.705.395,00	100%	\$5.119.190.608,00	106%	\$7.981.896.004,00	104%
2018	\$3.021.817.227,00	106%	\$5.377.243.207,00	105%	\$8.399.060.435,06	105%

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (www.tuik.gov.tr, E.T:09.02.2019)

Sonuç

Suriye ve Türkiye arasında dış ticaret ile ilgili yapılan araştırma sonucunda, 2007 ve öncesinde yapılan ikili anlaşmaların dış ticaretin gelişmesinde büyük öneme sahip olduğu, 2006 yılında 799.666.765 \$ olan dış ticaret hacminin 2011 Suriye’de ki iç savaş tarihine kadar 1.946.507.666 \$ kadar ulaştığı, istatistiksel olarak tespit edilmiştir. Savaş öncesi Türkiye’nin ihracat rakamları incelendiği zaman, 2006 yılında 609.417.00 \$ olduğu, 2011 yılında ise 1.609.861.216 \$ ulaştığı gözlemlenmiştir. 2011 yılında Suriye’de yaşanan iç savaş, ve savaş sonrası iki ülke arasında yaşanan sorunlar dış ticaret ilişkisine olumsuz olarak yansıdığı tespit edilmiştir. 2011 yılında 1.946.507.666 \$ olan dış ticaret hacmi yıllara göre düşüş gösterdikten sonra 2014 yılında 1.916.461.457 \$ seviyesine kadar ulaşan savaş öncesi dış ticaret hacmine yaklaşmıştır. 2016 ve 2017 yıllarında Rusya ile yaşanan politik sorunlar Suriye dış ticaretinde olumsuz olarak yansıdığı istatistiksel olarak da tespit edilmiştir. Türkiye’nin ihracat rakamları incelendiği zaman, 2014 yılında 1.800.962.479 \$ kadar ulaşarak savaş öncesi yapılan ihracat rakamlarına ulaşmıştır. 2018 yılında ise yapılan toplam ihracat 1.345.943.792 \$ seviyesine ulaştığı gözlemlenmiştir.

Türkiye’nin Suriye olan ihracatı savaş sonrası düşüş gösterirken GAB tersi bir tablo sergilediği gözlemlenmiştir. 2006 yılında 69.914.704 \$ olan ihracat rakamı 2011 savaş dönemine kadar 190.331.623 \$ ulaştığı tespit edilmiştir. Savaş sonrası dönemde GAB en fazla ihracatı 2015 yılında 539.532.739 \$ ile rekor bir düzeyle yaptığı istatistiksel olarak tespit edilmiştir. 2018 yılında ise yapılan ihracat 549.994.634 \$ olarak gözlemlenmiştir. Türkiye’nin ihracatı düşerken GAB ihracatının artmasının en önemli nedenleri, sınıra yakın olmasından dolayı sağladığı lojistik avantajı ve savaş sonrası temel ihtiyaç ürünlerine olan talebin artması ve GAB artan bu talebi karşılayabilecek altyapıya sahip olmasıdır.

Kaynakça

- Akal Mustafa, (2008), “Ortadoğu Sınır Ülkeleriyle Dış Ticaret Yoğunlaşması ve Yapısal Değişim”, s.271-296, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2).
- Basu ve Das, (2011), ‘Exports Structure and Economic Performance in Developing Countries: Evidence from Nonparametric Methodology.’ UNCTAD: New York ve Geneva.
- Başıhoş S., Özpınar E., Taşöz A.(2015), ‘Suriye’de İç Savaş ve Türkiye ile Suriye Arasındaki Ticaretin Niteliği, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
- DTM, Suriye Arap Cumhuriyeti Ülke Profili, Aralık 2008
- Genç M.,Gheasi M., Nijkamp P., Poot J.,(2011), ‘ *The impact of immigration on international trade: a meta-analysis*’, Norface Migration, Discussion Paper: 20
- Peri G, Requena F.,(2009), ‘*The trade creation effect of immigrants: evidence from the remarkable case of Spain*’, National Bureau of Economic Research, Cambridge,

İnternet Erişimleri;

- Dünya Bankası, <https://data.worldbank.org>, E.T 02.02.2019
- DTM, www.dtm.gov.tr, E.T:10.02.2019^[1]_[SEP]
- TÜİK, www.tuik.gov.tr^[1]_[SEP], E.T.09.02.2019
- ITC Trademap <https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>, E.T. 10.02.2019
- https://www.tepav.org.tr/upload/files/15305181213.TEPAV_Suriye_Sermayeli_Sirketler_Bulteni_Mayis_2018.pdf E.T.,02.02.2019

**ПАРАДОКСЫ «НЕОБХОДИМОСТИ» И «ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ» В
ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ
ИССЛЕДОВАНИЯ ПО АЗЕРБАЙДЖАНУ)¹**
PARADOXES OF “NECESSITY” AND “EXPEDIENCY”
IN UPBRINGING OF CHILDREN IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION
(BASED ON RESEARCH MATERIALS OF AZERBAIJAN)

Ягут АЛИЕВА

доктор философии по социологии, доцент Бакинского Государственного Университета,
факультета социальных наук и психологии, кафедры социологии
Азербайджан, БАКУ, yagut_family@mail.ru

Севиндж АЛИЕВА

доктор философии по социологии, преподаватель Бакинского Государственного
Университета, факультета социальных наук и психологии, кафедры социологии
Азербайджан, Баку yagut.aliyeva@gmail.com

ТЕЗИС

Как социальная ячейка общества, семья интегрирует в себе сложные общественные явления. Она отражает нравственные ценности, социально-экономическую основу общества, его противоречия и тенденции развития. По мнению автора, воспитательный процесс в нынешних условиях находится на перепутье. Ибо семья оказалась перед таким нелегким выбором: будущее общества требует одно, а повседневная жизнь, реалии дня – совсем другое, что условно автор называет «ножницами воспитания». Тем не менее, совершенно очевидно, что все сферы деятельности могут быть рациональными и интенсивными лишь в том случае, когда общество формирует всесторонне развитого субъекта общественной деятельности – «Человека». В этом чрезвычайно важном деле огромная доля ответственности лежит на семье, как ячейке общества, так как семья, как «общественная клеточка» несёт в себе противоречия, коллизии и дисгармонию общества.

В статье осуществлен анализ проблем семейного воспитания в современных условиях азербайджанской действительности, причём особый акцент делается на то, что в настоящее время на общеисторический процесс трансформации семьи в Азербайджане накладываются специфические проблемы процесса глобализации, что сопровождается значительными изменениями в общественных отношениях и ценностях.

Итак, в изменившихся условиях современной общественной практики возникла необходимость переосмысления характера семейно-брачных отношений и вопросов, относительно воспитания детей, формирования на междисциплинарной основе современной концепции решения этого вопроса, отвечающей реалиям сегодняшнего дня, современной социальной политике Азербайджана. От того, насколько оптимально, согласованно решается видимое противоречие между этими факторами, во многом будет зависеть гармоничное и эффективное обустройство общества.

Ключевые слова: Семья, Дети, Воспитание.

¹«KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE ÇOCUK YETİŞTİRİLMESİNDE “ZORUNLULUK” VE “UYGUNLULUK” PARADOKSLARI» (AZERBAIJAN ÜZERİNE ARAŞTIRMA BELGELERİNE DAYANARAK)»

ABSTRACT

As a social unit of society, family integrates complex social phenomena. It reflects moral values, social and economic basis of society, its contradictions and development trends. In author's opinion, at this juncture the educational process is at the crossroads. Because family has to make such a difficult choice: the future of society requires one thing, and everyday life, the realities of the day demand completely different, which the author calls "upbringing scissors" conditionally. Nevertheless, it is completely obvious that all spheres of activity can be rational and intensive only in the case when society forms a all-riund developed subject of social activity – "Person". In this extremely important affair, a huge share of responsibility lies on a family, as a cell of society, because the family, as a "social cell," carries contradictions, collisions and disharmony in society.

The article analyzes the problems of family upbringing in modern conditions of Azerbaijani reality, with a special emphasis on the fact that at present the specific problems of the globalization process are imposed on the general historical process of family transformation in Azerbaijan, that is accompanied by significant changes in social relations and values.

So, in the changed conditions of modern social practice, it is necessary to rethink the nature of family and marriage relations and issues regarding parenting, formation of modern concept of solving of this issue on the interdisciplinary basis that corresponds to today realities, the modern social policy of Azerbaijan. The harmonious and effective arrangement of society will largely depend on how optimally and interactively the apparent contradiction between these factors is solved.

Key words: Family, Children, Upbringing.

Постановка проблемы.

«...Детство важный период человеческой жизни, не подготовка к будущей жизни, а настоящая, яркая, самобытная, неповторимая жизнь. И от того, как прошло детство, что вошло в его разум и сердце из окружающего мира, - от этого, и многого другого в реальной степени зависит, каким человеком он станет завтра...» (Сухомлинский, 1969, 41).

Семья чутко реагирует на все изменения в экономике и социальной структуре общества, политике, и самые незначительные изменения внутрисемейных отношений всегда оказывают влияние на становление характеров, воли, чувств, мировоззрения подрастающего поколения. Эффективность семейного воспитания, главным образом зависит, с одной стороны, от социально-экономического потенциала семьи, с другой – от нравственно-психологического климата в ней. То есть как социальная ячейка общества, семья интегрирует в себе сложные общественные явления, отражающая нравственные ценности, социально-экономическую основу общества, его противоречия и тенденции развития.

Семья – это носитель национально-этнических традиций, где ребёнок усваивает родной язык, культуру, обычаи. В семье и через неё определяется и выражается стремление человека найти своё место в социальной жизни, дать нравственную оценку своей подлинной сущности. Ни одно воспитательное учреждение не может дать детям того, что даёт нормальная семейная атмосфера, общение ребёнка с отцом и матерью. Ибо, дети, выросшие в этих учреждениях (как, впрочем, и те, хотя и меньше, кто в ранние годы лишился отца или матери и воспитывался в неполной семье), обычно отстают в

чем-то от своих сверстников, растущих в полноценной семье, и они значительно труднее находят своё место в жизни.

Изложение основного материала.

Функциональные и структурные изменения семьи привели к ломке традиционного внутрисемейного отношения - «родители-дети», которое было стержнем расширенной семьи. Результаты исследований свидетельствуют о том, что в нынешних условиях значительно возросла социализирующая функция таких социальных институтов как детские воспитательные учреждения, школы, вузы, СМИ, социальная среда. И чем ребёнок становится старше, тем больше ослабевает влияние семьи и возрастает влияние школы, «улицы», друзей и знакомых и др.

Так, в четырехступенчатом социологическом исследовании (1990, 2003, 2013, 2018 гг.) был поставлен вопрос: Как Вы считаете, какую роль в воспитании ребёнка играют следующие социальные институты: семья, СМИ, учебные заведения, социальная среда?

Первоначально распределение ответов было таким: семья – 50%, средства массовой информации /СМИ/ – 30%, учебные заведения – 10%, социальная среда – 10%. В настоящее же время эти цифры выглядят иначе. Значительное большинство респондентов (более 90%) отводят семье определяющую роль в воспитании детей, и лишь 10% из них считает, что семья играет не определяющую роль. На втором месте в ответах на этот же вопрос стоит социальная среда. 66% респондентов считает, что именно социальная среда оказывает ощутимое воздействие на воспитание детей. Остальные 34% отводят ей второстепенную роль. Учебные заведения занимают третье место. Чуть более 50% респондентов считает, что учебные заведения играют важную роль в воспитании. Более 45% же, оценивают роль учебных заведений как второстепенную. Наконец, на четвертом месте в ответах на поставленный вопрос стоят средства массовой информации /СМИ/. Лишь ¼ опрошенных считают их роль в воспитании определяющей, остальные 75 с лишним процентов респондентов считают, что они не оказывают или оказывают незначительное воздействие на воспитание.

Указанная последовательность расстановки ответов на поставленный вопрос: семья → социальная среда → учебные заведения → СМИ, недостаточно адекватно отражает реальное положение дел. Скорее, здесь сыграло роль традиционно-консервативное отношение к роли семьи. Отсюда, и некоторое преувеличенное отношение к её роли. Пожалуй, этот же фактор и нашел свое отражение при оценке социальной среды. В Азербайджане существует своеобразный «изоляционизм» в отношении детей и среды. Заставляет задуматься отношение респондентов к роли СМИ в семейном воспитании. И это объяснимо. В значительном большинстве СМИ Азербайджана недостаточно гибко, с применением адекватных форм и методов, подходят к освещению семейной проблематики. В основном материалы СМИ, в зависимости от её партийной или иной принадлежности, сводятся либо к необоснованному восхвалению, либо к перечню негативных факторов в этой области (Алиева, 2007).

Следовательно, для нормального, полноценного развития ребёнка семья жизненно необходима, и её нельзя заменить никакими другими институтами или общественными учреждениями, так как существенное влияние на формирование личности ребёнка оказывает именно атмосфера внутри семьи (см. таблицы 1/а - г/).

Таблицы 1. (а-г)- Как Вы считаете, какую роль в воспитании ребёнка играют следующие социальные институты (сегодня) ? (в-%%)

Варианты ответов	Играют важную роль	Оказывают незначительное влияние	Не оказывают влияния	Затрудняюсь ответить
Семья	90,4	7,0	-	2,6
СМИ	24,8	53,0	11,4	10,8
Учебные заведения	54,2	29,6	9,6	6,6
Социальная среда	66,0	20,0	3,8	10,2

Таблица 1.1.(а) Какую роль в воспитании Вашего ребёнка играет семья? (в-%%)

Варианты ответов	В зависимости от				
	Обобщённые варианты ответов	Национальность		Пол	
		азерб-цы	не азерб-цы	муж.	жен.
Играет важную роль	90,4	78,2	12,2	34,8	55,6
Оказывает незначительное влияние	7,0	6,4	0,6	2,4	4,6
Не оказывает влияния	-	-	-	-	-
Затрудняюсь ответить	2,6	2,6	-	1,2	1,4

Таблица 1.2.(б) Какую роль в воспитании Вашего ребёнка играют СМИ? (в-%%)

Варианты ответов	В зависимости от				
	Обобщённые варианты ответов	Национальность		Пол	
		азерб-цы	не азерб-цы	муж.	жен.
Играет важную роль	24,8	19,8	5,0	9,6	15,2
Оказывает незначительное влияние	53,0	48,2	4,8	20,4	32,6
Не оказывает влияния	11,4	10,0	1,4	5,0	6,4
Затрудняюсь ответить	10,8	9,2	1,6	3,4	7,4

Таблица 1.3.(в) Какую роль в воспитании Вашего ребёнка играют учебные заведения? (в-%%)

Варианты ответов	В зависимости от				
	Обобщённые варианты ответов	Национальность		Пол	
		азерб-цы	не азерб-цы	муж.	жен.
Играет важную роль	54,2	46,0	8,2	22,2	32,0
Оказывает незначительное влияние	29,6	26,6	3,0	10,4	19,2
Не оказывает влияния	9,6	8,4	1,2	3,8	5,8
Затрудняюсь ответить	6,6	6,2	0,4	2,0	4,6

Таблица 1.4.(г) Какую роль в воспитании Вашего ребёнка играет социальная среда? (в-%%)

Варианты ответов	В зависимости от				
	Обобщённые варианты ответов	Национальность		Пол	
		азерб-цы	не азерб-цы	муж.	жен.
Играет важную роль	66,0	57,6	8,4	27,0	39,0
Оказывает незначительное влияние	20,0	18,0	2,0	5,6	14,4
Не оказывает влияния	3,8	2,8	1,0	2,2	1,6
Затрудняюсь ответить	10,2	8,8	1,4	3,6	6,6

Одной из причин отчуждения детей и родителей является значительно уменьшенный контакт между ними. Возрастает дефицит свободного времени у родителей, которые постоянно озабочены насущными проблемами быта, а соответственно, дети обделены вниманием, вследствие чего они недополучают необходимую эмоциональную поддержку, у них не формируется культура общения, что приводит к излишнему прагматизму.

Чтобы этого избежать, общество должно предпринять конкретные меры по изменению условий жизни семьи, а также поддержанию ценностей семьи и традиционной культуры. Между тем, семейное воспитание должно отвечать не только общественной заинтересованности в социализации молодого поколения, но и индивидуальной заинтересованности родителей в «духовном» воспроизведении себя в детях, а детей – в покровительстве, защите и нравственной помощи родителей.

В Азербайджане у истоков воспитания и формирования личности ребенка стоит мать. Этим отмечается приоритет матери в воспитании детей, хотя это нередко приводит и к феминизации воспитанников. Так, 3/5 опрошенных, имеющих детей, отметили, что в их семье дети воспитываются матерями. Изменение функциональных родительских ролей повсеместно связано с доминированием матери в уходе за ребенком, воспитании, ведении домашнего хозяйства и, следовательно, преобладанием контактов с ребенком, при котором происходит внутрисемейная феминизация воспитания, которая снизила социализирующую роль отца во многих семьях. Но, с другой стороны, в эгалитарных семьях воспитательная роль отца в последнее время серьезно возросла, вследствие чего происходит демократизация семейных отношений, которая тесно связана с демократизацией и гуманизацией воспитания детей (Конституция Азербайджанской Республики, 2003; Логаш, Опаловская, 1997: 42-44; Любина, 1997; Любина, 1997: 50-59; Мирзаджанзаде, 1993).

Роль отца в воспитательном процессе, в свою очередь, также занимает одно из важных мест. Однако, в нашем исследовании лишь 1/12 опрошенных родителей отметили, что в их семье воспитанием детей занимается отец. Очевидно, это результат того, что отцы или всё время на работе, или воспитание ребёнка их не «интересует» и они добровольно поручают эту функцию матери, или они слабы как личность, или физически отсутствуют в семье. Таким образом, отцы устраниваются от воспитания, считая, что карьера и деньги важнее. Поэтому, для нахождения оптимальных путей преодоления данной проблемы необходимо, чтобы учёные в области воспитания предприняли меры, для того чтобы дети не чувствовали «безотцовщины» от равнодушия отца в семье. Ибо данное явление нередко встречается и является даже

«нормой» в жизни современного азербайджанского общества.

Заметим, что в нашем исследовании принимали участие 47,2% респондентов, имеющих детей. Лица, имеющие детей отметили, что в их семье воспитанием ребёнка занимается: 29,8% мать, 3,4% - отец, 3,8% - старшие члены семьи (бабушка, дедушка), 0,2% - другие родственники, 10% (мать, отец, няня, бабушка, дедушка) - все вместе в зависимости от времени /см.таблицу 2/ (Алиева, 2007).

Таблица 2. Кто занимается воспитанием ребёнка в Вашей семье? (в-%%).

Варианты ответов	В зависимости от				
	Обобщённые варианты ответов	Национальность		Пол	
		азерб-цы	не азерб-цы	емуж.	жен.
Мать	29,8	26,4	3,4	11,8	18,0
Отец	3,4	3,4	-	2,0	1,4
Старшие члены семьи (бабушка, дедушка)	3,8	3,6	0,2	1,4	2,4
Другие родственники	0,2	0,2	-	0,2	-
Кто другой (укажите) – мать, отец, бабушка, дедушка, няня и т.п. в зависимости от времени	10,0	7,4	2,6	4,2	5,8

Особый разговор о так называемых неполных семьях, число которых растёт, и можно прогнозировать, что тенденция к их сокращению наметится не скоро. Феномен «неполная семья» всё настойчивее вторгается в наше общество и параметры его внушительны. Рост числа подобных семей сопровождается ростом сопутствующих проблем: экономических /поскольку такая семья имеет более низкий уровень жизни по сравнению с полными семьями/; воспитательных /негативные последствия в воспитании детей/; эмоционально-психологических /личного счастья или несчастья женщины/; социально-демографических /так как неполные семьи – следствие не только разводов, но и всё увеличивающегося числа внебрачных рождений/. Многие беды детей – следствие разрушенной семьи, ухода из неё отца, а иногда и матери (Aliyeva, Aliyeva, 2014: 17).

Характерно, что если ранее уход со стороны матери был главным способом домашнего попечения детей преимущественно самого раннего возраста, то есть до одного-двух лет, то в последние годы эта форма воспитания стала распространяться и на детей более старшего дошкольного возраста. Возникла опасность, что в недалёком будущем экстенсивное развитие системы дошкольных учреждений войдёт в противоречие с потребностями населения в них. Заметим, что и здесь наблюдается и тенденция феминизации воспитательного процесса.

По нашему мнению, главная задача сейчас – значительное улучшение качества обслуживания детей в воспитательных учреждениях, что непосредственным образом связано с повышением квалификации работников /особенно воспитателей/, оптимальном распределении численности детей в группах, улучшением материально-технической базы этих учреждений и т.п. Результаты исследований свидетельствуют, что существующая в общественных науках точка зрения относительно института семьи и брака в общем виде сводится к тому, что на значительно более развитой, чем сегодня, ступени развития технико-экономического развития мировой цивилизации можно себе представить ситуацию, когда семья утратит свои сегодняшние функции. Однако, в

современных условиях семья – необходимый для общества институт, и поэтому в интересах общества следует его поддерживать и крепить.

Более того, просчёты и негативные моменты процесса глобализации, поставили семью и её воспитательную функцию перед трудной дилеммой: либо воспитательную деятельность следует построить на общечеловеческих нормах и ценностях – свободы, справедливости, интеллектуальности, моральности и т.д., когда обнаруживается резкое расхождение с ныне существующими весьма негативными факторами, играющими роль отчуждателя. Либо же, в воспитательной деятельности семьи должны руководствоваться повседневностью, сиюминутностью, выживаемостью, что в целом не согласуется с «вечными» моральными, а также религиозными ценностями. Уже сама постановка вопроса в этой плоскости требует от нас видение проблемы с совершенно новой позиции.

На вопрос «Как на Ваш взгляд, от каких факторов в большей степени зависит эффективность семейного воспитания?» - распределение ответов было следующим образом: полной семье абсолютное большинство респондентов придали самое важное значение, т.е. 66,8% из всех ответивших. На втором месте оказался нравственно-психологический климат в семье (63,2%), что в результате отражается на обществе в целом, на третьем месте – форма и характер общения с детьми – 43,2%. Последующую роль в данном процессе играют педагогическая культура родителей (30%) и авторитет родителей (24,6%). От остальных же факторов, малодетности (8,2%), многодетности (6,6%) и др. эффективность семейного воспитания зависит не в значительной степени (Алиева, 2007).

Результаты исследования также показали, что около 85% опрошенных считает, что в республике, как и во всем мире имеет место процесс глобализации, отражающееся на семейных отношениях и воспитании детей. Так, 1/5 опрошенных не радуют глобальные изменения в обществе, так как они негативно отражаются на их семье /на традициях, ценностях, менталитете и др./. 1/4 опрошенных – эти изменения по душе, так как они позитивно влияют на их семью, и 42% опрошенных еще не чувствуют эти изменения в своей семье. Отсюда, процессы глобализации и трансформации, происходящие в мире, и связанные с ними нововведения, принимаются азербайджанским обществом весьма медленно и, возможно, с недоверием. В этой связи, более 17% опрошенных полагают, что в современных условиях необходимо воспитывать детей в духе высокой оценки духовных ценностей, около 22% - согласно требованиям времени, а остальные, более 60% респондентов считают, что при воспитании детей важно учесть и то и другое, 6,6% же – затруднились ответить. Около 1/4 опрошенных считают, что родители должны предоставить своему ребёнку свободу в его профессиональной ориентации, однако ограничения этой свободы должны существовать. Лишь более 5% считают, что выбор должны делать родители /см.таблицу 3./ (Алиева, 2007).

Таблица 3. На Ваш взгляд от каких факторов в большей степени зависит эффективность семейного воспитания? (возможно несколько вариантов ответов) (в-%)

Варианты ответов	В зависимости от				
	Обобщённые варианты ответов	Национальность		Пол	
		азерб-цы	не азерб-цы	муж.	жен.
Полная семья	66,8	59,6	7,2	24,6	42,2
Неполная семья	0,2	-	0,2	0,2	-
Многодетная семья	6,6	6,0	0,6	3,2	6,0
Малодетная семья	8,2	7,8	0,4	2,2	3,4
Нравственно-психологический климат в семье	63,2	54,2	9,0	22,8	40,4
Форма и характер общения с детьми	43,2	35,0	8,2	19,8	23,4
Авторитет родителей	24,6	21,4	3,2	11,4	13,2
Педагогическая культура	30,8	27,8	3,0	11,6	19,2

Итоги и основные выводы исследования.

Из вышесказанного вытекает, что в настоящее время прослеживается тенденция воспитания детей не из принципа «целесообразности», а из – «необходимости». И «необходимость» диктуется сегодняшними реалиями. Следовательно, можно прийти к заключению, что воспитательный процесс в нынешних условиях находится на перепутье. Ибо семья оказалась перед таким нелегким выбором: будущее общества требует одно, а повседневная жизнь, реалии дня – совсем другое, что условно можно назвать «ножницами воспитания». Тем не менее, совершенно очевидно, что все сферы деятельности могут быть рациональными и интенсивными лишь в том случае, когда общество формирует всесторонне развитого субъекта общественной деятельности – человека. В этом чрезвычайно важном деле огромная доля ответственности лежит на семье, как ячейке общества, так как семья, как «общественная клеточка» несёт в себе противоречия, коллизии и дисгармонию общества. И всё же, при любых обстоятельствах, все же важно учесть воспитательное значение религии, Корана, где есть призыв к честности, гуманности, порядочности, почитанию старших, и конечно же, вежливости. (Aliyeva, Aliyeva, 2014: 17).

При исследовании проблем детей, семейного воспитания и т.п. нельзя не затронуть детей, которые по тем или иным причинам оказались вне попечительства родителей. Согласно мнению Е.Б.Бреевой и др. российских и отечественных учёных, «...непонимание между детьми и родителями, детьми и учителями, жестокость и насилие со стороны взрослых, а в ряде случаев и сверстников, невозможность, а нередко и нежелание избежать конфликтных ситуаций приводят к уходу ребёнка из дома, детского дома, приюта...» (Бреева, 1999:143). Полагаем, что изучение данного аспекта проблемы должно рассматриваться комплексно в рамках более широкого анализа общества, детей, как особой социальной группы, семейных отношений, что даст возможность раскрыть причины возникновения иных проблем в обществе. Заметим, что в научном плане, проблема бездомных детей, в нашем случае в Азербайджане, малоизученна /в особенности с социологической позиции/, хотя данной проблемой, в той или иной степени занимаются специалисты в области педагогики и психологии. Исследования могут стать исходным в помощь государству для нахождения оптимальных путей преодоления данного явления, оказания помощи бездомным детям и др. Полагаем, что для преодоления проблем в данной сфере

необходимо построение гуманного общества, где дети станут привилегированным «классом» (Бреева, 1999; Мирзаджанзаде, 1993). Между тем, в Конституции Азербайджанской Республики говорится: «Забота о детях и их воспитание являются долгом родителей. Государство контролирует выполнение этого долга» /статья 34/ (Конституция Азербайджанской Республики, 2003). Руководство страны, в свою очередь, претворяет в жизнь ряд программ и мероприятий по преодолению проблем в данной сфере (реструктурирование Госкомитета по проблемам женщин в Госкомитет по проблемам семьи, женщин и детей реализация ряда программ связанных с проблемами детей, которые по тем или иным причинам остались вне попечительства родителей и др. /под руководством первого Вице Президента М.Алиевой и др./).

Наряду с вышесказанным, в последние годы появились и новые проблемы в сфере воспитания и образования. Это - сиюминутность решений проблем, увлечение «западными» моделями образования без учёта национальных особенностей и истории развития отечественного образования, необработанность их в стране, а лишь механическое перенесение приёмов и методов, пренебрежение традициями и др. Однако, как справедливо замечает К.Д.Ушинский, изучив педагогические системы наиболее развитых стран, можно прийти к выводу, что каждая страна имеет свою систему образования, которая выражает характер своего народа, сознает он это или нет. Более того, «воспитание», созданное самим народом и основанное на народных началах, имеет ту воспитательную силу, которой нет в самых лучших системах, основанных на абстрактных идеях или заимствованных у другого народа (Павлова, 1997: 27-29; Пинт, 1971; Социология в вопросах и ответах, 2000; Сухомлинский, 1969; Троицкий, 1997: 16-24; Умом и сердцем: Мысли о воспитании, 1980; Ушинский, 1974: 95; Zeynalov, 1990).

В современных условиях ситуация в системе образования Азербайджана меняется, при котором в центр внимания ставится личность учащегося, а традиционный обезличенный учебный процесс уходит в прошлое. Вместе с тем, слишком сильно выражается и прагматизм в воспитательном и образовательном процессе. Однако, цель оптимального образования сегодня должна заключаться в том, чтобы научить ребёнка справляться с уже известными, повторяющимися ситуациями, предоставляя ему при этом возможность принимать самостоятельные решения, думать (Алиева, 2008).

Очевидно наличие множества трудностей в решении этой проблемы, но, между тем, их можно разрешить через призму более глубоких научных и практических методов и методологий философских и социологических учений. Для этого, необходима интенсификация системы образования, реализация общечеловеческих духовных, национальных /религиозных/ ценностей. И для претворения в жизнь этой важной цели, наряду с усвоением общечеловеческих духовных ценностей, нужно оставаться верными собственным традициям, национально-культурным ценностям и историческому прошлому своего народа, так как эти ценности имеют особо важное значение в процессе формирования нового поколения. В силу этого, можно сослаться на слова общенационального лидера азербайджанского народа Гейдара Алиева, который неоднократно в своих выступлениях отмечал: «...Наш собственный корень, очень здравый корень, и мы должны гордиться им. Самым важным фактором успеха в жизни является верность своему корню...», что является могучим воспитательным средством. «...Азербайджанский народ сохранил, и впредь будет сохранять свои исторические корни, свои национальные ценности, духовные ценности...» (Речь Президента Республики Гейдара Алиева на встрече с молодёжью по случаю дня

молодёжи Азербайджана, 2001). *Мы, в свою очередь, безусловно, согласны с этой мыслью, и считаем, что от того насколько оптимально, согласованно решается видимое противоречие между этими факторами, во многом будет зависеть гармоничное и эффективное обустройство общества.*

Summary

There is done an analysis of problems of family upbringing in modern azerbaijani reality in the article. In author's opinion, an upbringing process in modern society is at a crossroads, because the future of the society requires one thing, but reality – other one, what author calls “the scissors of upbringing”. In changed conditions of modern social practice there is a necessity reassessing the character of family relations, family education, forming of modern concept of solving the problem on interdisciplinary basis according the social politics of our state. Harmonious and effective functioning of society depends on the optimal way of solving this contradiction.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Алиева Я.Н. (2007). Тенденции изменения социальной структуры азербайджанского общества и их отражение на семейных отношениях. Дис. ...канд.социол.наук. Баку.
2. Алиева С.Н. (2008). Социологические основания оптимизации системы образования в Азербайджане. Дис. ...канд.социол.наук. Баку.
3. Бреева, Е.Б. (1999). Дети в современном обществе. Москва.
4. Конституция Азербайджанской Республики, (2003). Баку.
5. Логаш, Л., Опаловская, Л. (1997). О новых подходах к воспитанию детей раннего возраста // Дошкольное воспитание, № 9, с.42-44.
6. Любина, Г. (1997). Как воспитать своего ребенка удачником? // Дошкольное воспитание, 1997, № 1, с.50-59.
7. Мирзаджанзаде, А.Х. (1993). Этюды о гуманитаризации образования. Баку.
8. Павлова, Л.К. (1997). Наследие – фундамент культуры // Форум общественности «Дети, семья, общество: проблемы духовности», Москва, с.27-29.
9. Пинт, А.О. (1971). Это вам, родители: Раздумья педагога о воспитании школьников. Москва.
10. Речь Президента Республики Гейдара Алиева на встрече с молодёжью по случаю дня молодёжи Азербайджана.../ (2001). Газета «Бакинский рабочий», 3 февраля.
11. Социология в вопросах и ответах. Учебное пособие / Под редакцией В.А.Чуланова. (2000). Ростов-на-Дону.
12. Сухомлинский, В.А. (1969). Сердце отдаю детям. Киев.
13. Троицкий, В.Ю. (1997). Школа и возрождение национального самосознания // Воспитание школьников, № 3, с.16-24.
14. Умом и сердцем: Мысли о воспитании / Под ред. Н.И.Монахова (1980), Москва.
15. Ушинский, К.Д. (1974). Избранные педагогические сочинения. Москва.
16. Zeynalov, S.M. (1990). Təlim-tərbiyə prosesinin aktual məsələləri. Bakı.
17. Aliyeva Y., Aliyeva S. (2014). Küreselleşme sürecinde Azerbaycan toplumunda maneviyat sorunu: Çocuk, aile ve toplum ilişkisi.“Disiplinlerarası Çocuk ve Kadın Sempozyumu”. Özet Kitabı. İstanbul. S.74. («Междисциплинарный симпозиум детей и женщин»). 16-18 июня 2014 г. Стамбульский Университет Сабахаттина Займа. Стамбул.

**OTEL İŞLETMELERİNDE YİYECEK İÇECEK ÇALIŞANLARININ DUYGUSAL
EMEK DÜZEYLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN
İNCELENMESİ**

INVESTIGATION OF THE EMOTIONAL LABOR LEVELS OF FOOD AND BEVERAGE
EMPLOYEES IN THE HOTEL COMPANIES IN TERMS OF DEMOGRAPHIC
VARIABLES

Halil KORKMAZ

Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi,
halilkorkmaz@comu.edu.tr, Çanakkale, Turkey

Neşe AYDIN

Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler
Yüksekokulu, nesekafa@comu.edu.tr, Çanakkale, Turkey

İlayda Zeynep NİYET

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ilaydaniyet@hotmail.com,
Çanakkale, Turkey

ÖZET

Müşteri ilişkilerinde yalnızca doğru davranışları sergilemenin yeterli olmadığı, çalışanlardan doğru duygusal tepkileri göstermelerinin de beklendiği günümüz koşullarında, duygusal emek kavramı, özellikle hizmet sektörü çalışanları için önem arz etmektedir. Hizmet sektöründe müşteri-çalışan etkileşiminin önemli bir ögesi ise duygular oluşturmaktadır. Hizmet sunanlar, duygusal tepkilerini müşteride memnuniyet yaratacak şekilde düzenlemekle yükümlü hale gelmiştir. Hizmetler sektörü içerisinde önemli bir yere sahip olan turizm sektörü, duygusal emeğin başat olarak ortaya konduğu sektörlerden biridir. Bu sektörde duygusal emek ve buna bağlı çalışan-müşteri ilişkisi oldukça önemli bir yer tutar. Çünkü hizmetin sonunda müşterinin elde ettiği fayda çoğunlukla soyut olarak ortaya çıkar ve elde edilen deneyimler ya da anılar üzerinden müşteri memnuniyetine yansır. Bu nedenle müşteri memnuniyeti sağlamanın temel koşullarından bir tanesi de çalışanların gösterdikleri duygusal emeğin niteliğidir. Bu açıdan duygusal emek kavramının anlaşılması otel işletmelerinde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasına ve dolayısıyla rakiplerine göre avantaj elde etmelerine katkı sağlayacaktır.

Turizm sektöründe özellikle otel işletmelerinde yoğun emek harcanması, uzun çalışma saatleri, tatil günlerinde çalışılması gibi nedenlerden dolayı bireylerin duygu gösterimleri istenen düzeyde olmayabilmektedir. Bununla birlikte çalışanların demografik özelliklerine bağlı olarak duygusal emek gösterimlerinin farklılık arz ettiği daha önceki bazı çalışmalarda tespit edilmiştir. Bu çalışmanın amacı otel işletmelerinin yiyecek içecek ünitelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek düzeylerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışma süresi, kadrolu veya ekstra (çağrı usulü) çalışma gibi demografik değişkenler açısından incelenmesidir. Bu amaçla İzmir şehir merkezinde bulunan 5 adet 5 yıldızlı zincir otelin yiyecek içecek bölümünde çalışmakta olan 218 işgörenden anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler fark testleriyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda yaş arttıkça yüzeysel davranış gösteriminin azalıp, hakiki davranış gösteriminin arttığı görülmektedir. Servis departmanlarında çalışanların mutfak/bulaşıkhanede departmanlarında çalışanlara göre daha çok yüzeysel davranış gösterdikleri tespit edilmiştir. Kadrolu çalışanların ekstra çalışanlara göre daha yüksek düzeyde hakiki davranış ve derin davranış

gösterip daha düşük düzeyde yüzeysel davranış gösterdikleri tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda otel işletmelerinin yöneticilerine ve akademiye yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, Demografik Özellikler, Yiyecek İçecek Çalışanları

ABSTRACT

In today's conditions, the concept of emotional labor is important especially for service sector where customer relationships requires not only displaying the right behaviors but also showing the right emotional reactions. Emotions are an important element of customer-employee interaction in the service sector. The service provider has become obliged to regulate the emotional response to the satisfaction of the customer. The tourism sector, which occupies an important place in the services sector, is one of the sectors in which emotional labor is predominant. Emotional labor in this sector and the related employee-customer relationship take an important place. Because at the end of the service, the benefit obtained by the customer is mostly abstracted and reflected on customer satisfaction through the experiences or memories obtained. Therefore, one of the basic conditions of providing customer satisfaction is the quality of emotional labor displayed by employees. In this respect, understanding of the concept of emotional labor will provide service quality and customer satisfaction in hotel businesses and thus contribute to their advantage over their competitors. Emotions of individuals may not be at the desired level due to reasons such as intensive labor in hotels, intensive working hours and working on holidays. However, some previous studies have found that emotional labor demonstrations differ depending on the demographic characteristics of the employees. The aim of this study is to investigate the emotional labor levels of employees working in food and beverage units of hotel enterprises in terms of demographic variables such as gender, age, marital status, education level and working time. For this purpose, data from 218 employees working in the food and beverage section of 5-star chain hotels in the city center of Izmir were collected. The obtained data were analyzed by difference tests. As a result of the research, it is seen that as the age increases, the surface acting decreases and the genuine acting increases. It was determined that the employees in the service departments showed more surface acting than those working in the kitchen/scullery departments. It has been determined that permanent employees exhibit more genuine acting and deep acting and less surface acting than the extra employees. At the end of the research, suggestions were given to hotel managers and the academy.

Key Words: Emotional Labor, Demographic Characteristics, Food and Beverage Employees.

1. GİRİŞ

Hizmet sektöründe müşteri-işgören etkileşiminin önemli bir ögesini duygular oluşturmaktadır. Hizmet sunan, duygusal tepkilerini müşteride memnuniyet yaratacak şekilde düzenlemekle yükümlü hale gelmiştir (Oral ve Köse, 2011: 464). Böylece müşteri memnuniyetini artırmak için empatik davranarak hizmet sunan işgörenlerin hizmet kalitesi düzeyinin artırılmasında önemli bir rolü bulunmaktadır (Serçek ve Serçek, 2017: 417). Dolayısıyla günümüz koşullarında hizmet çalışanları aldıkları ücretin karşılığında kendi duygularını kullanarak karşı tarafın duygularını yönlendirme görevini de yerine getirmek durumundadırlar (Oral ve Köse, 2011: 464). Çalışan kişinin müşterilerle karşılaşması sırasında, müşteri memnuniyetinin sağlanması için bazı duygusal ifadeleri karşıya geçirmesi ve bunu söz ve beden diline yansıtması ile duyguların işin bir parçası olarak bir meta aracı, ticari bir unsur olarak kullanılması nedeniyle gösterilen emek, duygusal emektir (Çakmakçı ve Öztürk, 2017:152).

Duygusal emek kavramı ilk defa sosyolog Arlie Hochschild'in 1983 yılında yaptığı çalışmada kullanılmıştır. Hochschild (1983) duygusal emeği "duyguların işin bir parçası olarak herkes tarafından görülebilir şekilde yüz ve beden hareketleri ile sergilenmesi" olarak tanımlamıştır. Başka bir tanıma göre ise, Ashforth ve Humphrey (1993) daha da genelleyerek duygusal emeği, "uygun duygular sergileme eylemi" olarak tanımlamaktadır (Gardner & Martinko, 1988). Dolayısıyla duygusal emek, tetiklenen duyguyu bastırmayı ve rahat ve güvende bakmayı diğer bir ifadeyle akıl ve duygu koordinasyonunu ifade etmektedir (Hochschild, 1983:7). Morris ve Feldman (1996) tarafından yapılan tanıma göre ise duygusal emek, "kişilerarası iletişim sırasında örgütsel olarak istenen duyguyu ifade etmek için gereken çaba, planlama ve kontrol sürecidir". Çalışanın duygularını yönetmesi için ise kullanabileceği iki temel strateji tanımlanmıştır (Mumcu ve Eser, 2017). Hochschild (1983), bu stratejileri, yüzeysel davranış ve derinden davranış olarak adlandırmaktadır. Ashforth ve Humphrey (1993) ise, Hochschild (1993)' in duygusal emek boyutlandırmasına ek olarak çalışanların duygusal gösterim süreçlerinde her zaman rol yapmak zorunda olmadıklarını, bazen gerçekte hissettikleri duyguları da sergileyebileceklerini belirterek bu iki boyuta hakiki davranışı da eklemişlerdir. Buna ek olarak çalışanların duygusal emek davranışlarını hangi formda sergilediği üzerine yapılan araştırmalarda, duygusal emek davranışları sergilemenin üç genel başlık altında toplandığı, bunların; yüzeysel davranış, derinsel davranış ve hakiki davranış oldukları görülmektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993; Grandey, 2000; Hochschild, 1983). Yüzeysel davranış, çalışanların gerçek hislerini değiştirmedikleri halde duygularını kontrol ederek davranışlarını değiştirmesi şeklinde ifade edilmektedir (Grandey, 2003:8). Bu tanıma göre örneğin bir çalışan, gerçekte müşteriye karşı kızgınlık duygusu hissettiği bir durumda dışarıdan bakıldığında müşteriye karşı gülümser görünür ve kızgınlık duygusunu bastırarak dışarıya sahte bir duygu yansıtmaktadır (Akbıyık, 2013:15). Derinden davranış ise, kişilerin gerçek hislerini kendilerinden beklenen davranışlarla uyumlu hale getirmesine yönelik çabalarını içeren davranış biçimi olarak değerlendirilmektedir (Grandey, 2003: 87). Bu tanıma göre diğerlerine gösterilmesi gereken duyguları gerçekten hissetmek için çaba harcamak, bu duyguları gerçekten yaşamaya ve işin bir parçası olarak göstermeye çalışmak gerekmektedir (Brotheridge ve Grandey, 2002: 35). Yüzeysel rol yapma ile derinden rol yapma arasındaki temel fark; yüzeysel rol yapmada amaç işi kaybetmemek iken; derinden rol yapmada, örgütün beklentilerini ve müşterinin tatminini sağlamaktır (Grandey, 2003: 87). Dolayısıyla yüzeysel davranış gözlemlenebilir ifadeleri yönetme, derin davranış ise duyguları yönetme süreci olarak belirtmek mümkündür (Grandey, 2000). Bu farktan dolayı, yüzeysel rol yapmada sergilenen duygunun sahte olduğu karşı tarafça hissedilirken, derinden rol yapmada hissedilememektedir (Grandey, 2003: 87). Hakiki davranış ise bireylerin, her zaman duygusal çaba göstermek ya da rol yapmak zorunda olmadıklarını; bazen de iş süreçlerinde içlerinden geçen davranışları sergilemelerini içermektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993: 33). Bu davranış türünde duyguların içten bir şekilde sergilenmesi söz konusu olmakta, herhangi bir maskeleye ya da rol yapma görülmemektedir. Yansıtılan duygular, doğallıkla kendiliğinden gelişmektedir (Akbıyık, 2013:15).

Duygusal emeğin amacı, örneğin bir çalışanın satış yapacağı müşteriye kendini iyi hissettirmesi veya bir polisin tutukluya kendini kötü hissettirmesi olarak ifade edilir. Dolayısıyla duygusal emek, bazı mesleklerde pozitif duyguları davranışa dönüştürme süreci iken, bazı meslekler için negatif duyguların sergilenmesi gerekli olmaktadır. Her iki durumda da, beklenen davranışların temelinde yer alması gereken duyguları hissetme yükümlülüğü çalışandan beklenmektedir (Türkay vd., 2011: 203). Aynı zamanda turizm sektörü içinde çalışanlar açısından nasıl davranılacağını ortaya konan kurallar, toplumsal olarak içinde bulunduğu genel çevre şartlarından bağımsız olarak tamamen o işyeri kuralları ölçeğinde ve müşteri beklentileri doğrultusunda şekillenir. Yani çalışanlar, kendi duygu ve düşüncelerinden

ziyade kendisinden beklendiği şekilde davranmak ve böylece duygularını işverenin kontrolüne bırakmak zorunda kalmaktadır (Çakmakcı ve Öztürk, 2017: 150). Bu durumda duyguların işin bir parçası haline gelmesi ve çalışanların yöneticiler tarafından belli bir duygusal formata sokulması her ne kadar müşteri memnuniyetini artırsa da, ortaya çıkabilecek duygusal uyumsuzluklar nedeniyle işgörenler olumsuz etkilenebilmektedir. Konuya ilişkin yapılan çalışmalarda çalışanlar tarafından yaşanan duygusal uyumsuzlukların gerilime sebep olduğu, çalışanların sıkça iş aile çatışması, tükenmişlik gibi olumsuz durumlarla karşı karşıya kaldıkları belirlenmiştir (Çelik ve Turunç, 2011: 227). Yürür vd. (2011) tarafından yapılan bir çalışmada, müşteri ile birebir iletişim içinde olan çalışanlar diğer çalışanlardan farklı olarak, yerine getirmeleri gereken görevlerinin yanı sıra müşterilerin tepkileriyle başa çıkmaya çalışmakta olduklarını ifade etmektedir. Ayrıca duygusal emek, verimlilik artışı, hizmet kalitesinde yükselme, satışlarda ve müşteri memnuniyetinde artış gibi olumlu sonuçların yanı sıra; iş doyumsuzluğu, tükenmişlik, psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıklar, yabancılaşma gibi birçok olumsuz etkisi, işgörenlerin ve işletmelerin hayatında önemli bir rol oynamaktadır (Oral ve Köse, 2011: 464). Ayrıca turizm ve otelcilik sektörü çalışanlarının yaşadığı sorunlar hem sektörün mevsimselliği, uzun çalışma süreleri, boş zaman dengesizliği, düşük ücret gibi yapısal özelliklerinden kaynaklanabilmekteyken hem de işin yapılış şekli olarak duygusal emek yönünden yaşanan duygusal uyumsuzluk sorunları neticesinde ortaya çıkan sorunlar şeklinde kendini gösterebilmektedir. Her iki yönden ortaya çıkan sorunların birbirini etkilediği de açıktır (Çakmakcı ve Öztürk, 2017:157).

Duygusal emek konusunda yapılan araştırmaların çoğu, birey ve örgüt üzerindeki etkilerini anlamaya yöneliktir. Duygusal emeğin bireysel açıdan tükenmişlik (Zammuner ve Galli, 2005; Oral ve Köse, 2011; Kaya ve Özhan, 2012; Yıldırım ve Erul, 2013; Eroğlu, 2014; Yıldız, 2014; Ulutaş, 2015; Yakar, 2015; Koçak ve Gürsoy, 2018), duygusal tükenme (Morris ve Feldman, 1996; Zammuner ve Galli, 2005; Yürür ve Ünlü, 2011; Çakmakcı, 2015; Mengenci, 2015), iş tatminsizliği (Genç, 2013; Biçkes vd., 2014; Kızanıklı, 2014; Pala ve Tepeci, 2014), işten ayrılma (Yürür ve Ünlü, 2011; Beğenirbaş ve Çalışkan, 2014), iş-aile çatışması (Çelik ve Turunç, 2011; Pala Morkoç, 2014; Işık, 2015), yabancılaşma (Kurt, 2013) gibi negatif sonuçlara yol açtığını gösteren araştırmalara rastlanmaktadır. Ayrıca duygusal emeğin örgüt üzerindeki etkileri açısından etik liderlik (Kafadar ve Kaygın, 2017), örgütsel adalet (Keleş, 2014; Keleş ve Tuna, 2016), iş performansı (Beğenirbaş ve Çalışkan, 2014), örgütsel bağlılık (Türkay vd., 2011; Gülova vd., 2013; Bayrakçı, 2017), örgütsel güven (Ünal, 2011), örgütsel vatandaşlık davranışı (Beğenirbaş ve Meydan, 2012) gibi konularda etkilerini gösteren araştırmalar da mevcuttur. Bazı araştırmacılar ise çalışanların kişilik özelliklerini (Beğenirbaş ve Yalçın, 2012; Saltık ve Asunakutlu, 2017) duygusal emek kavramı ile birlikte incelemişlerdir. Türkiye’de duygusal emek konusunda yapılan lisansüstü tezlerde turizm sektörüne yönelik araştırmaların ağırlıkta olduğu görülmektedir (Pala, 2008; Ünal, 2011; Baş, 2012; Genç, 2013; Kurt, 2013; Kızanıklı, 2014; Yıldız, 2014; Pala Morkoç, 2014; Keleş, 2014; Işık, 2015; Demirel, 2015; Ulutaş, 2015; Çakmakçı, 2015; Yakar, 2015; Ayana, 2016). Bu durum, genel olarak duygusal emek araştırmaların hizmet sektöründe yoğunlaşması ile uygunluk göstermektedir. Turizm dışında; eğitim, sağlık, kamu, bankacılık, sektörlerinde ve avukatlık, kuaförlük gibi meslek gruplarında araştırmalar yürütülmüştür (Mumcu ve Eser, 2017). Bu çalışmada, turizm sektöründe hizmet veren yiyecek içecek çalışanlarının duygusal emek davranışlarının demografik değişkenler açısından ele alınacaktır. Bu açıdan duygusal emek kavramının anlaşılması turizm işletmelerinde hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetinin, işgörenlerin memnuniyeti ve bağlılığın artırılmasında önemli etkileri olacak bir değişkendir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Literatürde yapılan araştırmalarda, kişilerin duygusal emek davranışlarını nasıl sergileyeceğinin bir belirleyicisi olarak bireysel farklılıkların rolü üzerinde durulmaktadır (Grandey, 2000; Kaya, 2009; Kızanıklı, 2014; Yıldız, 2014; Demirel, 2015). Söz konusu bireysel farklılıklar bu araştırmada cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, deneyim ve ücret olarak incelenmiştir:

İş yaşamında hemen herkes duygusal emek göstermekle birlikte bunun çoğunluğu ise kadınlardan beklenmektedir. Çünkü kadınların duygularını erkeklerden daha rahat gösterdikleri, duygusal anlamda daha duyarlı olduklarına ilişkin kabuller, kadınların bu rollerini örgütsel yaşama da taşıyacakları beklentisini ortaya çıkarmaktadır (Scott ve Barnes, 2011:120). Bunu destekler nitelikte kadınlar başkalarının ihtiyaçlarına karşı duyarlı olma, duygularını kontrol etme ve olumlu duygusal tepkiler verebilme gibi konularda erkeklere oranla daha başarılı olmaktadır (Domagalski, 1999; Erickson ve Ritter, 2001; Taylor ve Tyler, 2000; Hochschild, 1983; Ünal,2011; LaFrance ve Banaji, 1992; Rafaelli, 1989; Meier vd. 2006). Ayrıca yapılan çeşitli çalışmalarda cinsiyet ile duygusal emeğin farklı boyutları arasında ilişkiler tespit edilmiştir (Beğenirbaş ve Yalçın, 2012; Yakar, 2015; Kızanıklı, 2014). Türkay vd.(2011)'nin hizmet işletmelerinde çalışan orta kademe yöneticiler üzerinde yaptığı araştırmada erkeklerin yüzeysel davranış gösterim düzeylerinin kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Buradan yola çıkarak şu hipotez kurulmuştur:

H_{1abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri cinsiyet açısından istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Literatürde duygusal emek konusunda yapılan araştırmalarda çalışanların duygularını kontrol etmelerinde yaşın etkisi olduğuna yönelik bulgular elde edilmiştir. Gross vd. (1997)'nin araştırmalarında, yaş ile duygu kontrolü ve düzenlemesi arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Buna göre, yaşı büyük olan çalışanlar, duygularını daha fazla kontrol edebilir ve uygun duyguları sergileyebilir (Hochschild, 1983; Kruml ve Geddes, 2000; Pala, 2008; Dahling ve Perez, 2010; Baş, 2012; Akbıyık, 2013; Kızanıklı, 2014; Pala ve Tepeci, 2014; Keleş, 2014; Yakar, 2015,Ünal,2011). Çeşitli çalışmalarda yaş ile duygusal emeğin farklı boyutları arasında ilişkiler tespit edilmiştir. Kızanıklı (2014) ve Keleş (2014) tarafından yapılan çalışmalara göre çalışanların yaşı yükseldikçe yüzeysel rol yapma davranışlarının azaldığı söylenebilir. Buradan yola çıkarak şu hipotez oluşturulmuştur:

H_{2abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri yaşa göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Hochschild'e göre (1983) duygusal emek, diğer bir ifade ile duygu işi veya duygu yönetimi; bir ücret karşılığında satılır ve değişim değeri vardır. Bu açıdan, ücret hem yapılan işin bir karşılığı hem de işgörenleri motive edici dışsal faktörlerden birisidir (Şimşek, 2009: 216). Daha fazla ücret alanların daha fazla derin davranış sergiledikleri ve ücretin çalışanların davranış kurallarına uygun şekilde davranmak için çaba harcamalarında etkisi olduğuna yönelik çalışmalar bulunmaktadır (Kızanıklı, 2014: 110;Wong ve Wang, 2009;Adelmann, 1995). Buradan yola çıkarak şu hipotez kurulmuştur:

H_{3abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri gelir durumuna göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Duygusal emek davranışlarını sergilemede etkili olduğu düşünülen bir diğer sosyo-demografik özellik ise çalışanların medeni durumları olarak gösterilebilir (Özgen, 2010: 38). Yapılan çeşitli araştırmalarda da medeni durumun duygusal emek davranışlarında anlamlı farklılık oluşturmadığı sonucu elde edilmiş olmasının yanında (Zammuner ve Galli, 2005; Öz,

2007; Sloan, 2008; Koçak ve Gürsoy,2018; Kaya, 2009; Baş,2012; Oral ve Köse, 2011) bazı araştırmalarda da fark olduğu belirlenmiştir (Yıldız,2014; Kızanlıklılı,2014; Keleş, 2014). Yıldız (2014) yaptığı çalışmasında bekârların evli çalışanlara kıyasla daha yüksek düzeyde duygusal emek sarf ettikleri belirlenmiştir. Kızanlıklılı (2014) ise, bekâr olanların evli olanlara kıyasla daha fazla yüzeysel davranış, evli ve çocuklu çalışanların ise bekâr olanlara kıyasla daha fazla hakiki davranış, sergileme eğiliminde oldukları sonucunu elde etmiştir. Buradan yola çıkarak şu hipotez oluşturulmuştur:

H_{4abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri medeni duruma göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Yapılan çeşitli çalışmalarda çalışanların eğitim durumu grupları açısından duygusal emek davranışlarının farklılık gösterdiği belirlenmiştir (Yıldız,2014; Keleş,2014; Kaya ve Özhan,2012; Koçak ve Gürsoy,2018).Buna göre bireylerin eğitim düzeyi arttıkça derin ve doğal davranışları sergileme eğilimlerinin azaldığı ortaya konulmaktadır (Keleş,2014;Kaya ve Özhan,2012). Bunun yanında duygusal emek davranışı ile eğitim düzeyi arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı çalışmalar da mevcuttur (Çaldağ, 2010 ve Seçer ve Tınar, 2004). Buradan yola çıkarak şu hipotez oluşturulmuştur:

H_{5abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri eğitim durumuna göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Buradan yola çıkarak şu hipotez kurulmuştur:

Yapılan çeşitli çalışmalarda mesleki deneyim, duygusal emeği etkileyen bir başka faktör olarak kabul görmekte ve mesleki deneyim ile duygusal emek arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu belirlenmiştir (Öz, 2007; Kızanlıklılı, 2014; Keleş, 2014; Güzel vd., 2013; Yıldız, 2014). Kim (2008) işletmede kıdemli olanların duyguları kontrol edebilme becerilerinin yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca deneyimleri az olanlar deneyimleri fazla olanlara kıyasla daha fazla yüzeysel davranış (Kızanlıklılı, 2014), deneyimleri daha fazla olanlar ise daha fazla hakiki davranış (Kızanlıklılı, 2014; Öz,2007) ve derin davranış (Bayrakçı, 2017; Güzel vd., 2013) sergileme eğilimine sahiptir. Çalışma süresinin sergilenen duygusal emek davranışları üzerinde anlamlı farklılık yaratacak düzeyde olmadığına yönelik de araştırmalar bulunmaktadır (Öz, 2007; Kozak ve Güçlü, 2008; Pala, 2008; Kaya, 2009; Oral ve Köse, 2011). Yapılan çeşitli çalışmalarda mesleki deneyimin yanı sıra mevcut işyeri deneyimi de, duygusal emeği etkileyen bir başka etken olarak kabul edilmektedir (Kızanlıklılı, 2014; Keleş, 2014; Bayrakçı, 2017). Buradan yola çıkarak şu hipotez oluşturulmuştur:

H_{6abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri işletmede çalışma süresine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Müşteriler ile daha sık ve yoğun etkileşim halinde olan yiyecek-içecek, önbüro, bankacılık, ve satış bölümü çalışanları duygu yönetimi davranışında diğer departmanlara göre daha fazla çaba sarf etmektedirler (Schneider ve Bowen, 1985; Schneider vd, 1980; Keleş,2014; Tsai, 2009;Keleş,2014). Çalışanların duygusal çaba düzeyi ile departmanları arasında anlamlı farklılığın bulunmadığı çalışmalar da bulunmaktadır (Baş, 2012). Buradan yola çıkarak şu hipotez oluşturulmuştur:

H_{7abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri çalışılan departmana göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Buradan yola çıkarak şu hipotez kurulmuştur:

Son yıllarda yapılan çalışmalarda sözleşmeli, geçici vb. istihdam biçimlerinin çalışanların duygusal emek davranışlarını etkilediği ortaya konulmaktadır (Öz ve Baykal, 2018; Kaya ve Özhan,2012; Oral ve Köse, 2011). Buna göre, mesleği asıl iş olarak icra edenlerin daha fazla

derinlemesine davranış sergiledikleri belirlenmiştir (Kızanlıklılı, 2014; Kaya ve Özhan, 2012). Buradan yola çıkarak şu hipotez oluşturulmuştur:

H_{8abc}: Çalışanların duygusal emek (yüzeysel, derin, hakiki) davranış düzeyleri çalışma şekline göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

3. YÖNTEM

Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket formu düzenlenmiştir. Anket formunda cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir ve çalışma süresi gibi demografik soruların yanında Diefendorff ve diğerleri (2005) tarafından geliştirilen ve Basım ve Beğenirbaş (2012) tarafından Türkçe'ye çevrilen duygusal emek ölçeği kullanılmıştır. Duygusal emek ölçeğine yönelik sorular 5'li likert düzeyinde hazırlanmış ve 1 "Hiç Katılmıyorum", 2 "Katılmıyorum", 3 "Ne Katılıyorum ne katılmıyorum", 4 "Katılmıyorum", 5 "Hiç Katılmıyorum" şeklinde cevaplama hakkı tanınmıştır.

Araştırmada ana kütle (evren) olarak İzmir şehir merkezinde bulunan 5 adet 5 yılını zincir otel işletmesi otel işletmesinin yiyecek içecek ünitelerinde çalışmakta olan yaklaşık 450 işgören belirlenmiştir. İşletmelerin kurumsal politikaları gereği anket formları yiyecek içecek yöneticileri aracılığı ile uygulanmıştır. Gönderilen 300 adet anket formundan 237 tanesi geri dönmüştür. Bunlardan 19 adet anket formunda eksik doldurulması gibi nedenlerle araştırma dışı bırakılmıştır. Kalan 218 anket formundan elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Bu sayıya bakıldığında %95 güvenilirlik düzeyinde örneklemin evreni temsil etmek için yeterli olduğu söylenebilir. Anket formlarından elde edilen veriler frekans analizi, güvenilirlik analizi, t testi ve tek yönlü varyans analizi (Anova) gibi analizlere tabi tutulmuştur.

4. BULGULAR

Araştırmaya katılanların yaklaşık %62'si erkek ve %38'si kadındır. Katılımcıların yaklaşık %34'ü 25-30 yaş aralığındadır. Katılımcıların yaklaşık 57'si bekar ve %55'i lise mezunudur. Deneklerin %44'ü 1000-1600 TL arasında aylık geliri olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler				Değişkenler			
Cinsiyet	Kadın	82	37,6	Medeni Durum	Evli	93	42,7
	Erkek	136	62,4		Bekâr	125	57,3
Yaş	18-24	61	28,0	Eğitim Düzeyi	İlköğretim	32	14,7
	25-30	74	33,9		Lise	120	55,0
	31-36	46	21,1		Önlisans	36	16,5
	37 ve üzeri	37	17,0		Lisans/Lisansüstü	30	13,8
Aylık Gelir	1.000 TL'den az	53	24,3	Görev Süresi	1 yıl ve daha az	50	22,9
	1.000-1.600 TL	95	43,6		2 yıl	30	13,8
	1.601-2.000 TL	43	19,7		3 yıl	38	17,4
	2.000 TL'den çok	27	12,4		4 yıl	49	22,5
Çalışma Şekli	Kadrolu	159	72,9		5 yıl ve daha çok	51	23,4
	Ekstra	47	21,6	Bölüm	Servis	142	65,1
	Stajyer	12	5,5		Mutfak/Bulaşıkhanne	76	34,9
Toplam	218	100,0	Toplam	Toplam	218	100,0	Toplam

Katılımcıların çalışma sürelerinin 5 yıl daha uzun süredir, 1 yıl ve daha az ile 4 yıldır çalışanlar arasında yakın dağılım gösterdiği görülmektedir. Katılımcıların %65'i servis bölümünde çalışırken %35'i mutfak ve bulaşıkhanne bölümlerinde çalışmaktadır.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%72,9) kadrolu çalışanlar olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 2: Katılımcıların İfadelere Verdikleri Cevapların Ortalamaları

İFADE / BOYUT	$\bar{x}$	s.s.
Müşteri beklentilerini karşılayabilmek için her türlü rolü yaparım (her şekle girerim).	3,16	1,27
İşimin gerektirdiği olumlu duyguları yansıtabilmek için sahte yüz ifadeleri takınırım.	3,01	1,38
Çalışırken gerçek hislerimi yansıtmayacak şekilde farklı (olumlu) davranabilirim.	3,49	1,31
Müşterilerle olan ilişkilerimde aldatıcı iyi tavırlar sergileyebilirim.	3,05	1,32
Müşterilere yansıtmam gereken (olumlu) duyguları sergileyebilmek için gerçekten hissettiklerimi gizleyebilirim.	3,32	1,23
Yüzeysel Davranış ($\alpha=0,828$)	3,21	1,00
Müşterilere göstermem gereken olumlu duyguları yansıtabilmek için elimden geleni yaparım.	3,68	1,15
Çalışmaya başlarken genelde kendime “bugün güzel bir gün olacak” derim.	3,61	1,12
Çalışmaya başlarken işimde karşılaştığım güzellikleri düşünürüm.	3,44	1,21
Müşterilerle ilişkilerimde göstermem gereken (olumlu) duyguları her seferinde yaşamaya çalışırım.	3,50	1,20
Gerçekten hissetmediğim (olumlu) duyguları davranışlarımda yansıtmaya çalışırken daha fazla çaba harcarım.	3,37	1,15
Derin Davranış ($\alpha=0,758$)	3,52	0,83
Müşterilere gösterdiğim olumlu duygular (tavırlar) gerçekten hissettiklerimle örtüşür.	3,28	1,14
Gerçekten nasıl hissediyorsam o duyguları müşterilere yansıtırım.	2,76	1,27
İşimi iyi yapabilmek için göstermem gereken duyguları gerçekten hissederim.	3,49	1,17
Hakiki Davranış ($\alpha=0,748$)	3,18	0,97
ÖLÇEK GENEL ($\alpha=0,771$)	3,32	0,63

Katılımcıların ifadeleri verdikleri cevapların ortalamaları incelenmiş ve Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre derin davranış boyutundaki “*Müşterilere göstermem gereken olumlu duyguları yansıtabilmek için elimden geleni yaparım*” şeklindeki ifade en yüksek ($\bar{x}=3,68$) ortalamayı almıştır. Bunu yine derin davranış boyutundaki “*Çalışmaya başlarken genelde kendime bugün güzel bir gün olacak derim*” ($\bar{x}=3,61$) şeklindeki ifade takip etmektedir. En düşük katılım ise hakiki davranış boyutundaki “*Gerçekten nasıl hissediyorsam o duyguları müşterilere yansıtırım*” ($\bar{x}=2,76$) şeklindeki ifadede gerçekleşmiştir. Boyutların ortalamasına bakıldığında ise derin davranış ($\bar{x}=3,52$), yüzeysel davranış ($\bar{x}=3,21$) ve hakiki davranış ($\bar{x}=3,18$) boyutlarının ortalamasının üzerinde (>3) değer aldıkları görülmektedir. Ölçeğin genel ortalaması 3,32 olarak gerçekleşmiştir.

Duygusal emek ölçeğinin güvenilirliği tespit etmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmıştır. Buna göre Cronbach Alfa değerleri yüzeysel davranış boyutu için 0,828; derin davranış boyutu için 0,758 ve hakiki davranış boyutu için 0,748 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin genel güvenilirlik düzeyi 0,771 olarak bulunmuştur (Tablo 2). Buna göre duygusal emek ölçeğinin güvenilir olduğu söylenebilir.

Cinsiyet açısından duygusal emek davranışlarının fark gösterip göstermediğini tespit edilmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojen dağılımına Levene testi ile bakılmış, daha sonra bu değerlere göre t testi istatistikleri incelenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre cinsiyetin yüzeysel davranış ($p=0,745$), derin davranış ($p=0,614$) ve hakiki davranış ($p=0,788$) boyutlarının anlamlı bir farklılık arz etmediği tespit edilmiştir. Buna göre $H1_a$, $H1_b$ ve $H1_c$ hipotezleri reddedilmiştir.

Yaş değişkeni açısından duygusal emek davranışlarının karşılaştırılması amacıyla Tek yönlü Varyans analizi (Anova) uygulanmıştır. Analiz sonucunda yüzeysel davranış ve hakiki davranış boyutu açısından yaş grupları arasında farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Derin

davranış boyutunda ise anlamlı farklılık tespit edilememiştir (Tablo 4). Farkın kaynağının tespit edilmesi için post hoc testlerinden LSD ve Tukey testi uygulanmıştır. Buna göre katılımcıların yaşı büyüdükçe yüzeysel davranış gösterme eğilimlerinin azaldığı ve hakiki davranış gösterme eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Buna göre H2_a ve H2_c hipotezleri kabul edilmiş ve H2_b hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3: Duygusal Emek Davranışlarının Yaş Değişkeni Açısından Karşılaştırılması

Boyut	Yaş	N	$\bar{x}$	s.s.	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Davranış	1 18-24	61	3,65	1,018	9,897	0,000	1>2>3>4
	2 25-30	74	3,28	0,975			
	3 31-36	46	2,92	0,851			
	4 37 ve üzeri	37	2,68	0,884			
Derin Davranış	1 18-24	61	3,51	0,761	1,886	0,133	-
	2 25-30	74	3,36	0,853			
	3 31-36	46	3,64	0,832			
	4 37 ve üzeri	37	3,71	0,874			
Hakiki Davranış	1 18-24	61	2,92	0,978	2,912	0,035	1<2<3<4
	2 25-30	74	3,15	0,959			
	3 31-36	46	3,33	0,932			
	4 37 ve üzeri	37	3,46	0,967			

Gelir durumu açısından duygusal emek davranışlarının farklılık arz edip etmediğinin tespit edilmesi için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda yaş değişkeninin yüzeysel davranış (p=0,237), derin davranış (p=0,624) ve hakiki davranış (p=0,251) boyutları açısından anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Buna göre H3_a, H3_b ve H3_c hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 4: Duygusal Emek Davranışlarının Medeni Durum Açısından Karşılaştırılması

Ölçek	Medeni Durum	n	$\bar{x}$	s.s.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p (iki uçlu)
Yüzeysel Davranış	Evli	93	2,88	0,86	9,142	,003	-4,390	,000*
	Bekar	125	3,45	1,04				
Derin Davranış	Evli	93	3,55	0,88	3,603	,059	0,398	,691
	Bekar	125	3,50	0,80				
Hakiki Davranış	Evli	93	3,39	0,87	1,689	,195	2,788	,006*
	Bekar	125	3,02	1,02				

Medeni durum açısından duygusal emek davranışlarının fark gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre cinsiyet açısından yüzeysel davranış ve hakiki davranış boyutlarında istatistiki farklılık (p<0,05) tespit edilirken derin davranış boyutunda anlamlı bir farklılık (p>0,05) tespit edilememiştir (Tablo 4). Buna göre evli katılımcıların bekarlara göre yüzeysel davranış gösterme eğilimlerinin azaldığı ve hakiki davranış gösterme eğilimlerinin ise arttığı tespit edilmiştir. Buna göre H4_a ve H4_c hipotezleri kabul edilmiş ve H4_b hipotezi reddedilmiştir.

Eğitim düzeyi açısından katılımcıların duygusal emek davranışlarının farklılık arz edip etmediğinin tespit edilmesi için tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre eğitim düzeyi açısından yüzeysel davranış (p=0,051), derin davranış (p=0,06) ve hakiki davranış (p=0,99) açısından anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H5_a, H5_b ve H5_c hipotezleri reddedilmiştir.

Çalışma süresi açısından katılımcıların duygusal emek davranışlarının farklılık arz edip etmediğinin tespit edilmesi için tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre çalışma süresi açısından yüzeysel davranış ($p=0,129$), derin davranış ($p=0,833$) ve hakiki davranış ($p=0,070$) açısından anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H_{6a} , H_{6b} ve H_{6c} hipotezleri reddedilmiştir.

Çalışılan departman açısından duygusal emek davranışlarının fark gösterip göstermediğini tespit edilmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojen dağılımına Levene testi ile bakılmış, daha sonra bu değerlere göre t testi istatistikleri incelenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre çalışılan departman açısından derin davranış ($p=0,312$) ve hakiki davranış ($p=0,750$) boyutlarının anlamlı bir farklılık arz etmediği ancak yüzeysel davranış ($p<0,05$) boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Buna göre servis departmanında çalışan katılımcıların mutfak/bulaşıkhaneye departmanına göre yüzeysel davranış gösterme düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 5). Buna göre H_{7a} kabul edilmiş ve H_{7b} ve H_{7c} hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 5: Duygusal Emek Davranışlarının Çalışılan Bölüm Açısından Karşılaştırılması

Ölçek	Bölüm	n	$\bar{x}$	s.s.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p (iki uçlu)
Yüzeysel Davranış	Servis	142	3,37	1,01	3,869	,050	3,455	,001*
	Mutfak/Bulaşıkhaneye	76	2,89	0,92				
Derin Davranış	Servis	142	3,56	0,85	0,454	,501	1,013	,312
	Mutfak/Bulaşıkhaneye	76	3,44	0,80				
Hakiki Davranış	Servis	142	3,16	1,01	0,680	,410	-0,319	,750
	Mutfak/Bulaşıkhaneye	76	3,21	0,90				

Çalışma şekli açısından duygusal emek davranışlarının fark gösterip göstermediğini tespit edilmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojen dağılımına Levene testi ile bakılmış, daha sonra bu değerlere göre t testi istatistikleri incelenmiştir. Yapılan t testi analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre çalışma şekli açısından bütün duygusal emek boyutlarının ($p<0,05$) anlamlı bir farklılık arz ettiği tespit edilmiştir. Buna göre kadrolu çalışanların ekstra çalışanlara göre daha yüksek derin davranış ve hakiki davranış sergiledikleri ve daha düşük yüzeysel davranış sergiledikleri tespit edilmiştir (Tablo 6). Buna göre H_{6a} , H_{6b} ve H_{6c} hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 6: Duygusal Emek Davranışlarının Çalışma Şekli Açısından Karşılaştırılması

Ölçek	Çalışma Şekli	n	$\bar{x}$	s.s.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p (iki uçlu)
Yüzeysel Davranış	Kadrolu	159	3,07	0,96	0,868	,353	-2,720	,007*
	Ekstra	47	3,51	1,00				
Derin Davranış	Kadrolu	159	3,62	0,79	0,268	,605	3,867	,000*
	Ekstra	47	3,11	0,80				
Hakiki Davranış	Kadrolu	159	3,31	0,94	0,330	,566	3,554	,000*
	Ekstra	47	2,74	1,03				

Çalışma şekli açısından duygusal emek davranışlarının fark gösterip göstermediğini tespit edilmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojen dağılımına Levene testi ile bakılmış, daha sonra bu değerlere göre t testi istatistikleri incelenmiştir. Yapılan t testi analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre çalışma şekli açısından bütün duygusal emek boyutlarının ($p<0,05$) anlamlı bir farklılık arz ettiği tespit edilmiştir. Buna göre kadrolu çalışanların ekstra çalışanlara göre daha yüksek derin davranış

ve hakiki davranış sergiledikleri ve daha düşük yüzeysel davranış sergiledikleri tespit edilmiştir (Tablo 6). Buna göre H6_a, H6_b ve H6_c hipotezleri kabul edilmiştir.

5. SONUÇ

Duyguların yönetilmesini gerekli kılan duygusal emek kavramı müşteri memnuniyetindeki etkisi nedeni ile özellikle hizmet sektörü açısından daha büyük bir öneme sahiptir. Bu açıdan duygusal emek kavramının anlaşılması turizm işletmelerinde hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetinin, işgörenlerin memnuniyeti ve bağlılığın artırılmasında önemli etkileri olacak bir değişkendir. Aynı zamanda da çalışanlar açısından iş aile çatışması, tükenmişlik, duygusal tükenme, iş tatminsizliği, işten ayrılma, yabancılaşıma gibi negatif bireysel sonuçları bulunan ve örgüt üzerindeki etkileri bulunan bir kavramdır. Bu çalışmada, turizm sektöründe hizmet veren yiyecek içecek çalışanlarının duygusal emek davranışlarının demografik değişkenler açısından incelenmiştir.

Araştırmada cinsiyete göre duygusal emek davranışlarının farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu sonuç alan yazındaki önceki bazı çalışmalarla (Kim, 2008; Türkay vd., 2011; Beğenirbaş ve Yalçın, 2012; Kızanlıklılı,2014; Yakar, 2015) çelişmektedir. Bununla birlikte duygusal emek davranışlarının yaşa göre farklılık gösterdiği bulunmuştur. Buna göre yaş büyüdükçe yüzeysel davranış gösterme eğilimi azalırken hakiki davranış gösterme artmaktadır. Diğer bir ifade iş yaşamında çalışanların yaşı büyük olan çalışanlar yaşı küçük olan çalışanlardan duygularını daha fazla kontrol edebilir ve uygun duyguları sergileyebilir. Dolayısı ile araştırmada elde edilen bu sonuç alan yazındaki daha önceki çalışmaları (Hochschild, 1983; Kruml ve Geddes, 2000; Pala, 2008; Dahling ve Perez, 2010; Baş, 2012; Akbıyık, 2013; Kızanlıklılı, 2014; Pala ve Tepeci, 2014; Keleş, 2014; Yakar, 2015) destekler niteliktedir.

Araştırmada evli çalışanların bekar çalışanlara göre daha düşük yüzeysel davranış ve daha yüksek hakiki davranış gösterdikleri tespit edilmiştir. Bu sonuç alan yazındaki diğer çalışmaları (Yıldız, 2014; Kızanlıklılı,2014; Keleş, 2014) destekler niteliktedir. Araştırmada servis departmanında çalışanların mutfak/bulaşıkhanede departmanında çalışanlara göre daha yüksek yüzeysel davranış gösterdikleri bulunmuştur. Buna göre yapılan çalışma ile edilen sonuç değerlendirildiğinde müşteriler ile daha sık ve yoğun etkileşim halinde olan departman çalışanlarının duygu yönetimi konusunda müşteriler ile daha az etkileşim halinde olan departman çalışanlarına göre daha fazla çaba sarf etmektedirler. Bu sonuç alan yazındaki diğer çalışmaları (Schneider vd, 1980; Schneider ve Bowen, 1985; Tsai, 2009; Keleş, 2014) destekler niteliktedir. Bu duruma göre duygu yönetimi konusunda daha başarılı olabilen çalışanların müşteriler ile iletişim halinde olunan departmanlarda çalışmalarının daha iyi olabileceği söylenebilir.

Araştırmada kadrolu çalışanların ekstra çalışanlara göre daha düşük yüzeysel davranış ve daha yüksek derin davranış ve hakiki davranış sergiledikleri tespit edilmiştir. Bu sonuç alan yazındaki diğer çalışmaları (Kızanlıklılı, 2014; Kaya ve Özhan, 2012) destekler niteliktedir. Dolayısıyla çalışanların istihdam biçimlerinin duygusal emek boyutlarından yüzeysel, derin, hakiki davranıştan hangisini sergileyecekleri konusunda etkili olduğu söylenebilir. Buna göre ekstra personel olarak çalışanların iş güvenliklerini sağlanması ve kadroya geçirilmeleri durumunda yüzeysel davranış gösterme eğilimlerinin azalacağı ve daha yüksek derin davranış ve hakiki davranış sergilemeleri öngörülebilir.

Otel yönetimleri açısından çalışanların sektörde çalışma şartlarının ekonomik ve sosyal açıdan iyileştirilmesi ile işgören devir hızının azaltılması sağlanabilir. Bu sayede çalışanların

sektörde ve işletmelerde daha uzun dönem kalmaları ve tecrübelenerek duygu gösterim kurallarına uyum sağlamaları kolaylaştırılabilir. Bununla birlikte zincir otel işletmelerinin kurumsallaşmanın yanında yönetim ve çalışanlar arasında yakın ilişkilerin kurulması ve çalışlara sosyal destek sağlanması çalışanlara duygu gösterimlerini düzenlemelerinde yardımcı olacaktır.

Bu çalışma İzmir şehir merkezindeki 5 yıldızlı zincir otel işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan kurumsal şehir otelciliğini yansıttığı söylenebilir. Ancak kıyı otellerinde ve kurumsallaşmamış otel işletmelerinde çalışma şartlarının ve sürelerinin değiştiği görülebilmektedir. Farklı çalışma koşullarında otel çalışanlarının duygusal emek düzeylerinin farklı olacağı öngörülebilir. Bu açıdan gelecek çalışmalarda şehir ve kıyı otellerinde çalışanların duygusal emek gösterim düzeyleri karşılaştırılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Adelmann, P. K. (1995). "Emotional Labor As A Potential Source Of Job Stress". (Ed: S. L. Sauter & L. R. Murphy), Organizational Risk Factors For Job Stress, pp: 371-381. DC: American Psychological Association, Washington.
- Akbıyık, Melis (2013). "Etkili Liderliğin Duygusal Emek Davranışları Üzerindeki Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ashforth, B. E. & R. H. Humphrey (1993). "Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity", The Academy of Management Review, 18(1): 88-115.
- Ayana, Ç. (2016). "Duygusal Zekâ Ve Duygusal Emegın Örgütsel Sinizm Algısına Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Baş, M. (2012). "Duygusal Emek - Müşteri Memnuniyeti İlişkisi: Engelli Turizm Pazarında Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bayrakçı, Eylem (2017). "Interaction of Emotional Labor and Organizational Commitment: A Phenomenology Research Upon Bank Employees", Journal of Current Researches on Business and Economics, 7(2): 2:565-590.
- Beğenirbaş, M. & Çalışkan, A. (2014). "Duygusal Emegın İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Kişilerarası Çarpıklığın Aracılık Rolü", Business and Economics Research Journal, 5(2):109-127.
- Beğenirbaş, M. & Yalçın, R.C. (2012). "Öğretmenlerin Kişilik Özelliklerinin Duygusal Emek Gösterimlerine Etkileri", Çağ University Journal of Social Sciences, 9(1):1-19.
- Beğenirbaş, M. & Meydan, C.H. (2012). "Duygusal Emegın Örgütsel Vatandaşlık Davranışıyla İlişkisi: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(3):159-181.
- Biçkes, M.D. Yılmaz, C. Demirtaş, Ö. & Uğur, A. (2014). "Duygusal Emek ile İş Tatmini Arasındaki İlişkide Psikolojik Sermayenin Aracılık Rolü: Bir Alan Çalışması", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 9(2):97-121.
- Brotheridge, C. M. & Grandey, A. A. (2002). "Emotional Labor and Burnout: Comparing Two Perspectives of People Work", Journal of Vocational Behavior, (60):17-39.
- Çakmakçı, E. & Öztürk, Ş. (2017). "Duygusal Emegın Otel Çalışanları Üzerinden Kavramsal Boyutları ile Tartışılması", SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (40):149-163.
- Çakmakçı, E. (2015). "Turizm Sektöründe Duygusal Emek Sömürsünün Koşulları ve Sonuçları: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Çalışma", Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

- Çaldağ, M. A. (2010). “Duygusal Emek Davranışlarının Sağlık Çalışanlarında İş Sonuçlarına Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çelik, M. & Turunç, Ö.(2011). “Duygusal Emek Ve Psikolojik Sıkıntı: İş–Aile Çatışmasının Aracılık Etkisi”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 40(2):226-250.
- Dahling, Jason J., & Perez, Luis A. (2010). “Older Worker, Different Actor? Linking Age and Emotional Labor Strategies”, *Personality and Individual Differences*, 48 (5): 574-578.
- Demirel, N. (2015). “Duygusal Emek Faktörünün Hizmet Kalitesine Etkisi: Nevşehir’deki Dört ve Beş Yıldızlı Otelere Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Domagalski, T.A. (1999). “Emotion in Organizations: Main Currents”, *Human Relations*, (52):833–852.
- Erickson, R. J. & Ritter, C. (2001). “Emotional Labor, Burnout, and Inauthenticity: Does Gender Matter”, *Social Psychology Quarterly*, 64 (2):146-163.
- Eroğlu, Şeyma Gün (2014). “Örgütlerde Duygusal Emek Ve Tükenmişlik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,(19):147-160.
- Genç, V. (2013). “Alanya’daki Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek ve Duygusal Zeka Düzeylerinin İş Tatminine Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Grandey, A. (2000). “Emotion Regulation in The Workplace: A New Way To Conceptualize Emotional Labor”, *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1):95-110.
- Grandey, A. (2003). When “The Show Must Go On: Surface Acting And Deep Acting As Determinants Of Emotional Exhaustion And Peer-Rated Service Delivery”, *Academy of Management Journal*, (46):86-96.
- Gross, J.J. Carstensen, L. L., Pasupathi, M. Tsai, J. Skorpen, C. G. & Hsu, A.Y.C. (1997). “Emotion and Aging: Experience, Expression, and Control”, *Psychology and Aging*, 12 (4): 590–599.
- Gülova, A.A., Palamutçuoğlu, B. T. & Palamutçuoğlu, A.T. (2013). “Duygusal Emek İle İşe Bağlılık Arasındaki İlişkide Amir Desteğinin Rolü: Üniversitede Öğrenci İşleri Personeline Yönelik Bir Araştırma”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 28(2):41-74.
- Güzel, Ö., Gök, G. A. & İşler, D. B. (2013). “Duygusal Emek Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma”, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10 (3): 107-123.
- Hochschild, A.R. (1983). *The Managed Heart: Commercialization Of Human Feeling*, University of California Press, Berkeley.
- Işık, Z. (2015). “Erzurum Palandöken Kış Turizm Merkezindeki Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personellerde Duygusal Emek ve İş-Aile Çatışması İlişkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Kafadar, S. B. & Kaygın, E. (2017). “Etik Liderlik ve Duygusal Emek İlişkisi: Kafkas Üniversitesi Örneği”, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(2):77-96.
- Kaya, Erdem (2009). “Özel Okul Öğretmenlerinin Duygusal Emek Davranışını Algılama Biçimleri İle İş Doyumları Ve İş Stresleri Arasındaki İlişki”, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Kaya, U. & Özhan, Ç.K. (2012). “Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma”, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3(2):109-130.
- Keleş, Y. & Tuna, M. (2016). “Örgütsel Adaletin Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi: Antalya’daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2):376-406.
- Keleş, Y. (2014). “Örgütsel Adaletin Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi: Antalya’daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, *Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Kızanlıklı, M. (2014). “Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Öncüllerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Koçak, O. & Gürsoy, G. (2018). “Duygusal Emek Ve Tükenmişlik İlişkisi”, Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 7(17):161-181.
- Kozak, M.A. & Güçlü, N. (2008). “Turizm İşletmelerinde Duygusal Çaba Faktörlerinin İşe Alma Sürecinde Kullanılması Üzerine Bir Araştırma”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (2): 39-56.
- Kruml, S.M., & Geddes, D. (2000). “Exploring The Dimensions Of Emotional Labor: The Heart Of Hoschschild’s Work”, Management Communication Quarterly, 14 (1):8-49.
- Kurt, Z. (2013). “Duygusal Emek Faktörünün Yabancılaşmaya Etkisi: İstanbul’daki Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentalarına Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- LaFrance, M. & Banaji, M. (1992). “Toward A Reconsideration Of The Gender-Emotion Relationship”. (Ed: M. Clark), Review Of Personality And Social Psychology, pp:178-197. Newbury Park, CA: Sage.
- Meier, K.J. Mastracci, S.H. & Wilson, K. (2006). “Gender and Emotional Labor in Public Organizations: An Empirical Examination of the Link to Performance”, Public Administration Review, 66 (6):899-909.
- Mengenci, Cengiz (2015). “İş Tatmini, Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkilerinin Belirlenmesi”, Ege Akademik Bakış Dergisi, 15(1):127-139.
- Morris, J. A. & Feldman, D. C. (1996). “The Dimensions, Antecedents, And Consequences Of Emotional Labor”, The Academy of Management Review, 21 (4):986-1010.
- Mumcu, A. Y. & Eser, G. (2017). “Duygusal Emek Öncel Ve Sonuçları: Lisansüstü Tezleri Üzerinde Bir Araştırma”, 5. Örgütsel Davranış Kongresi, 3-4 Kasım 2017, Antalya.
- Oral, L. & Köse, S. (2011). “Hekimlerin Duygusal Emek Kullanımı ile İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 16 (2): 463-492.
- Öz, S.D. & Baykal, Ü. (2017). “Hemşirelerin Duygusal Emek Davranışı ve Etkileyen Faktörler”, Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi, 26(1): 1-10
- Öz, Ela Ünler (2007). “Effect Of Emotional Labor On Employees' Work Outcomes”, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özgen, Işıl (2010). Turizm İşletmelerinde Duygusal Emek, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Pala, T. (2008). “Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi ve Boyutları”, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Pala, T. & Tepeci, M. (2014). “Otel İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Boyutlarının Belirlenmesi ve Duygusal Emek Boyutlarının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyeti Üzerine Etkisi”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 11 (1): 21-37.
- Pala Morkoç, T. (2014). “Otel Çalışanlarında Duygusal Emek ve İş-Aile Çatışması İlişkisi: İzmir Şehir Otelleri Örneği”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Rafaeli, A. (1989). “When Clerks Meet Customers: A Test Of Variables Related To Emotional Expression On The Job”, Journal of Applied Psychology, (74): 385-393.
- Saltık A. I. & Asunakutlu T. (2017). “Öncülleri ve Sonuçlarıyla Duygusal Emek Süreci: Konaklama İşletmesi Çalışanları Üzerine Görgül Bir Araştırma”, Turizm Akademik Dergisi, 4 (1):1-15.
- Schneider, B. & Bowen, D. E. (1985). “Employee and Customer Perceptions of Service in Banks. Replication and Extension”, Journal of Applied Psychology, 70(3):423-433.
- Schneider, B. Parkington, J.J. & Buxton, V.M.(1980). “Employee and Customer Perceptions of Service in Banks”, Administrative Science Quarterly, 25 (2):252-267.

- Scott, B.A. & Barnes, C.M. (2011). "A Multilevel Field Investigation of Emotional Labor, Affect, Work Withdrawal, And Gender", *Academy of Management Journal*, 54(1):116-136.
- Seçer, Ş. & Tınar, M. Y. (2003). "İşyerinde Tükenmişlik Kaynağı Olarak Duygusal Emek: Hemşireler Üzerinde Yapılan Bir Araştırma", 9. Ulusal Ergonomi Kongresi, 16-18 Ekim 2003, 272- 292,Denizli.
- Serçek, S. & Serçek, G.Ö.(2017). "Turizm Sektöründe Duygusal Emek: Bir Meta-Sentez Çalışması", *Dicle Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(14):417 – 436.
- Sloan, M.M. (2008). "Emotion Management And Workplace Status: Consequences For Well-Being", *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 2 (3): 236–255.
- Şimşek, M. Ş. (2009). *Yönetim ve Organizasyon*. (11. Baskı), Adım Ofset & Matbaacılık Konya.
- Taylor, S. & Tyler, M. (2000). "Emotional Labour and Sexual Difference in the Airline Industry", *Work Employment Society*,14(1):77-95.
- Tsai, Chien-Wen (2009). "The Important Effect Of Employee's Emotion Management Ability On His/Her Service Behaviour in The International Tourist Hotel", *The Service Industries Journal*, 29(10):1437–1449.
- Türkay, O. Ünal, A. & Taşar, O. (2011). "Motivasyonel ve Yapısal etkenler Altında Duygusal Emekğin İşe Bağlılığa Etkisi", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (14): 201-222.
- Uluş, Ö. (2015). "Otel İşletmelerinde Etik İklim Algılamalarının ve Duygusal Emekğin Tükenmişlik Üzerine Etkileri: Nevşehir Örneği", *Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir*.
- Ünal, A. (2011). "Örgütsel Güvenin Duygusal Emekğe Etkisi: İstanbul'daki Yerleşik Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", *Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya*.
- Wong, Jehn-Yih, & Wang, Chih-Hung (2009). "Emotional Labor of The Tour Leaders: An Exploratory Study", *Tourism Management*, 30 (2): 249-259.
- Yakar, S. (2015). "Turizm İşletmelerinde Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma", *Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir*.
- Yıldırım, M. H. & Erul, E.E. (2013). "Duygusal Emek Davranışının İşgörevlerin Tükenmişlik Düzeylerine Etkisi", *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1):89-99.
- Yıldız, S. (2014). "Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Manavgat'taki Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", *Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum*.
- Yürür, Ş. Gümüş, M. & Hamarat, B. (2011). "Çalışan-Müşteri İlişkilerinde Algılanan Adalet/Adaletsizliğin Duygusal Emek Davranışlarına Etkisi", *Journal of Yasar University*, 23(6) 3826-3839.
- Yürür, Ş. & Ünlü, O. (2011). "Duygusal Emek, Duygusal Tükenme ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi", *İş-Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(2):81-104.
- Zammuner, V.L. & Galli, C. (2005). "Wellbeing: Cause And Consequences Of Emotion Regulation In The Work Setting", *International Review of Psychiatry*, 17 (5): 355-364.

**ORTAKLAŞA DAVRANIŞÇI VE BİREYÇİ KÜLTÜRLER BAĞLAMINDA
ÇALIŞMA TAKIMLARINDA GÜVEN OLGUSU**
A CASE OF TRUST IN WORK TEAMS IN THE CONTEXT OF COLLECTIVIST AND
INDIVIDUALIST CULTURES

Pınar FAYGANOĞLU

Dr., Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora
Programı, pinarfayganoglu@gmail.com, Ankara/Türkiye

ÖZET

Bireyler arası ilişkilerde bireylerin birbirlerine karşı duydukları güven kavramı, sosyal bilimler alanında çokça çalışılan bir konu olup çok yönlü ve çok boyutlu bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler arası düzey dışında takım, grup ve örgütsel düzeyde de ele alınabilecek söz konusu kavramın, örgütlerin hayatta kalmaları için gereken performansı elde etmelerinde önemli bir işleve sahip olduğu ayrıca vurgulanan hususlardandır. Bunun yanında, örgütlerin daha etkin çalışmaları anlamında ortaya çıktığı ifade edilen ve son dönemde sıklıkla uygulanan bir olgu olduğu belirtilen iş takımları anlamında da güvenin hayati bir role sahip olduğu belirtilmektedir. Ancak, farklı özellik ve yetenekteki bireylerin bir araya gelmesiyle oluşan takımların oluşum, çalışma ve faaliyet aşamalarının kültürel anlamda farklılaşabildiği ve kültürel bazı etmenlerin takımların iç süreçlerini etkileyebildiği bildirilmektedir. Bu anlamda, takım üyeleri arasındaki güven kavramının da bahse konu bağlamda ele alınabilecek bir olgu olduğu söylenebilecektir. Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı, farklı kültürel boyutlarda yer alan takım üyeleri arasında oluşan güven olgusunun kuramsal boyutta araştırılmasıdır. Bunun yanında, kültürel farklılıklar anlamında ortaya çıkan iç grup-dış grup kavramlarının bu bağlamdaki açıklayıcı rolüne de değinilecek olup, bahse konu kavramların takım üyeleri arasındaki güvene ne şekilde etki ettiği de irdelenecektir. Çalışmada Hofstede (1984) tarafından yapılan ve temelde dört farklı kültür boyutuna (güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, erillik-dişilik ve bireycilik-ortaklaşa davranışçılık) atıfta bulunan sınıflandırma kullanılacaktır. Söz konusu farklı kültürel özelliklerin takım üyeleri arasındaki güvene ilişkin ne gibi yansımaları sahip olduğu kuramsal önermeler ile ortaya koyulmaya çalışacaktır. Ele aldığı konular bağlamında öncü olan çalışmanın ileri de yapılacak görgül çalışmalara ışık tutması ve ilham kaynağı olması öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Güven, Çalışma Takımları, Kültürel Farklılıklar, İç Grup, Dış Grup.

ABSTRACT

The concept of trust, that is an interpersonal issue, is a popular one in social sciences which has multi sided and multidimensional. Apart from inter personal level, the current concept can be approached at team, group and organizational levels as well. Moreover, it is also emphasised that trust is one of the key elements of obtaining required performance for the survival of organizations. Besides, it is also uttered that trust has a vital role in teams which has been emerged for the sake of getting more efficiency in the organizational operations and has been widely used owing to its success. Yet, the process of gathering, working and operating stages of teams that comprise of members whose talents and capabilities are differentiated, can be varied culturally and some cultural elements can influence some inner processes of teams. In that sense, it can be easily asserted that the concept of trust among team members is one of the issues that can be considered among these issues that can impact teams' inner processes. In this direction, the purpose of this paper is to investigate the concept

of trust among team members through the glass of cultural differences. In addition, the descriptive and explanatory role of inner and outer group issues, which is originated from cross cultural studies, is also mentioned in the paper. In this study, the classification of Hofstede (1984) that is contained 4 dimensions (power distance, uncertainty avoidance, masculinity-femininity and collectivism-individualism) is used. The subject of how the different cultural characteristics can influence the trust among team members is attempted to be reflected and revealed by theoretical propositions. Lastly, it is predicted and expected that this study, which can be considered as a pioneer one concerning the topics and issues that are scrutinized, will enlighten and inspire forthcoming empirical studies.

Key words: Organizational Trust, Working Teams, Cross-Cultural Differences, Inner Groups, Outer Groups.

1. GİRİŞ

Günümüzde yoğun olarak hissedilen ve neredeyse tüm örgütleri çok çeşitli yönlerden büyük bir baskı altında tutan rekabet ortamı ve özellikle iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu küçülen dünyanın zorlayıcı şartları, mevcut iş konjonktürünün genel belirleyicileri olarak nitelendirilebilecektir. Söz konusu şartların örgütleri kaynaklarını en uygun şekilde kullanmaya ittiği yadsınamaz bir gerçektir. Bu kaynaklar arasında en değerlilerinden biri olarak insan kaynağının da bu anlamda en verimli ve etkin kullanımı da büyük bir gerekliliktir. Bu çerçevede, çalışanlarından en verimli çıktıyı alma peşinde olan örgütlerin geleneksel bireysel çalışma prensipleri, örgütlenme tarzları ve ağır bürokratik sistemlerden ziyade takım çalışmasını önceleyen, esnek ve karma sistemleri tercih ettikleri söylenebilecektir. Bu bağlamda, yukarıda da değinildiği üzere, yoğun rekabetçi ortamda hayatta kalmaya çalışan yöneticilerin daha ziyade takım oluşturma ve çalışanları takım oyuncusu yapma eğiliminde olduğu kaydedilmektedir (Yapar, 2009:14).

İlgili yazında, takım oluşturma sürecinin farklı aşamaları, öncülleri ve süreçleri olduğu ifade edilmekte olup, söz konusu süreçte takım üyelerinin uyumu, yetkinliği ve takım üyeleri arasındaki güvenin önemli kavramlar olduğu belirtilmektedir (Cohen ve Bailey, 1997: 275). Bu çerçevede, güven kavramının takımın bir araya gelmesi ve işlevsel olarak etkili olabilmesi aşamasında önemli bir etmen olduğu, güven düzeyi yüksek takımların daha iyi performans gösterdiği ve güvenin takım olgusunun her aşamasında önemli bir rol oynadığı belirtilen hususlardandır (Shapiro ve Kirkman, 1997:732). Güven kavramı ise sosyal bilimlerin en fazla ilgi gören konularından biri olup, sadece takım olgusuna ilişkin olarak değil insani ilişkilerin her boyutunda da etkili bir öge olarak görülmektedir. Güven birçok farklı boyutu ve çeşitli tanımları olan bir kavram olarak tek düze olmaktan uzak karmaşık bir kavramdır. Güvenin türlerinden biri olarak kabul edilebilecek örgütsel güven de örgüt içindeki bireylerin birbirlerine karşı olan güven algılarına ilişkin hususlara atıfta bulunmakta olup, (Schoorman vd., 2007), genel anlamda örgütsel araştırmalar yazınında farklı boyutlarda ve ölçeklerle incelenen konulardandır. Bu bağlamda, yukarıda da ifade edildiği üzere takım üyelerinin birbirleri arasındaki güven algısının takımın etkinliği açısından önemi ele alındığında birçok araştırmanın güveni, takım veya bireysel boyutta incelediği ve genel olarak kültürel etmenleri veya değişkenleri göz ardı ettiği tespit edilmiştir.

Genel olarak sosyal bilimler ve daha özelinde örgütsel araştırmalar yazınında, son dönemde çokça ele alınan ve hakkında ders kitabı yazılır boyutta bir meşruiyet elde eden “Kültürler Arası Yönetim” konusu, ilk olarak Hofstede’nin (1980) çalışmaları ile kendini duyurmuş ve daha sonra konuya olan ilgi giderek artmıştır. Kültüre ve kültürel farklılıklara ilişkin gerçekleştirdiği çalışmasında Hofstede (1980:25) kültürü, bireylerin oluşturduğu bir grubu

diğerlerinden ayıran ortaklaşa bir programlama olarak tanımlamaktadır. Diğer yandan, kültürün oluşturulmasında coğrafik, demografik, tarihsel unsurların, toplumu oluşturan çoğunluğun benimsediği değer sistemlerin de önem taşıdığı öne sürülmektedir (Hofstede: 1980:26). Hofstede (1980), kültürel farklılıkları dört ana sınıfta toplamaktadır. Bunlar; bireycilik-ortaklaşa davranışçılık, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma ve erillik-dişilik olarak aktarılmaktadır (Hofstede daha sonraki çalışmalarında bu dört boyuta bir boyut daha eklemiştir; uzun-kısa vadeli yönelim). Bahse konu boyutlar ile araştırmanın gerçekleştirildiği ülkeler, kültürel anlamda bir sınıflandırmaya tabii tutulmuştur. Bu çalışmada söz konusu boyutlardan ortaklaşa davranışçılık ve bireycilik boyutu kullanılacaktır. Belirlenimcilğin etkili olduğu ortaklaşa davranışçı kültürlerde bireyler, kendi dahil oldukları iç gruplar ile bu gurubun ötesinde kalan dış grupları ayrı tutarlar (Hofstede, 1980:45), ben yerine biz kavramı ön plandadır (Hofstede, 1983:62), üyeler birbirlerini kollar/gözetir, bireyler diğer grup üyelerine bağımlıdır ve amaçları bu doğrultuda şekillenir (grubun amaçlarından bağımsız bir amaçları yoktur) ve denetim; toplumsal baskı yoluyla gerçekleşir. Buna karşın bireyci kültürlerde durum biraz farklı betimlenmektedir. Denetim; bireyin iç baskısı ile oluşmakta, ben kavramı ön plana çıkmakta (Hofstede, 1983:62) ve kendi amaçları grubun amaçlarından farklılık göstermektedir. Bir başka ifade ile bireyci kültürlerdeki gruplarda yer alan bireyler daha bağımsızdır (Sargut, 2010:187).

Bahse konu kültürel boyutlardaki takım üyeleri arasındaki güven bu araştırmanın ana konusunu oluşturmakta olup, araştırmaya konu hususların ilgili yazında çok az araştırma tarafından ele alındığı, yerli yazında ise bu anlamda özgün olduğu söylenebilecektir. Ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki örgütlerin bünyesinde kurulan takımların üyelerinin güven algıları ile bireyci kültürlerdeki takım üyelerinin ele alındığı çalışma kuramsal boyutta çeşitli önermeler sunmakta olup, ileri de yapılacak görgül araştırmalara ışık tutmak amaçlanmaktadır.

Araştırmada ilk olarak kültürler arası farklılaşma ve boyutlarına ana hatlarıyla değinilecektir. Daha sonra, güven, örgütsel güven konularına ve bunların kültürler arası çatışmalardaki boyutlarına bakılacaktır. Akabinde, takım ve takımlarda güven konusu ele alınacak olup, son olarak kültürler arası çalışmalarda takım ve takımlarda güven kavramına değinilecek ve konuya ilişkin önermeler sunulacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kültür, Kültürler Arası Farklılaşma ve Boyutları

Kültür, içinde doğduğu toplumsal bağlamın bir ürünü olarak ortaya çıksa da, yine aynı toplumun birçok ögesini etkileyen ve bazen de şekillendiren bir olgu olarak nitelendirilmektedir. Söz konusu etki çok geniş bir yelpazede ele alınabilir. Bireyin davranışlarından bireyler tarafından meydana getirilen örgütlerin yönetim şekillerine, bireylerin toplu hareket etme niyet ve/veya kabiliyetlerinden bireysel duygu durumlara kadar geniş bir etki alanında kültürün izlerine rastlamanın mümkün olduğu ifade edilmektedir (Schein, 1994:3). Ayrıca, kültürlerin toplulukları farklı davranış biçimlerine yönelttikleri, farklı kültürlerde yaşayan insanların benzer konulara aynı koşullar altında farklı tepkiler verdikleri kaydedilmekte olup, kültürün bireyler üzerinde etkisi bir kez daha vurgulanmaktadır (İpşiroğlu, 1991:27). Bu çerçevede, belirli bir kültürün içinde yer alan ve sosyal bir varlık olan örgütlerin ve bu örgütlerde faaliyet gösteren bireylerin kültürel bağlamdan bağımsız olarak düşünülmesi imkansızdır. Bu bağlamda, kültürün bir örgütün içindeki birey ve grupların davranışlarını yönlendiren normal davranış kalıpları, inançlar, tutumlar ve alışkanlıklar sistemi olarak nitelendirmek yanlış bir tanım olmayacaktır (Chatman ve Cha, 2003:21). Buna ek olarak, yazında kültürün çeşitli özelliklerinden de bahsedilmekte

olup, kültürün insan davranışlarına biçim ve yön verici bir faktör olduğu, öğrenilmiş davranışlardan oluştuğu, boylamsal ve süreklilik arz ettiği, toplumca benimsendiği ve toplumun üyelerince paylaşıldığı, durgun olduğu kadar devamlı ve değişebilir de olduğu belirtilmektedir (İpşiroğlu, 1991:29). Bunlara ek olarak kültürün, içgüdüsel yada kalıtsal değil, her insanın yaşamı boyunca edindiği alışkanlıklar, davranışlar, tepki ve eğilimler olduğu, birey bazında kültür ediniminin temelde eğitim ve öğrenme süreçlerinin bir sonucu olarak karşımıza çıktığı, kültürün bireyin fizyolojik ve kalıtsal özelliklerinden bağımsız olarak sosyal çevreleri ile oluşan etkileşim sonucunda doğduğu, geliştiği ve yine aynı etkilerle değişkenlik gösterdiği kaydedilmektedir (İpşiroğlu, 1991:29).

İlgili yazında, kültüre ilişkin birçok tanım bulunmakta olup, söz konusu tanımlardan birçoğu temelde kültürün yukarıda ifade edilen özelliklerine atıfta bulunmaktadır. Örneğin, Trompenaars ve Turner'a (1998:21) göre kültür bir grup insanın ortaklaşa karar verdikleri sorun çözme yöntemleri ve zor durumları atlatma metotlarıdır. Ayrıca kültür, bu insanlar tarafından paylaşılan ve anlaşılan anlamlar sistemi olup, her kültürün kendine has sorun çözme yöntemlerine sahip olduğu kaydedilmektedir (Trompenaars, ve Turner, 1998:21). Bunun yanında, kültüre ve kültürel farklılıklara ilişkin gerçekleştirdiği çalışmasında Hofstede (1980:25) kültürü, bireylerin oluşturduğu bir grubu diğerlerinden ayıran ortaklaşa bir programlama olarak tanımlamaktadır. Diğer yandan, kültürün oluşturulmasında coğrafik, demografik, tarihsel unsurların, toplumu oluşturan çoğunluğun benimsediği değer sistemlerin de önem taşıdığı belirtilmektedir (Hofstede: 1980:26). Yukarıda da belirtildiği üzere, kültür sürekli bir devinim içinde olan ve görece yavaş da olsa çeşitli değişimlere uğrayan ve doğduğu toplumsal bağlama göre farklılıklar gösteren bir olgudur. Bu anlamda, kültür kaynaklandığı toplumsal bağlamın çeşitli özelliklerinden etkilenecek ve onu etkileyerek bir anlamda toplumsal parmak izi oluşturmaktadır. Bu çerçevede, toplumsal düzeydeki kültürlerinin farklı boyutlarla, daha anlaşılır hale geldiği, toplumların kültürel anlamda bu yollarla belirli ölçütler altında sınıflandırabildiği ve kültürün sözü edilen kavramsal boyutta toplumları sınıflandıracak bir kıstas olarak değerlendirilebileceği belirtilmektedir (McSweeney, 2002:91). Örgütsel araştırmalar yazınında, kültürlerin sınıflandırılmasına ilişkin farklı çalışmalar yer almaktadır. Söz gelimi, Trompenaars, ve Turner (1998:22) tarafından yapılan sınıflandırmada kültürler doğayla mücadele tabanlı olarak ayrıştırılmıştır. Ayrıca, bahse konu modelin Aristo mantığından uzak bir yaklaşım içerdiği kaydedilmektedir. Başka bir deyişle, kültürlerin sınıflandırılması ve ayırımında kullanılan ölçütler, ikili bir karşıtlığı veya alternatif olmayı değil, daha çok bir durumun veya olgunun bir kültürde daha yoğun olarak görünmesi durumunu yansıtmaktadır. Bu bağlamda, yazarlar kültürleri tarafından beş sınıfta incelenmekte olup söz konusu başlıklara kısaca değinmenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Söz konusu sınıflandırmada ilk olarak evrenselcilik ve özelselcilik kıstasına değinilmekte olup, evrenselci davranışın önceliği kurallara ve sınırlamalara verdiği, bu sebeple muafiyet, kayırma vb. konulara tahammülleri ve eğilimleri az olduğu vurgulanmaktadır. Buna karşın, özelselci davranışta ise kişisel ilişkilerin daha ağır bastığı kaydedilmekte ve bu ilişkinin devamı için her şey yapılabileceğinin altı çizilmektedir. Ayrıca, kuralların bir arkadaş için esnetilebileceği ve/veya ihlal edilebileceği de özelselci tipin özellikleri arasında yer aldığı dile getirilmektedir (Trompenaars, ve Turner, 1998:31-33). Söz konusu sınıflandırmada ikinci sırada, bireycilik ve toplumculuk yer almaktadır. Bu ayırmda, bireycilik kişinin kendi çıkarlarının amaç, diğer her şeyin araç olarak görüldüğü bir görüşü belirtirken, toplumculuk ise bağlı bulunulan grubun veya toplumun iyiliğini ve çıkarının amaç olduğu bir davranış anlatılmaktadır. Yazarlar, bu ayırmda da yukarıda değinildiği gibi karşıtlığı ifade etmediklerini belirtmektedir. Bireyselciliğin yüksek olan bir toplumda, toplumcu faaliyetlerin görülmemesi gibi bir durum olmadığı, bireyselciliğin Rönesans sonrası oluşan modern toplumun bir sonucu olarak görüldüğü, bu nedenle Batı toplumlarında daha

yaygın olduğu vurgulanmaktadır (Trompenaars, ve Turner, 1998:52-53). Üçüncü kategoride ise temel ayrım noktasının insanların duygularını gösterme biçimleri üzerine olduğu, duyuşsal davranışın baskın olduğu toplumlarda insanların duygularını istedikleri gibi ve özgür bir şekilde ifade edebildikleri ve bu yolla çevresindekilere kendi düşüncelerini yansıtmaya olanağı da verdikleri ifade edilmekte olup, bu davranış tipinin yüksek olduğu kültürlerde insanların yakın ve samimi oldukları kaydedilmektedir. Buna karşın, tarafsız(nötr) iş ilişkilerinin baskın olduğu kültürlerde ise duyguların ifade edilmesinin bir hoş karşılanmadığı ve insanlar duygularının ifadesini sınırlandığı belirtilmektedir (Trompenaars, ve Turner, 1998:69). Trompenaars ve Turner (1998:81-82) tarafından yapılan sınıflandırmanın dördüncü boyutunda ise insanların kültürel olarak toplumsal hayata ne derece katıldıklarının temel ayrım kistası olduğu kaydedilmiştir. Spesifik davranış odaklı kültürlerde insanların kendilerine atfedilen veya kazandıkları rolleri sadece iş ortamı ile sınırlı tuttukları; buna karşın, dağınık davranışın hakim olduğu toplumlarda ise yer ve zaman sınırı olmadan kişilerin rollerini toplumun her yerinde kullanmasının ve kişileri bu konuda bir nevi baskı altında tutulmasının yaygın olduğu vurgulanmaktadır. (Trompenaars, ve Turner, 1998:81-82). İnsan ilişkileri kaynaklı sorunlara ilişkin sınıflandırmada son boyutun, kişinin edindiği rolün veya statünün nasıl elde edildiğine ilişkin olduğu belirtilmiştir (Trompenaars, ve Turner, 1998:104). Doğuştan gelen veya verilmiş statülerin insanlara aileden kalan bir isim, yaş, tecrübe, eğitim gibi kişilik özelliklerinden gelen bir niteliği göre verilebildiği, bu kişilerin kendi kendini gerçekleyen bir kehanete sahip oldukları ve kişinin aslında statüsünü hak etmeden önce edindiği ifade edilmektedir. Buna karşın, kazanım yoluyla elde edilen statünün ise kişilerin kendi öz çabaları ile başardıkları bir iş sonucunda elde edildiği, kişiye motive sağlaması açısından daha iyi bir araç gibi görüldüğü belirtilmekte olup, konuya ilişkin olarak yapılan araştırmaların sonuçlara bakıldığında özellikle kıta Avrupa'sının da kazanım dışında elde edilen statüye sahip insanların başarı oranlarının yükse olduğunun tespit edildiği altı çizilen hususlarındandır (Trompenaars, ve Turner, 1998:105-106).

Kültürler arası farklılıkların belirtildiği ve bu araştırmada da kullanılacak olan bir diğer sınıflandırma ise Hofstede tarafından (Sargut, 2010:185) yapılmış olup, söz konusu sınıflandırmada yer alan boyutlara da kısaca değinmekte fayda olduğu değerlendirilmektedir. Hofstede (1980), kültürel farklılıkları dört ana sınıfta toplamakta olup, söz konusu kategorilerin, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, erillik-dişilik ve bireycilik-ortaklaşa davranışçılık olduğu, Hofstede'nin daha sonraki çalışmalarında bu dört boyuta 'uzun-kısa vadeli yönelim' olarak nitelendirdiği yeni bir boyut eklediği belirtilmektedir. Bahse konu boyutlar ile araştırmanın gerçekleştirildiği ülkeler, kültürel anlamda bir sınıflandırmaya tabii tutulmuştur (McSweeney, 2002:89). Bu boyutlardan ilki; bir topluluğun bireyleri ve örgütlerinde gücün eşit olmayan bir biçimde dağılımına atıfta bulunan ve söz konusu güç dağılımının toplumda algılanması ile gücü kullananların statüsü ve yerinin belirlendiğini savunan "Güç mesafesi" olarak adlandırılmaktadır (Hofstede, 1980:65). Güç mesafesi olarak nitelendirilen özelliklerin görece fazla olduğu toplumlarda ve kültürlerde az gücü olan insanların, gücün eşit olarak dağıtılmadığını kabullendiğini, diğer bir ifadeyle, toplumdaki bireyler arasındaki güç mesafesi fazla olduğu algısının benimsendiği, bahse konu toplumlarda üst makamlarda bulunanların haklı olmak için doğruyu bilmek zorunda olmadıkları, haklılıkları sahip oldukları güçten aldıkları ifade edilmektedir (Sargut, 2010:188). Buna karşın, eşitliğin ve adaletin toplum nezdinde adaletli olarak dağıtıldığı, bireylerin statülerinden dolayı değil diğer farklı kişisel ve niteliksel özelliklerinden dolayı güçlü sahibi olabileceği ve gücün yasal olarak kullanılması gereken bir olgu olduğu görüşünün hakim olduğu kültürlerde ise bahse konu ölçüte ilişkin düşük skorların kaydedildiği belirtilmektedir (Hofstede, 1980:74). Hofstede (1980:110) tarafından kavramsallaştırılan ikinci boyut; toplumların bilginin yetersiz olduğu, yeterince açık olmadığı veya hiç bilgi bulunmadığı,

değişimin hızının ve boyutunun öngörülemediği durumlardan duydukları tedirginlik ve kaygı düzeyine atıfta bulunan “Belirsizlikten kaçınma” ölçütüdür (McSweeney, 2002:91). Hofstede’ye (1980:111-112) göre verili bir toplumun mensuplarını belirsizlikten kaçınma eğilimleri yüksek ise; yaşamlarını garantiye almak için biçimsel ve yazılı kuralları artırmak, farklı düşüncelere karşı çıkmak, mevcut statükoyu sürdürmek ve kesin doğruları aramak yapılabilecek en doğru uygulamalardır. Buna karşın, belirsizlik toleransının yüksek olduğu kültürlerde yaşayan bireylerin, bilgi edinimi ve süreçleme eğilimlerinin görece yüksek olduğu, söz konusu bilgilerin getirdiği ve konuların çözümüne ilişkin ipuçlarını yorumlamaya çalıştıkları ve bilgi iletme becerilerinin bu bağlamda görece üst düzeyde olduğu belirtilmektedir (McSweeney, 2002:91). Söz konusu araştırmada yer alan diğer bir boyut ise, erilik-dişilik olarak nitelendirilmekte olup, Hofstede’ye (1980:176) göre, bir toplumda cevvallik ve maddeci değerler öne çıkıyorlarsa, insana verilen önemin arka planda olacağı, bunda söz konusu toplumun erkek bir kültür olarak sınıflandırılabilceği belirtilmektedir. Buna karşın, Sargut (2010:175) dışı kültürün, insana verilen önemin ve yaşamın genel niteliğinin ön planda tutulduğu, şefkat, nezaket, merhamet, sadakat, sevgi doluluk, anlayışlılık, duyarlılık gibi kavramların genel anlamda dışı kültürlerle özdeşleştirilebileceğini ifade etmiştir. Son olarak değinilecek olan ve bu araştırmanın da ana konuları içine yer alan boyut ise ortaklaşa davranışçılık ve bireycilik boyutu olarak adlandırılmaktadır. Bahse konu boyutun temel ayrım noktasının bireyin içinde bulunduğu topluluğa olan bağı ya da bağımlılığı olduğu, başka bir deyişle, söz konusu boyuta ilişkin olarak ‘ben’ veya ‘biz’ ayrımı olarak kısaca açıklanabileceği belirtilmektedir (Hofstede, 1980:149). Ortaklaşa davranışçı kültürlerde, grubun idaresinin üyelerin inanç ve davranışlarını belirlemesi beklendiği ve üyelerini dışsal olarak oluşturan baskıyla denetlediği ifade edilmektedir. Buna karşın, bireyci kültürlerde ise denetim bireyin içsel baskısıyla sağlanmakta olup, kendilerinin bağlı oldukları gruptan daha önemli olduklarını düşünürler (McSweeney, 2002:91). Ayrıca, bireyciliğin etkin olduğu toplumlarda insanların bağımsız oldukları ve daha çok ben merkezli bir düşünce yapısına sahip oldukları kaydedilmektedir (Hofstede, 1980: 149). Sargut’un (2010:188) çalışmasında yer verdiği ve bireyci ve ortaklaşa davranışçı kültürlerle ilişkin olarak belirttiği kıstaslar Tablo-1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Ortaklaşa Davranışçı ve Bireyci Kültürlere İlişkin Temel Kıstaslar

	Ortaklaşa Davranışçı Kültür	Bireyci Kültür
Bireylerin kendilerini tanımlamaları	-Diğerleri ile bağımlı -Aynı kaynakları kullanma -Çözümleme birimi olarak grubun kabul edilmesi	-Gruba dayalı olmayan ve bağımsız
Amaçların yapısı	-Amaçlar iç grubun amaçları ile ortak	-Amaçlar iç grubun amaçlarından farklı
Normlara karşı tavırlar	-Toplumsal davranışın nedenlerini normlar, görevler ve sorumluluklar olarak kabul eden	-Toplumsal davranışın nedenleri tavırlar, kişisel ihtiyaçlar, algılanan haklar ve sözleşmeler olarak kabul eden
İlişki-Akılcılık	-Koşulsuz ilişkili olma üzerine yoğunlaşmak -Yarar sağlama dahi ilişkileri ve başkalarının ihtiyaçlarına öncelik verme	-Akılcılık üzerine yoğunlaşma -Maliyet/Yarar oranını önde tutma

Bireyci ve ortaklaşa davranışçı kültür ayrımını daha iyi anlamak ve konuya ilişkin olarak ortaya koyulan kavamların netliğini daha iyi irdelemek adına değinilmesi gereken bir diğer husus ise ortaklaşa davranışçı kültürlerde görüldüğü belirtilen “İç grup”, “Dış grup” ayrımıdır. Yamagishi ve diğerlerinin (1998:316) aktardığına göre ilk olarak 1970’li yılların başlarında Tajfel ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmalar ile gündeme gelen “iç grup destekçiliği” ve “dış

grup ayrımcılığı” olguları, Triandis tarafından kültürler arası araştırmalar alanına aktarılmış ve söz konusu ayrımın ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki yeri daha detaylı bir şekilde incelemeye başlanmıştır. Triandis (2001:909) ortaklaşa davranışçı kültürlerin tanımlanmasında en önemli etmenin bireyin kendinden ziyade gruplara değer vermek ve grupların çıkarlarını ön planda tutmak olduğunu vurgulamaktadır. Buna ek olarak, Triandis (2001:911) ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki bireylerin daha ziyade aynı iç grup üyelerinin çıkarlarını önde tuttuğunu, bireyin önem derecesinin iç grup veya dış grupta olmasına göre farklılıklar gösterdiğini, bahse konu durumdaki bireylerin yabancılarla ilişkilerinde genel olarak başarısız olduğunu belirtmektedir. Diğer bir deyişle, ortaklaşa davranışçı kültürlerde bulunan bireylerin, aynı kaderi paylaşma, düşük evrensel değer algılaması ve düşük genel adalet/hakkaniyet algıları gibi nedenlere dayanarak birbirlerine benzer diğerleri ile olan ilişkileri sonucunda ortaya çıkan iç grupların üyelerinin birbirlerine büyük bir oranda güven duyduklarını kaydedilmektedir (Yamagishi, 1994: 132). Buna ek olarak, iç grup olarak nitelendirilen oluşumlara üye bireylerin yüksek grup bilinçleri, güçlü grup sezgileri ve grup üyelerinden müteakiliyet beklentileri bulunduğu da ayrıca vurgulanmaktadır (Yamagishi vd., 1998:322). Yamagishi ve diğerlerine (1998: 322-323) söz konusu durumun sebebi ise ortaklaşa davranışçı kültürlerde yaşayan bireylerin toplumsal bazda ‘kurumsal’ olarak grup olgusunu tercih etmelerine, bireysel çıkarlarından ziyade grubun çıkarlarını önde tutmayı sadece içsel olarak değil bireyin uzun vadeli çıkaklarına uygun olduğu için tercih etmesine bağlıdır ve bu anlamda iç gruplaşma eğilimi öğrenilmiş bir olgudur ve bireysel sosyal çevrenin bir işlevidir.

Araştırmanın konuları bağlamında değinilen kültür ve kültürler arası çalışmalar ve ortaklaşa davranışçı-bireyci kültür ayrımından sonra, bir sonraki bölümde bir diğer önemli etmen olan güven ve örgütsel güven değinilecek olup söz konusu kavramın kültürler arası çalışmalar boyutundan ve ortaklaşa davranışçı-bireyci kültür özelindeki yansımaları irdelenecektir.

2.2. Güven, Örgütsel Güven ve Kültürler Arası Çalışmalar Bağlamındaki Yansımaları

Güven kavramı bireyler arası ilişkilerin temel kavramlarından biri olarak değerlendirilmesinden dolayı sosyal bilimlerde alanında çokça araştırılan bir konudur. Bu bağlamda, bahse konu kavramı tek boyutlu bir kavram olmaktan ziyade, sosyal bilimlerin birçok alanında etkisini gösteren çok boyutlu bir kavram olarak ele almak doğru bir yaklaşım olacaktır. Bu çerçevede, “güven” in ekonomi, sosyoloji, psikoloji gibi sosyal bilimlerin farklı uygulamalarının konusu dahilinde yer aldığı görülmektedir. Tüzün (2007:285)’ün tespitlerine göre; sosyal bilimlerde kullanılan güven kavramının farklı uygulamaları üç ayrı grupta değerlendirilebilmektedir. Bunlardan ilki; güvenin inanç ve beklenti olarak ifade edildiği bir durum olup, burada vurgulanan nokta kişinin karakterini ve ‘psikososyal gelişim’i ne derecede gerçekleştirebildiğidir. İkinci grup ise; güvenin kişisel bir olgu olmaktan ziyade örgütsel bir kavram olarak ele alınması gerektiğini savunan sosyoloji ve iktisat kökenli yaklaşımlar yer almaktadır. Bu kategoride güveni, örgüt içi, örgüt dışı ve bireyin örgüte aktardığı güven olarak tanımlamak mümkündür. Güven kavramını kendi uygulamalarına göre farklı yorumlayan üçüncü ve son grupta ise; kişilerin güveni gruplar arası ya da bireyler arasında oluşturdukları savunan sosyal psikoloji kuramcıları yer almaktadır (Tüzün 2007:292).

Güven kavramı bir yandan karşı taraftan beklenen bir özellik olarak kabul edilirken; diğer yandan karşı tarafa savunmasız kalmama isteği olarak nitelendirilmektedir (Aryee vd., 2002: 273). Güven kavramına, akademik düzeyde, artan ilginin ilk başlangıç dönemi ABD’de 80’ler ve 90’larda ortaya çıkan, Reagan ve Bush’un başkanlık dönemlerinde görülen ve “ortaklaşa davranışçı” görüşe cevap olarak doğan “benlik odaklı maddecilik” görüşünün yayılışı

sonucuna tekabül etmektedir (Creed ve Miles, 1996:22). Aynı şekilde, anılan kavram örgütsel davranış alanında da sıkça araştırmalara konu olan bir olgu haline gelmiştir. 90’larda, güvenin değeri, işlevi ve faaliyete ilişkin önemliliği üzerine, örgütsel davranış ve işletme yönetimi alanlarında yapılan araştırmalar oldukça artmıştır (Möllering vd., 2004:558). Butler’a (1991:644) göre güven, karşı taraftaki kişinin davranışlarının incelenip değerlendirilmesi sonucunda, bu kişiye karşı sergilenen eylemlerde savunmasız olmama, ona karşı dezavantajlı bir konumda kalmama eğilimi olarak tanımlanmaktadır.

Güven yukarıda da değinildiği üzere; bireysel, grupsal, gruplar arası, örgütsel ve daha makro bağlamlarda ise sistemsel düzeyde araştırmalara konu olabilmektedir. Bireysel düzeyde güven; kişiler arası etkileşim olarak tanımlanırken, grupsal düzeyde güven; kolektif olarak algılanan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Aryee vd., 2002:275). Son olarak; sistemsel bazda güven ile ifade edilmek istenen; güvenin örgütsel bağlamda oluştuğu, rollere ve saygınlığa dayandığıdır (Costigan vd., 2006:283). Bireyler yaşadıkları çevrede oluşturulan kültürün etkisi altında davranışlarını sergilemektedirler aynı şekilde, örgütte kendi kültürünü oluşturan bir yapı olarak değerlendirildiğinde, çalışanların örgütün kültürüne uyumlu davranışlar sergilemesi ve örgütün kendine biçtiği rolü bu normlar çerçevesinde uygulaması beklenmektedir. Örgüt içinde oluşturulan bu kültürü; bireylerin kendi çevrelerinden getirdikleri değerler, inançlar ve örgüte karşı eğilimlerini belirtme seviyeleri oluşturmaktadır. Güven kavramı da bu kültürün, örgüt nezdinde oluşturulması ve üyeleri tarafından paylaşılmasını sağlayan önemli bir öge olarak karşımıza çıkmaktadır (Sydow, 1998:34-35).

Bu çerçevede, örgütsel araştırmalar alanında yapılan çalışmalar bağlamında incelendiğinde, örgütsel güvenin farklı tanımları, işlevleri ve nitelikleri olduğu vurgulanmaktadır (Sydow, 1998:35). En genel anlamda, birey düzeyinde oluşturulan güven, örgüte duyulan güvenle birleşerek örgütsel güveni oluşturmaktadır. Örgütsel bağlamda güvenin farklı tanımlarına bakmak gerekirse; güven, inanç, beklenti ya da bireyin hissettiği duygular şeklinde bir kişilik özelliği olarak açıklayan tanımlamalar yer almaktadır (Rotter, 1967; Schoorman vd., 2007). Diğer bir tanımda ise güven, duygusal düzeyde kendini gösteren bir his veya bir duygusal bir algı olarak açıklanmaktadır (Swan vd., 1988: 8). Bunun yanında, güven hem bir tutum hem de bir inanç olarak nitelendirilmektedir (Cummings ve Bromiley, 1996:303). Farklı bir bakış açısı ile sosyologlar güveni, bireyler arası ilişkiler içine sosyal olarak “gömülü” özellikler olarak ifade etmektedirler (Rousseau vd., 1998:395). Güven, çoğu zaman bir bireyin başka bir bireyin davranışları sonucundaki olumlu beklentileri, bireyin ilgileriyle alakalı olarak, karşı tarafın kendisini kırma olasılığı altında ve diğer bireylerin davranışlarına bağlı olarak ortaya çıkan durumlar ve çoğunlukla isteğe bağlı oluşturulan iş birliğine dayalı ve bu işbirliklerinin sonucunda ortaya çıkan faydalar olarak nitelendirilmektedir (Hosmer, 1991:380).

Yazında güvenin farklı tanımları olmasına karşın, bazı araştırmacılar tarafından güvenin tam olarak tanımlanamayacak bir kavram olduğu, bu tanım çeşitliliğinin de bu tanımlayamama durumundan kaynaklandığını vurgulamaktadır. Güven, kavramının tanımlanmasındaki güçlük, kanıt bulmada karşılaşılan sorunlardan dolayı ortaya çıkmakta olup, bunun sebebinin ise, kavramın bireyle ilişkili olmasından ortaya çıktığı iddia edilmektedir (Kamer, 2001:62). Burada ayırt edilmesi gereken nokta, güvenin bireye ait bir olgu olmasının yanı sıra, örgütsel güven kavramının örgütün genelini kapsamasıdır (Kamer, 2001:62). Bu bağlamda, Asunakutlu’ya (2004) göre; bireyler arası güven genel olarak duygusal ve bilişsel olarak iki farklı formda ele alınmaktadır. Bilişsel güven modeli olarak adlandırılan bu durumda, bireyler kime nasıl ve ne kadar güveneceklerini kendi kararları doğrultusunda vermektedirler ayrıca, burada ortaya çıkan güven; hesaplanmış ve bilgiye bağlı olmaktadır. Karşı tarafın talep ve niyetlerine dayanan duygusal model ise genel olarak empatiye dayanmaktadır (Asunakutlu,

2004). Reinke'ye (2003: 35) göre; yönetilenler ile yöneticiler arasında oluşan güven seviyesi, yönetilenlerin yeni bir değer sistemini kabul ettiklerinin en güçlü göstergesi olarak algılanmaktadır.

İlgili yazında güven kavramının çeşitli özelliklerine de değinilmekte ve kavrama ilişkin farklı öğeler ortaya konmaktadır. Butler'a (1991:646) göre güven kavramının vazgeçilmez dokuz bileşkeni vardır; bunlar davranış ve tutum olarak ortaya konulan uygunluk, yetkinlik, tutarlılık, ketumiyet, adil olma, bütünlük, sadakat, açıklık ve vaatlerini yerine getirmedir. Buna ek olarak, Zucker'in (1986:82) görüşüne göre ekonomik ilişkilerde güvenin temel mekanizması üretilmektedir. Söz konusu üretimin oluşum döneminde ise süreç bazlı, özellik bazlı ve kurumsal bazlı olmak üzere çeşitli katmanlar bulunmaktadır. Rousseau ve diğerlerinin (1998:397) tanımlamasına göre ise güvenin dört boyutu vardır; bireysel, grup, şirket ve kurumsal düzeylerdir. Bununla birlikte, Jarvenpaa ve Lendiner (1999) güvenin sanal olarak oluşturulan takımlardaki yerini irdelemiş ve Handy'e (1995) ait olan "güven için aynı ortamda bulunulmasının gerekliliğini" savunan görüşlerine karşı çıkarak; küresel sanal takımlarda, finans sektöründen alınan bir analogi ile "hızlı güven" olarak görülmekte olduğunun altını çizmişlerdir. Bunu da kişiselleştirilmemiş bireyler arası güvenin bir türevi olarak açıklamışlardır (Jarvenpaa ve Lendiner,1999: 42).

Genel anlamdan güven kavramına değindikten sonra, araştırmanın amaçları doğrultusunda örgütsel güven kavramını, özelliklerini ve bileşenlerini daha detaylı bir şekilde irdelemekte fayda olduğu değerlendirilmektedir. Örgütsel güven, çalışanların örgütün kendisinin ve örgütte beraber faaliyet gösterdiği diğer bireylerin ne derece güvenilir olduğunu değerlendirmeleri ile belirlenen bir olgu olarak tanımlanmaktadır olduğu kaydedilmektedir (Mayer vd., 1995:711). Çalışanlar örgütlerine ne ölçüde güvenip güvenemeyeceklerini anlayabilmek için sürekli gözlem yapmaktadırlar ve bu noktada güven kavramının tam anlamıyla oturabilmesi için yöneticinin rolü büyük önem arz etmektedir (Costigan vd., 2006). Buna ek olarak, örgütsel güvenin, örgütün koyduğu hedeflere ulaşabilmek ve çalışanların genel motivasyonunu artırmak amacıyla karşılıklı oluşturulan bir bağlılık durumuna atıfta bulunduğu kaydedilmektedir (Puusa ve Tolvanen 2006: 30). Ayrıca, örgütsel güvenin, örgüt bünyesinde oluşturulan farklı yapıları bir arada tutmak için kullanılan bütünleştirici bir unsur olduğu ifade edilmekte olup bunlara örnek olarak takımlar, gruplar vb. oluşumlar verilmektedir (Atkinson ve Butcher,2003). Çalışmanın amaçları doğrultusunda örgütsel iş takımlarındaki güven konusuna aşağıda ayrıntılı olarak değinilecektir. Örgütsel güvenin görece yüksek olduğu örgütlerde iş süreçlerinin daha etkin bir şekilde yürütüldüğü ve çalışanların performansının buna bağlı olarak doğru orantılı bir şekilde artış gösterdiği belirtilmektedir. Örgüt içinde bireylerin verdikleri sözlerini tutmaları, kendilerinden beklenenleri karşılamaları ve çalışanların asgari müşterek olarak nitelendirilebilecek bir seviyede bütünlük sağlaması, örgütsel güvenin oluşumunda önemli etmenler olarak sıralanmaktadır (Aryee vd., 2002:274).

Güven ve örgütsel güven kavramlarına ilişkin olarak temel noktalara değindikten sonra, örgütsel güvenin özellikle de bireysel ve örgüt içi örgütsel güven kavramlarının kültürler arası çalışmalar bağlamında nasıl yansımaları olduğu ve bu çerçevede yapılan çalışmalara değinmekte fayda olduğu düşünülmektedir. Artan küreselleşme, örgütlerin artan sınırları aşan operasyonları, artan iletişim teknolojisi sayesinde artan imkanlar ve çok uluslu örgütlerin giderek artması sonucunda yöneticilerin farklı kültürlerden genel bireyler arasındaki güveni oluşturmayı ve bunu yönetmeyi her zamankinden daha çok ihtiyaçları olduğu vurgulanmaktadır (Ferrin ve Gillespie, 2010:43). Ferrin ve Gillespie (2010:49) tarafından yapılan ve güvenin kültürler arası çalışmalardaki yerine değinen çalışmada, yazarlar söz

konusu düzlemde yapılan örgütsel güven çalışmalarının genel anlamda iki yönü bulunduğunu, bunlardan ilkinin anahtar bazı kültürel değerlerin güven üzerindeki etkisinin doğrudan ölçülmesi, diğerinin ise iki ya da fazla kültür ya da ülkede aynı araçlarla güvenin doğrudan ölçülmesi olduğunu, ilk yönelimde de genel olarak Hofstede tarafından ortaya konulan ölçütlerden olan bireycilik ve ortaklaşa davranışçılık boyutunun kullanıldığını belirtmişlerdir. İlgili yazında konuya ilişkin olarak yapılan çalışmalara baktığımızda genel olarak güvenin kültürel bazda değişim gösteren bir olgu olduğunu ve bu anlamda evrensellikten uzaklaştığını söyleyebiliriz. Örneğin, Doney ve diğerlerinin (1998: 610-611) güven ile Hofstede'nin kültürel farklılıkları sınıflandırmada kullandığı kıstasları kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmada, güvenenlerin güveni belirli bir hedef doğrultusunda geliştirdiği, bu hedeflerin ise hesaba dönük, tahmine dönük, amaca dönük, yetiye dönük ve nakle dönük hedeflerden oluştuğu vurgulanmakta olup, yüksek düzeyli güvenin genel olarak güvenenin ve güvenilenin aynı norm ve değerlerin paylaştıklarında ortaya çıktığı, bu durumlarda güvenilenin yaptığı eylemlerin güven kazanmak üzerine odaklandığı kaydedilmektedir. Yazarlar örnek olarak, bireyci ve eril kültürlerde yaşayan bireylerin daha ziyade hesaba dönük ve yetiye dönük güveni tercih ettiklerini, bunun nedeninin ise söz konusu toplumlardaki ilişkilerin daha ziyade maliyet-ödül sistemine ve hedefin bu anlamdaki yeteneklerine dayanmasından kaynakladığını; buna karşın, ortaklaşa davranışçı ve dişil kültürlerde ise güvenin daha ziyade tahmine dönük, niyete dönük ve nakle dönük hedeflerde yüksek skorlar aldığını, bunun altında ise güvenilenin hareketlerinin tahmin edilebilir olmasının, güvenilenin niyetinin karşı tarafa uygun olmasının ve üçüncü taraflardan güvenilene ilişkin olumlu mesajlar gelmesinin yattığı belirtilmektedir (Doney vd., 1998:617-618). Benzer şekilde, Chen ve diğerleri (1998:286) ise bilişsel tabanlı güvenin genel anlamda bilinen rollere dayandığını buna karşın duygu tabanlı güvenin ise daha ziyade duygusal bağları esas aldığını, bu anlamda bilişsel tabanlı güvenin bireyci kültürlerde, duygu tabanlı güvenin ise ortaklaşa davranışçı kültürlerde eş güdümün ve dayanışmanın önemli belirleyicileri olduğunu ifade etmektedirler. Bunun yanında, Johson ve Cullen (2002:336) tarafından 41 ülkede gerçekleştirilen çalışmada, genelleştirilmiş güvenin anlamlı bir şekilde belirsizlikten kaçınmanın, güç mesafesinin yüksek tüm ortaklaşa davranışçı kültürlerde yüksek olduğunu, söz konusu durumun tek istisnasının Çin olarak tespit edildiğini, burada güvenin genelleştirilmiş güvenden ziyade spesifik referanslara (aile, bilindik biri vb.) dayandığını kaydetmektedirler. Benzer şekilde, Yamagshi ve Yamagshi (1994:130) tarafından ABD ve Japonya'yı konu alan çalışmalarında, genelleştirilmiş güven algısının her ikisinde de benzer sonuçlar verdiğini, aslında her iki ülkenin bireycilik ve ortaklaşa davranışçılık anlamında farklı olduğunu aktarmaktadırlar. Ancak ABD'nin güven skorunun düşük olmasının normal olarak karşılanabileceği belirtilirken, Japonların skorunu düşük olmasının sebebinin ise söz konusu toplumda bulunan güçlü aile ve grup bağlarının varlığı olduğunu, başka bir deyişle, Japonların kendi bildikleri ve güvenli kabul ettikleri alanlarda güven düzeylerinin yüksek ancak genel toplum bağlamında düşük olmasına dayandığını dile getirmektedirler.

Genel olarak güven kavramının bireyler arası ilişkilerdeki önemi ve bireylerin birbirleri arasındaki ilişkileri şekillendirici ve yönlendirici etkisi göz önüne alındığında, örgütsel bağlamdaki güven kavramının da örgüt çalışanlarının üzerindeki etkisi yadsınamayacak şekilde yüksek olduğu söylenebilecektir. Yukarıda da belirtildiği üzere, örgütsel güvenin yüksek olduğu örgütlerin performans, amaçlara ulaşma vb. kriterleri karşılama oranının daha yüksek olduğu, bu anlamda örgütlerin elde etmesi ve örgüt bünyesinde tesis etmesi gereken bir olgu olduğu açıktır. buna ek olarak, bahse konu kavramın kültürler arası boyutta da artık ciddiye alınan ve çalışmalara konu olan bir kavram haline geldiği görülmektedir. Bu bağlamda, örgüt bünyesinde oluşturulan ve örgütün performans ve diğer çıktı yönelimli kıstasları karşılama oranını yükseltme amacıyla oluşturulan iş takımlarında da takım oluşum

sürecindeki güvenin önemli bir etmen olduğu görülmektedir. Bir sonraki bölümde, takımlara, takımların oluşum sürecine güvenin söz konusu süreçteki rolüne detaylıca değinilecektir.

2.3. Takımlar, Takım Oluşum Süreçleri ve Takımlarda Güven

Dünya ekonomisindeki ve teknolojiadaki gelişmeler bağlamında önemi daha da arttığı ifade edilen takım çalışmalarının özellikle küreselleşmenin artması, buna bağlı olarak örgütlerde çalışanların demografik olarak farklılıklar göstermesi, dünya çapında gelişen tüketici talebi, ve buna bağlı birçok nedenden dolayı değişen örgütlerin iş yapma biçimlerini değiştirdiği ve görece çok rağbet gördüğü kaydedilmektedir. Takım kavramının örgütsel araştırmalar alanına 90'lı yılların başından bu yana gelişen ekonomik piyasalar ile beraber girdiği, söz konusu oluşumun genel anlamda Japon modeli bir örgütlenme olduğu bu nedenle Japon başarısının temelini takım olduğu düşüncesiyle tüm dünyaya yayıldığı belirtilmekte olup, takım kavramının örgüt yöneticileri tarafından desteklenen yapılar olduğu kaydedilmiştir (Cohen ve Bailey, 1997:241). İlgili yazında takıma ilişkin olarak birçok farklı tanım bulunmasına rağmen, söz konusu tanımların genel anlamda takımın sadece belirli niteliklerine atıfta bulunduğu ve bu nedenle çeşitlilik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bir tanıma göre takım; amacı ve performans hedefleri müşterek, kendi iş sahaları bağlamında ortak bir yaklaşım geliştirebilen ve birbirini belirli yönlerden tamamlayan görece dar katılımlı topluluk olarak nitelendirilmektedir (Amason vd., 1995:22). Bunun yanında, diğer bir tanıma göre ise takım, birlikte hareket etme güdüsüne sahip, önceden belirlenmiş hedefleri elde edebilmek adına bir araya gelmiş ve birden fazla bireyin katılımıyla meydana gelmiş gruplardır (Jones ve George, 1998:539). Ayrıca, takımın yetenek, eğilim, davranış ve güdülenme bağlamında farklılıklar barındıran bireyler tarafından oluşturulduğu, bu nedenle başarısını bu farklılığa borçlu olabileceği de dile getirilen hususlardan olup, takımın genel olarak çeşitli uzmanlık alanlarından gelen kişilerden oluştuğu da ayrıca altı çizilen bir noktadır (İslamoğlu, 1998:61). İlgili yazında, takımların en çok gruplar ile karşılaştırıldığı ve zaman zaman her iki kavramın karıştırıldığı, ancak söz konusu oluşumların birbirlerinden farklı özellikleri bulunduğu, bu bağlamda takımlar ile gruplar arasındaki en önemli farkın bütüncül sorumluluk olduğu, takımlarda sorumluluğun kolektif olarak kendini gösterdiği ancak gruplarda bütüncül bir sorumluluk ve çalışma prensibinin gerekli olmadığı kaydedilmektedir (İslamoğlu, 1998:62). Buna ek olarak, gruplarda bireysel görev ve performansın ön planda olduğu, bu anlamda takımlardaki gibi sinerjik bir başarıya ihtiyaç duyulmadığı, grupların ve örgütlerin amaçlarının genel olarak aynı olduğu ancak takımın kendi bireysel amaçları da bulunabileceği belirtilen hususlardandır sürecidir (İslamoğlu, 2001). Takımların genel olarak tanımlarına ve gruplar ile arasındaki farklara değindikten sonra, takımların çeşitli özelliklerine bakmakta da, araştırmanın amaçları bağlamında elzem olduğu değerlendirilmektedir. Yazında, her takımın kendisine göre farklı nitelikleri ve özellikleri bulunabileceği belirtilmiş olsa da, bütün takımlara ait bazı ortak noktaların olduğu da kaydedilmektedir. Söz konusu özelliklere örnek olarak, takımların birden daha fazla kişinin aynı amaç için bir araya gelmiş olması, takım üyelerinin her birinin farklı yetenek, beceri, yetkinlik ve/veya tecrübeye sahip olmaları ve amaçlara ulaşılması bağlamında bütünsel olarak hareket edebilme imkanı bulunması, takım içerisinde katı, bireysel olmayan ve paylaşılan bir liderliğin bulunması, birçok durumda takım üyelerinin karar alma sürecine eşit olarak katılma hakkı bulunması, takımlarda karşılıklı güvenin yüksek olması gibi özellikler verilebilmektedir (Burch ve Anderson, 2004:408). Buna ek olarak, takımların görece büyük diğer örgütsel oluşumlara kıyasla daha esnek olduğu, takımlar bütünsel performans hedefleri olmayan gruplardan daha verimli olarak kabul edilebileceği, çünkü takım oyuncularının somut performans sonuçlarına göre kendilerini değerlendirdiği de altı çizilen hususlar arasındadır (İslamoğlu, 2001). Bunun yanında, örgütlerde takım çalışmasının tercih edilmesinin ana nedenlerinin birinin de, söz konusu

oluşumların örgütün stratejileri bağlamında oluşturulan amaçlara ulaşmada yüksek performans sağlaması olduğu dile getirilmiştir olup, her takım uygulamasının da başarılı olmadığı, takım çalışması sonucu elde edilmek istenen sinerjinin çeşitli şartlar ve oluşma koşulları altında etkin olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir (Cohen ve Bailey, 1997:275). Yukarıda ifade edildiği üzere, takımların etkili olabilmesi için bazı şartları ve koşulları sağlaması ve bazı gereklilikleri yerine getirmesi gerekmektedir. Ancak yazında takımların şu ya da bu özelliklere sahip olursa başarılı olur gibi bir reçetenin de olmadığı belirtilmekte olup, takımların başarısının örgüt yapısı, çevresel faktörler, bireylerin kişilik özellikleri gibi diğer değişkenlere bağlı olarak değiştiği de eklenmektedir (Amason vd., 1995:28). Başarılı bir takım çalışması için; takıma özgü amaçların tüm takım üyeleri tarafından paylaşılması, takıma seçilecek üyelerin takımın genel özelliklerine ve yapısına uygun olması, ele aldığı ve üzerinde çalıştığı görevlere ilişkin olarak yeterli zamana sahip olması, takım üyeleri arsında etkin ve etkili bir iletişim ağının bulunması ve takımın problem çözme becerisinin ve yeteneğinin yüksek olması gerektiği vurgulanmaktadır (Amason vd., 1995:29). Margerison (2001) tarafından 80 farklı ülkede ve farklı iş kollarından faaliyet gösteren örgütlerdeki çalışanlar üzerinde yapılan araştırmada, etkin, verimli ve etkili bir takım oluşturmak için takım üyelerinde sahip olunması gereken dokuz temel özellik belirlenmiştir. Bu özellikler; bilgiyi toplamak ve değerlendirmek olarak nitelendirilen ‘Öğüt verme’, yenilikçi ve yaratıcı fikirler yaratma olarak tanımlanan ‘Yenilik ortaya çıkarma’, fırsat yaratma olarak belirtilen ‘Terfi ettirme’, fikirleri karşılaştırma ve bunlarla ilerleme olarak belirtilen ‘İlerleme’, işleyen bir yapı meydana getirme anlamında ‘Örgütlenme’, alınan görevleri tamamlayarak bir çıktı sunma olarak nitelendirilen ‘Üretme’ ve son olarak ortaya çıkan sonuçların ve/veya ürünlerin kalite olarak mukayese edilmesi olarak belirtilen ‘Denetleme’ olarak sıralanmaktadır (Margerison, 2001:120-121).

Takımlara ve takımlara ilişkin temel birkaç noktaya değindikten sonra, araştırmanın amaçları bağlamında takımların oluşum süreçlerine değinilmesinde de fayda olduğu düşünülmektedir. Yazında takımların oluşum aşamalarına ilişkin farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Takımların genel olarak hemen meydana gelebilecek oluşumlar olmadığı, üyelerin belirli bir süre etkileşim içinde kalmaları gerektiği, bu süre zarfından üyelerin birbiriyle kaynaşarak ortak hareket edebilme kabiliyetini edinmelerinin elzem olduğu kaydedilmekte olup, takımların zaman içinde olgunlaşa gruplar olduğu ifade edilmektedir (Gundlach vd., 2006:1610). Buna ek olarak, takım oluşum sürecinin en temelde örgütün çözmesi gereken bir problemin ortaya çıkması ve/veya yerine getirmesi gereken bir işin veya görevin tanımlanması ile başladığı, daha sonra takımın çözülmesi gereken sorunlara ilişkin bilgi toplayarak bunları analiz etmesi ile devam ettiği, süreç içinde farklı yetkinliklere sahip takım üyelerinin kendi alanlarına ilişkin katkı sağlamasının takım performansı için elzem olduğu, akabinde çözüme yönelik öneriler ile eyleme geçilmesi sürecinin başladığı belirtilmektedir (Shapiro ve Kirkman, 1997). Örgütsel araştırmalar yazınında takımların oluşumuna ilişkin olarak en çok kullanıldığı belirtilen modellerden biri, takımların oluşumunu beş evreye bölerek betimlemiştir (Kur,1996:30). Bu aşamalardan ilki, kuruluş aşaması olup, bahse konu evrede takım oyuncularının birbirlerini tanıması ve etkileşim kurmasını içeren evre olarak nitelendirilmektedir. Bu evrede, üyelerin takımdan beklentilerini netleştirmeye çalıştığı, bu bağlamda belirsizliğin yüksek olduğu ve takım üyelerinin liderlerin gücünü ve otoritesini kabul ettiği ve üyelerin kendilerinden beklenenlerin neler olduğunu anlayarak, buna bağlı davranış şekillerini öğrendikleri kaydedilmektedir (Kur, 1996:30). İkinci evre olarak nitelendirilen karmaşa evresinde ise, takım üyelerinin bireysel özelliklerinin belirginleştiği, çatışmanın ve uyuşmazlıkların yoğun biçimde yaşandığı, bunun altında çoğu zaman üyelerin kendilerinden beklenenleri algılama konusunda çelişkiler yaşaması olduğu kaydedilmekte olup, söz konusu evrede takım üyelerinin ortak çıkarları bağlamında alt gruplara ayrılma

eğiliminde olabileceği ifade edilmektedir (Kur, 1996:31). Üçüncü evre olan biçimlenme evresinde, bir önceki evrede ortaya çıkan sorunların ve çatışmaların görece çözüldüğü ve takımda uyumun oluşmaya başladığı, ayrıca liderin gücünün netlik kazandığı, takımdaki hemen hemen tüm yapısal sorunların ortadan kalkarak üyelerin düzen içerisinde görevlerini yaptıkları belirtilmekte olup, söz konusu evrenin en kısa evre olduğu dile getirilmektedir (Kur, 1996:31). Bir sonra evre olan performans evresinde ise takımların kendilerinden beklenen görevleri yerine getirdikleri, iş birliğinin en yüksek düzeye çıktığı ve liderin eş güdümü sağlayarak sonuca ulaşılmasını amaçladığı belirtilmektedir. Son evre olan ayrılma evresinde takımın sürekli olup olmadığının önemli olduğu vurgulanmakta olup, bu sürecin alınan görevin tamamlanmasından sonra dağılacak takımlar için geçerli olduğu ifade edilmektedir (Kur, 1996:32). Görüldüğü üzere takımların oluşma sürecinde, yukarıda belirtildiği üzere, belirli bir olgunlaşma sürecine ihtiyaç duyulmakta olup, takımların performansları söz konusu aşamaların başarıyla atlatılmasından sonra ortaya çıkmaktadır.

Takımların oluşma sürecinde belirtildiği üzere takım üyelerinin birbirleri ile uyumu, eş güdümü, etkileşimi ve takım üyelerinin birbirlerine karşı duydukları güveni hayati önem taşımaktadır. Takım oluşumunda ve takım etkili ve verimli bir şekilde faaliyet göstermesinde takım üyelerinin iyi bir iletişime sahip olması ve birbirlerine güven duyması gerektiği, güven duygusunun ve ortamının oluşmadığı bir oluşumda takım çalışmasıyla ilgili diğer koşullardan bahsetmek olanaksız olduğu kaydedilmektedir (Özalp, 1998:1). Buna ek olarak, takım üyeleri arasında birbirine güven düzeyi arttıkça takımların performans ve bekleneni karşılama bağlamında daha etkin verimli ve olduğu, bunun nedeninin söz konusu güven artışının birçok ara denetleme mekanizmasını devre dışı bırakarak zaman ve emek kaybını önlediği kaydedilmektedir (Heijltjes vd., 2006). Buna ek olarak, Mayer ve diğerlerine (1995:710) göre güven; iletişim, liderlik, hedeflerin yönetilmesi, müzakere, oyun kuramı, performans değerlendirme ve kendi kendini yöneten çalışma takımlarının oluşturulmasında önem içermektedir. Bunların yanında, güvenin örgütler ve özellikle takım çalışmasının yoğun olduğu bağlamlar için birçok istenilen sonuca yol açtığı, güven ile bağlantılı olarak nitelendirilen takım içi ilişkilerin eş güdüm desteklediği, çatışma olasılıklarını azalttığı, takıma ve/veya örgüte olan bağlılığı arttırdığı ve ayrılma niyetini azalttığı kaydedilmektedir (Morgan ve Hurt, 1994:28). Buna ek olarak, Costa (2003:107-108) iş takımları içinde oluşturulan güven ortamının yalnızca takımın iyi performans sergilemesi, düşük stres yaşaması, takım üyelerinin tatmin derecelerinin yüksek olması ve ilişkisel bağlılık gibi etmenleri değil, süreklilik bağlılığı, yüksek genel tatmin ve duyuşsal bağlılık gibi örgüt geneline matuf bazı diğer etmenleri de arttırdığı ifade etmektedir. Rousseau ve diğerleri (1998:393), risk alma ve birbirine bağımlılık olgularının güvenin yükseltilmesinde iki önemli etmen olduğunu aktarmaktadırlar. Bu bağlamda verili bir takımın işle alakalı konularında farklı düzeylerde bulunan belirsizlik, zarar görülebilirlik ve kırılabilirlik, bir risk unsuru olarak karşımıza çıkmakta ve takım üyelerinin birbirleri arasındaki güvenin belirleyicileri olarak değerlendirilebileceğini çünkü güvenin ortaya riski ve diğer istemeyen durumlara karşı bir tampon olarak algılanabileceği kaydetmişlerdir. Benzer şekilde, takım üyelerinin belirli bir oranda birbirlerine karşı bağımlılık duydukları, bu düzeyin genel olarak takımda ifa edilen görevin gerekleri ve bireysel etmenlerden etkilendiği ve söz konusu olguların takım üyelerinin güven algıları üzerinde belirleyici rol oynadıkları kaydedilmiştir (Rousseau vd., 1998:393). Ayrıca, takımlarda güvenin daha ziyade yetkinlik tabanlı olduğunu, çünkü görece yeni kurulan takımların birbirlerini çok iyi tanıma fırsatı bulamayabilecekleri ancak güvenin belirli bir geçmiş ilişki düzeyinde oluşan bir olgu olduğunu, bu nedenle takım üyelerinin öncelikle birbirlerinin yetkinlikleri bağlamında bir güven duygusu geliştirebilecekleri ifade edilmektedir (Costa, 2003:118). Kısacası, takımlarda güven konusu da örgütsel araştırmalar yazınındaki birçok konu gibi bireysel ve kişiye ait özelliklerin yanında, grup ve grup olarak

hareket etme algısı çerçevesinde ele alınması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmakta olup, bir sonraki bölümde takımlarda güven kavramına kültürler arası çalışmalardaki yansımalarına bakılacaktır.

2.4. Kültürler Arası Çalışmalarda Takım ve Takımlarda Güven Kavramı

Yukarıda belirtildiği üzere takımlarda üyelerin birbirlerine karşı olan güven duygusu çok hayati bir rol oynamakta ve takımları performans dahil birçok farklı yönden etkilemektedir. Takım temelde, üyeler arası amaç ve performans hedefleri ortak olan, birbirlerini tamamlayan ve birbirine bağımlı birey/üyelerin oluşturduğu topluluklar olarak ifade edilmektedir (Robbins ve Judge, 2013:343). Takımların oluşum süreci içerisinde çeşitli etmenlerin hayati önemi bulunmakta olup, takım üyelerinin, kendi takım üyelerine yüksek düzeyde güven duymaları durumunda; risk almaları ve hassasiyetlerini ortaya çıkartmaları oldukça olasıdır (Robbins ve Judge, 2013:343). Bu bağlamda, yukarıda belirtilen ortaklaşa davranışçı ve bireyci kültür çerçevesinde bakıldığında, takımların bir grup bilinci ile hareket eden oluşumlar olduğu ve bu çerçevede ortaklaşa davranışçı kültürlerde görece daha başarılı olabileceğini söylemek yanlış bir yorum olmayacaktır. Çünkü, hatırlanacağı üzere ortaklaşa davranışçılık, kolektif ve grup çıkarlarının, bireysel çıkarların önüne geçtiği bir yapıya atıfta bulunmaktadır (Van Dyne vd., 2000:4). Buna ek olarak, ortaklaşa davranışçı kültürlerin özellikleri arasında sayılan bağlılık, adanma, fedakârlık, özveri ve güven gibi birçok etmenin, söz konusu toplumlarda bireylerin çeşitli ortak özellikleri bağlamında yakınlık duyduğu diğerleri ile oluşturdukları iç gruplarda görece daha yüksek olduğu ve iç grupların genel olarak mikro bazda ortaklaşa davranışçı olarak adlandırılabilmesi kaydedilmektedir (Yamagishi vd., 1998:320). Hâlihazırda takım oluşturma sürecinin ortaklaşa davranış kültürünün doğal uzantılardan biri olduğu ve özellikli olarak ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki iç-dış grup kavramlarının iyi bir çözümlenmesinin örgütlerdeki takım oluşturma sürecine ciddi katkılar da bulunabileceği kaydedilmektedir (Sargut, 1994:328). Bu doğrultuda söz konusu toplumlardaki iş takımlarının, takım üyeleri tarafından birer iç grup olarak algılanabileceği, çünkü takımların yukarıda ifade edilen dinamiklerinin takım üyelerini kendilerini bir iç grubun üyesiymiş gibi hissettirebileceği, bu nedenle güven dahil olmak üzere birçok iç grup özelliğinin ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki takımlarda görülebileceği değerlendirilmekte olup, bu bağlamda;

Önerme-1: Ortaklaşa davranışçı kültürlerde yer alan örgütlerdeki çalışma takımlarının üyeleri arasındaki güven düzeyinin yüksek olması, çalışma takımları ile iç grubun kavramsal olarak benzer özelliklere sahip olmasıdır.

Bunun yanında, Asunakutlu (2004:4) tarafından “Bilişsel güven” olarak nitelendirilen ve bireylerin kime, hangi koşullarda ve hangi gerekçe ile güveneceğini ussal, hesaplanmış kararlar ve karşı tarafa ilişkin bilgi ve beklentisine dayanan güven modeline karşın, ortaklaşa davranışçı kültürlerde yer alan örgütlerdeki bireylerin güven algılarının daha ziyade “Duygusal güven” olarak adlandırılan ve özdeşleşme temelli empati, bağlılık, karşı tarafın talep ve niyetlerini esas alan güven modeli ile (Asunakutlu 2004:4) daha çok örtüştüğü değerlendirilmektedir. Ayrıca, söz konusu güven modelinin, yabancılar ile ilişkilerinde görece başarısız olduğu ifade edilen ve dış grup olarak algıladıkları bireylerden kaçınma davranışları sergilediği belirtilen iç grup üyesi bireylerde (Huff ve Kelley, 2003:82) görece daha yüksek olduğu belirtilebilecektir. Bu bağlamda, yukarıda değinildiği üzere, ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki takımların birer iç grup olarak varsayılabilmesi savı çerçevesinde;

Önerme-2: Ortaklaşa davranışçı kültürlerde yer alan örgütlerdeki çalışma takımlarının üyeleri arasındaki duygusal güven düzeyi, bireyci kültürlerdeki göre daha yüksektir.

Buna karşın, bireyci olarak nitelendirilen kültürlerde ise, yukarıda da ifade edildiği üzere, bireysel ve benmerkezci bir davranış kalıbı daha ön planda olup, bireysel çıkarlar ve bireyin

avantajına daha ön plandadır. Bu bağlamda, söz konusu toplumlarda, ortaklaşa davranışçı kültürlerde olduğu gibi bir iç-dış grup ayrımından söz etmenin mümkün olmadığı, çünkü bireyci kültürlerdeki örgütlerde bireylerin iç ya da dış grup ayrımı gözetmeden herkese aynı ölçüde davrandığı ve dolayısıyla güvendiği dile getirilmektedir (Yamagishi, 1998:323). Buna ek olarak, ortaklaşa davranışçı kültürlerde var olan örgütlerdeki takımlarda ortak amaç ve hedefler doğrultusundaki görevlerin daha etkili ve yüksek bir takım performansı ortaya koyduğu, buna karşın bireyci kültürlerde söz konusu yüksek performansın daha çok bireyselleştirmiş ve kişisel hedefler koyulan görevlerde elde edildiği ifade edilmektedir (Wagner vd., 2012:947). Kısacası bireyci kültürlerdeki örgütlerde yer alan takımların oyuncularının, daha çok bireysel amaçlar ve hedefler doğrultusunda hareket edebileceği söylenebilecektir. Bu çerçevede, bu kültürlerde yer alan örgütlerdeki takım üyelerinin, ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki saygı, bağlılık, grup aidiyeti vb. etmenlerden ziyade; yetkinliğe önem veren, daha ussal ve bireysel çıkar hesabına dayanan bir güven anlayışını benimseyebilecekleri söylenebilecektir. Aynı doğrultuda, yukarıda da belirtildiği üzere, Asunakutlu tarafından (2004:4) bilişsel güven olarak nitelendirilen güven modeli de, güvenilecek bireylerin ussal seçimine vurgu yapmakta ve hesaplanmış ve bilgiye dayalı bir güven modeli önermektedir. Bu çerçevede;

Önerme 3: Bireyci kültürlerde yer alan örgütlerdeki çalışma takımlarının üyeleri arasındaki bilişsel güven düzeyi, ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki göre daha yüksektir. Görüldüğü üzere, örgütlerin daha iyi performans elde etmek üzere örgüt bünyesinde oluşturdukları iş takımlarındaki üyeler arasındaki güven kavramı da, örgütsel araştırmalar yazınındaki birçok kavram gibi kültürel bağlamdan yüksek bir düzeyde etkilenmekte ve kültürel bağlamın karakteristiklerine göre şekillenmektedir. Özellikle Japonya'daki iş dünyasında yaşanan ve mucizevi olarak adlandırılan gelişmeler sonrası büyük oranda revaçta olduğu ifade edilen, bu çerçevede ABD ve diğer bireyci toplumlarda da moda haline geldiği kaydedilen takım oluşturmaya yönelik çabalar (Sargut, 1994:328) sırasında dikkat edilmesi gereken hususlardan en önemlilerden birinin güven olduğu söylenebilecektir. Çünkü Japonya'da yaşanan ve başarı olarak ifade edilen takım uygulamaları, söz konusu kültürün temel özelliklerinden olan iç grup yaratma eğiliminden kaynaklanmakta ve iç grup kavramının sağlıklı bir şekilde işlemesi de büyük oranda grup üyelerinin karşılıklı güvenlerine dayanmaktadır. Kısacası, oluşturulduğu örgüte çok çeşitli yönlerden katkı sağladığı belirtilen takımların üyelerinin arasındaki güvenin önemli bir yeri bulunmakta olup, söz konusu güven algıları da kültürel düzlemde farklılıklar göstermektedir.

3. SONUÇ ve ÖNERİLER

Yukarıda ifade edilen hususlar dikkate alındığında, farklı kültürel bağlamlarda bulunan örgütlerdeki iş takımlarındaki güven kavramı, kültürün özellikleri ve niteliklerine göre çeşitlilik göstermektedir. Başarılı bir şekilde uygulandığı takdirde örgüte performans, başarı ve amaca ulaşma bağlamında büyük katkılar sunduğu ifade edilen takımların oluşma ve işlevsel hale gelme süreçlerinde güvenin önemli bir yeri bulunmaktadır. Çalışanların örgütün kendisinin ve örgütte beraber faaliyet gösterdiği diğer bireylerin ne derece güvenilir olduğunu değerlendirmeleri ile belirlenen bir olgu olan örgütsel güven kavramının, kültürler arası çalışmalarda farklı öncüllere, tanımlara ve nedenlere bağlı olduğu ifade edilmektedir. Bireysel çıkar ve amaçlardan ziyade topluluğun çıkar ve amaçlarının önde tutulduğu ortaklaşa davranışçı kültürlerde genel olarak duygusal nedenlere dayanan güvenin, bireysel çıkar ve amaçlar doğrultusunda sergilenen davranışların yoğun olduğu kaydedilen bireyci kültürlerde ise daha ziyade ussal sebeplere dayandığı kaydedilmektedir. Bu bağlamda, ortaklaşa davranışçı kültürlerin özelliklerinden olan iç grup olma eğilimi çoğunlukla karşılıklı ve

yüksek dereceli güvene dayanmakta iken, bireyci kültürlerde böyle bir olgudan söz edilememektedir.

Ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki örgütlerin bünyesinde kurulan takımların da, yukarıda ifade edildiği üzere, söz konusu kültürün doğal uzantısı olarak nitelendirilen iç gruplar ile kavramsal olarak benzer nitelikte olduğu, Japonya'daki iş örgütlerinin bu sebeple etkin ve etkili bir şekilde takım çalışmasından faydalandığı belirtilebilecektir. Buna ek olarak, ortaklaşa davranışçı kültürlerde faaliyet gösteren örgütlerdeki takımlarda, üyelerin birbirlerine karşı güven algılarının genel anlamda duygusal güven modeli olarak tanımlanan etmenlerden kaynaklandığı kaydedilmiştir. Buna karşın, bireyci olarak nitelendirilen toplumlardaki iş örgütlerinde oluşan takımlardaki oyuncular arasındaki güven algısının ise, daha ziyade ussal olarak tanımlanan ve bilişsel model olarak belirtilen modele dayandığı ifade edilebilecek olup, konuya ilişkin kuramsal boyutta oluşturulan önermeler yukarıda yer almaktadır.

Sonuç olarak, ortaklaşa davranışçı kültürlerdeki iç gruplara kavramsal olarak benzeyen takım çalışmalarının, bahse konu kültürlerde başarılı bir şekilde işlerlik göstermesi tesadüfi değildir. Küreselleşen ve büyüyen dünya ekonomisinde her geçen gün önemi artan performans kaygılarını karşılamada, takımlardan büyük oranda faydalanılabileceği, ancak takımların hangi kültürel bağlamda ne şekilde oluşturulması gerektiği ilgili yazında görece az değinilen bir konudur. Bu nedenle, bu çalışma takım olarak adlandırılan kavramın ana etmenlerinden olan takım üyeleri arasındaki güven kavramına kültürler arası boyutta ve kuramsal düzlemde katkı sağlamayı amaçlamış olup, bu anlamda ileri de yapılacak görgül çalışmalara bir ışık tutmayı amaçlamıştır.

KAYNAKÇA

- Amason, A. C., Thompson, K. R., Hochwarter, W. A., & Harrison, A. W. (1995). Conflict: An important dimension in successful management teams. *Organizational Dynamics*, 24(2), 20-35.
- Aryee, S., Budhwar, P. S., & Chen, Z. X. (2002). Trust as a mediator of the relationship between organizational justice and work outcomes: Test of a social exchange model. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(3), 267-285.
- Asunakutlu, T. (2011). Örgütsel güvenin oluşturulmasına ilişkin unsurlar ve bir değerlendirme. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(9).
- St J. Burch, G., & Anderson, N. (2004). Measuring person-team fit: Development and validation of the team selection inventory. *Journal of Managerial Psychology*, 19(4), 406-426.
- Butler Jr, J. K. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of trust inventory. *Journal of management*, 17(3), 643-663.
- Chatman, J. A., & Cha, S. E. (2003). Leading by leveraging culture. *California management review*, 45(4), 20-34.
- Chen, C. C., Chen, X. P., & Meindl, J. R. (1998). How can cooperation be fostered? The cultural effects of individualism-collectivism. *Academy of management review*, 23(2), 285-304.
- Cohen, S. G., & Bailey, D. E. (1997). What makes teams work: Group effectiveness research from the shop floor to the executive suite. *Journal of management*, 23(3), 239-290.
- Costa, A. C. (2003). Understanding the nature and the antecedents of trust within work teams. *The trust process in organizations: Empirical studies of the determinants and the process of trust development*, 105-124.

- Costigan, R. D., Insinga, R. C., Berman, J. J., Ilter, S. S., Kranas, G., & Kureshov, V. A. (2006). The effect of employee trust of the supervisor on enterprising behavior: A cross-cultural comparison. *Journal of Business and Psychology*, 21(2), 273-291.
- Creed, W. E. D. (81). Miles, RE (1996). Trust in organizations: A conceptual framework linking organizational forms, managerial philosophies, and the opportunity costs of controls. *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*, 16-38.
- Cummings, L. L., & Bromiley, P. (1996). The organizational trust inventory (OTI). *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*, 302(330), 39-52.
- Doney, P. M., Cannon, J. P., & Mullen, M. R. (1998). Understanding the influence of national culture on the development of trust. *Academy of management review*, 23(3), 601-620.
- Schein, E. H. (1984). Coming to a new awareness of organizational culture. *Sloan management review*, 25(2),
- Edgar H. Schein, (1994). Coming to A New Awareness Of Organizational Culture, *Sloan Management Review*, 3.
- Erdem, F. (2003). *Örgütsel Yaşamda Güven Sosyal Bilimlerde Güven*, Vadi Yayınları:179
- Ferrin, D. L. & Pie N. G., (2010). Trust differences across national–societal cultures: much to do, or much ado about nothing?: Mark N.K. Saunders, Denise Skinner, Graham Dietz, Nicole Gillespie, Roy J. Lewicki (Ed.) *Organizational trust: A cultural perspective*, içinde (42-87) Cambridge University Press, 2010.
- Gundlach, M., Zivnuska, S., & Stoner, J. (2006). Understanding the relationship between individualism–collectivism and team performance through an integration of social identity theory and the social relations model. *Human relations*, 59(12), 1603-1632.
- Heijltjes, M. G., Glunk, U., & Roe, A. R. (2006). *Conflict, trust, and effectiveness in teams performing complex tasks: A study of temporal patterns*. METEOR, Maastricht research school of Economics of Technology and Organizations
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values* (Vol. 5). sage.
- Hofstede, G. (1983). National cultures in four dimensions: A research-based theory of cultural differences among nations. *International Studies of Management & Organization*, 13(1-2), 46-74.
- Hosmer, L. T. (1995). Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics. *Academy of management Review*, 20(2), 379-403.
- Huff, L., & Kelley, L. (2003). Levels of organizational trust in individualist versus collectivist societies: A seven-nation study. *Organization Science*, 14(1), 81-90.
- İpşiroğlu, N. (1991). *Çağdaş Kültürümüz: Olgular-Sorunlar*, ÇYDD Yayını, No: 2, Cem Yayınevi, İstanbul.
- İslamoglu, G., (1998). *Team Composition and Effectiveness*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Jarvenpaa, S. L., Knoll, K., & Leidner, D. E. (1998). Is anybody out there? Antecedents of trust in global virtual teams. *Journal of management information systems*, 14(4), 29-64.
- Johnson, J. L. & Cullen, J. B. (2002). *Trust in cross-cultural relationships*. Ed. M. J. Gannon and K. Newman (eds.) *The Blackwell Handbook of Cross-Cultural Management* içinde. Oxford, UK: Blackwell, 335–360.
- Jones, G. R., & George, J. M. (1998). The experience and evolution of trust: Implications for cooperation and teamwork. *Academy of management review*, 23(3), 531-546.
- Kamer, M. (2001). *Örgütsel güven, örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkileri*. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Kirkman, B. L., & Shapiro, D. L. (1997). The impact of cultural values on employee resistance to teams: Toward a model of globalized self-managing work team effectiveness. *Academy of Management Review*, 22(3), 730-757.
- Kur, E. (1996). The faces model of high performing team development. *Leadership & Organization Development Journal*, 17(1), 32-41.
- Lewicki, R. J., McAllister, D. J., & Bies, R. J. (1998). Trust and distrust: New relationships and realities. *Academy of management Review*, 23(3), 438-458.
- Margerison, C. (2001). Team competencies. *Team Performance Management: An International Journal*, 7(7/8), 117-122.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- McSweeney, B. (2002). Hofstede's model of national cultural differences and their consequences: A triumph of faith-a failure of analysis. *Human relations*, 55(1), 89-118.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *The journal of marketing*, 20-38.
- Möllering, G. & Bachmann, R., ve Lee, S. H. (2004). Understanding organizational trust Foundations constellations and issues of operationalisation. *Journal of Managerial Psychology*, 19, 556-570.
- Özalp, 1998. İşletmelerde Grup ve Ekip Kavramı, *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1-2).
- Puusa, A. & Tolvanen, U. (2006). Organizational Identity and Trust. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies* 11 (2), 29-33.
- Reinke, S. J. (2003). Does the form really matter? Leadership, trust, and acceptance of the performance appraisal process. *Review of Public Personnel Administration*, 23(1), 23-37.
- Robbins, S., Judge, T. A., Millett, B., & Boyle, M. (2013). *Organisational behaviour*: Pearson Higher Education AU.
- Rotter, J. B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust 1. *Journal of personality*, 35(4), 651-665.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of management review*, 23(3), 393-404.
- Sargut, A. S. (1994). Bireycilik ve ortaklaşa davranış ikileminde yönetim ve örgüt kuramları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 49(01).
- Sargut, A.S. (2010). *Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim*. Ankara: İmge.
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2007). An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of Management Review* 32 (2), 344-354.
- Simon, B. (2014). A place in the world: Self and social categorization. In *The psychology of the social self* (pp. 55-78). Psychology Press.
- Stryker, S., (2008). From Mead to a structural symbolic interactionism and beyond. *Annual Review of Sociology*, 34,15-31.
- Swan, John E., I. Fredrick Trawick, David R. Rink, & Jenny J.Roberts (1988). Measuring Dimensions of Purchaser Trust of Industrial Salespeople. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, s1-9.
- Sydow, J. (1998). Understanding the constitution of interorganizational trust. *Trust within and between organizations: Conceptual issues and empirical applications*, 31-63.
- Triandis, H. C. (2001). Individualism-collectivism and personality. *Journal of personality*, 69(6), 907-924.
- Trompenaars, F. & Hampden-Turner, C. (1998). *Riding the waves of culture* (p. 162). New York: McGraw-Hill.

- Tüzün, K. İ. & Çağlar, İ. (2009). Örgütsel özdeşleşmenin öncülleri üzerine bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 284-293.
- Van Dyne, L., Vandewalle, D., Kostova, T., Latham, M. E. & Cummings, L. L. (2000). Collectivism, propensity to trust and self-esteem as predictors of organizational citizenship in a non-work setting. *Journal of Organizational Behavior*, 21(1), 3-23.
- Wagner, J. A., Humphrey, S. E., Meyer, C. J., & Hollenbeck, J. R. (2012). Individualism–collectivism and team member performance: Another look. *Journal of Organizational Behavior*, 33(7), 946-963.
- Yamagishi, T. & Yamagishi, M. (1994). Trust and commitment in the United States and Japan. *Motivation & Emotion*, 18(2), 129–166.
- Yamagishi, T., Jin, N., & Miller, A. S. (1998). In-group Bias and Culture of Collectivism. *Asian Journal of Social Psychology*, 1(3), 315-328
- Yamagishi, T., Cook, K. S., & Watabe, M. (1998). Uncertainty, Trust, and Commitment Formation in the United States and Japan 1. *American Journal of Sociology*, 104(1), 165-194
- Yapar, A. (2009). *Takım Çalışmasında Başarıyı Etkileyen Unsurlar Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Zucker, L. G. (1986). *Production of trust: institutional sources of economic structure, 1840 to 1920*. Ed. L. L. Cummings, B. M. Staw *Research in Organizational Behavior*, içinde, 55- 111. Greenwich, CT: JAI Press.

THE DETERMINATION OF CULTURAL LANDSCAPE VALUES OF BİLECİK CITY
BİLECİK KENTİ KÜLTÜREL PEYZAJ DEĞERLERİNİN İRDELENMESİ

Parisa GÖKER

Asst. Prof. Dr., Department of Interior Architecture and Environmental Design, Faculty of
Fine Arts and Design, Bilecik Seyh Edebali University, Bilecik, Turkey,
parisa.goker@bilecik.edu.tr

Elmas ERDOĞAN

Prof. Dr., Department of Landscape Architecture, Faculty of Agriculture, Ankara University,
Ankara, Turkey, e.erdogan@ankara.edu.tr

ABSTRACT

Cultural landscapes can be defined as landscapes with unique qualities formed by full or partial transformation of the natural landscape as a result of human intervention within the historical process. Cultural landscapes can be explained as the areas that are subject to settlements and changed throughout time by the contribution of mankind and also is a system, including both natural and physical factors emerging based on human activities. In addition to its historical character, it also reflects the natural values of the past as well as the artistic characteristics and life style of the respective area of the present. Furthermore, using the cultural landscape values for tourism intended activities contributes to the local development. However, it is a must to ensure the protection and sustainability of cultural landscape values. As being one of the smallest and least-populated cities of Turkey, Bilecik has witnessed an important role for many civilization due to its strategic location as well as its status as the first capital of the Ottoman Empire. Besides the city has a crucial role in the Declaration of the Republic of Turkey with its struggle and victories gained in the Independence War of Turkey. Therefore, there are many archeological and historical artifacts within the borders of this province as an old settlement area bearing the traces of various civilizations from ancient ages to the present time.

The main objective of this research is to determine the cultural landscape values of Bilecik city and its near environs which is rich in cultural landscapes. In this context, the spatial characteristics, recreational usage opportunities and cultural values in terms of historical, archeological and local architectural values of the city will be examined thoroughly with SWOT analysis. The places and areas that contribute the cultural landscape of the study area will be determined in line with the obtained data, then they will be processed onto the area map for Bilecik province. Finally, suggestions will be developed for the preservation of cultural landscape values for the sustainability of the heritage areas.

Key Words: Bilecik, Cultural Landscapes, Cultural Heritage, Landscape Values

GİRİŞ

Ülkenin önemli ticaret ve sanayi merkezlerinden İstanbul, Bursa, İzmit, Eskişehir ve Ankara gibi illere ulaşım açısından yakın olan ve dört farklı coğrafik alanın kesişim noktasında yer alan; ancak yeterince tanınmayan, yakın bir zamana kadar ekonomik açıdan yeterli gelişim gösterememiş olan Bilecik, Sakarya Irmağı'nın kolu olan Karasu vadisinde, orta yükseltideki tepeler arasında konumlanmaktadır. Yüz ölçümü ve nüfus oranı açısından değerlendirildiğinde en küçük şehirlerden biri olan Bilecik, sahip olduğu stratejik konumu nedeni ile tarihte pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmış, Osmanlı Devleti'nin kurulmasında

merkez görevi görmüş ve Kurtuluş Savaşı'nda verdiği mücadeleler, kazanılan zaferler ile Cumhuriyetin kuruluşunda da önemli bir rol oynamıştır. Bu sebeplerden ötürü il sınırları içinde çok sayıda kültürel, arkeolojik ve tarihi eser bulunmaktadır.

Kültürel peyzaj Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN) tarafından “kültürel ve doğal kaynakları ve bu bağlamda yaban hayatı ve evcil hayvanları içeren, tarihi bir olay ve bir etkinlikle birlikte olan ya da çeşitli kültürel ve estetik değerler sergileyen coğrafi alanlar” olarak tanımlanmaktadır. Bu alanlarda doğa ve insan eliyle oluşturulmuş öğelerin uyum içinde olması; tarihi, estetik, etnolojik ve antropolojik olarak değer taşımaları; o bölgedeki hakim doğa unsurlarını, arazi kullanım biçimlerini ve geleneksel yaşamın sürdürüldüğü dokuları bölge adına temsil edebilmeleri aranan diğer nitelikler arasındadır. Ancak, bir alanın “kültürel peyzaj” alanı niteliği kazanması için doğa/insan birlikteliğinin süreç içerisinde önemli ürünler vermesi ve bu ürünlerin uyum içinde olması gerekmektedir (Yener, 2015). Kültürel peyzaj, yerel halkın içinde yaşadığı bölgenin geçmiş ve yaşayan geleneklerini barındırması bakımından önem taşımaktadır (UNESCO, 1998). Kültürel peyzaj öğeleri bulunduğu alandaki en önemli turistik ürün olarak turizmin gelişmesini sağlarken, yerel halk da bu gelişimden ekonomik ve sosyal olarak etkilenmektedir (UNESCO, 1999).

Bilecik kenti hem tarihi hem de kültürel açıdan çok zengin kaynaklara sahiptir. Bu araştırmanın temel amacı; kent sınırları içinde yer alan kültürel peyzaj değerlerinin belirlenmesidir. Bu bağlamda kentin tarihi, arkeolojik ve yerel mimari değerleri açısından mekansal özellikleri, rekreasyonel kullanım olanakları ve kültürel değerleri ile ilgili bilgiler değerlendirilerek, Bilecik ili için bölge haritası oluşturulmasıdır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın ana materyalini Bilecik kenti ve yakın çevresinde yer alan ilçelerin kültürel peyzaj değerleri oluşturmaktadır. Bilecik İli, Merkez ve yedi ilçeden oluşmakta olup, kentin sahip olduğu kültürel mirastan bugüne yansıyan en önemli özellikleri tarihi ve kültürel değerler ile doğal çevre kaynaklarıdır. Bu özellikler kentin kültürel peyzaj dokusunun biçimlenmesi sağlayan ana bileşenlerdir. Çalışma konusu ile ilgili yerli literatür, araştırma alanında yapılan inceleme ve gözlemler sonucu elde edilen bilgiler, çekilen fotoğraflar, görsel ve yazılı kaynaklar Bilecik kentinin kültürel değerlerini tanıtan her türlü yazılı ve görsel doküman, yardımcı materyal olarak değerlendirilmiştir. Bu çalışmada yöntem olarak yerinde inceleme ve araştırma yöntemi kullanılmıştır. Birinci aşamada konu ile ilgili yazılı ve görsel kaynaklar, haritalar ve ilgili kurumlardan elde edilen veriler incelenmiştir. İkinci aşamada Bilecik kentinin kültürel peyzaj değerlerini oluşturan doğal, tarihi ve kültürel alanlar ve yapılar kent haritasından tespit edilerek envanter oluşturulmuştur. Üçüncü aşamada belirlenen bu envanter, hazırlanan kent kültür haritasında fotoğrafları ile birlikte işlenmiş ve nitelikleri belirtilmiştir. Son aşamada kent ile ilgili yapılan tüm araştırma ve elde edilen veriler SWOT analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bilecik İlinin Mevcut Durum

Bilecik il Kültür Müdürlüğü (2018) tarafından belirtilen bilgilere göre; Bilecik, Marmara Bölgesi'nin güney doğusunda, Marmara, Karadeniz, İç Anadolu ve Ege bölgelerinin kesişim noktaları üzerinde, 39° ve 40° 31' kuzey enlemleri ile 29° 43' ve 30° 41' doğu boylamları arasında yer almaktadır. Doğu yönünde Bolu ve Eskişehir, güney de Kütahya, batıda Bursa, kuzeyde Sakarya illeri ile çevrilidir. Bilecik 4.302 km²'lik alanı ile Türkiye'nin küçük illerinden biridir. Alan sıralaması bakımından 65. sırada yer almaktadır. Toplam nüfusu

204.116 olup, ilin nüfus yoğunluğu ise (İnsan/ km²) 47'dir. Bilecik İlinin ilçeleri; Bozüyük, Gölpazarı, İnhisar, Osmaneli, Pazaryeri, Söğüt ve Yenipazar'dır;

Bozüyük: Frigler döneminde oluşmuş bir yerleşim merkezidir. 1908'den sonra Ertuğrul Livası'na bağlanarak Kaza merkezi yapılmıştır. Bozüyük Bilecik'in il olması ile birlikte 1924 yılında ilçe statüsüne kavuşmuştur.

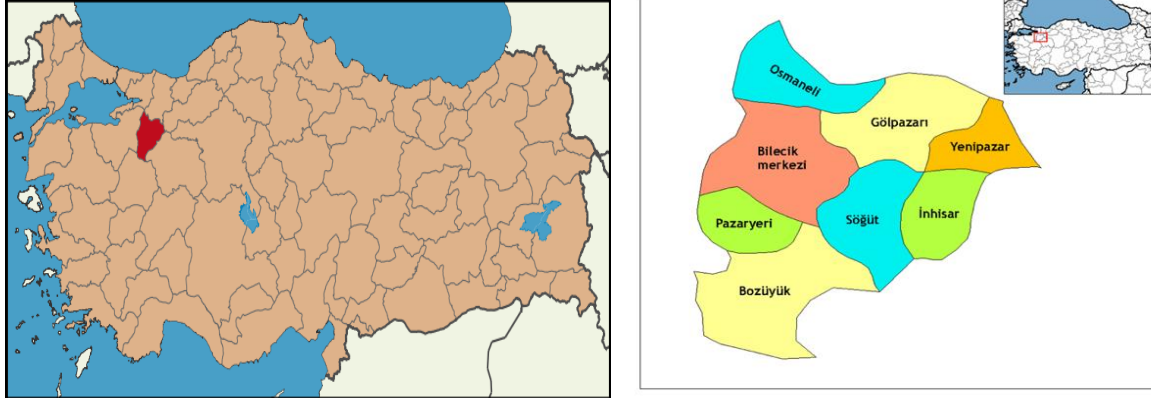
Gölpazarı: Bizans döneminde Harmankaya Tekfurluğu'na bağlı olan Gölpazarı, Osman Gazi tarafından alınmıştır. Gölpazarı kuruluşundan itibaren sıra ile Resulşel, Dönen ve Akçaova (Akçaoba) adları ile bilinmiş, son olarak Gölpazarı adını almıştır.

İnhisar: İnhisar önceleri Söğüt'e bağlı bir bucak iken nüfusunun az olmasına rağmen coğrafi konumu dikkate alınarak 1991 yılında ilçe statüsüne geçirilmiştir.

Pazaryeri: Pazaryeri'nde ilk yerleşim 1273 yılında başlamıştır. Osmanlı döneminde Ermenipazarı adı ile bilinen Pazaryeri'nin topografik yapısı engebeli ve dağınıktır. Yayla görünümünde vadiler içinde küçük düzlüklerden oluşmaktadır.

Söğüt: Ertuğrul Gazi tarafından bir kuşatma ve mücadele sonucunda 1232 yılında Bizanslılardan alınmıştır. Ertuğrul Gazi Türbesinin de içinde yer aldığı ilçe önemli bir turizm merkezidir.

Yenipazar: Eski adı Kırka olan Yenipazar, Cumhuriyetten önce Bolu'nun Göynük ilçesine bağlıdır. 1926'da bucak olarak Gölpazarı'na bağlanmış, 1988'de ise ilçe olmuştur.



Şekil 1. Bilecik Kent Haritası (Anonim1, 2018)

Bilecik İlinin Tarihsel Gelişimi

Bitinya bölgesinin bilinen tarihi M.Ö. 1950' lerde burada yaşayan Trakya kavimlerinden Thynler'le ile başlamıştır. Bölge daha sonra Mısır, Hitit, Frig, Kimmer, Lidya, Pers, Makedonya, Bitinya Krallığı, Roma İmparatorluğu, Bizans İmparatorluğu ve Osmanlı İmparatorluğunun yönetimine geçmiştir. Bilecik'in ilk adı Belekoma'dır. Tarihte pek çok uygarlık için yerleşim yeri olan Bilecik, Kayı Boyu'nun Orta Asya'dan 400 çadır ile gelip Söğüt'te, Osmanlı Devleti'nin kuruluş merkezi olmuştur. İlin çok eski dönemlere tarihlenmesi ve Osmanlı imparatorluğunun kurulduğu yer olması yanında, Kurtuluş Savaşı'nda verdiği zor mücadeleler ve kazanılan zaferler ile Cumhuriyet'in kuruluşunda da önemli bir role sahip olmuştur. Bilecik kenti çok sayıda arkeolojik ve tarihi kültür kaynağına sahiptir ve bu kültür varlıklarını genellikle Osmanlı döneminde yapılan camiler, türbeler, hanlar, hamamlar, sivil mimari örnekleri, imaret ve benzeri yapılar oluşturmaktadır (T.C. Bilecik Valiliği, 2018).

Bilecik Kentinin Kültürel Peyzaj Özellikleri

Bilecik gelişmekte olan sosyal ve ekonomik yapısının yanı sıra tarihten gelen çok zengin bir kültür birikimine sahiptir. Sakarya Irmağı'nın etrafında kurulan, göletleri ve derelerinin zenginliği ile bilinen yöre antik çağlardan bugüne tarihin izlerini taşımaktadır. Osmanlı Devleti'nin ilk kurucusu olan Ertuğrul Gazi ve Osmanlı Devleti'nin manevi kurucusu olan Şeyh Edebali'nin türbesi Bilecik'te bulunmaktadır. Bilecik ilindeki Milli Mücadele yıllarının izleri, ilin ilk yerleşim yeri olan Şeyh Edebali Türbesi yakın çevresinde halen görülmektedir.

Doğal Değerler

Bilecik İlının doğal değerlerini; şelaleler, göletler ve tabiat parklarıdır. İl sınırları içinde yer alan ana akarsu Sakarya Nehri ve onu besleyen başlıca nehir ve çaylar güneyden kuzeye doğru; Karasu Çayı, Göksu Nehri, Göynük Çayı ve Papaz Deresidir. Bilecik Orman İşletme Müdürlüğü'nün verilerine göre Bilecik İlının %54'ü ormanlık alan, %46'sı ise açık-yeşil alandır. Bu durum Bilecik İlını doğal çevre ile ilgili kaynaklar konusunda zengin kılmaktadır (Vatan, 2017).

• Göletler

Bilecik ili sınırları içinde doğal varlıklar olarak turizm açısından değerlendirme kapsamında alınacak 3 adet gölet mevcuttur. Bu göletler; (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2018).

Küçükemalı Göleti: Pazaryeri ilçe merkezine 10 kilometre uzaklıktaki Küçükemalı Köyü yakınında, çam ağaçları ile kaplı orman içinde yer almaktadır. Gençlik ve izci kampları için de elverişli olan gölet çevresinin rakımı 950 metre olup, doğa sporları için uygun bir alan ve kültür park niteliğindedir.



Şekil 2. Pazaryeri, Küçükemalı Göleti (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2018)

Bozcaarmut Göleti: Bozcaarmut Köyü yakınlarındaki ilçe merkezine 15 kilometrelik uzaklıkta, çevresi *Abies sp.* (Gökmar) ve *Pinus sp.* (Çam) ormanları ile çevrili, kamp ve dinlenme yeri olarak elverişli bir mesire alanıdır. Bozcaarmut Göleti'nde rakım 1.051 metredir.



Şekil 3. Pazaryeri, Bozcaarmut Göleti (Anonim 2, 2018).

Pelitözü Göleti: 213.50 hektar alanı olan pelitözü göleti sulama amaçlı oluşturulmuştur. Merkezine 7 kilometre uzaklıkta yer alan göletin etrafı *Pinus sp.* (Çam) ağaçları ile çevrili olup, ulaşım kolaylığı ve geniş bir alana sahip olması nedeni ile özellikle hafta sonlarında rekreasyon alanı olarak kullanılmaktadır.



Şekil 4. Bilecik Merkez, Pelitözü Göleti (Orijinal, 2018).

- **Şelaleler**

Turistik destinasyon için kaynak oluşturan şelalelere Bilecik İlinde sık rastlanmamaktadır. İl sınırları içinde ilin 2 ayrı noktasında toplam 3 adet şelale bulunmaktadır. Turizm kapsamında değerlendirilen ve ziyaretçi çeken şelaleler kınık, suuçtu ve inhisar şelaleleridir; (T.C. Bilecik Valiliği, 2018).

Kınık Şelalesi: Kınık Köyü, Alamandere Mevkii yakınındaki kayalıktan çıkan su özgün bir su kaynağı görünümündedir. *Platanus orientalis* (Çınar) ağaçları ile çeviri olan bu alanın il merkezine uzaklığı yaklaşık 25 kilometredir. Şelale 360 metre rakımda yer almaktadır.



Şekil 5. Pazaryeri, Kınık Köyü, Kınık Şelalesi (Anonim 3, 2018)

Suuçtu Şelalesi: Yenipazar ilçesi, Yukarı çaylı Köyü yakınında bulunmaktadır. İlçeye uzaklığı 10 kilometredir. 875 rakımda bulunan şelale yaklaşık 30 metre yükseklikten dökülmekte ve küçük bir havuzda toplanan su, eşsiz bir manzara ortaya çıkarmaktadır. Şelaleyi çevreleyen yeşil doku ve akan suyun huzurlu bir dinlenme alanı yaratmaktadır.



Şekil 6. Yenipazar İlçesi, Suuçtu Şelalesi (Anonim 7, 2018)

İnhisar Şelalesi: Doğal yapısı bütünü ile tamamen korunan şelale, Çalkara Köyü yakınlarında ve ilçeye uzaklığı 9 kilometredir. İnhisar (Çalkara) şelalesi bir vadi tabanında yer almaktadır. Şelale ancak vadi tabanına inildiğinde görülebilmektedir. Şelale, döküldüğü yerden irili ufaklı şelaleler sistemine dönüşerek kademeli olarak Sakarya Nehri'ne karışmaktadır. Şelale yamacında birçok meyve ağacı yer almaktadır.



Şekil 7. İnhisar İlçesi, İnhisar Şelalesi (Anonim 6, 2018)

Harmankaya Kanyonu: Harmankaya Kanyonu, Bilecik ilinin Yenipazar ve İnhisar ilçeleri arasında bulunmaktadır. 260 hektarlık alan 2013 yılında tabiat parkı olarak ilan edilmiştir. Kanyon giriş yeri Karahasanlar köyü çıkışı ise Harmanköy'dür yaklaşık 3 km uzunluğunda olan kanyonun girişi 5 metre genişliğindedir. Kanyon içinde 25 metrelik ve 20 metrelik iki büyük şelale ve onlarca 1.5-2 metre arası şelale bulunmaktadır.



Şekil 8. Harmankaya Kanyonu (Anonim 4, 2018).

- **Tabiat Parkları**

Küçükemalı Tabiat Parkı: küçükemalı Tabiat Parkı Bilecik'in Pazaryeri ilçesinde yer almaktadır. Alanın çevresindeki halkın ruh ve beden sağlığı ile rekreatif, kültürel gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik olarak planlanan Küçükemalı Tabiat Parkı Yeri; coğrafi konumu, topografik yapısı, orman dokusu, bitişiğinde bulunan Küçükemalı Gölet'i, kent gürültüsü ve kirliliğinden uzak ve temiz havası ile gününbirlik ziyaretçilerin odak noktası konumundadır. Kent insanına rekreatif imkanlar sunan Küçükemalı Tabiat Parkı, özellikle sahip olduğu doğal, rekreasyonel ve görsel değerler ile ormanlık alanlar içinde tercih edilen, açık hava rekreasyonel kaynaklarından biridir. Alan *Pinus nigra* (karaçam), *Fagus sylvatica*

(Kayın), *Quercus robur* (Saplı Meşe) gibi diğer yaprağını döken orman ağaçlarından oluşan doğal orman dokusuna sahiptir (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2018).



Şekil 9. Küçükemmalı Tabiat Parkı (Anonim 5, 2018)

Harmankaya Tabiat Parkı: Bilecik'in İnhisar ve Yenipazar ilçelerinin kesişme yerinde bulunan tabiat parkı Türkiye'deki 184. Tabiat Parkı'dır. Harmankaya Kanyonu Tabiat Parkının bitki örtüsü ve yaban hayatı özelliğine sahip, manzara bütünlüğü içinde halkın dinlenme ve eğlenmesine uygun bir tabiat parçası olması yanında doğal, rekreasyonel ve görsel değerlere sahip rekreasyonel kaynaklardır. Tabiat parkında orman ekosistemini oluşturan ve bölgede yer alan *Pinus nigra* (Karaçam), *Juniperus* (Ardıç) ve *Qercus* (Meşe)'dir. Bilecik İli'nin Karasal ve İç Su Ekosistemleri Biyolojik Çeşitlilik Envanter ve İzleme İşi Projesi'ne göre; Bilecik ilinde gerçekleştirilen arazi çalışmaları sonucunda 86 familyaya ait 745 ve literatüre ait ise 42 familyaya ait 295 tür ve tür altı takson belirlenmiştir. Toplam 1040 takson saptanmıştır. Bu taksonlardan 73'ü endemiktir. Endemizm oranı ise yaklaşık %7'dir. Belirlenen türlerden bazılarını bu alanda görmek mümkündür (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2018).



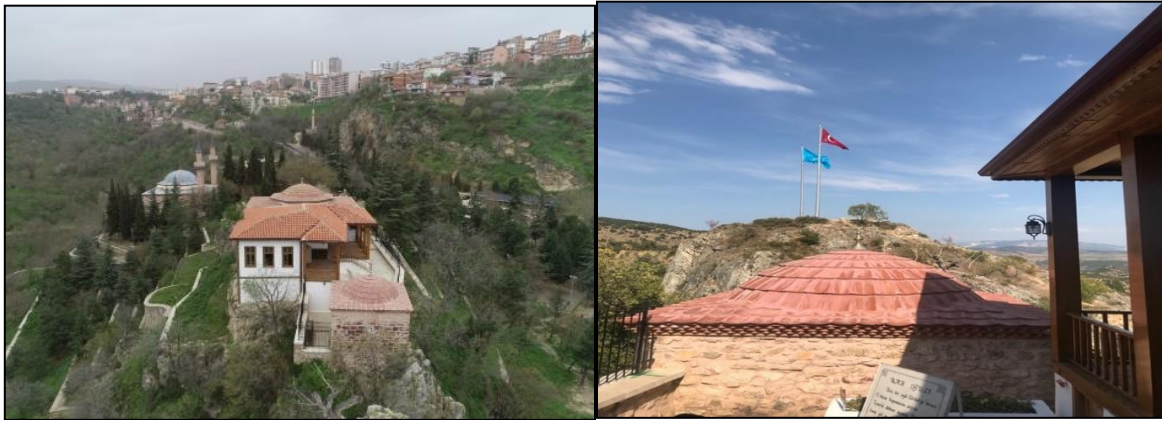
Şekil 10. Harmankaya Tabiat Parkı (Anonim 6, 2018)

Kültürel Değerler

Bilecik tarihin çok eski dönemlerinden itibaren farklı uygarlıklara yerleşim yeri olması nedeni ile tarihi ve kültürel açıdan çok zengin bir kenttir.

- **Türbeler**

Şeyh Edebali Türbesi: Eski Bilecik kentinin cumhuriyet mahallesinde yer almakta olup, Şeyh Edebali Mescidi'nin doğu duvarına bitişik olarak inşa edilmiştir. Kitabesi bulunmayan Şeyh Edebali Türbesi'nin mescit ile aynı tarihte yapıldığı tahmin edilmektedir. Türbe yapısının yerden yüksekliği yaklaşık 1.50 m olup, türbeye beş basamaklı bir merdiveni ile erişilmektedir. Dikdörtgen plan şemasına sahip olan türbe yapısının kubbesi de dahil olmak üzere kiremit kaplı kırma çatıyla örtülüdür. Türbe ve dergâhın, Sultan II. Abdülhamid döneminde ilk onarım çalışması yapılmış olup, 2012 yılında ise tekrar restorasyon ve onarım çalışmaları gerçekleştirilmiştir.



Şekil 11. Bilecik, Şeyh Edebali Türbesi (Orijinal, 2018)

Ertuğrul Gazi Türbesi: Ertuğrul Gazi'nin mezarı 1281-1285 yılları arasında oğlu Osman Bey tarafından açık mezar olarak yapılmıştır. Çelebi Sultan Mehmet döneminde üzeri kapatılarak türbe şeklinde düzenlenmiştir. III. Mustafa, 1757 tarihinde türbeyi büyük bir onarımdan geçirmiştir. II. Abdülhamit Han 1886 yılında bugün varlığını sürdüren türbe binasını inşa ettirmiştir. Ayrıca türbe girişinin iki yanına birer çeşme yaptırmıştır. En son, 1986 tarihinde aslına uygun olarak onarım çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Bahçe içinde eşi Halime Hatun ile oğlu Savcı Bey'in gerçek mezarları ve Osman Bey'in geçici kabri bulunmaktadır (Vatan, 2017). Ertuğrul Gazi Türbesi erken Osmanlı Dönemi türbe mimarisinin özelliklerini göstermektedir. Türbe binası altıgen planlı, üzeri kubbe örtülü olup, beşik çatıdır. Dikdörtgen bir giriş mekanından ana mekana ulaşılmaktadır. Duvarlar bir sıra kesme küfeki taşı, iki sıra tuğla ile almalı düzende örülmüştür. Altıgen şeklindeki gövdenin kibleye dönük olan yüzüne küçük bir mihrab konulandırılmış, geri kalan batı ve güneydoğu duvarlarına bir kapı ve üç pencere yerleştirilmiştir. Bir duvar ise sağır bırakılmıştır. Dikdörtgen biçimindeki pencerelerin açıklıklıkları demir parmaklıklarla donatılmıştır.



Şekil 12. Söğüt İlçesi, Ertuğrul Gazi Türbesi (Orijinal, 2018)



Şekil 13. Söğüt İlçesi, Ertuğrul Gazi Türbesi Çeşmeleri (Orijinal, 2018)

Metristepe Zafer Anıtı: Metristepe Zafer Anıt 1300 metre rakımlı bir tepe üzerinde yer almaktadır. İnönü Savaşları'nın kazanıldığı ve büyük önder Atatürk'ün İsmet İnönü'ye gönderdiği kutlama telgrafında “Siz orada yalnız düşmanı değil, milletin makus talihini de yendiniz” diye belirttiği yer Metristepe'dir. Şehitliğin yüce anılarını yaşatmak amacı ile 2000 yılında, heykeltıraş Prof. Dr. Şahin Özyüksel tarafından inşa ettirilmiştir (Arıkan ve Tünel, 2013).



Şekil 14. Bozüyük İlçesi, Metristepe Zafer Anıtı (Orijinal, 2018)

Dursun Fakih Türbesi: Dursun Fakih, Şeyh Edebali'nin damadı olup, Osmanlı Beyliği'nin kurulması için ilk hutbeyi okuyan kişidir. Tefsir, hadis ve fıkıh bilimlerinde eğitim almış, o dönemin bir ilim adamı, hukukçu olarak Osmanlı Devleti'nin kurulmasında hizmet etmiştir. Türbe, Söğüt İlçesi Küre Beldesinde 550 rakımlı bir tepe üzerinde konumlandırılmıştır (İslâm Ansiklopedisi, 1994). Kare plan şemasına sahip olan türbe yapısının üzeri kubbe örtülü olup, beşik çatılıdır. Yerden yüksek konumda tasarlanmış olan yapıya basamaklar ile erişim sağlanmaktadır.



Şekil 15. Söğüt İlçesi, Dursun Fakih Türbesi (Orijinal, 2018)

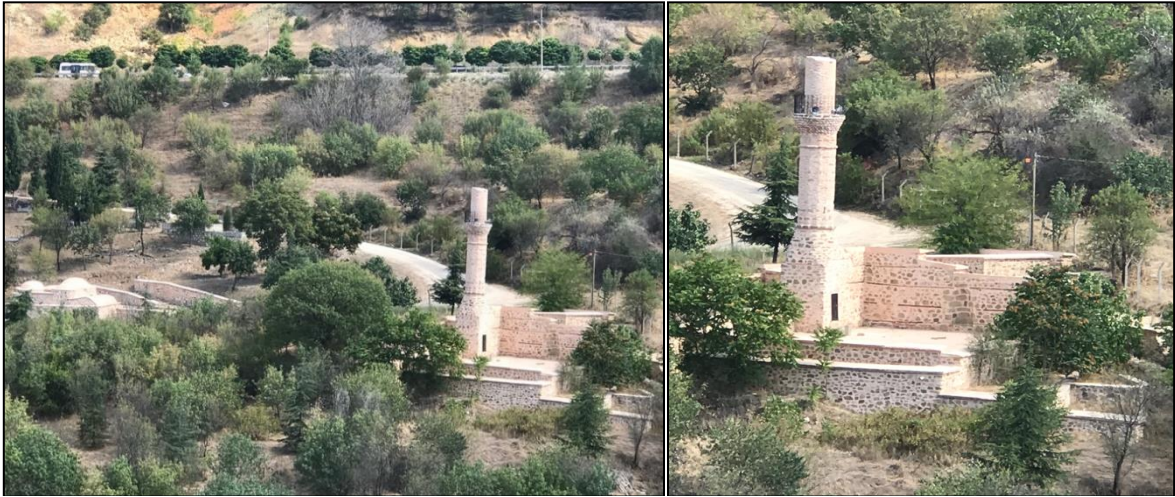
- **Mescit ve Camiler**

Orhan Gazi Camii: Orhan Gazi Camiinin ilk yapılış tarihi kesin olarak bilinmemekle beraber Orhan Gazinin diğer eserleri ile birlikte 14. Yüzyıl. başında yapıldığı tahmin edilmekte olup, 365 cemaat kapasiteli yapıda 1973 yılında onarım ve restorasyon çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Şeyh Edebali Türbesine 50 m. uzaklıkta olup, en dikkat çekici yanı, minaresinin ana binadan 30 m. uzakta bir kayanın üzerine yapıdan bağımsız olarak inşa edilmiş olmasıdır. Orhan Gazi Camii Osmanlı Dönemi dini yapı mimari alanında ilk kubbeli yapı örneğidir. Restorasyon çalışmaları sırasında kubbe kurşunla kaplandığı için Kurşunlu Camii olarak da bilinmektedir (Bilecik İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).



Şekil 16. Bilecik, Orhan Gazi Camii (Orijinal, 2018)

Emirler Camii: Bilecik, Merkez ilçesi Emirler Mahallesi'nde yer almaktadır. İnşa tarihi kesin olarak bilinmeyen caminin plan, malzeme ve teknik açıdan erken Osmanlı dönemine ait olduğu düşünülmektedir. Yapının kalıntılarından dikdörtgen bir planı şemasına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yapı Yunan işgali sırasında yıkılarak harabe haline gelmiştir. Yapının büyük kısmı tahrip edilmiş olup, sadece minare, güney ve doğu çevre duvarı kalıntıları bugüne ulaşabilmiştir. Minare kare bir kaide üzerinde yükselen silindirik gövdeden oluşmaktadır. Minarenin bugün külah kısmı bulunmamaktadır. Minare 1997 yılında onarım geçirmiştir.



Şekil 17. Bilecik, Emirler Camii (Orijinal, 2018)

Söğüt Kuyulu Mescit: Söğüt Çayı kenarında bulunan mescit, Ertuğrul Gazi'nin aşiretiyle geldiğinde ilk çadır kurduğu yer olarak rivayet edilmektedir. İçinde kuyu bulunan ve "Kuyulu Mescit" olarak da bilinen yapı, 1276 tarihinden önce Ertuğrul Gazi tarafından yaptırılmış, II. Abdülhamit tarafından 1902 yılında aynı temeller üzerine inşa edilmiş olup, sonraki dönemlerde onarım ve restorasyon çalışmaları gerçekleştirilmiştir (Bilecik İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).



Şekil 18. Söğüt, Kuyulu Mescit (Orijinal, 2018)

Hamidiye Camii (Çifte Minareli Camii): Söğüt ilçesinin İstiklal caddesi üzerinde bulunan Hamidiye Camii 1322 yılında II. Abdülhamid tarafından yaptırılmıştır. Yapı bir avlu biçiminde Hamidiye İdadisi (Eski Ertuğrul Gazi İlkokulu olup bugün kullanılmamaktadır) ve Darül-eytam (Söğüt Lisesi) ile birlikte bir külliye biçiminde inşa edilmiştir (Bilecik İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018). Neo-klasik üslupta inşa edilmiş olan yapının plan şeması kare biçimli olup, yapının her iki yanında yer alan minareler cephe ile bitleştirilmiş dikdörtgen kaidelidir. Yapı malzemesi olarak kırmızı kesme taş kullanılmıştır. Harim merkezi bir kubbe ile örtülü olup, duvarlarında ise sivri kemerli üçer pencere yer almaktadır. Caminin cephesinde yer alan panolar Kütahya’da üretilmiştir. Sır altı tekniği ile beyaz Zemin üzerinde lacivert kıvrık dallar, şakayık çiçekleri, sümbül ve lale motifleri yer almaktadır.



Şekil 18. Söğüt, Hamidiye Camii (Orijinal, 2018)

Rüstem Paşa Camii (Ulu Camii): Rüstem Paşa Camii (Ulu Camii) Osmaneli ilçesinde yer almakta olup, bugüne ulaşabilen Osmanlı Dönemine ait en eski yapıdır. Yapım tarihi

1516'dır. Çarşı içinde klasik üsluptaki yapı, Kanuni Sultan Süleyman'ın damadı ve vezirlerinden Rüstem Paşa tarafından Mimar Sinan'ın kalfası Yüzgeç Mehmet Paşa'ya yaptırılmıştır. Kareye yakın dikdörtgen planlı camii, kesme taş ile inşa edilmiştir. Tavan ve çatı da yapı malzemesi olarak ahşap kullanılmıştır. Caminin restorasyon ve onarım çalışmaları Vakıflar Bursa Bölge Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilmiştir (Okuyucu, 2011).



Şekil 19. Osmaneli, Rüstem Paşa Camii (Okuyucu, 2011)

Hamide Hatun (Kırgıllı Cami): Caminin yapım tarihi kesin olarak bilinmemekle olup, sadece minaresi üzerinde “Kırgıllı Camii 1550” ibaresi yer almaktadır. Ancak bu tarihi belgeleyen bir yazıta rastlanmamıştır (Uluengin ve Saatçi, 2009). Hamid-i Hatun ve Şaban Ağa tarafından başlatılan inşaat ölümeleri üzerine Hacı Mustafa Ağa tarafından tamamlanmıştır. Cami dikdörtgen planlı olup, Tuğla ve kesme taşın alması biçimde inşa edilmiş minaresi bulunmaktadır (Uluengin ve Saatçi, 2009). Camide herhangi restorasyon çalışması yapılmamıştır ve yapı özgün işlevini sürdürmektedir.



Şekil 20. Hamide Hatun Camii (Okuyucu, 2011)

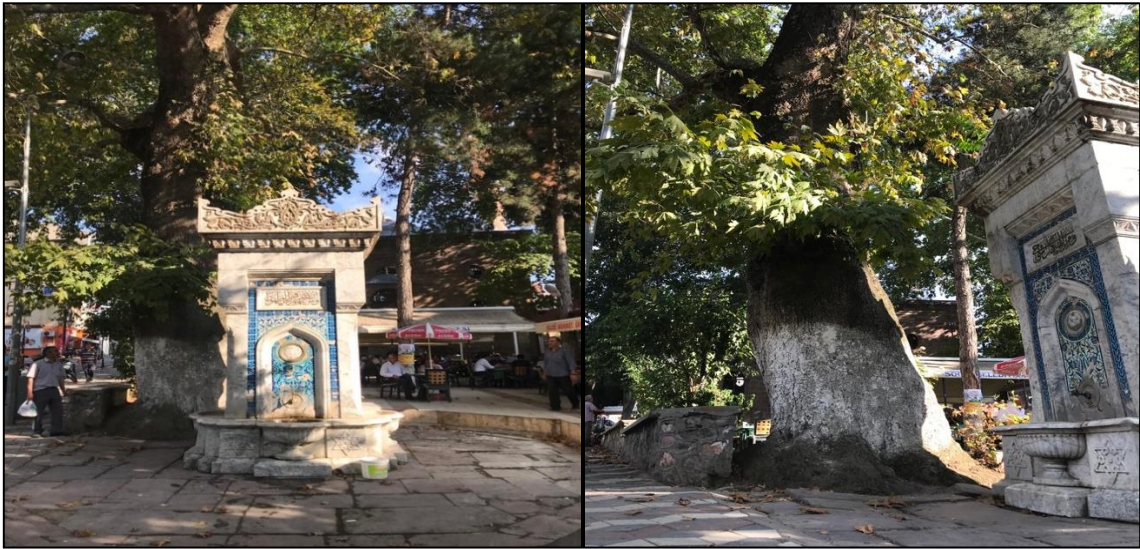
- **Kiliseler**

Aya Yorgi (Hacios Georgios) Kilisesi: Osmaneli ilçe merkezinin güneyinde, Cami-i kebir Mahallesi'nde bulunmaktadır. 19. Yüzyıl'ın ikinci yarısında Osmaneli de yaşayan Rum'lar tarafından yaptırılmıştır. Yapının ön cephesinde, iki köşede iki çan kulesi bulunmaktadır. 1923 yılında İstiklal Savaşı sonrasında yapılan mübadele sonucu Osmaneli ilçe merkezindeki Rumlar Yunanistan'a göç ettikleri için kilise kullanılmadığı için, bugün harabe durumundadır (Okuyucu, 2011). Bugün kilise özel mülkiyete ait olup, kilisede hiçbir koruma çalışması yapılmamıştır.



Şekil 21. Osmaneli, Aya Yorgi Kilisesi (Orijinal, 2018)

Sait Bey Çeşmesi: Çeşme Söğüt ilçesinin merkezinde, Çelebi Mehmet Camii'nin önündeki parkta yer almaktadır. Çeşme Sultan Reşat döneminde Kaymakam Sait Bey tarafından yaptırılmış olup, çini süslemeler ise 1919 (1325) yılında Kütahya'da Mehmet Emin Usta tarafından yaptırılmıştır. Kare biçimli çeşmenin kitabesinde çeşitli motiflerden oluşan çini panolar yer almaktadır (Ertuğrul, 2013).



Şekil 22. Söğüt, Sait Bey Çeşmesi (Orijinal, 2018)

Kınık Köyü: Pazaryeri İlçesi'ne bağlı Kınık köyü'nde 120 yıldır çömlek yapılmaktadır. 120 yıl önce Kınık'ta çömlek yapımına uygun toprak bulan Bulgar göçmeni Şakir usta ile Kınık'ta

çömlek yapımını başlatmıştır. El tezgahları ve ayakla çalışan tezgahlarda çömlek yapımının yanı sıra, bugün gelişen teknoloji ile birlikte uygun olarak da ürünler ortaya çıkarılmaktadır. Halen köyde 27 atölye faal durumda olup, yaklaşık (170 kişi) yerel halk geçimlerini çömlek yapımından sağlamaktadır. Her yıl temmuz ayının ilk haftası "Çömlekçilik Şenliği" düzenlenmektedir. Şenlikte, çömlek ürünleri stantlar açılarak sergilenmektedir. Şenliğe ülkenin çeşitli yerlerinden seramikçiler de katılmaktadır. Ayrıca Kınık Köyü Çömlekçilik ve El Sanatları Derneği'nin girişimleri ile üniversitelerin Güzel Sanatlar Fakülteleri'nde eğitim gören öğrenciler için yaz stajı niteliğinde "Çömlekçilik Eğitimi" düzenlenmektedir (Anonim 7, 2018).



Şekil 23. Kınık Köyü (Orijinal, 2018)

Bilecik kentinin mekansal özellikleri, rekreasyonel kullanım olanakları, kültürel kaynak değerleri ve sorunlarının envanteri oluşturulacak arazi çalışmaları doğrultusunda alanın sahip olduğu kültürel peyzaj değerleri SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Bunlar; tarih, arkeoloji, yerel mimari, el sanatlar, dini yerler, festivaller, çevresel konular, yaygın eğitim olanakları, korunması gerekli anıtsal yapılar ve alanlar başlıkları dikkate alınarak irdelenmiştir.

SONUÇ

Bilecik ili tarihin çok eski dönemlerinden itibaren farklı uygarlıklara ev sahipliği yapması nedeni ile tarihi ve kültürel açıdan çok zengin bir kenttir. Yapılan araştırmalar sonucunda kentin doğal, ekonomik, sosyal yönden çok zengin kaynaklara sahip olduğu ve bu kaynakların kent gelişimi açısından geniş fırsatlar yarattığı belirlenmiştir. Ancak bölgenin doğal yapısının yeterince korunamaması ve kent planlamasının mevcut doğal-ekolojik özellikler dikkate alınmadan yapılmış olması, kent gelişiminde en önemli zayıflık olarak belirlenmiştir. Kent karakterinin estetik ve işlevsel anlamda niteliğinin artmasını sağlayamamıştır. Bu kapsamda Bilecik kenti için gerçekleştirilen SWOT analizi çalışması sonucu kentin doğal, kültürel, sosyo-ekonomik, eğitsel ve el sanatlarına ilişkin olarak saptanan fırsat ve tehditler ile güçlü ve zayıf yönler belirlenerek Tablo 1 de verilmiştir. (SWOT analizi sonuçları ile ilgili yapılan alan çalışmaları ve Bilecik Doğa Turizmi Master Planından yararlanılmıştır).

Tablo 1. Bilecik kenti kültürel ve doğal peyzaj değerlerinin belirlenmesi amacı ile gerçekleştirilen SWOT Analizi

BİLECİK KENTİ SWOT ANALİZİ	
GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
FIRSATLAR	TEHDİTLER
- Sulak alanların üzerinde mevcut turizm destinasyonları ile birlikte diğer etkinliklere imkan sunması - Göletlerin ve yakın çevrelerinin kamp alanı oluşturmak için uygun olması - Sulak alanların ulaşılabilir durumda olması - Arkeolojik sit alanlarının bulunması - Tabiat parklarının kamp için uygun olması	- Tabiat parklarında konaklama imkanının sınırlı ve yetersiz olması

DOĞAL PEYZAJ KANYAK DEĞERLERİ

DOĞAL VARLIKLAR

- Kolay bir erişim ve ulaşımına sahiptir - Tabiat parklarında gölet olması nedeni ile balıkçılık yapılabilir.	- Göletlerde kirlenmesi söz konusudur. - Yapılaşma sulak alanları tehdit etmektedir. - Yoğun turist akışı olması durumunda hava ve su kirliliği oluşmaktadır.
---	---

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
---------------------	---------------------

KÜLTÜREL PEYZAJ KAYNAK DEĞERLERİ

- Kent içi ve yakın çevresinde koruma alanlarının varlığı - Kent ve yakın çevresinde taşınmaz kültür varlığı ve tarihi alanların varlığı - Kent içinde arkeolojik sitlerin varlığı - Geleneksel etkinliklerin sürdürülmesi - Çeşitli dini ve kültürel yapıların bulunması -	- Yeni gelişim alanlarının geleneksel kent dokusu üzerinde baskı oluşturması - Farklı dini kültürlerin simgesi olan yapıların işlevlerini yitirmesi - Yeşil alan kullanımlarının yetersizliği ve estetik niteliğe sahip olmaması - Rekreasyon alanlarının yetersiz olması - Mahalle ölçeğinde park ve spor alanlarının sayısı ve niteliğinin yetersiz olması
---	--

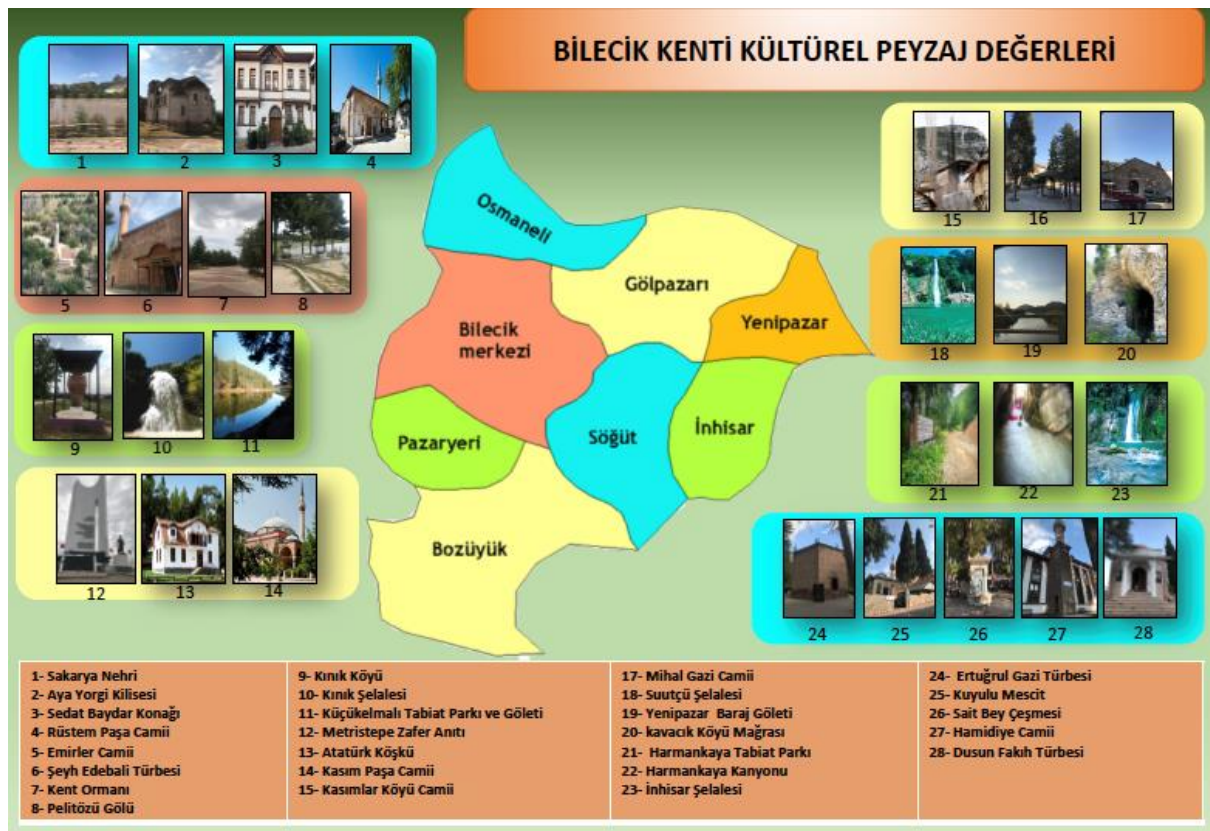
FIRSATLAR	TEHDİTLER
KÜLTÜREL VARLIKLAR	
- Kentte tarihi-kültürel dokusu korunmuş bazı bölgeler bulunması - Tarihi alanların ve taşınmaz kültür varlıklarının sürekli ziyaret edilmesi - Tarihi nitelikli dini yapıları kullanan kitlenin bulunması - Dini yapıların işlevini sürdürmesi	- Kültürel açıdan zengin alanların kontrolsüz kullanımı - Düzensiz ve plansız yapılaşma - Kent merkezinde tarihi sokakların yenilenmesinin ve genişletilmesinin mümkün olmaması - Dini yapıların orijinal dokularını kaybetmeleri
GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER

SOSYO EKONOMİK- EL SANATLARI- EĞİTİM	
- Seramik, çini vb. Fabrikaların bulunması - Yöresel ürünlere yönelik girişimciliğin olması - Yöresel kaynakların turizme potansiyel yaratması - Üniversitenin varlığının kültürel çeşitlilik sağlaması - Yöresel pazarların varlığı - Üniversitenin olması ve sürekli gelişimi - Yerel yönetimin sanatsal eğitime destek sağlaması - Kentte tarihi-kültürel dokusu korunmuş bazı bölgeler bulunması - Tarihi alanların sürekli olarak ziyaretçisi bulunması - Tarihi nitelikli dini yapıları kullanan kitlenin bulunması - Festival ve sanatsal etkinliklerin olması -	- Küçük işletmecilerin kısıtlı olanaklara sahip olması - Yeni istihdam alanlarının olmaması - Toplu taşıma sisteminin yetersiz olması - Engellilere yönelik kent yaşamını kolaylaştıran tasarım veya projelerin yetersizliği - Kentin ve yerel özelliklerinin tanıtım eksikliği - Estetik kaygı ve tasarımdan yoksun mekanlar ve yapılaşmalar - Tarihi kültürel yönde organizasyon ve eğitimlerin yetersizliği - Zengin kültürel çevrenin kontrolsüz kullanımı - Düzensiz ve plansız yapılaşma - Kent merkezinde tarihi sokakların yenilenmesinin ve genişletilmesinin mümkün olmaması - Dini yapıların orijinal dokularını kaybetmeleri - Kırsal alanlarda eğitim olanaklarının kısıtlı olması

Gerçekleştirilen değerlendirmeler doğrultusunda Bilecik kenti kültürel peyzaj özellikleri, alt bileşenleri ile saptanmıştır. Bu kapsamda doğal, kültürel değerleri ile tüm yerel zenginliklerin ve çeşitliliğin yöresel kaynak değerleri ve turizm potansiyeli oluşturduğu ancak, birçoğunun güçlü yön ya da fırsat olması yanında tehditlere de açık olduğu görülmektedir. Özellikle su kaynakları üzerinde uygulanan HES projeleri ve koruma alanlarının etkin korunmamasından dolayı bu kaynakların hızla tüketimini hem de bu kaynaklara bağlı sektör, uygulama ve

gelişmeleri engelleyici nitelikte olduğu kadar kültürel peyzaj özelliklerini de hızla değiştirmiş ve dönüştürmektedir. Bu nedenle her türlü yerel kaynağın sürdürülebilirliği için kaynak odaklı, korumacı bir yaklaşım izlenmelidir.

Bilecik kentinde kültürel, tarihi yapılar ve açık alanlar ile tarihi kimliğini yansıtacak şekilde; gerekli kentsel tasarım ve düzenlemelerin gerçekleştirilmesi Kent kimliğinin korunması açısından önemlidir. Kentsel yerleşim ve yakın çevresi bütüncül olarak değerlendirilmeli ve hassas koruma odaklı bir planlama – tasarım yaklaşımı izlenmelidir (Şekil 24). Bilecik kenti özellikle erken Osmanlı kültürü ile ulusal kimlik açıdan önem taşıyan bir yerleşme olarak gerek kent merkezinde gerek tüm alt yerleşmelerinde varlığını sürdüren taşınmaz kültür varlıkları bütüncül olarak korunmalı ve kültür kaynağı olarak kültür ve inanç turizmi kapsamında değerlendirilmelidir. Ülkenin kültür envanteri için önemli bir dönem kenti olan Bilecik ve yakın çevresinin sahip olduğu doğal ve kültürel değerler ile kültürel peyzaj özelliklerinin gelecek kuşaklara aktarımı, çevre ile ilgili meslek disiplinlerinin bir sorumluluğu ve zorunluluğudur.



Şekil 24. Bilecik kenti Kültürel Peyzaj değerleri Haritası (Orijinal, 2018)

KAYNAKLAR

Anonim 1. <http://www.fotografturk.com/bozcaarmut-goleti-p368930>

Anonim 2. <http://baranciftligi.net/kinik-koyu/>

Anonim 3. <http://www.resulcelik.com.tr/suuctu-selalesi-bursa/>

Anonim 4. <http://harmankayakanyonu.tabiat.gov.tr>

Anonim 5. <http://harmankaya.tabiat.gov.tr>

Anonim 6. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bilecik/gezilecekyer/orhangaz-cam>

Anonim 7. Pazaryeri Kaymakamlığı, pazaryeri.gov.tr, 20 Ağustos 2018’de erişildi

Bilecik il Kültür Müdürlüğü, 2018

Bilecik Doğa Turizmi Master Planı. 2013. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar genel Müdürlüğü. Bilecik

- Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2018
- Arıkan, R. ve Tünel, A. 2013. “Kuruluş ve Kurtuluşun Şehri Bilecik”, Bilecik Valiliği
- Ertuğrul, Z. 2013. Söğüt’te bulunan 20. Yüzyıl Kütahya Çinileriyle Süslü Tarihi Yapılar. Akdeniz Sanat Dergisi. Cilt:2, Sayı:3, s. 33-38.
- İslam Ansiklopedisi.1994. Cilt: 10, Sayfa 7-8
- T.C. Bilecik Valiliği, 2018
- Okuyucu, A. 2013. Bilecik İlinde Nüfusun Mekansal Dağılışının Jeostatistiksel Yöntemlerle İncelenmesi. Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:6, Sayı 24.
- UNESCO, 1998. “Natural Sacred Sites”, in Cultural Diversity and Biological Diversity International Symposium, 22-25 Semp. Paris.
- UNESCO, 1999. The World Heritage Convention and Cultural Landscapes in Africa Expert Meeting - Tiwi, Kenya, 9-14 March 1999.
- Uluengin, B. ve Saatçi, S. 2009. Osmaneli ve Geleneksel Evleri. Kerkük Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Vatan, A. 2017. Bilecik İlinin Turizm Envanteri. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 53, Eylül s. 183-205
- Yener, G. 2015. Kültürel Peyzaj Değeri Açısından Yörük Kültürünün İrdelenmesi. Isparta Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. Isparta.

ALGILANAN DESTİNASYON İMAJİ: ADIYAMAN ÖRNEĞİ
THE IMAGE OF PERCEIVED DESTINATION: AN EXAMPLE IN ADIYAMAN

Neşe KAFA AYDIN

Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler
Yüksekokulu, nesekafa@comu.edu.tr

ÖZET

Günümüzde turizm sektörünün artan rekabet koşulları karşısında destinasyonla ilgili algıların keşfedilmesinin önemi de artmaktadır. Bu açıdan çalışmanın temel amacı, algılanan destinasyon imajına yönelik hangi faktörlerin ön plana çıktığının belirlenmesidir. Bu amaç kapsamında 2017 Nisan-Mayıs aylarında çeşitli nedenlerle Adıyaman’da bulunan kişilere yönelik anket çalışması yapılmıştır. Elde edilen araştırma bulgularına göre Adıyaman destinasyon imajına yönelik sosyo-ekonomik özellikler ve şehir halkı öncelikli faktörler olarak belirlenmiştir. Ayrıca çalışma sonucunda elde edilen veriler; t testi ve varyans analizlerine tabi tutulmuştur. Verilerin analizi sonucunda, katılımcıların demografik özellikleri, destinasyonda bulundukları süre ile algılanan destinasyon imajı arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon İmajı, Turizm, Adıyaman.

ABSTRACT

Nowadays, determination of destination perceptions are very important due to the increasing competition conditions of the tourism sector. In this regard, the aim of this study is to determine which factors at Adıyaman region consider important as a destination image. Because of this purpose, surveys were conducted for those who were in Adıyaman destination in April-May 2017 due to various reasons. According to the research findings derived from the survey study, it was determined that the preferential factors are the socio-economics and local people. The data gathered from end of the study were examined through t-test and variance analysis. Moreover it was found out that there are meaningful differences between demographic characteristics of participant, the availability time of participants in the region and the perceived destination image.

Key Words: Destination Image, Tourism, Adıyaman.

1. Giriş

Günümüzde imaj konusunda sadece insan veya kuruluşlar için değil, ülke ve destinasyon imajları bile günümüz rekabet koşullarında önem kazanmıştır. Ülkeler, insanlar veya kuruluşlar olumlu bir imaj yaratmak için maddi ve manevi çaba içerisine girmişlerdir (Atay ve Akyurt,2009:2). Turizm endüstrisinin de giderek artan rekabetçi yapısı, turistik destinasyonların etkili plan ve stratejiler geliştirmesini zorunlu hale getirmiştir. Destinasyonlar genellikle pazar yerindeki rekabete oranla algılanan imajları üzerine yoğunlaşmaktadırlar (Baloglu ve Mangaloglu, 2001: 1).

Potansiyel turistler daha önce ziyaret etmedikleri bir destinasyon hakkında genellikle sınırlı bilgiye sahiptirler. Bu bilgi medya veya kendi sosyal gruplarından elde edilen sembolik bilgilerdir. Turistler bu bilgilerle alternatif destinasyonların imajlarını formüle ederler. Bu yüzden imaj, destinasyon seçim sürecinde kritik bir eleman olarak görülmektedir(Um ve Crompton, 1999: 81). Watkins vd. (2006)’ne göre destinasyon imajı, destinasyon seçiminde kilit rol oynayan bir kavramdır. Bu nedenle destinasyon seçimleriyle ilgili yapılan mevcut

çalışmalar bu nedenle, destinasyon imajının baskın özelliklerini tanımlamak ve bunların bir turistik destinasyon seçiminde oynadıkları rolü ortaya çıkarmak üzerine odaklanmaktadır (Um ve Crompton, 1999: 81).

Bir destinasyona ait imajın olum yada olumsuz olması ziyaretçilerin tercih edip etmemelerinde etkili olmaktadır. Dolayısı ile destinasyonlara ait imajın nasıl algılandığının incelenmesi büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda yapılan çalışma ile çok sayıda turistik çekiciliğe sahip olmasının yanında Dünya Kültürel Miras listesinde yer alan Nemrut Dağı'nın il sınırları içinde olması dolayısı ile de Adıyaman ilinin algılanan destinasyon imajı incelenmiştir.

2. Destinasyon İmajı

Gunn (1972) imajın oluşturulması sürecini kavramsallaştıran ilk araştırmacılardandır. İmaj kavramı ise, kişisel algılamaları yansıtarak, inançların, fikirlerin ve etkilerin birleşiminden oluşmaktadır (Köroğlu ve Güzel, 2007: 701). Destinasyon imajı kavramı, bir destinasyon hakkında bireysel yada topluca sahip olunan zihinsel düşünce yada kavramları içerir (Stabler, 1988; Alhemoud ve Armstrong, 1996:77). Başka bir ifade ile destinasyon imajı, turistlerin bir yer hakkındaki birtakım, inançlarını, düşüncelerini, izlenimlerini içeren bakış açısı olarak tanımlanabilir (Avcıkurt, 2005:24). Buradan hareketle destinasyon imajı, bir kişi ya da grubun belirli bir mekan hakkında sahip olduğu tüm bilgi, izlenim, ön yargı ve duygusal düşüncelerin anlatımı olarak da tanımlanabilir (Özdemir, 2008: 102-107). Kısaca destinasyon imajı, bireylerin destinasyon hakkında akıllarında kalan inanış ve izlenimlerin özetidir (Kotler ve Gertner, 2002: 251). Gunn (1972) ise destinasyon imajını; “bir yer hakkındaki kişisel tercihlerin göstergesi” şeklinde tanımlayarak ziyaret davranışı etkisine yer vermiştir. Böylece destinasyonlar arasındaki rekabette bölgeye ilişkin algılanan destinasyon imajının olumlu ya da olumsuz olması önemlidir. Algılanan imajın olumlu ya da olumsuz olması destinasyonun tercih edilmesini veya edilmemesini etkileyen önemli bir unsurdur (Akyol vd, 2018:641). Böylece bir destinasyon imajı oluşturma veya onu geliştirme çabaları, ziyaretçilerin yeniden ziyaretlerini veya tavsiye etme davranışlarını kolaylaştırmaktadır (Chen ve Tsai, 2007: 1121).

Pike (2002:542), temel destinasyon imajı özelliklerini özetleyebilmek amacıyla 1973-2000 dönemine ait destinasyon imajı literatürüne yönelik yaptığı çalışmada destinasyon imajına yönelik henüz genel kabul görmüş net bir teorinin olmadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte çeşitli bilim dallarındaki araştırmacılar ise imaj yapısının hem algısal hem de duygusal değerlendirmeyi kapsadığı konusunda hem fikirdirler (Baloglu ve McCleary, 1999: 870). İmajın bilişsel veya algısal ögesi bir destinasyonla ilgili insanların sahip olduğu inançları ve bilgiyi ifade eder. Bilişsel öge genellikle bir yerin fiziksel özelliklerini, o yerde yaşayan insanları ve yaşanan olayları değerlendirme sonucu ortaya çıkar. İmajın duygusal ögesi ise, insanların bir yer ile ilgili hissettikleri duyguları ifade eder. Duygusal öge bir yerin insanlarda uyandırdığı duyguların ve anlamın değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkar. Bir yerin duygusal olarak değerlendirilmesinin genel olarak o yerin bilişsel bir şekilde değerlendirilmesine bağlı olduğu kabul edilmektedir. Daha açık bir şekilde bir yerin duygusal imajı, bir yeri sevip sevmeme, hoşlanıp hoşlanmama, o yer ile ilgili olarak insanların sahip olduğu bilgilere, inançlara, düşüncelere yani bilişsel imaja bağlı olduğu görüşü ağırlık kazanmaktadır. Bir destinasyonu bilişsel ve duygusal olarak değerlendirme sonucunda o destinasyonun genel imajı oluşmaktadır. Yani bir destinasyondaki farklı nitelikler ve özellikler etkileşim sonucunda bir genel imaj oluşturur (İlban vd, 2008: 108). Dolayısı ile bir destinasyona ilişkin sosyal, kültürel ve ekonomik özelliklerine ilişkin algıları söz konusu destinasyonun imajını ifade etmektedir (Albayrak ve Özkul,2013:20). Bir destinasyonun imaj algısı ise pek çok faktörden oluşabilir ve etkilenebilir. Destinasyonun sahip olduğu doğal

kaynaklar, fiziksel özellikler, bölgenin gelişmişlik düzeyi, altyapı ve üstyapı hizmetleri, güvenlik durumu, yerel halkın tutumu, savaş, terör, doğal afetler gibi pek çok durum, turizm talebini ve destinasyon imajını doğrudan etkiler (Yamaç ve Zengin,2015:57). Bu özellikler, bölgesel kimliği oluşturabilecek kültürel, fiziksel ve sosyal özellikler, bölge turizm gelişimini destekleyecek turizm altyapısı, turistleri bölgeye çekebilecek turistik çekicilikler, bölgedeki gelişmeleri destekleyerek turizm planlamasında öncü olacak kurum ve kuruluşlara sahip olunması ve bölgenin ulaşılabilir olması olarak sıralanabilir (Güçer, 2010: 13-14). Bir çok çalışmada destinasyon imajının alt boyutlarının belirlenmesi ölçümüne ilişkin konulara yer verilmiştir (Gartner ve Hunt, 1987; Echtner ve Ritchie,1993; Baloglu ve McCleary, 1999; Beerli ve Martin, 2004).Böylece literatürde yapılan çeşitli çalışmalarda destinasyon imajı ile ilgili çeşitli alt boyutlar belirlenmiştir. Beerli ve Martin (2004) ise varolan ölçümlerde imajı etkileyen faktörlerin belirli özellikleriyle dokuz ayrı boyutta sınıflandırılabilirliği belirtilmektedir. Bunlar, doğal kaynaklar, genel altyapı, turistik altyapı, boş zaman değerlendirme olanakları, kültür, tarih ve sanat ve ekonomik faktörler, doğal çevre, sosyal çevre ve bölgenin atmosferi olarak ifade edilmektedir. İlban vd. (2008), yaptıkları faktör analizinde destinasyon imajı ile ilgili 8 boyut belirlemişlerdir; Sosyal çevre, faaliyetler ve bilgilendirme, taşımacılık, bölgenin atmosferi, fiyat, insan özellikleri, kültürel kıyaslama, doğal kaynaklar. Tekeli (2001:60) imaj oluşumunu etkileyen 6 faktörden söz etmektedir. Bunlar; destinasyonların sahip olduğu çekim gücü, imkanlar ve hizmetler, altyapı, konuk severlik ve maliyet olarak tanımlanabilir.Yamaç ve Zengin (2015) yaptıkları faktör analizinde destinasyon imajı ile ilgili 5 boyut belirlemişlerdir; şehrin genel özellikleri, alternatif turizm, tarih ve kültür boyutu, kıyı turizmi, alt yapı ve üst yapı. Sevim vd. (2013), yaptıkları faktör analizinde destinasyon imajı ile ilgili 4 boyut belirlemişlerdir. Bunlar; hizmet ve üstyapı, huzurlu ortam, tarihi doku ve çevre ve altyapı olarak adlandırılmıştır. Ayaz vd. (2015), ise yabancı turistlerin imaj algılarını belirlemeye yönelik faktör yükleri, şehir imajı, rehberlik hizmetleri ve ulaşım hizmetleri olmak üzere üç boyutta toplanmıştır. Çiftçi ve Çolak (2017) tarafından yapılmış olan faktör analizi sonuçlarına göre destinasyon imajı ile ilgili olarak sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel olmak üzere 2 alt boyut tespit edilmiştir. Buna göre destinasyon imajı alt boyutlarına ilişkin söz konusu farklı algılamaların, turistlerin seyahat amaçlarından ve destinasyonların karakteristik farklılıklardan kaynaklandığı doğrultusunda yorumlanabilir (Sevim vd,2013:126).

Destinasyon imajına yönelik çalışmalar, Hunt'ın imajın destinasyon gelişimindeki rolü hakkındaki çalışması ile 1970'li yılların başına kadar uzanmaktadır (Hosany vd., 2007: 63). Günümüzde de yerli ve yabancı literatürde destinasyon imajı ile ilgili çok sayıda çalışmaya yer verilmektedir (Hosany vd.,2007; Üner vd., 2006; Ayaz vd., 2015; Yıldırım vd.,2017; MacKay ve Fessenmaier,1997; Baloglu,1997; Walmsley ve Jenkins, 1993; Can ve Başaran, 2014; İlban vd., 2008; Ülkü vd.,2017; Albayrak ve Özkul, 2013; Özaltaş Serçek, 2016;Akyol vd., 2018; Ural vd.,2016; Atay ve Akyurt, 2009; Sevim vd.,2013; Yamaç ve Zengin,2015). Bu çalışmalara göre sosyo-demografik özelliklerin belirleyici role sahip olması, araştırmacıları imajın algılanmasında bu özelliklerin tespitine yönelik çalışmalar yapmaya yöneltmiştir. Böylece birçok araştırmacı sosyo-demografik değişkenleri farklı destinasyonlarda değerlendirerek, hangi değişkenlerin hangi destinasyonlarda ne gibi farklılıklar ortaya çıkardığını belirlemeye çalışmıştır (Atay ve Akyurt, 2009:10,11). Bazı çalışmalarda turistlerin cinsiyetlerinin algılanan imajı önemli ölçüde etkiledikleri sonucuna varılmıştır (MacKay ve Fessenmaier, 1997; Yıldırım vd.,2017; Walmsley ve Jenkins, 1993; Ayaz vd.,2015; Sevim vd.,2013). Bunların aksine yapılan başka çalışmalarda ise cinsiyetin katılımcıların destinasyon imajı ele alındığında bir farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır (Yamaç ve Zengin, 2015; Yaraşlı, 2007; Akyol vd., 2018).Destinasyon imajının yaş değişkenine göre farklılık gösterdiği çalışmalarda bulunmaktadır (Çiftçi ve Çolak, 2017; Walmsley ve Jenkins,1993;

Baloglu ve McCleary, 1999). Bunun yanında Yıldırım vd.(2017:511) tarafından yapılan bir çalışmada bisiklet turu etkinliklerine katılan 18-23 yaş arasındaki katılımcıların, 42 ve üstü yaş aralığındaki katılımcılara kıyasla, Çanakkale'nin destinasyon imajına yönelik "misafirperverlik" algılarının daha düşük seviyede olduğu tespit edilmiştir. Buna göre genç katılımcıların, orta yaş grubundaki katılımcılara kıyasla Çanakkale'yi daha düşük seviyede doğal güzelliklere ve misafirperverliğe sahip bir destinasyon olarak algıladıkları sonucuna varılmıştır. Yine başka bir çalışmada ise Ayaz vd. (2015:64) tarafından Safranbolu destinasyon imajına yönelik olan çalışmada yaş değişkeni bağlamında şehir imajı algısı konusunda en olumlu imaj algısının 61 ve üzeri yaş grubunda olduğu görülmüştür. Buna göre destinasyon imajı konusunda yaş yükseldikçe algının daha olumlu olduğu çalışmaların mevcut olduğunu söz etmek mümkündür. Ayrıca yapılan bu çalışmaların aksine yaş ile destinasyon imajı alt boyutlarının arasında ise anlamlı bir ilişkinin tespit edilmediği çalışmalarda mevcuttur (MacKay ve Fessenmaier,1997;Sevim vd.,2013). Sosyo-demografik özelliklerden eğitim değişkenine göre destinasyon imajı algılarının farklılık gösterdiği çalışmalar da bulunmaktadır (Baloglu ve McCleary,1999; Stern ve Krakover ,1993; Yıldırım vd.,2017; Yamaç ve Zengin, 2015; Sevim vd.2013). Bunun yanında Çiftçi ve Çolak (2017) destinasyon imajı konusunda kişilerin eğitim düzeyleri azaldıkça daha olumlu baktıkları sonucuna ulaşmasına rağmen Ayaz vd. (2015)'ne göre ise eğitim seviyesi yükseldikçe destinasyon imajı konusunda daha olumlu baktıkları ifade edilmektedir.Sosyo-demografik özelliklerden meslek değişkenine göre destinasyon imajı algılarının farklılık gösterdiği çalışmalar da bulunmaktadır (Yıldırım vd., 2017; Çiftçi ve Çolak,2017). Ayaz vd. (2015)'ne göre destinasyon imajında memurların öğrencilerden daha olumlu baktıkları tespit edilmiş ve Çiftçi ve Çolak (2017)'ın yaptıkları çalışmaya göre ise öğrencilerin memurlardan daha olumlu algıya sahip oldukları sonucu elde edilmiştir. Ayaz vd. (2015) ise sosyo-demografik özelliklerin yanı sıra şehirde kalış süreleri arttıkça şehir imajı konusunda daha olumlu baktıklarını belirtmektedir. Bunun yanında İlban vd (2008)'tarafından yapılmış bir çalışmada ise destinasyonu daha fazla ziyaret edenlerin ilk kez ziyaret edenlerden daha olumlu algıya sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca Üner vd.'nin (2006) Türkiye turizminde İstanbul şehrinin imajını belirlemeye yönelik yapmış oldukları bir diğer çalışmada; İstanbul'un "insanların misafirperverliği" değişkenleri açısından tatmin edici bir seyahat destinasyonu olduğu sonucu elde edilmiştir.

3. Araştırma Metodolojisi

Unesco Kültürel Miras listesine dahil olması ile birlikte Adıyaman ili turizm açısından önemli turistik kaynaklara sahip bulunmaktadır. Bu bakımdan Adıyaman'ın destinasyon imajının belirlenmesi ve destinasyon yönetimlerine daha etkin pazarlama faaliyetleri geliştirebilmelerini sağlayacak bakış açılarının oluşturulması gerekmektedir. Çalışma, Adıyaman ilinde iş, eğitim, ailevi ve diğer gibi nedenlerle ilde yaşamakta olan kişilere yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Anketler 2016 Ekim 2017 Nisan ayları arasında ilinde iş, eğitim, ailevi ve diğer gibi nedenlerle Adıyaman'da bulunan kişilerle yüz yüze görüşme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 429 anket formundan 395 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. Birincil veri toplama aracı olarak, mevcut yazın doğrultusunda hazırlanan anket formları kullanılmıştır. Anket ölçeğinin oluşturulmasında Yamaç ve Zengin (2015) ve Can ve Başaran(2014) tarafından yapılmış olan çalışmalardan yararlanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılar ile ilgili ve Adıyaman'a yönelik bazı özellikler öğrenilmeye çalışılmıştır. İkinci bölümde ise 5'li Likert ölçeğine uygun 40 soru yöneltmiştir. Faktör yükleri hesaplanan maddelerin yapılan analizler neticesinde ölçeğin 38 maddeden ve 8 boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak elde edilen boyutlara sırasıyla; doğal kaynaklar, genel altyapı, turistik altyapı, boş zaman değerlendirme

olanakları, kültür, tarih ve sanat ve ekonomik faktörler, doğal çevre, sosyal çevre isimleri verilmiştir.

Anket verilerinin çözümünde SPSS 13.0 for Windows programından yararlanılmıştır. Bu araştırmanın niteliğine uygun olarak faktör analizi kullanılmıştır. Ayrıca bu yöntemlere ek olarak hemen her araştırmada kullanılan Ağırlıklı Ortalama, Standart Sapma, Yüzde ve Frekans yöntemi ve çeşitli tablolarda kullanılmıştır. Araştırmada, katılımcıların yaşadıkları süreler ile destinasyon imajı algılarını etkileyip etkilemediğine de bakılmıştır. Bu analiz için Tek Yönlü Varyans (Anova) testi uygulanmıştır.

4. Araştırma Bulguları

Araştırmaya katılanlara ait genel demografik bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılanların %57’si erkek, %43’ü ise bayanlardan oluşmaktadır.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Genel Bilgilere Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımları

	Sayı	Yüzde
Cinsiyet		
Bay	57	57,0
Bayan	43	43,0
Toplam	395	100,0
Yaş		
18-34 yaş arası	327	82,8
35-50 yaş arası	65	16,5
50 yaş ve üzeri	3	0,8
Toplam	395	100,0
Eğitim		
İlköğretim	21	5,3
Ortaöğretim	280	70,9
Üniversite	71	7,9
Lisansüstü	23	5,8
Toplam	395	100,0
Meslek grubu		
Öğrenci	284	71,9
Kamu personeli	31	7,8
Özel sektör	41	10,4
Çalışmıyorum	39	9,9
Toplam	395	100,0

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların yaşları bakımından %82,8’i 18-34 yaş aralığında, %16,5’i 34-50 yaş aralığındadır. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde %77,9’u üniversite mezunu, %10,9’u ortaöğretim mezunu, %5,8’i lisansüstü ve %5,3’ü ise ilköğretim mezunudur. Katılımcıların meslek gruplarına bakıldığında ise %71,9’u öğrenci, %10,4’ü özel sektör çalışanı ve %7,8’i kamu personeliyken %9,9’u ise çalışmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların doğum yerinin Adıyaman olup olmadığı sorusuna ise %32,4’ü evet yanıtını verirken %67,6’sı ise hayır cevabını vermiştir.

Tablo 2: Adıyaman'a Yönelik Sorular

	Sayı	Yüzde
Ne kadar süredir burada yaşıyorsunuz?		
1-5 yıl arası	241	61,0
6-10 yıl arası	28	7,1
10 yıldan fazla süredir	126	31,9
Toplam	395	100,0
Burada bulunma nedeniniz?		
İş	55	13,9
Eğitim	271	68,6
Ailevi	54	13,7
Diğer	15	3,8
Toplam	395	100,0
Burası ile ilgili planlarınız nelerdir?		
Burada kalmak	37	9,4
Gelecek 5 yıl içinde buradan ayrılmak	225	57,0
Gelecek 10 yıl içinde buradan ayrılmak	108	27,2
10 yıldan sonra buradan ayrılmak	25	6,3
Toplam	395	100,0

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların %61'i en fazla 5 yıl, %7,1'i en fazla 10 yıl, %31,9'u ise 10 yıldan fazla süredir burada yaşadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların Adıyaman'da bulunma nedenleri incelendiğinde ise %68,6'sı eğitim amaçlı olduğunu, %13,9'u iş amaçlı olduğunu, %13,7'si ailevi nedenlerden dolayı, %3,8'i ise diğer nedenlerden dolayı olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca katılımcıların %57'si ise gelecek 5 yıl içinde Adıyaman'dan ayrılmak istediklerini belirtmişlerdir. Buna göre katılımcıların yarısı kendini şehre ait hissetmesine rağmen katılımcıların yaklaşık %90'a yakını ise ilerleyen yıllarda şehirden ayrılmak istediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 3: Bir Destinasyon Olarak Adıyaman Denildiğinde Akla İlk Gelenler

	n	%
Nemrut	132	33,4
Çiğköfte	145	36,7
İnanç turizmi	150	37,9
Diğer	18	4,5

Elde edilen veriler değerlendirildiğinde Tablo 3'den de görülebileceği gibi Adıyaman denilince katılımcıların akıllarına öncelikle birinci sırada inanç turizmi (%37,9) gelmektedir. Daha sonra ise çiğ köfte yanıtını birinci sırada olarak cevap verenlerin oranı %36,7 ve Nemrut yanıtını birinci sırada şeklinde cevap verenlerin oranı ise %33,4'tür.

KMO katsayısı 0,841 olduğundan araştırma için örnek büyüklüğü yeterlidir. Faktör analizinin geçerliliğini daha baştan gösteren KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi, örnekleme yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup örnek büyüklüğü ile ilgilenir. Bu testin sonucu bir oran olup % 60,0'ın üstünde olması arzulanır (Yavuz, 2007: 96). Bununla birlikte parametrik testlerin ön koşulu olan verilerin normal dağılım sağlama koşulunun da veri seti tarafından karşılandığı görülmüştür. Araştırmada yer alan değişkenlerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.

Aşağıdaki Tablo 4'de görüldüğü üzere; Faktör yükleri hesaplanan maddelerin yapılan analizler neticesinde 42 maddeden oluşan deneme ölçeğinde, analizler sonucunda 17 madde

kalmış ve 2 boyutlu bir ölçek elde edilmiştir. Faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak elde edilen boyutlara sırasıyla; şehrin sosyo-ekonomik özellikleri ve şehir halkı isimleri verilmiştir. Analiz sonucunda belirlenen her bir faktörün güvenilirliklerine de bakılmıştır. Analiz sırasında, faktör yük değeri 0,45 yada daha yüksek olanlar analize alınmış, faktör yük değeri 0,45'in altında bulunan maddeler analizden çıkarılmıştır (Balcı,1995:142). Aynı zamanda p (sign.)=0,00 <0,05 olduğundan Bartlett testinin sonucu anlamlıdır. Yani, değişkenler arasında yüksek korelasyonun bulunduğu ve verilerin çoklu normal dağılım gösterdiği söylenebilir.

Tablo 4: Katılımcıların Destinasyon İmajı Algıları Üzerine Faktör Analizi Sonuçları

		1	2
11	Şehir sanayi yönünden gelişmiştir.	,582	
12	Ekonomik ve kaliteli alışveriş yapma imkânları gelişmiştir.	,683	
13	Kültürel yönden gelişmiştir.	,651	
14	Şehir gelişimi planlıdır.	,644	
15	Sportif aktivite alanları yeterlidir.	,634	
16	Sanatsal aktiviteler yeterlidir.	,683	
18	Şehrin eğlence alanları yeterlidir.	,637	
28	Ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksektir	,655	
29	Şehirde modern bir yaşam tarzı mevcuttur.	,714	
42	Şehirde yenilikçi gelişime önem verilir.	,510	
26	Şehir halkı çok temizdir.		,519
27	Şehir halkı güvenilirirdir.		,553
33	Şehir halkı sakindir.		,697
34	Şehir halkı çalışkandır.		,664
36	Şehir halkı samimidir.		,722
40	Şehir halkı cömerttir.		,726
41	Şehir halkı naziktir.		,636
<i>Cronbach Alfa</i>		84,52	
			79,23
<i>Toplam Cronbach Alpha / Varyans Açıklama (%)</i>		,8567	%44,343
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçüm Yeterliliği</i>		0,841	
<i>Bartlett Küresellik Test Değeri</i>		Approx. Chi-Square: 2424,104 Sig.:0.000	

Katılımcıların “destinasyon imajı” algılarını belirlemek amacıyla oluşturulan değişkenlerin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) değeri 0,8567 olduğundan, verilerin güvenilirliği oldukça yüksektir. Bir ölçmenin geçerli sayılabılmesinin ilk koşulu, onun güvenilir olmasıdır.Dolayısıyla araştırmada yer alan değişkenlerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Adıyaman'ın Destinasyon İmajı (Adıyaman'ın Sosyoekonomik Özellikleri) Algısının Katılımcıların Demografik Özellikleri Yönünden Karşılaştırılması

		N	Ort.	St. Sapma	f/t değeri	p-değeri
Meslek	Öğrenci	284	2,5465	,78133	5,791	,001
	Kamu çalışanı	31	3,0516	,56087		
Şehirde Yaşadıkları Süre	1-2 yıl	113	2,3982	,76251	6,816	,000
	3-5 yıl	128	2,5750	,71119		
	10 yıldan fazla	29	2,9000	,65738		
Şehirde Bulunma Nedenleri	Eğitim	271	2,5255	,74325	6,628	,000
	İş	55	2,8382	,68163		
	Ailevi	54	2,9389	,70988		
Doğum Yeri	Adıyaman'da doğdum	128	2,8078	,76925	3,141	,002
	Adıyaman'da doğmadım	267	2,5543	,74163		

Anlamlılık Düzeyi: $p < .05^*$

Faktör analizi sonucunda elde edilen iki boyutun (sosyoekonomik özellikler ve şehir halkı) demografik değişkenler, şehirde yaşadıkları süre, şehirde bulunma nedenleri, doğum yeri gibi ifadelerle göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için Bağımsız Örneklem T-Testi (Independent Sample T-Testi) ve Tek Yönlü Varyans analizi (One Way Anova) uygulanmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye ilişkin meslekleri, şehirde yaşadıkları süre, şehirde bulunma nedenleri yönünden iki boyut arasında farklılığı tespit etmek üzere yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucunda bu değişkenler ile destinasyon imajı olarak Adıyaman'ın sosyo-ekonomik özellikleri algısı arasında anlamlı bir fark ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. Buna göre meslek bakımından kamu çalışanı olan (3,05) katılımcıların destinasyon imajı olarak ilin sosyoekonomik özelliklerini öğrencilerden (2,54) daha olumlu algıladıkları söylenebilir. Yine katılımcıların şehirde yaşadıkları süre bakımından 10 yıldan fazla (2,90) süredir şehirde yaşayanların destinasyon imajı olarak ilin sosyoekonomik özelliklerini 1-5 yıl arası şehirde yaşayan (2,48) katılımcılardan daha olumlu algıladıklarını söylemek mümkündür. Katılımcıların şehirde bulunma nedenleri yönünden ise iş amaçlı (2,83) ve ailevi (2,93) nedenlerden dolayı şehirde bulunan katılımcıların destinasyon imajı olarak ilin sosyoekonomik özelliklerini eğitim amaçlı (2,52) şehirde bulunan katılımcılardan daha olumlu algıladıkları söylenebilir. Ayrıca katılımcıların doğdukları yer yönünden iki boyut arasında farklılığı tespit etmek üzere yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi sonucunda anlamlı bir fark ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. Buna göre şehirde doğmuş olan katılımcıların destinasyon imajı olarak Adıyaman'ın sosyo-ekonomik özellikleri konusunda daha olumlu algıya sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 6: Adıyaman'ın Destinasyon İmajı Algısının (Şehir Halkı) Katılımcıların Demografik Özellikleri Yönünden Karşılaştırılması

		N	Ort.	St. Sapma	f/t değeri	P değeri
Şehirde Yaşadıkları Süre	1-2 yıl	113	3,1770	,85529	4,619	,001
	3-5 yıl	128	3,1908	,79089		
	10 yıldan fazla	29	3,5517	,68269		
Doğum Yeri	Adıyaman'da doğdum	128	3,5078	,81403	4,135	,000
	Adıyaman'da doğmadım	267	3,1546	,78502		

Anlamlılık Düzeyi: $p < .05^*$

Katılımcıların şehirde yaşadıkları süre ve doğdukları yer yönünden iki boyut arasında farklılığı tespit etmek üzere yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Bağımsız Örneklem T-Testi sonucunda anlamlı bir fark ($p<0.05$) tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların destinasyon imajı olarak Adıyaman'ın şehir halkını 10 yıldan fazla (3,55) süredir şehirde yaşayanların 1-5 yıl arası şehirde yaşayan (3,18) katılımcılardan daha olumlu algıladıkları ve şehirde doğmuş olan katılımcıların (3,50) da şehir halkını şehre sonradan gelen (3,15) katılımcılardan daha olumlu algıladıkları söylenebilir. Buna göre katılımcıların şehirde kalış süreleri arttıkça destinasyon imajı konusunda şehir halkı ile ilgili özellikleri konusuna daha olumlu baktıkları yorumlanabilir.

Sonuç

Dünyada 1 milyondan fazla kişinin turizm hareketlerine katıldığı günümüzde ülkeler, destinasyonlar ve işletmeler arasında rekabet de hızla artmaktadır. Böylece bu turizm hareketine katılan kişiler arasında bir destinasyon ile ilgili edinilen izlenimler başka ziyaretçilerin de tercih yapma süreçlerinde etkili olmaktadır. Dolayısı ile bu rekabet ortamında destinasyon imajının baskın özelliklerinin tanımlanmasına yönelik çalışmalar da yapılmaya başlanmıştır. Yapılmış olan bu çalışma ile Dünya Kültürel Miras listesine giren Nemrut'un il sınırları içinde olması nedeni ile Adıyaman ile ilgili algılanan destinasyon imajına yönelik hangi faktörlerin ön plana çıktığının belirlenmesine çalışılmıştır.

Yapılan araştırma ile elde edilen verilere göre; katılımcıların çoğunluğu erkeklerden (%57) bayanlardan (%43) oluşmaktadır. Yine katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde büyük çoğunluğun 18-34 (%82,8) yaş arasında olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımlarında ise büyük çoğunluk %70,9 ile ortaöğretim mezunlarından oluştuğu ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların meslek dağılımlarına bakıldığında büyük çoğunluğun öğrencilerden (%71,9), daha sonra ise özel sektör (%10,4) ve kamu sektörü (%7,8) çalışanlarından ortaya oluştuğu çıkmaktadır. Katılımcılara ne kadar süredir Adıyaman'da bulundukları sorusu yöneltildiğinde ise büyük çoğunluğun 1-5 yıldır (%61) daha sonra 10 yıldan fazla (%31,9) süredir olduğunu belirtmişlerdir. Bir destinasyon olarak Adıyaman denildiğinde ilk akla gelenin inanç turizmi daha sonra ise çiğköfte ve Nemrut olduğunu ifade etmişlerdir.

5'li Likert ölçeği kullanılarak ortak destinasyon imajı algıları ile ilgili olarak yapılan faktör analizi sonucunda sosyo-ekonomik özellikler ve şehir halkı özellikleri olmak üzere 2 boyut belirlenmiştir. Yapılan araştırmada katılımcıların demografik özellikleri ile destinasyon imajı algılarında farklılık yaratıp yaratmadığına bakılmış ancak katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre meslek destinasyon imajı algılarında farklılık yaratmadığı ortaya çıkmıştır. Buna göre elde edilen bu sonuç katılımcıların cinsiyetlerine göre (Yamaç ve Zengin, 2015; Yaraşlı, 2007; Akyol vd., 2018) ve yaşlarına göre de (MacKay ve Fessenmaier,1997;Sevim vd.,2013) destinasyon imajı algılarında farklılığın belirlenmediği çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Ayrıca araştırmada katılımcıların yaptıkları meslek ile destinasyon imajı algılarında farklılık yaratıp yaratmadığına da bakılmıştır. Buna göre kamu çalışanı olan (3,05) katılımcıların destinasyon imajı olarak ilin sosyoekonomik özelliklerini öğrencilerden (2,54) daha olumlu algıladıkları ortaya çıkmıştır. Buna göre elde edilmiş olan bu sonuç, Yıldırım vd. (2017), Çiftçi ve Çolak (2017) ve Ayaz vd. (2015)'nin yaptıkları çalışmada destinasyon imajında memurların öğrencilerden daha olumlu baktıklarının tespit edildiği çalışmaların sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Ayrıca katılımcıların şehirde bulundukları süre ile destinasyon imajı algılarında farklılık yaratıp yaratmadığına da bakılmıştır. Buna göre katılımcılardan 10 yıldan fazla süredir

şehirde yaşayanların destinasyon imajı olarak ilin sosyoekonomik özellikleri ve şehir halkı özelliklerini 1-5 yıl arası şehirde yaşayan katılımcılardan daha olumlu algıladıklarını söylemek mümkündür. Son olarak katılımcıların doğum yerleri ile destinasyon imajı algılarında farklılık yaratıp yaratmadığına bakıldığında; şehirde doğmuş olan katılımcıların (3,50) da şehir halkını şehre sonradan gelen (3,15) katılımcılardan daha olumlu algıladıkları belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların şehirde kalış süreleri arttıkça destinasyon imajı konusunda şehir halkı ile ilgili özellikleri konusuna daha olumlu baktıkları yorumlanabilir. Elde edilen bu sonuç, Ayaz vd. (2015)'nin katılımcıların şehirde kalış süreleri arttıkça şehir imajı konusunda daha olumlu baktıklarının belirlendiği çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Sonuç olarak yapılmış olan çalışmada katılımcılardan üniversite öğrencilerinin diğer meslek gruplarından ve şehre yeni gelenlerin de uzun süredir şehirde yaşayanlardan daha olumsuz baktıkları tespit edilmiştir. Dolayısı ile günümüz rekabet ortamında algılanan destinasyon imajının olumlu olup olmamasının destinasyonu ziyaret etme konusunda oldukça önemli olduğu düşünülecek olursa bu durumun üzerinde durulması ve gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Ayrıca bundan sonra yapılacak olan araştırmalarda turizm amaçlı şehre gelenlerin de destinasyon imajı algılarının incelenmesi ile literatüre daha büyük katkının sağlanacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akyol, C., Zengin, B., Akkaşoğlu, S. Ve Ulama, Ş., (2018), Destinasyon Pazarlamasında İmaj Rolünün Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanması; Arhavi Meslek Yüksekokulu Örneği, Cilt:7, Sayı:2, 637-655.
- Albayrak, A. ve Özkul, E., (2013), Y Kuşağı Turistlerin Destinasyon İmaj Algıları Üzerine Bir Araştırma, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/6 Spring, 15-31.
- Alhemoud, A. M. ve Armstrong, E., (1996). Image Of Tourism Attractions in Kuwait. Journal of Travel Research, 34(4), 76-80.
- Atay L. ve Akyurt, H., (2009), "Destinasyonda İmaj Oluşturma Süreci", Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt I, Sayı 1, Ocak, 1-14
- Avcıkurt, Cevdet., (2005), Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Balcı, A., (1995), Sosyal Bilimlerde Araştırma, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi, Ankara.
- Ayaz, N. Batı, T. ve Gökmen, F., (2015), Safranbolu'yu Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Destinasyon İmajı Algıları, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Özel Sayı I, 54-69.
- Baloglu, S., (1997), The Relationship Between Destination Images And Sociodemographic And Trip Characteristics Of International Travelers, Journal of Vacation Marketing, 3: 221-233.
- Baloğlu, Seyhmus ve McCleary, Ken W., (1999), A Model of Destination Image Formation, Annals of Tourism Research, 26(4), 868-897.
- Baloğlu, Seyhmus ve Mangaloğlu, Mehmet, (2001), Tourism Destination Images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as Perceived by US-Based Tour Operators and Travel Agents, Tourism Management, 22, 1-9.
- Beerli, Asunción ve Martín, Josefa D., (2004), Factors Influencing Destination Image, Annals of Tourism Research, 31 (3), 657-681.
- Can, Mevlüde Canan ve Kazancı Başaran, Zeynep, (2014), Kent Markası Ve İmajının Belirlenmesi: Rize Örneği, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, Cilt:11, Sayı:42, 27-42.

- Chen, C.F ve Tsai, D.C., (2007), How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?, *Tourism Management*, 28, 1115-1122.
- Çiftçi, H. ve Çolak, O., (2017), Turistik Destinasyonların Pazarlamasında Kent İmajı Algısı: Mardin İli Üzerine Bir Uygulama, Vol:3, Issue:14; 224-236.
- Echtner, C., ve Ritchie, J., (1993), The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3–13.
- Gartner, W., ve Hunt, J., (1987), An Analysis Of State Image Change Over A Twelve-Year Period (1971–1983). *Journal of Travel Research*, 26(2), 15–19.
- Güçer, E., (2010), Destinasyon Seçim Kararında İmajın Etkisi: Antalya Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hosany, S., Ekinci, Y. Ve Uysal, M., (2007), Destination Image and Destination Personality *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1.1, 62-81.
- İlban M. O., A. Köroğlu ve D. Bozok, (2008), Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:7, Sayı:13, Bahar, 105 -129.
- Kotler, P. ve Gertner, D., (2002), Country as Brand, Product and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4/5), 249-261.
- Köroğlu, Ahmet ve Güzel, Özlem., (2007), Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolünü Belirlemeye Yönelik Alman Turistler Üzerinde Bir Araştırma“, I. Ulusal Türkiye Turizm Kongresi, 07-08 Eylül, Sakarya, 701-718.
- MacKay, K. J. ve Fesenmaier, D. R., (1997), Pictorial element of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 24(3): 537-565.
- Özaltaş, Serçek, G., (2016), Yemek Ve Seyahat Programlarının Destinasyon İmajı Ve Destinasyon Seçimine Etkisi, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 4, Sayı: 36, Aralık, 219-232.
- Özdemir, Gökçe, (2008), Destinasyon Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Pike, Steven, D., (2002), Destination Image Analysis-A Review of 142 papers from 1973 to 2000, *Tourism Management*, 2002, 23, 541-549.
- Sevim, B. Seçilmiş, C. Ve Görkem, O., (2013), Algılanan Destinasyon İmajının Tavsiye Davranışı Üzerine Etkisi: Safranbolu’da Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 9, Sayı 20, 115-129.
- Stabler, M. J., (1988), The image of destination regions: Theoretical and empirical aspects. In B. Goodall, G. Ashworth (Ed.), *Marketing in tourism industry: The promotion of destination regions* (ss. 133-161). New York: Croom Helm.
- Stern, E. ve Krakover, S., (1993), The formation of a composite urban image. *Geographical Analysis*, 25: 130–146.
- Tekeli, H., (2001), Turizm Pazarlaması Ve Planlaması, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Um, Seoho ve Crompton, John I., (1999), The Roles of Image and Perceive Constraints at Different Stages in the Tourist’s Destination Decision Process, in Pizam and Mansfeld, *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*, (London: The Haworth Press)
- Ural, T., Tercan, E. Arslan, M. Ve Taner, D., (2016), Güçlü Kent Markası Oluşturmada Destinasyon Kişiliği, Bilişsel ve Duygusal İmajın Rolü: Hatay Örneği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 16 – Sayı: 4, 145-160.
- Ülkü, A. Solmaz, S.A. ve Barakazi, M., (2017), Destinasyon Kişiliğinin Turistlerin Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Şanlıurfa Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 10 Sayı: 53, 986-994.
- Üner, M. M., Güçer, E. ve Taşçı, A., (2006), Türkiye Turizminde Yükselen Destinasyon Olarak İstanbul Şehrini İmajı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 189-201.
- Walmsley, D. J. ve Jenkins, J. M., (1993), Appraisive images of tourist areas: Application of personal construct. *Australian Geographer*, 24(2): 1-13.

- Watkins, S., Hassanien, A., ve Dale, C., (2006), Exploring the image of the black country as a tourist destination. Palgrave Journals, 2(4), 321-333.
- Yamaç, Z. ve Zengin, B., (2015), Sakarya Destinasyonunun İmaj Algısına Yönelik Bir Araştırma, İşletme Bilimi Dergisi Cilt:3 Sayı:2, 55-75.
- Yaraşlı, G. Y., (2007), Destinasyon İmajı Ve Trabzon Yöresine Dönük Bir Çalışma, Baskent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Yavuz, Mehmet Cihan, (2007), Uluslararası Destinasyon Markası Oluşturulmasında Kimlik Geliştirme Süreci: Adana Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana.
- Yıldırım, H. M. Buluk, B. ve Atay, L., (2017), Ziyaretçilerin Destinasyon İmajı algılarının Etkinliklere Katılıma Etkisi: Çanakkale Bisiklet Turu Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 20 - Sayı: 38, 497-520.

**BORSA ENDEKSLERİ İLE MAKRO EKONOMİK DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER AÇISINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

BEING EVALUATED THE RELATIONSHIP BETWEEN STOCK EXCHANGE
INDEXES AND MACROECONOMIC VARIABLES FROM THE POINT OF
DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES

Turgay MÜNYAS

İstanbul Okan Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Finans
Bölümü, turgay.munyas@okan.edu.tr, İstanbul/Türkiye

ÖZET

Bu çalışmada, 11 yıllık borsa endeksleri ile Makroekonomik değişkenler arasındaki ilişki analize tabi tutulmuştur. Çalışmada gelişmiş olan ülkeler grubu için ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve İtalya gelişmekte olan ülkeler grubu için Türkiye, Hindistan, Brezilya, Rusya ve Meksika ele alınmıştır. Her iki ülke grubu için, bağımlı değişken borsa endeksine yön verdiği düşünülen makroekonomik değişkenler işsizlik oranı, enflasyon, büyüme, döviz kuru ve faiz oranı arasındaki ilişkiler panel regresyon analizi yardımıyla belirlenmiştir. Analizde yıllık veriler kullanılmıştır. Makroekonomik değişkenler olarak modele dahil edilen göstergeler borsa endeksinin değişmesine neden olduğu düşünülen göstergelerdir. Çalışma bu ilişkiyi gelişmiş olan ekonomiler ve gelişmekte olan ekonomiler açısından analiz etmeyi amaçlamaktadır. Gelişmiş ülkeler için ele alınan bağımsız değişkenlerin borsa endeksi üzerinde %72.5 açıklayıcı olduğu belirlenmiştir. Enflasyon ve döviz kuru haricinde tüm değişkenler istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde ele alınan bağımsız değişkenlerin borsa endeksi üzerinde %76.1 açıklayıcı olduğu belirlenmiştir. Bütün bağımsız değişkenler istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Borsa Endeksi, Makroekonomik Göstergeler, Panel Veri Analizi.

ABSTRACT

In this study, the relationship between 11-year-old stock exchange indexes and macroeconomic variables has been analysed. ABD, Germany, England, France and Italy for the group of developed countries; Turkey, India, Brazil, Russia and Mexico for the group of developing countries have been taken into account. For both of the country groups, the relationships between dependent variable and macroeconomic variables which are thought to direct the stock exchange index, unemployment rate, inflation, growth, exchange rate, interest rate have been determined with the helping of panel regression analysis. In the analysis, yearly data have been used. Indicators being included in the study as macroeconomic variables are indicators thought to cause the change of the stock exchange index. The study has aimed to analyse from the point of the relationship between developed economies and developing countries. It has been determined that independent variables taken into consideration for developed countries are 72,5 per-cent explanatory. All the variables except inflation and exchange rate have been required significant as statistical. It's been determined that independent variables taken into account in the developing countries are 76,1 percent explanatory on the stock Exchange index. All the independent variables have been required significant as statistical.

Keywords: Stock Exchange Index, Macroeconomic Indicators, Panel Data Analysis

1. GİRİŞ

1980’li yıllarda başlayan ve günümüzde hala devam eden küreselleşme eğilimi ekonomik yapılar arasında görülen bağıllık ve geçişkenlik artarken bu yapılar arasındaki karşılıklı bağımlılık ve dış gelişmelere karşı duyarlılık da artmıştır. Söz konusu etkileşimin en fazla hissedildiği ekonomik göstergelerden biri de hisse senedi fiyatlarıdır. Hisse senedi fiyatlarının hem ulusal alanda hem de uluslararası alanda yaşanan ekonomik gelişmelerden etkilendiği görülmektedir. (Coşkun ve diğ., 2006)

Borsalar ekonomide barometre görevi görmektedirler. Borsaların sahip olduğu bu işlev makroekonomik değişkenlerin bu piyasalarla olan ilişkisinin araştırılmasına neden olmuştur. Finansal piyasalardaki serbestleşme olgusu ile birlikte sermaye hareketlerinin önündeki engellerin ortadan kalkmıştır. Finansal piyasalardaki bu engellerin kalması ile birlikte borsa endeksleri ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin artmasına neden olmuştur. Piyasalarda yaşanan ekonomik, sosyal ve politik olaylar piyasaları etkilemektedir. Finansal piyasalarda yapılan çalışmaların merkezindeki en önemli soru sermaye piyasalarında hisse fiyatı üzerinde etkili olan unsurların neler olduğudur. Piyasada yatırımcı için zarar ihtimalinin olması hisse fiyatının tahmini ve ne yönde hareket edeceği tartışma konusu olmuştur. Hisse senedi fiyatı üzerinde işletmenin göstermiş olduğu performansı ile ulusal ve uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik, sosyal ve politik olgular etkili olmaktadır.

Piyasalarda yaşanan ekonomik, sosyal ve politik olayların sonucu olarak ülkelerin makroekonomik verileri değişiklik göstermektedir ve dolayısıyla ekonomide barometre görevi gören borsaları da etkilemektedir. Bu etki gelişen piyasalarda ve gelişmekte olan piyasalarda farklılık arz etmektedir. Bu çerçevede makroekonomik değişkenlerle borsa endekslerinin arasındaki ilişki sorgulanmaktadır. Bugüne kadar yapılan çalışmalar borsa endeksleri makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışmada ise makroekonomik değişkenlerle borsa endeksleri arasındaki ilişki gelişen ekonomiler ve gelişmekte olan ekonomiler açısından ele alınarak analiz gerçekleştirilmiştir.

2. LİTERATÜR

Literatür taraması yapıldığında borsa endeksi ile borsa endeksine yön verdiği düşünülen makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişki çeşitli analiz teknikleri kullanılarak yapılmıştır. Alper ve Kara, 2017 yılında yapmış oldukları çalışmada döviz kuru, faiz oranı, enflasyon oranı, altın fiyatları, para arzı, petrol fiyatları, dış ticaret dengesi ve sanayi üretim endeksi verilerinin hisse senedi getirilerine olan etkilerini BIST Sınai Endeksi (XUSIN) bağlamında 2003 ve 2017 dönemine ait verileri etki-tepki analizi ve varyans ayrıştırma analizi yardımıyla incelemişlerdir. Çalışmada ulaşıldıkları sonuçlar, reel hisse senedi getirilerinin çoğunlukla kendi gecikmeli değerlerinin etkisi altında kaldığına, bununla birlikte reel hisse senedi getirileri değişkeninin varyansındaki değişimleri açıklamada etkili olan diğer değişkenlerin önem sırasına göre altın fiyatları, dış ticaret dengesi, sanayi üretim endeksi ve faiz oranı olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca elde edilen sonuçlar doğrultusunda enflasyon oranı, para arzı, reel petrol fiyatları değişkenlerinin reel hisse senedi getirilerindeki değişimleri açıklamada önemsiz kaldıkları ifade edilebilir.

Coşkun ve diğ., 2016 yılında yapmış oldukları çalışmada Borsa İstanbul endeksi ile seçilmiş makroekonomik değişkenler arasındaki ilişki incelenmiştir. Seçilmiş makroekonomik değişkenler; faiz oranı, döviz kuru, ihracat miktarı, ithalat miktarı, sanayi üretim endeksi ve altın fiyatıdır. Çalışmada 2005: 01-2015:09 dönemine ilişkin aylık verilerden yararlanılmıştır. Çalışmada borsa istanbul endeksi ile makroekonomik ilişki nedensellik testi ve etki tepki fonksiyonu aracılığıyla incelenmiştir. Çalışmanın sonunda, BİST’ten sanayi üretim endeksine

(SÜE), ihracat ve ithalata tek yönlü bir nedensellik ilişkisi belirlemişlerdir. Ayrıca döviz kuru'ndan BİST'e doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Dritsaki, 2005 yılında yapmış olduğu çalışmada Yunanistan borsası ile bazı makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Makroekonomik değişkenler olarak enflasyon, sanayi üretimi ve faiz oranı değişkenleri kullanmış. Borsa indeksi ile makroekonomik değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleri ile analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda borsa indeksi ile sanayi üretim endeksi arasında iki taraflı, enflasyon ve faiz oranları arasında ise tek yönlü bir nedensellik tespit etmişlerdir.

Kaya ve diğ., 2011 yılında yapmış oldukları çalışmada İMKB 100 endeksi ile bazı makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın bağımlı değişkeni olarak İMKB -100 Endeksi getirisi, bağımsız değişkenler olarak da makroekonomik değişkenler olan faiz oranı, para arzı, sanayi üretim endeksi ve döviz kuru değişkenleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, hisse senedi getirileri ile para arzı (M2) arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir ayrıca döviz kuru ile negatif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir.

Kumar, 2011 yılında yapmış olduğu çalışmada Hindistan Hisse senedi fiyatları (NSE endeksi) ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi aylık verileri kullanarak incelemiştir. Kumar çalışmanın analizini Johansen koentegrasyon ve Granger nedensellik testlerini kullanarak gerçekleştirmiştir. Çalışmada kullanılan makroekonomik değişkenler; reel efektif döviz kuru, döviz rezervleri, dış ticaret dengesi, doğrudan yabancı yatırımlar, endüstriyel üretim endeksi ve toptan eşya fiyat endeksini kullanmıştır. Kumar çalışmanın sonucunda Johansen koentegrasyon testi ile toptan eşya fiyat endeksi dışındaki makroekonomik faktörler ile hisse senedi fiyatları arasında koentegrasyon ilişkisi bulunmadığını tespit etmiştir. Granger nedensellik testi ile ise Hisse senedi fiyatlarının tüketici fiyatlarının Granger nedeni olmadığı ve tüketici fiyatlarının da hisse senedi fiyatlarının Granger nedeni olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Maysami ve Koh, 2000 yılında yapmış oldukları çalışmada Singapur borsa endeksi ile bazı makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Analizde kullanılan makroekonomik değişkenler; enflasyon, para arzı, döviz kuru, kısa vadeli faiz oranları ve uzun vadeli faiz oranlarıdır. Çalışmada borsa indeksi ile enflasyon, para arzı, döviz kuru, kısa vadeli faiz oranları ve uzun vadeli faiz oranları arasında koentegrasyon ilişkisi tespit etmişlerdir. Ancak sanayi üretimi verisiyle bu tür bir ilişki tespit edememişlerdir. Çalışmanın önemli bir sonucu ise borsa endeksinin faiz ve döviz kuru değişimlerine karşı çok daha duyarlı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Maghayereh, 2003 yılında yapmış olduğu çalışmada Ürdün hisse senedi fiyatları ile çeşitli makroekonomik değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi incelemişlerdir. Maghayereh çalışmada hisse senedi fiyatları ile çeşitli makroekonomik değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi Johansen koentegrasyon metodolojisini kullanarak gerçekleştirmiştir. Çalışmanın analizinde kullanılan veriler aylık verilerdir. Çalışmanın sonucunda analizde kullanılan makroekonomik değişkenlerin Ürdün hisse senedi piyasasında fiyatları etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Mukherjee ve Naka, 1995 yılında yapmış oldukları çalışmada Tokyo borsası ile 6 tane makroekonomik değişken arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada

kullanılan analiz tekniği vektör hata düzeltme (VECM) modelidir. Çalışmanın sonucunda borsa endeksi ile döviz kuru, sanayi üretim endeksi ve para arzı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Borsa endeksi ile enflasyon arasında ise negatif yönlü bir ilişki tespit edilmişlerdir. Ayrıca Borsa endeksi ile devlet tahvili faiz oranı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Borsa endeksi ile kredi faiz oranı arasında ise negatif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir.

Nishat ve Shaheen, 2004 yılında yapmış oldukları çalışmada 1973 ile 2004 dönemini kapsayan süreçte Karaçi Menkul Kıymetler Borsa Endeksi ile sanayi üretim endeksi, enflasyon, para arzı (M1) ve para piyasası faiz oranı arasındaki uzun dönemli ilişkiyi çeyrek dönemlik veriyi kullanarak incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda 5 değişkenler arasında koentegrasyon ve uzun dönemli bir etkileşim var olmakla birlikte nedensellik ilişkisi de tespit edilmiştir. Çalışmada hisse sendi fiyatlarının en büyük pozitif belirleyici makroekonomik değişken sanayi üretim endeksi en büyük negatif belirleyici makroekonomik değişken ise enflasyon olarak tespit edilmiştir.

Özer ve diğ. 2011 yılında yapmış oldukları çalışmada İMKB 100 endeksi ile faiz oranı, para arzı, dış ticaret dengesi, sanayi üretim endeksi, altın fiyatları, döviz kuru ve tüketici fiyat endeksi arasında bir ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın verisi Ocak 1996 - Aralık 2009 dönemi aylık verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda İMKB 100 endeksi ile para arzı, sanayi üretim endeksi, altın fiyatları, döviz kuru ve tüketici fiyat endeksi arasında pozitif yönlü, faiz oranı ve dış ticaret dengesi arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit etmişlerdir. Ayrıca İMKB 100 endeksi ile para arzı, dış ticaret dengesi, sanayi üretim endeksi, altın fiyatları ve tüketici fiyat endeksi arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını savunmuşlardır.

Poyraz ve Tepeli, 2044 yılında yapmış oldukları çalışmada seçilmiş bazı makroekonomik göstergelerin BİST 100 Endeksi üzerine etkisini araştırmışlardır. Seçilmiş makroekonomik değişken olarak; enflasyon, para arzı, döviz sepeti, altın fiyatları, hazine bonusu faiz oranı ve sanayi üretim endeksini kullanmışlardır. Çalışmanın analizi çoklu regresyon modeli, korelasyon analizi ve Granger Nedensellik testleri yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, hazine bonusu faiz oranları ve döviz kurunun hisse senedi fiyatlarını etkileyen en önemli değişkenler olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca para arzı ve sanayi üretim endeksi ile BİST endeksi arasında pozitif bir ilişki olduğu, TÜFE'nin ise BİST Endeksini neredeyse hiç etkilemediğini saptamışlardır.

Sayılğan ve Süslü, 2011 yılında yapmış oldukları çalışmada gelişmekte olan ülkelerde makroekonomik değişkenlerin hisse senedi getirilerine etkisini araştırmışlardır. Çalışmanın analizi dengeli panel veri analiz yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda makroekonomik değişkenlerden biri olan enflasyon ile hisse senedi getirileri arasında % 1 anlamlılık düzeyinde pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Makroekonomik değişkenlerden biri olan döviz kuru ile hisse senedi getirileri arasında ise negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Diğer makroekonomik değişkenler olan faiz oranı, para arzı ve petrol fiyatları ile hisse senedi getirileri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Uzun ve Güngör, 2017 yılında yapmış oldukları çalışmada borsa endeksi ile bazı makroekonomik göstergeler arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamışlardır. Ülkeleri gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş olarak üç sınıflandırmaya tabi tutarak panel veri analizi kullanarak testi gerçekleştirmişler. Çalışmada borsa indeksleri ile enflasyon, sanayi

Üretim endeksi, döviz kuru, faiz oranı ve para arzı makroekonomik değişkenleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde borsa endeksi ve makroekonomik değişkenlerin bazıları arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Az gelişmiş ülkelerde ise, borsa ve faiz oranı arasında çift yönlü, borsa ile sanayi üretim endeksi ve para arzı arasında tek yönlü nedensellik tespit etmişlerdir. Borsa ile döviz kuru arasında ise üç ülke grubunda da nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

rkmez ve Karataş, 2017 yılında yapmış oldukları çalışmada BİST 100 Endeksi ile dolar kuru ve avro kuru arasındaki dinamik ilişkiyi incelemişlerdir. Aylık verileri kullanarak 2002-2015 dönemleri arasında süreci incelemişlerdir. Çalışmada seriler arasındaki ilişkiyi eş bütünleşme testi ve Granger nedensellik testi ile analiz edilmişlerdir. Çalışmanın sonucunda BIST ve USD kuru serileri arasında uzun dönem ilişkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. BİST 100 ile USD kuru arasında tek yönlü Granger nedensellik ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada BIST100 endeksi ile EUR kuru arasında herhangi bir yönde Granger nedensellik ilişkisi tespit edememişlerdir.

Zügül ve şahin, 2009 yılında yapmış oldukları çalışmada İMKB 100 endeksi ile dört önemli makroekonomik değişken olan para arzı, döviz kuru, faiz oranı ve enflasyon oranı değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın analizinde kullanılan veri 2004 ile 2008 yılları arasındaki aylık verilerden oluşmaktadır. Çalışmanın sonucunda para arzı, döviz kuru ve faiz oranı ile İMKB 100 endeksi arasında negatif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Çalışmanın bir diğer makroekonomik değişkeni olma enflasyon oranı ile İMKB 100 endeksi arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir.

3. EKONOMETRİK ANALİZ

3.1. Veri ve Yöntem

Çalışmada rneklem olarak; gelişmiş olan ülkeler grubu için ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve İtalya gelişmekte olan ülkeler grubu için Türkiye, Hindistan, Brezilya, Rusya ve Meksika ele alınmıştır. Her iki ülke grubu için, bağımlı değişken borsa indeksine (Bİ) yön verdiği düşünülen makro ekonomik değişkenler işsizlik oranı (İSZ), enflasyon(ENF), büyüme (BUY), döviz kuru (DK) ve faiz oranı (FO) arasındaki ilişkiler panel regresyon analizi yardımıyla belirlenmiştir. 2008 yılı finansal kriz etkilerini görmek için 2009 öncesi sıfır, 2009 sonrası için bir kod verilerek gölge değişken kullanılmıştır. Değişkenler için “F” sembolü 1. mertebe farkı göstermektedir

Kullanılan veri seti VERİMETRİK veri tabanından yıllık veriler kullanılarak oluşturulmuştur. Panel veri analizi kapsamında oluşturulan ampirik modelin tahmininde R yazılımı ve Eviews 10.0 paket programlarından yararlanılmıştır. İlk aşamada yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik sınamaları yapılmış, birinci nesil birim kök testlerinden İm vd. (2003), Maddala ve Wu (1999) ve Choi (2001) testleri, ikinci nesil birim kök testlerinden CIPS testi ile durağanlık test edilmiş, daha sonra ilişkilerin belirlenmesine yönelik panel regresyon analizi uygulanmıştır.

Table 1: Veri Setine Yönelik Tanımsal İstatistikler ve Korelasyon Matrisi

GELİŞMİŞ ÜLKELER						
	Bİ	İSZ	ENF	BUY	DK	FO
Ortalama	8366.411	7.590909	1.685455	0.913455	0.802000	0.948727
Medyan	5898.350	7.660000	1.600000	1.500000	0.760000	0.500000
Std. sapma	7473.562	2.301216	1.176218	2.067092	0.134170	1.262003
	FBI	FISZ	FENF	FBUY	FDK	FFO
FBI	1.000000	-0.007899	-0.303164	0.069885	-0.235281	0.219177
FISZ		1.000000	-0.315320	-0.262764	-0.120341	-0.331773
FENF			1.000000	0.358800	0.130361	0.058798
FBUY				1.000000	0.226690	0.352761
FDK					1.000000	-0.114639
FFO						1.000000
GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER						
	Bİ	İSZ	ENF	BUY	DK	FO
Ortalama	37065.23	6.523200	7.008040	3.665091	23.23255	8.196727
Medyan	36817.32	5.570000	6.640000	3.900000	13.38000	7.750000
Std. sapma	26440.07	2.670883	2.861997	4.039979	23.30268	3.235706
	FBI	FISZ	FENF	FBUY	FDK	FFO
FBI	1.000000	0.599253	-0.203688	0.124122	-0.711220	-0.088412
FISZ		1.000000	0.156042	-0.230424	-0.668441	0.276579
FENF			1.000000	0.001682	0.207650	0.388136
FBUY				1.000000	0.146471	-0.215525
FDK					1.000000	-0.074745
FFO						1.000000

3.2. Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenlik Testleri

Panel veri analizlerinde öncelikle değişkenlerin homojen olup olmadıkları incelenmelidir. Değişkenlerin homojen ya da heterojen olması, uygulanacak olan birim kök ve eşbütünleşme testlerinin biçimini değiştirmektedir.

Seriler arasındaki yatay kesit bağımlılığı Pesaran (2004) tarafından geliştirilen LM CD testi ile Pesaran vd. (2008) tarafından sapması düzeltilen LM adj. testi kullanılarak analiz edilmiş ve test sonuçları Tablo 3’de sunulmuştur. Test sonuçlarının olasılık değerleri %1 ve %5’den küçük olduğu için sıfır hipotezi (Yatay kesit bağımlılığı yoktur) red edilmiş ve seriler arasında yatay kesit bağımlılığı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Pesaran ve Yamagata (2008)’in delta tilde ve düzeltilmiş delta tilde testleri kullanılarak katsayıların homojenliği test edilmiş, test sonuçları Tablo 2’dedir. Test sonuçlarının olasılık değerleri %1 ve %5’den küçük olduğu için sıfır hipotez (eğim katsayıları homojendir) red edilmiş ve katsayıların heterojen olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2: Yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik test sonuçları

GELİŞMİŞ ÜLKELER		
Yatay kesit bağımlılığı testi (H_0 : Yatay kesit bağımlılığı yoktur)		
Test	Test istatistiği	p-değeri
LM (Breusch and Pagan (1980))	53.276	0.001
LM _{adj} (Pesaran vd. (2008))	48.890	0.002
LM CD (Pesaran (2004))	45.551	0.000
Homojenlik testi (H_0 : Eğim katsayıları homojendir)		
Test	Test istatistiği	p-değeri
Delta_tilde	9.783	0.001
Delta_tilde_adj	8.807	0.000
GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER		
Yatay kesit bağımlılığı testi (H_0 : Yatay kesit bağımlılığı yoktur)		
Test	Test istatistiği	p-değeri
LM (Breusch and Pagan (1980))	41.824	0.000
LM _{adj} (Pesaran vd. (2008))	37.765	0.003
LM CD (Pesaran (2004))	38.652	0.000
Homojenlik testi (H_0 : Eğim katsayıları homojendir)		
Test	Test istatistiği	p-değeri
Delta_tilde	7.531	0.004
Delta_tilde_adj	8.663	0.000

3.3. Birim Kök Test Sonuçları

Birinci nesil birim kök testleri homojen ve heterojen modeller olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Katsayılar heterojen çıktığı için heterojen model varsayımına dayanan Im, Pesaran ve Shin (2003), Maddala ve Wu (1999), Choi (2001) birinci nesil birim kök testleri kullanılacaktır.

Tablo 3 : Panel Birim Kök Testi Sonuçları

	GELİŞMİŞ ÜLKELER					
	Maddala&Wu Test		Im, Pesaran & Shin Test		Choi Test	
	Düzye	1.mertebe fark	Düzye	1.mertebe fark	Düzye	1. mertebe fark
	Trend+sabit	Sabit	Trend+sabit	Sabit	Trend+sabit	Sabit
Bİ	0.123	0.001*	0.140	0.000*	0.141	0.000*
İSZ	0.127	0.000*	0.153	0.002*	0.149	0.000*
ENF	0.204	0.000*	0.229	0.000*	0.215	0.000*
BUY	0.195	0.004*	0.185	0.003*	0.178	0.000*
DK	0.112	0.007*	0.177	0.000*	0.124	0.001*
FO	0.173	0.000*	0.182	0.000*	0.156	0.003*
	GELİŞMİŞTE OLAN ÜLKELER					
	Maddala&Wu Test		Im, Pesaran & Shin Test		Choi Test	
	Düzye	1.mertebe fark	Düzye	1. mertebe fark	Düzye	1. mertebe fark
	Trend+sabit	Sabit	Trend+sabit	Sabit	Trend+sabit	Sabit
Bİ	0.172	0.000*	0.185	0.000*	0.148	0.001*
İSZ	0.141	0.000*	0.187	0.001*	0.152	0.000*
ENF	0.235	0.000*	0.251	0.000*	0.226	0.000*
BUY	0.179	0.001*	0.183	0.001*	0.197	0.000*
DK	0.127	0.004*	0.165	0.002*	0.158	0.003*
FO	0.188	0.000*	0.158	0.000*	0.163	0.002*

*0.05 için durağan değişken

Not: Olasılık (p) değerleri tablo içinde verilmiştir. Testlerin sıfır hipotezi birim kök vardır şeklindedir. Optimal gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriteri kullanılarak belirlenmiştir.

Tablo 3’de görüldüğü üzere, tüm değişkenler düzey değerlerinde birim köke sahiptir. Buna karşılık, birinci mertebe fark serileri birim kök içermemektedir. Bu nedenle, tüm değişkenlerin I(1) oldukları başka bir ifadeyle; 1. mertebe fark için durağan oldukları görülmektedir.

Birinci nesil birim kök testleri, paneli oluşturan yatay kesit birimlerinin bağımsız olduğu ve paneli oluşturan birimlerden birine gelen şoktan, tüm yatay kesit birimlerinin aynı düzeyde etkilendikleri varsayımına dayanmaktadır. Paneli oluşturan yatay kesit birimlerinden birine gelen bir şokun, diğer birimleri farklı düzeyde etkilenmesi, daha gerçekçi bir yaklaşımdır. Bu eksikliği gidermek için yatay kesit birimleri arasındaki bağımlılığı göz önünde bulundurarak durağanlığı analiz eden ikinci nesil birim kök testleri geliştirilmiştir. Panel veri setinde yatay kesit bağımlılığı varlığı reddedilirse, 1. nesil birim kök testleri kullanılabilir. Bununla birlikte, panel verilerinde yatay kesit bağımlılığı varsa, 2. nesil birim kök testlerini kullanmak daha tutarlı, etkin ve güçlü tahminleme yapılmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada, yatay kesit bağımlılığı belirlendiği için ikinci nesil birim kök testleri kullanılmalıdır. İkinci nesil birim kök testlerinden CADF kullanılmıştır. Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CADF testi sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 4: Panel CADF Birim Kök Testi Sonuçları

GELİŞMİŞ ÜLKELER				
	Düzy		1.mertebe fark	
Değişkenler	Sabit	Sabit + Trend	Sabit	Sabit + Trend
Bİ	-1.283	-1.129	-9.451*	-10.072*
İSZ	-1.095	-1.056	-10.673*	-11.438*
ENF	-1.187	-1.125	-8.688*	-9.845*
BUY	-1.105	-1.167	-7.690*	-8.631*
DK	-1.283	-1.053	-8.156*	-10.237*
FO	-1.175	-1.209	-10.824*	-9.632*
GELİŞMİŞTE OLAN ÜLKELER				
	Düzy		1.mertebe fark	
Değişkenler	Sabit	Sabit + Trend	Sabit	Sabit + Trend
Bİ	-1.324	-1.195	-8.972*	-9.725*
İSZ	-1.127	-1.203	-8.466*	-8.271*
ENF	-0.944	-1.164	-9.521*	-10.547*
BUY	-1.218	-1.081	-8.025*	-10.529*
DK	-1.086	-1.242	-9.702*	-11.724*
FO	-1.119	-1.136	-10.348*	-12.529*

*%1 ve %5 için Ho red, durağan değişken

CADF testlerinde, maksimum gecikme uzunluğu 2 olarak alınmış ve optimal gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiştir. Sıfır hipotezinin %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini görülmektedir. Birim kök test sonuçları, serilerin düzeyde durağan olmadığını diğer bir ifadeyle birim kök içerdiklerini, değişkenlerin I(1) düzeyinde durağan olduğunu göstermektedir.

3.4. Panel Regresyon Analizi

Panel veri yöntemleri Baltagi (2005)’de belirtildiği gibi, havuzlanmış (pooled), sabit ve tesadüfi etkilerle gerçekleştirilmektedir. Çalışmada, iki olası tahmin modeli arasında seçim yapabilmesi için bazı istatistiksel testler gerçekleştirilmektedir. Modellerdeki tüm değişkenler

lkeler ve zamanlar arasında değişebildiği için temel soru, verinin ülkeler ve zamanlar arasında toplanıp toplanmayacağıdır. Hangi panel regresyon modelin seçileceğinin belirlenmesi için uygulanan Chow ve Breush-Pagan (BP) test sonuçları Tablo 4’de verilmiştir. Chow testi için H_0 hipotezi havuzlanmış regresyon H_1 hipotezi SEM model iken, BP testinde H_0 hipotezi havuzlanmış regresyon ve H_1 TEM model olarak ele alınır.

Tablo 5: lke Grupları için Panel Regresyon Tahmin Yöntemi Seçimi Test Sonuçları

Gelişmiş lkeler grubu			Gelişmekte olan ülkeler grubu		
Test	p değeri	Karar	Test	p değeri	Karar
Chow(F testi)	0.015	H_1 kabul	Chow(F testi)	0.000	H_1 kabul
BP(χ^2 testi)	0.002	H_1 kabul	BP(χ^2 testi)	0.002	H_1 kabul
Hausman testi	Cross-section random	0.008	Cross-section random		0.009
	Period random	0.007	Period random		0.004
	Cross-section and period random	0.003	Cross-section and period random		0.006

Diğer aşama Hausman testi yardımıyla H_0 : tesadüfi etki var (TEM) ve H_1 : tesadüfi etki yok (SEM) hipotezlerinin sınanmasıdır. Test sonuçlarından görüleceği üzere H_1 hipotezi kabul edilerek SEM modele karar verilmiştir. Her değişkenin durağan oldukları birinci mertebe farkları ile analizler yapılmıştır. Varsayım sınamalarında otokorelasyon için Wooldridge test ve heteroskedasite için Greene test kullanılmıştır.

Tablo 6: Panel Regresyon Tahmin Sonuçları

GELİşMİş ÜLKELER				
Bağımlı Değişken: FBI				
	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	Olasılık
FİSZ	-0.288456	0.126544	-2.279497	0.0275*
FENF	0.030254	0.054149	0.558712	0.5792
FBUY	0.340815	0.109286	3.118555	0.0032*
FDK	-0.113913	0.134969	-0.843994	0.4032
FFO	-0.255816	0.085745	-2.983457	0.0052*
Kriz gölge değişken	-0.071676	0.025093	-2.856395	0.0071*
Sabit	0.182610	0.073622	2.480354	0.0169*
R ² = 0.725 F _{ist} = 35.621 F(p) = 0.000 DW=2.145 Diagnostik testler: Wooldridge Otokorelasyon (p) = 0.156, Greene Heteroskedasite Testi (p) = 0.242				
GELİşMEKTE OLAN ÜLKELER				
Bağımlı Değişken: FBI				
	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	Olasılık
FİSZ	-0.287042	0.090275	-3.179646	0.0033*
FENF	-0.299633	0.098939	-3.028477	0.0041*
FBUY	0.422350	0.132115	3.196840	0.0027*
FDK	-0.189682	0.069683	-2.722082	0.0093*
FFO	-0.150444	0.042566	-3.534338	0.0010*
Kriz gölge değişken	-0.156405	0.040067	-3.903582	0.0003*
Sabit	-0.432238	0.069748	-6.197092	0.0000*
R ² = 0.761 F _{ist} = 29.652 F(p) = 0.000 DW=2.192 Diagnostik testler: Wooldridge Otokorelasyon (p) = 0.239, Greene Heteroskedasite Testi (p) = 0.285				

*0.05 anlamlılık düzeyinde istatistik anlamlı değişken

Modellerde Wooldridge Otokorelasyon testi ve Greene Heteroskedasite testleri sonucunda varsayımların sağlandığı belirlenmiştir ($p>0.05$). Sonuçlar yorumlanabilir özelliktedir.

Gelişmiş ülkeler için ele alınan bağımsız değişkenlerin borsa endeksi üzerinde %72.5 açıklayıcı olduğu belirlenmiştir. Enflasyon ve döviz kuru haricinde tüm değişkenler istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir. Katsayı büyüklük sırasına göre büyüme 0.34 br. arttırıcı etki ile en yüksek, işsizlik 0.28 br. azaltıcı etki ile ikinci sırada, faiz oranı 0.25 br. azaltıcı etki ile üçüncü sırada, kriz değişkeni 0.07 br. azaltıcı etki ile dördüncü sırada yer almıştır.

Gelişmekte olan ülkelerde ele alınan bağımsız değişkenlerin borsa endeksi üzerinde %76.1 açıklayıcı olduğu belirlenmiştir. Bütün bağımsız değişkenler istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir. Katsayı büyüklük sırasına göre büyüme 0.42 br. arttırıcı etki ile en yüksek, enflasyon 0.29 br. azaltıcı etki ile ikinci sırada, işsizlik oranı 0.28 br. azaltıcı etki ile üçüncü sırada, döviz kuru 0.18 br. azaltıcı etki ile dördüncü sırada, faiz ve kriz değişkenleri 0.15 br. azaltıcı etki ile eşit oranda ve beşinci sırada yer almıştır.

4.SONUÇ

Bu çalışmanın amacı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin borsa endeksleri ile bazı makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkileri araştırmaktır. Çalışma gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından ele alınmıştır. Çalışmada örneklem olarak; gelişmiş olan ülkeler grubu için ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve İtalya gelişmekte olan ülkeler grubu için Türkiye, Hindistan, Brezilya, Rusya ve Meksika ele alınmıştır. Her iki ülke grubu için, bağımlı değişken borsa endeksine (Bİ) yön verdiği düşünülen makroekonomik değişkenler işsizlik oranı (İSZ), enflasyon(ENF), büyüme (BUY), döviz kuru (DK) ve faiz oranı (FO) arasındaki ilişkiler panel regresyon analizi yardımıyla belirlenmiştir.

Çalışmanın sonucunda gelişmiş ülkeler için ele alınan bağımsız değişkenlerin borsa endeksi üzerinde %72.5 açıklayıcı olduğu belirlenmiştir. Enflasyon ve döviz kuru haricinde tüm değişkenler istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir.

Çalışmada görüldüğü üzere ekonomide görülen bir büyümenin borsa endeksi üzerinde pozitif bir etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelişmiş ülkelerde ekonominin büyümesi durumunda sermaye piyasası yatırımlarının arttığını söylemek mümkündür. Sermaye piyasası yatırımları arttıkça borsa endeksleri bu büyüme etkisi ile yukarı yönlü bir eğilim göstermektedir.

Gelişmiş ülkelerde işsizliğin azalması da borsa endeksi üzerinde pozitif bir etki yaratmaktadır. Gelişmiş ülkelerde hem ekonominin büyümesi dolayısıyla işsizliğin azalması ve bunların sonucu olarak mali piyasalarda faiz oranlarının düşmesi sermaye piyasası yatırımlarını arttırmaktadır. Piyasada faiz oranlarının aşağı yönlü bir eğilim göstermesi yatırımcıyı menkul kıymet yatırımlarına yönlendirmektedir. Bu durum borsa endeksleri üzerinde pozitif yönlü bir etki yaratmaktadır.

Çalışmada elde edilen önemli sonuçlardan biri de gelişmiş ülkelerin borsa endeksleri ile enflasyon ve döviz kuru arasında anlamlı bir ilişki elde edilmemiştir. Gelişmiş ülkelerde borsa endeksleri ile enflasyon arasında ilişkin anlamlı çıkmamasının temel nedenlerinden bir bu ülkelerde enflasyon olgusunun çok düşük seviyelerde gerçekleşmesidir. Gelişmiş ülkelerde borsa endeksleri ile döviz kuru arasında ilişkin anlamlı çıkmamasının temel nedenlerinden biri gelişmiş ülke piyasalarında dışardan sıcak para akışı olmadığı için kurun değişimi hisse senedi fiyatlarını çok etkilemez. Hatta merkez bankaları gevşek para politikası uyguladığında

borsanın kuvvetlendiğini düşünürsek kur değer kaybederken borsanın daha iyi performans göstermesi bile beklenebilir.

Gelişmekte olan ülkelerde ele alınan bağımsız değişkenlerin borsa endeksi üzerinde %76.1 açıklayıcı olduğu belirlenmiştir. Bütün bağımsız değişkenler istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir.

Gelişmekte olan ülkeler açısından bakıldığında ekonomide görülen bir büyümenin borsa endeksi üzerinde pozitif bir etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik büyümenin borsa endeksi üzerindeki etkisi gelişmiş ülkelere daha büyük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gelişmiş ülkelerde ekonominin büyümesi durumunda ulusal ve uluslararası yatırımcıların gelişmiş ülkelerin borsalarına yatırım isteği daha yüksektir. Büyüme gelişmekte olan ülkelerle sermaye piyasası yatırımlarını hızlandıran önemli bir faktördür. Sermaye piyasası yatırımları arttıkça borsa endeksleri bu büyüme etkisi ile yukarı yönlü bir eğilim göstermektedir.

Gelişmiş ülkelerde enflasyon seviyesi gelişmekte olan ülkelerdeki kadar yüksek olmamıştır. Yüksek enflasyon sorunu yaşayan gelişmekte olan ülkelerde borsa endeksi volatildir. Bunun sebebi, yatırımcının önünü net şekilde görememesidir, çünkü yüksek enflasyon toplam talebi azaltıcı bir etki doğurur. Diğer taraftan gelişmiş ülkelere bazıları örneğin Amerika sermaye piyasası ağırlıklı bir ekonomidir, sermaye piyasaları derindir. Gelişmekte olan ülkelere çoğunun sermaye piyasası sığdır; enflasyonist baskı olduğunda faiz oranı aracılığıyla ekonomi dengeye getirilmeye çalışılır. Eğer bu ekonomide talep enflasyonu varsa faiz oranları yükselir, hisse senedi alım talebi azalır, mevduat talebi yükselir. Fakat gelişmiş ülkelere durum böyle değildir yukarıda değinildiği gelişmiş ülkelere sermaye piyasaları çok çeşitli ve derindir, enflasyon oranı da talebin yönünü faize çevirecek kadar yüksek değildir. Dolayısıyla enflasyon oranı arttıkça borsa endeksi aşağı yönlüdür gelişmiş ülkelere.

Makroekonomik değişkenlerden biri de işsizlik oranıdır. Bir ekonomide işsizlik oranı artıyorsa ekonomide sorunlu bir süreç içinde olduğu durumu vardır. Ekonomideki işsizlik oranının artması demek mali piyasaların bütünü anlamında olumsuz bir durum söz konusu olur. Hem para piyasası hem sermaye piyasası bu durumdan olumsuz etkilenir. Borsa endeksi de işsizlik oranından olumsuz etkilenen önemli bir göstergedir.

Gelişmekte olan ülkelerin hisse senedi piyasaları genel olarak yabancı yatırımcıların domine ettiği piyasalar. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerin hisse senedi piyasalarına bir yabancı satışı geldiğinde genel olarak satışı yapanın parasını da yabancı para birimine dönüp ülkeden çıkarması beklenir. Bu yüzden gelişmekte olan piyasalarda döviz kuru ve borsa arasında ters bir ilişki vardır. Döviz kuru arttıkça borsa endeksleri aşağı yönlü bir trend eğilimindedir.

Gelişmekte olan ülkelere hem ekonominin büyümesi dolayısıyla işsizliğin azalması ve bunların sonucu olarak mali piyasalarda faiz oranlarının düşmesi sermaye piyasası yatırımlarını arttırmaktadır. Piyasada faiz oranlarının aşağı yönlü bir eğilim göstermesi yatırımcıyı menkul kıymet yatırımlarına yönlendirmektedir. Bu durum borsa endeksleri üzerinde pozitif yönlü bir etki yaratmaktadır. Gelişmiş ülke merkez bankalarının ekonomik büyüme ve faiz ilişkisi daha basit yürüdüğü için faizi indir ekonomiyi canlandır dolayısıyla borsa yükselsin ilişkisi daha açıktır. Gelişmekte olan ülkelere ekonomiyi canlandırmak için faiz indirdiğinizde, ithalatçı konumunda oldukları için enflasyonu patlatma riski vardır ve bu da borsaya günün sonunda negatif yansır. Bu durum da gelişmiş ülke piyasalarının faiz ile olan ilişkisinin daha yüksek bir katsayıyla yürümesini sağlıyor gibi düşünüyoruz. Gelişmiş

lkelerdeki faiz değişkeninin borsaya daha fazla negatif etki yapıyor olmasının sebebi de budur.

Sonuç olarak borsa endeksleri ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiye bakıldığında bu ilişkinin gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkelere göre daha yoğun bir şekilde gerçekleştiği tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Baltagi, B. H. (2005) "Econometric Analysis of Panel Data" (third ed.) John Wiley. & Sons Pbc.: New York.
- Coşkun, M. & Kiracı, K. & Muhammed U. (2016) "Seçilmiş Makroekonomik Değişkenlerle Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişki: Türkiye zerine Ampirik Bir İnceleme"Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, Cilt: 53 Sayı: 616, s. 61-74.
- Choi, I. (2001). "Unit Root Tests for Panel Data", Journal of International Money and Finance, 20(1), 249-272.
- Değer, A. & Esen, K. (2017), "Borsa İstanbul'da Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Faktörler: BİST Sınai Endeksi zerine Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler, Fakültesi Dergisi, C.22, S.3, s.713-730.
- Dritsaki, M. (2005). "Linkage Between Stock Market and Macroeconomic Fundamentals: Case Study of Athens Stock Exchange". Journal of Financial Management & Analysis 18(1): 38-47.
- Im, K. S., Pesaran, M. H. ve Shin, Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels, Journal of Econometrics, 115(1), 53-74.
- Kaya, V. & mleki, İ. & Kara O. (2013), "Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Değişkenler 2002-2012 Türkiye rneği", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi – Sayı 35
- Maddala, G. S. ve Wu, S. (1999). A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and A New Simple Test, Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 61(1), 631-652.
- Mukherjee, Tarun T. ve Naka, Atsuyuki (1995). "Dynamic Relations Between Macroeconomic Variables and the Japanese Stock Market: An Application of a Vector Error Correction Model". Journal of Financial Research 18(2): 223-237.
- Kumar, A. (2011), "An Empirical Analysis of Causal Relationship Between Stock Market And Macroeconomic Variables in India", International Journal of Computer Science & Management Studies, Vol. 11, Issue 01.
- Maghayereh, A. (2002), "Causal Relations among Stock Prices and Macroeconomic Variables in the Small, Open Economy of Jordan", JKAU: Econ. & Adm., Vol. 17, N o. 2, pp. 3-12.
- Maysami, R. C. ve Koh, T. S. (2000). "A Vector Error Correction Model of the Singapore Stock Market". International Review of Economics and Finance 9: 79-96
- Nışhat, M. & Shaheen, R. (2004) "Macroeconomic Factors and Pakistani Equity Market", The Pakistan Development Review, 43(4), 619- 637.
- zer, A. & Kaya, A. & zer, N. (2011), Hisse Senedi Fiyatları ile Makroekonomik Değişkenlerin Etkileşimi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:26, Sayı:1, ss.163-182
- Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross-Section Dependence in Panels, Cambridge Working Papers in Economics, Working Paper No: 435, 45-67.
- Pesaran, M. H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross- Section Dependence, Journal of Applied Econometrics, 22(1), 265-312.
- Pesaran, M. H., Ullah, A. ve Yamagata, T. (2008). A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence, Econometrics Journal, 11(1), 105-127.

- Pesaran, M. H., ve Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels, *Journal of Econometrics*, 142(1), 50-93.
- Poyraz, Erkan ve Tepeli, Yusuf (2014) “Seçilmiş Makro Ekonomik Göstergelerin Borsa İstanbul XU100 Endeksi Üzerindeki Etkisinin Analizi” *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji Ve Politika Dergisi* Cilt/Vol: 11, Sayı/Num: 02, Sayfa/Page: 102-128
- Sayılğan, G. & Süslü, C. (2011). "Makroekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Getirilerine Etkisi: Türkiye ve Gelişmekte Olan Piyasalar Üzerine Bir İnceleme". *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi* 5(1): 73-96.
- Uzun, U. & Güngör, B. (2017). “Borsa Endeksleri İle Ülkelerin Seçilmiş Makroekonomik Göstergeleri Arasındaki İlişkinin Uluslararası Boyutta İncelenmesi”. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:17, Yıl:17, Sayı: 4, 17: 1-30
- Ürkmez, E. & Karataş, T. (2017). “Borsa İstanbul 100 Endeksi İle Döviz Kurları Arasındaki Dinamik İlişkinin Belirlenmesi”*Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 45, s. 393-409
- Zügül, M. & Şahin, C. (2009) “İMKB 100 Endeksi İle Bazı Ekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Bir Uygulama”, *Akademik Bakış*, Sayı: 16, 1-16.

İĞDIR'DA MİKRO KREDİ KULLANIMININ KADINLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

THE EFFECTS OF THE USE OF MICRO CREDIT IN İĞDIR ON THE WOMEN

Hilal YILMAZ

Zir. Yük. Müh. Tarım ve Orman Bakanlığı, yilmazhilal@hotmail.com, Ankara/ TÜRKİYE

Emine AŞKAN

Dr. Öğr. Üyesi, Iğdır Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü,
emine.askan@igdir.edu.tr, Iğdır/TÜRKİYE

Semiha KIZILOĞLU

Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü,
ksemiha@atauni.edu.tr, Erzurum/TÜRKİYE

ÖZET

Mikro kredi kadınların kendi kendilerine gelir getirici faaliyette bulunmalarına imkân sağlayan kefil ve teminat gerektirmeyen güven esaslı bir finans programıdır. Kadınların girişimcilik kazanarak aile bütçesine katkı sağlaması kendisinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek güce gelmesi mikro kredi finans programının amacıdır. Bu araştırma ile kadın yoksulluğu ile mücadelede mikro kredi uygulamasının önemini belirlemek ve mikro kredi uygulamalarının Iğdır'da mikro kredi kullanan kadınlar üzerindeki etkilerini incelemek amaçlanmıştır. Çalışmanın ana materyalini tam sayım yoluyla belirlenen 282 mikro kredi kullanan kadın girişimci ile yapılan yüz yüze anket uygulaması oluşturmuştur. Elde edilen veriler SPSS paket programında ve probit yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmada girişimci kadınların mikro krediyi kullandıktan sonra gelirlerinde %73.1'lik artış olduğu, %70.2'sinin yaşam standartlarında iyileşme olduğu, %91.8'in ise mikro krediyi hem kendilerine iş imkanı sağlamak hem de işlerini geliştirmek amacı ile kullandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mikro Kredi, Kadın, Yoksulluk, Iğdır

ABSTRACT

Micro-credit is a trust-based finance program that does not require guarantees and collateral that allows women to engage in income-generating activities on their own. It is the aim of the micro credit finance program to help women gain entrepreneurship and contribute to the family budget and to meet the needs of their children and their children. This research aimed to determine the importance of micro credit application in fighting against women's poverty and to examine the effects of micro credit applications on women using micro credits in Iğdır. A face-to-face questionnaire was conducted with women entrepreneur members using 282 micro-credits selected through full census. The obtained data were analyzed by SPSS package program and probit method. In the study, it was found that 73.1% increase in income after using micro-credit, 70.2% improvement in living standards and 91.8% micro-credit have been found to provide job opportunities for them and improve their business.

Keywords: Micro Credit, Women, Poverty, Iğdır

1. GİRİŞ

Mikro kredi, mikro finansman sisteminin bir alt kategorisidir. Mikro finansman, bir ekonomide resmi finans kuruluşlarından hizmet alma imkânı bulamayan, resmi finans kuruluşlarının hizmet sunmadığı veya eksik hizmet sunduğu düşük gelirli aileler ve küçük

ölçekli kredilerle girişimcilik yapabilecek kadınlar için oluşturulmuş olan bir finansman sistemi olarak adlandırılmaktadır (Bayraktutan ve Akatay, 2012). Dünya ülkelerinin yoksullukla mücadele için kullandıkları yöntemler zamana, ülkelerin sosyo-ekonomik koşullarına ve yoksulların durumlarına göre değişmektedir. Ancak yoksullukla mücadelede kullanılan yöntemler genellikle doğrudan ve dolaylı mücadele yöntemleri şeklinde ayrılmaktadır. 1974 yılında Bangladeş'te Prof. Dr. Muhammed Yunus tarafından uygulanmaya başlayan mikro kredi ile yoksul kimselerin yeni bir iş kurması ya da var olan işlerini geliştirmelerine imkan sunulmaktadır. Muhammed Yunus'un yoksullara mikro kredi vermek için geliştirdiği Grameen modeli, bugün dünyanın pek çok ülkesinde yoksullukla mücadelede bir yöntem olarak kullanılmaktadır (Öz ve Çolakoglu, 2014).

1983 yılında güven ve beraberlik esaslarına dayanan Grameen Bankası kurmuştur. Bugün, 1.084 şubesi, 12.500 personeli olan Grameen Bankası'nın 37.000 köyde 2,1 milyon üyesi vardır. Her gün Grameen Bankası ortalama olarak 1,5 milyon \$ tahsilat yapmaktadır. Üyelerinin yüzde 94'ü kadındır. Kadınların % 98'i kredilerini geri ödemektedir. Bu geri ödenme oranı ticari bankalardan daha yüksektir. Grameen yöntemleri ABD, Kanada, Fransa, Hollanda ve Türkiye gibi 58 ülkede uygulanmaktadır (TGMP, 2017).

Türkiye Grameen Mikro finans Programı, Türkiye'nin ilk ve tek mikro finans kuruluşudur. Türkiye Grameen Mikro finans Programı (TGMP), Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) tarafından oluşturulmuş olup, Grameen Trust ile işbirliği yaparak faaliyetlerini sürdüren kâr amacı olmayan bir mikro finans kuruluşudur.

Türkiye'de ise ilk defa 18 Temmuz 2003 yılında Diyarbakır'da, 5 kadının mikro kredi alması ile başlayan Mikro kredi, Türkiye genelinde 67 ilde 98 şubesiyle halen 45.000 üzerinde üyeye hizmet vermektedir. TGMP çeşitli işletme ve kuruluşlar ile işbirliği yapmaktadır. Türkiye Grameen Mikro finans Programı, HSBC, Citibank, Whole Planet Foundation ve Açık Toplum Vakfı ile de işbirliği yapmaktadır. Bunun yanında TGMP, Morkoz sayesinde üyelere özel hizmetler sunmaktadır. Tamamen güvene dayalı olan, teminat, kefalet, senet, ipotek, icra takibi gerektirmeyen Mikro finans Programında geri dönüşüm oranı % 100'dür.

Mikro kredi, mikro finansman kuruluşunca bir mikro girişimciye, yeni bir iş kurması veya var olan işini geliştirmesi amacıyla verilmiş olan kredidir. Mikro kredi ile kendi işini kurarak gelir getirici faaliyette bulunan yoksul kadınlara küçük ölçekli krediler vererek çalışma hayatına katılabilmeleri sağlanmaktadır. Kefalet, teminat ve senet gibi işlemlerinin istenmemesi nedeniyle borcunu ödeyemeyenlerle ilgili iş ve işlem yapılmamaktadır. Bütün verilen krediler hizmet bedeli de dâhil olmak üzere haftalık taksitlerle kadınları merkez olarak belirlediği evlerde geri alınmaktadır. Başlangıçta kredi alan üyeler krediyi zamanında ödediğinde ve toplantılara düzenli olarak katıldığında almış olduğu kredi miktarını arttırma imkânına sahip olabilmektedir. Kredi verilen kadınlar sürekli takip edilmekte ve ihtiyaç duydukları zaman tekrar kredi destekleri sağlanabilmektedir. Kredi verilen kesim genellikle kayıt dışı işlerde çalışan yoksul kesim olarak belirtilmektedir (TGMP, 2017).

Bu araştırmada Iğdır ili merkez ilçesinde mikro krediden faydalanan kadınların mikro krediyi kullanma amaçları ve mikro krediyi kullandıktan sonra gelirlerindeki artış durumu ele alınarak literatür çalışmaları incelenmiş, materyal ve metot doğrultusunda mikro kredi kullanımındaki sosyo-ekonomik faktörler analiz edilerek araştırma önemi ve amacı ile bağlantılar kurulmuştur.

Araştırmanın temel amacı kadın yoksulluğu ile mücadelede mikro kredi uygulamasının önemini belirlemek ve mikro kredi uygulamalarının Iğdır’da mikro kredi kullanan kadınlar üzerindeki etkilerini incelemektir.

Bu araştırma ile mikro kredi kullanıcılarının mikro kredi kullanmadan önce ve kullandıktan sonra ki gelir durumlarını, mikro kredi, kullanıcıların gelir düzeylerinde önemli bir değişiklik yapıp yapmadığını ve mikro kredi kullanımını etkileyen faktörlerin analizleri dikkate alınarak mikro kredi kullanan girişimci kadınların gelir seviyelerinin artmasında hükümet tarafından alınması gereken önlemler ve uygulanacak politikalar hakkında önerilerde bulunulmuştur.

2. MATERYAL ve METOT

2.1. Materyal

2.1.1 Araştırma Bölgesinin Belirlenmesi

Bu çalışmada, mikro kredi kullanan illerden biri olan Iğdır’da mikro kredi sisteminin işleyişi ve mikro kredi kullanıcısı kadınlar üzerindeki sosyal ve ekonomik etkileri incelenmiştir.

Iğdır ili mikro kredi uygulamaları konusunda 8 yıllık bir geçmişe sahiptir. 10 Ekim 2010’da Iğdır Valiliği ve Türkiye İsrافی Önleme Vakfı arasında hazırlanmış olan protokol kapsamında Iğdır İl Özel İdaresi tarafından mikro kredi hesaplarına aktarılan 50.000,00 ₺, ile uygulama başlamıştır. Araştırmanın yapıldığı 2014 yılı itibariyle 282 kadın ile mikro kredi uygulaması yapılmıştır (Anonim, 2014).

2.1.2 Veri Toplamada Kullanılan Yöntem

Araştırma, 2014 yılını kapsamakta olup verilerin toplanması aşamasında Direkt Mülakat (Personal Interview) Yöntemi kullanılmış ve veriler anket yolu ile sağlanmıştır.

Iğdır’da 2014 yılı itibari ile merkez nüfus 132.110 olup bu nüfusun 67,805’i erkek, 64,305’i ise kadındır. Araştırmada Iğdır Mikro Kredi şubesinden öğrenilen bilgilere göre Iğdır’da mikro kredi kullanan girişimci kadınların sayılarının 282 olduğu tespit edilmiştir. Iğdır merkezde mikro kredi kullanan 282 girişimci kadın ile 2014 yılı Mayıs-Haziran aylarında anket çalışmaları yapılmıştır.

2.1.3. Veri Değerlendirme Aşamasında Uygulanan Metotlar

Araştırma, 2014 yılını kapsamakta olup verilerin toplanması aşamasında Direkt Mülakat (Personal Interview) Yöntemi kullanılmış ve veriler anket yolu ile sağlanmıştır.

Iğdır’da 2014 yılı itibari ile merkez nüfus 132.110 olup bu nüfusun 67,805’i erkek, 64,305’i ise kadındır. Araştırmada Iğdır Mikro Kredi şubesinden öğrenilen bilgilere göre Iğdır’da mikro kredi kullanan girişimci kadınların sayılarının 282 olduğu tespit edilmiştir. Iğdır merkezde mikro kredi kullanan 282 girişimci kadın ile 2014 yılı Mayıs-Haziran aylarında anket çalışmaları yapılmıştır.

2.1.3 Veri değerlendirme aşamasında uygulanan metotlar

Araştırmada kullanılan anket formları, mikro kredi kullanan girişimci kadınların sosyo-ekonomik yapısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Anket formlarında, kadın girişimcilerin demografik yapıları, krediyi hangi şartlarda aldıkları, mikro kredi kullanmadan önce ve mikro kredi kullanımından sonra gelir durumlarında değişim miktarı, alınan mikro kredinin amacına ulaşp ulaşmadığına ve alınan kredinin geri ödenmesinde yaşadıkları sorunlara yer verilmiştir. Veriler SPSS programında frekans analizi yapılmıştır. Verilerin analizinde değişkenlere bağlı Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis normal dağılım göstermeyen gruplarda 3 veya daha fazla sayıda grubun ortalamaları arasındaki farklılığın anlamlılığını test amacı ile

kullanılan bir tekniktir. Bu test tek yönlü ANOVA'nın non-parametrik karşılığıdır. Analizde veri değerleri sıralı hale getirilir, sıra toplamları grup büyüklüğüne bölünerek sıra ortalamaları hesaplanır ve bu ortalamalar bölünerek karşılaştırılır.

Araştırmanın son aşamasında, kadın girişimcilerin mikro kredi kullanımını etkileyen faktörler ekonometrik bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Bu değerlendirmede, mikro krediden faydalanan ve mikro kredi kullanımı ile kadın girişimcilerin gelir seviyesi üzerine etkili olan faktörler olarak; yaş, eğitim, sosyal güvence, eşi esnaf olanlar ve mikro sigorta kullanım değişkenleri probit modele dahil edilmiştir. Sosyo-ekonomik özellikler arasındaki ilişkiler ve ilişki derecelerinin belirlenmesinde Probit Regresyon Analiz Yöntemi kullanılmaktadır.

Probit analizi lojistik regresyona alternatif olarak bir veya daha fazla açıklayıcı değişkenin kategorik bir yanıt değişkeni üzerindeki etkisini bulmak için kullanılan bir modeldir. Hem lojistik hem de Probit regresyon analizi birbirlerine oldukça benzer ve elde edilen olasılık tahminleri birbirlerine yakın değerdedir. Lojistik regresyon analizinde log-odds (olabilirlik oranları) kullanılırken, Probitte kümülatif normal dağılım kullanılmaktadır, temel olarak probit birikimli standart normal dağılım tersidir (Arı ve Önder, 2012).

Probit Modeli tahmin etmek için kullanılan birikimli dağılım fonksiyonunun normal dağılıma ait olduğu varsayılır (Gujarati, 2006).

Probit modeli, genellikle gözlenemeyen bir fayda endeksi yardımıyla oluşturulmaktadır (Karlı, et al., 2006). Girişimcilerin mikro kredi kullanımına katılımı şansa bağlı fayda (random utility) modeli çerçevesinde modellenmiştir. Girişimciler mikro krediden elde edilen günlük geliri 50 ₺'den az ya da çok olma gibi iki seçeneğe sahiptirler. Bu durum aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$U(1, m_1 + P; x) \geq U(0, m_0; x) \quad (2.1)$$

Formülde 0; mikro kredi ile günlük geliri 50 ₺'den az oluyorsa, 1; mikro kredi ile günlük geliri 50 ₺'den çok oluyorsa, m_1 ve m_0 mikro krediden faydalanma durumunda elde edilen net geliri, x ; mikro krediden faydalanma ve faydalanmama durumunu etkileyen faktörleri, P ise mikro krediden faydalanma durumunda alınan hibe desteğini ve ilave kazançları ifade etmektedir. Fayda fonksiyonu; $U(i, m_i; x) = V(i, m_i; x) + \varepsilon$ şeklinde ifade edilir ve $V(i, m_i; x)$ sistematik (deterministic) kısım, ε tesadüfi kısım olarak nitelendirilir (Hubbell et al. 2000; Qaim and Janvry, 2003).

Mikro krediden yararlanma kısmen gözlemlenebilir haliyle ifade edilebilir:

$$U(1, m_1 + P; x) + \varepsilon_1 \geq U(0, m_0; x) + \varepsilon_0 \quad (2.2)$$

Faydanın sistematik kısmı, $i = 0, 1$ ve α marjinal gelir eğilimi yazılabilir:

$$V = x\beta_i + \alpha m_i \\ (x_1\beta_1 - x_1\beta_0) + \alpha(m_1 + m_0 + P) \geq \varepsilon_0 - \varepsilon_1 \quad (2.3)$$

Denklemin parametre tahminleri, bir $\varepsilon = \varepsilon_0 - \varepsilon_1$ varsayımı ile maksimum olasılık prosedürü kullanılarak elde edilebilir.

$x_1\beta = (x_1\beta_1 - x_1\beta_0)$, $m = m_1 + m_0 + P$ ve $\varepsilon = \varepsilon_0 - \varepsilon_1$ eşitlikleri yerine yazılırsa;

$$x_1\beta + \alpha m \geq \varepsilon \quad (2.4)$$

Gelir; $\ln(m_i) = \log((m_1 + P) / m_0)$ şeklinde modifiye edilebilir.

P, mikro kredi ile alınan destek miktarı, fazladan satılan ürünler ayrıca işletmecinin ek gelirleri gibi gelirlerini ifade eder. P ile ifade edilen kadın girişimcilerin mikro krediye katılımlarından dolayı aldıkları ödemeleri gözlemleyemediğimizden, elde edilen gelirleri örtülü olarak x değişkeni ile açıklayabiliriz. Kadın girişimcilerin P ile ifade edilen kazançları zaman zaman bildiklerini varsaymaktayız. Şansa bağlı fayda modeli koşullu değerlendirme modellerine nazaran, mikro krediden faydalanan kadın girişimcilerin faydalanamayan girişimcilere göre elde ettikleri faydaları daha iyi açıklar ve şansa bağlı fayda modeli, mikro kredi senaryosu olsun veya olmasın işletmecilerin katılımlarına ilişkin ödeme istekliliğinin ortalama değerini hesaplar.

ε' nin bağımsız ve özdeş dağılım gösterdiği varsayımıyla, mikro kredi kullanımı probit modeliyle gösterilebilir (Greene, 2003).

$$Prob(Y = 1 | x) = \int_{-\infty}^{x'\beta} \phi(t) dt = \Phi(x'\beta)$$

(2.5)

$\phi(t)$ standart normal dağılışın yaygın olarak kullanılan notasyonudur. Olasılık için log olabilirlik (log likelihood) fonksiyonu:

$$\ln L = \sum_{j=1}^N \ln[\Phi(x'_j\beta)] + (1 - I_j)\ln[1 - \Phi(x'_j\beta)]$$

(2.6)

Formülde, I_j dummy değişken, mikro krediden faydalanma durumunda 1, faydalanmama durumunda 0'dır. Parametre tahminleri, yukarıdaki log olasılık fonksiyonunun maksimize edilmesiyle elde edilir.

Araştırmada kullanılan probit modelde, bağımlı değişken olarak mikro krediden elde edilen günlük gelir durumu seçilmiştir. Günlük geliri 50 ₺'den fazla olanlar "1", az olan için "0" değeri verilmiş, bağımsız değişkenler ise sosyo-ekonomik faktörlerden oluşturulmuştur.

Tablo 2.1. Modelde kullanılan değişkenlerin tanımlanması

Değişkenler	Açıklama
Gelir	Günlük gelir 50 ₺ den çok ise:1, değilse: 0
Yas	Mikro kredi kullanan kadın girişimcilerin yaşı
Eğitim	Girişimcinin eğitim durumu; lise:1, değilse:0
SGK	Girişimcinin sosyal güvencesi varsa:1, yoksa: 0
Mik Krdi	Girişimcinin kaç yıldır mikro kredi kullandığı
Memur	Girişimcinin eşi memur ise 1; değilse: 0
Esnaf	Girişimcinin eşi esnaf ise 1; değilse: 0
Diger	Girişimcinin eşinin memur ve esnaf olma durumu dışındaki meslekler
Mik SGK	Mikro sigortadan yararlandığıysa:1; değilse:0
Mik Konut	Mikro konuttan yararlandığıysa:1, değilse:0

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1 Demografik ve Sosyoekonomik Yapı ile İlgili Sonuçlar

Araştırma kapsamında mikro krediden yararlanan girişimci kadınların yaş dağılımları tablo 3.1'de verilmiştir. Tablo 3.1 incelendiğinde girişimci kadınların % 51,7'sinin 38-52, % 39,4'ünün 20-37, % 8,9'unun ise 53-67 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Çelebi Boz ve Çınar 2016 yılında TRA1 bölgesi için yaptıkları çalışmalarında mikro kredi kullanan girişimci kadınların daha çok 26-45 yaş arasında olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 3.1. Girişimci kadınların yaş dağılımları

Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)	Ortalama	Standart sapma
20-37 yaş arası	111	39,4	32,22	12,02
38-52 yaş arası	146	51,7	45,06	9,89
53-67 yaş arası	25	8,9	58,33	9,89
Toplam	282	100		

Mikro krediden faydalanan girişimci kadınların eğitim durumları incelendiğinde %20,6'sının okuma-yazma bilmediği görülmüştür. % 22,3'ü ilkokul, % 11,0'ı ortaokul, % 42,2'si lise, % 1,4'ü ön lisans ve % 2,5'inin lisans, %0,4'ü yüksek lisans düzeyinde mezun olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3.2). Tüzün Rad ve Altıkulaç'ın 2016 yılında Bilecik ili için yaptıkları çalışmalarında mikro kredi kullanan girişimci kadınların %43,2'sinin ilkokul mezunu olduğunu ve eğitim düzeyi arttıkça kadınların mikro kredi kullanım oranlarının azaldığını tespit etmişlerdir.

Tablo 3.2. Girişimci Kadınların Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Okuryazar Değil	58	20,6
İlkokul	63	22,3
Ortaokul	31	11,0
Lise	119	42,2
Ön lisans	4	1,4
Üniversite	6	2,5
Y. Lisans	1	0,4
Toplam	282	100,0

Aile geçimi için aylık gelir durumları incelendiği zaman girişimci kadınların % 1,8'inin 500-1.000 ₺, % 61,7'sinin 1.001-1.500 ₺, % 32,6'sı 1.501-2.000 ₺, % 3,9'unun 2.001 ₺ üzeri aylık gelire sahip olduğu incelenmiştir (Tablo 3.3).

Tablo 3.3. Girişimci Kadınların Aile Geçimi İçin Aylık Gelir Durumu

Geçimi Sağlamak için Gelir Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
500-1.000 ₺	5	1,8
1.001-1.500 ₺	174	61,7
1.501-2.000 ₺	92	32,6
2.001 ₺ ve üzeri	11	3,9
Toplam	282	100,0

Mikro krediyi kullanan girişimci kadınların ne kadar süredir mikro krediden yararlandıklarına bakıldığında araştırmaya katılan kadınların % 35,1'i 2 yıl, % 22,3'ü 3 yıl, % 16,3'ü 4 yıl, % 6,7'si 5 yıl, % 4,3'ü 6 yıl mikro kredi kullanırken, % 14,5'inin ise mikro krediyi ilk kez kullandığı tespit edilmiştir (Tablo 3.4).

Tablo 3.4. Girişimci Kadınların Mikro Kredi Kullandıkları Yıl

Yıl	Frekans (n)	Yüzde (%)
1 Yıl	41	14,5
2 Yıl	99	35,1
3 Yıl	63	22,3
4 Yıl	46	16,3
5 Yıl	19	6,7
6 Yıl	12	4,3
7 Yıl	2	0,8
Toplam	282	100,0

Tablo 3.5 incelendiğinde araştırmaya katılan girişimci kadınların % 72,3'ünün sosyal güvencesinin olmadığı belirlenmiştir. Aşkın ve Barış 2015 yılında Kadın İstihdamının Arttırılmasında Mikro Kredi Uygulamasının Etkisi isimli çalışmalarında, mikro kredi kullanan kadın girişimcilerin sosyal güvence durumlarının sosyal güvencesi olmayanların toplam oranının % 76 gibi dikkate değer bir düzeyde olduğunu belirlemişlerdir.

Tablo 3.5. Mikro Kredi Kullanan Girişimci Kadınların Sosyal Güvence Durumu

Sosyal Güvence Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Hayır	204	72,3
Evet	78	27,7
Toplam	282	100,0

Araştırmaya katılan kadınların eşlerinin iş durumları incelendiğinde eşlerin % 59,9'unun düzenli ve devamlı bir işi olmayan kategorisinde yer aldığı yer aldığı % 12,4'ünün esnaf, % 8,2'sinin işçi, % 7,1'inin işsiz %6,4'ünün memur ve % 6,0'ının çiftçi olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3.6). TRA1 bölgesi için yapılan çalışmada mikro krediden yararlanan ailelerde çalışan bireylerin meslekleri incelendiğinde % 27,4 ile ilk sırayı özel sektörün aldığı belirlenmiştir (Çelebi Boz ve Çınar, 2016). Buna göre mikro krediden faydalanan girişimci kadınların eşlerinin veya aile bireylerinin çoğunun özel sektörde çalıştığı görülmektedir.

Tablo 3.6. Mikro Kredi Kullanan Girişimci Kadınların Eşlerinin İş Durumu

İş Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Düzenli ve Devamlı İş Olmayan	169	59,9
Esnaf	35	12,4
İşçi	23	8,2
İşsiz	20	7,1
Memur	18	6,4
Çiftçi	17	6
Toplam	282	100,0

Araştırmaya katılan girişimci kadınların mikro kredi uygulamalarını öğrenme kaynakları tablo 3.7'de verilmiştir. Tablo 3.7 incelendiğinde % 82,3'ünün personellerin sahadaki çalışmalarından, % 14,5'inin komşusundan ve % 3,2'sinin televizyondan duyduğu tespit edilmiştir. Öz ve Çolakoğlu (2014) Sakarya ili için yaptıkları çalışmalarında ise ankete katılan

girişimci kadınların % 74,4'ünün komşu-akraba sayesinde mikro kredi hakkında bilgi sahibi olduklarını tespit etmişlerdir.

Tablo 3.7. Araştırma Alanındaki Kadınların Mikro Kredi Uygulamalarını Öğrenme Kaynakları

Öğrenme Kaynakları	Frekans (n)	Yüzde (%)
Personellerin saha çalışmalarında öğrenildiği	232	82,3
Komşunun söylediği	41	14,5
TV den duyulduğu	9	3,2
Toplam	282	100

Tablo 3.8'de Mikro kredinin hangi amaçla kullanıldığı incelendiğinde araştırmaya katılan girişimci kadınların % 62,1'inin var olan iş dalını geliştirmeyi, % 10,6'sının yeni bir iş kurabilmeyi, % 9,2'sinin eşine katkıda bulunabilmeyi, % 2,1'inin borcunu ödeyebilmeyi, % 16,0'ının ise çocuklarının okul masrafını karşılayabilmeyi amaçladığı tespit edilmiştir. Öz ve Çolakoğlu'nun 2014 yılında Sakarya ili için yaptıkları çalışmalarında mikro kredi kullanıcılarının yarısından fazlasının (% 52) mikro krediyi mevcut işini geliştirmek amacıyla kullandıklarını tespit etmişlerdir. Buna göre her iki araştırma sonucuna göre mikro kredinin yeni iş yaratma kapasitesi ve girişimcilik konusundaki etkinliğinin yeterli düzeyde olmadığı ve mikro krediden faydalanan girişimci kadınların büyük bir çoğunluğunun var olan işlerini geliştirmeyi amaçladıkları görülmüştür.

Tablo 3.8. Girişimci kadınların mikro krediyi kullanma amaçları

Amaç	Frekans (n)	Yüzde (%)
İşini geliştirmek	175	62,1
Yeni bir iş kurmak için	30	10,6
Eşine katkıda bulunmak için	26	9,2
Borcunu ödemek için	6	2,1
Çocuklarının okul masraflarını karşılamak	45	16
Toplam	282	100

Mikro krediyi kullanabilmek için hangi koşulların sağlanması gerektiği Tablo 3.9'da verilmiştir. Mikro kredi kullanma şartlarının oluşturulmasında araştırmaya katılan kadın girişimcilerin % 79,1'inin şartların tamamını sağladığı tespit edilmiştir. Mikro krediden yararlanmak için 5 kişilik gruplar oluşturma şartını ise % 11,3'ü sağlarken % 8,9'unun aynı mahallede oturma şartını, % 0,7'sinin ise akraba olmama şartını sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 3.9. Mikro krediyi kullanma koşulları

Mikro Kredi Kullanma Şartları	Frekans (n)	Yüzde (%)
Beş kişilik gruplar oluşturmak	32	11,3
Aynı mahallede oturmak	25	8,9
Akraba olmamak	2	0,7
Hepsi	223	79,1
Toplam	282	100

Tablo 3.10’de mikro krediden faydalanan girişimci kadınların mikro krediyi kullanmadan önceki gelir durumları incelenmiştir. Bunun sonucunda araştırmaya katılan girişimci kadınların % 64,2’si mikro kredi kullanmadan önceki gelir durumlarının iyi, % 28,6’sı orta, % 5,0’ı düşük, % 1,1’i çok iyi ve % 1,1’i çok düşük gelire sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 3.10. Mikro krediden faydalanan girişimci kadınların mikro krediyi kullanmadan önceki gelir durumları

Gelir Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Çok iyi	3	1,1
İyi	181	64,2
Orta	81	28,6
Düşük	14	5,0
Çok Düşük	3	1,1
Toplam	282	100,0

Girişimci kadınların mikro kredi kullanımından sonraki gelir durumları tablo 3.11’de verilmiştir. Araştırmaya göre girişimci kadınların % 75,9’unun gelirinde büyük bir artış olduğu, % 23,7’sinin çok az bir artış olduğu tespit edilmiştir. % 0,4’ünün ise hiçbir değişiklik olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 3.11. Girişimci kadınların mikro kredi kullanımından sonraki gelir durumu

Gelir Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Artış oldu	214	75,9
Çok az bir artış oldu	67	23,7
Değişiklik olmadı	1	0,4
Toplam	282	100,0

Mikro krediden faydalanan girişimci kadınların mikro krediden faydalandıktan sonra yaşam standartlarında nasıl bir değişim olduğu incelendiğinde % 70,2’sinin yaşam standartlarında iyileşme olduğu, % 29,8’inin yaşam standartlarında kısmen iyileşme olduğu belirlenmiştir (Tablo 3.12). Çelebi Boz ve Çınar 2016 yılında TRA1 bölgesi için yaptıkları çalışmalarında kadınların % 26,8’inin gelirlerinde değişim olmadığı, % 72’sinin ise yaşam kalitelerinde olumlu yönde değişim olduğunu sonucuna ulaşmışlardır. Bu durum kullanılan mikro kredi ile yapılan ekonomik faaliyetler sonucunda elde edilen kazançların, girişimci kadınların hem temel ihtiyaçlarının tedarikinde hem de yaşam kalitesi üzerinde olumlu yönde etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. 12. Girişimci kadınların yaşam standartlarındaki iyileşme durumu

İyileşme Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Oldu	198	70,2
Kısmen Oldu	84	29,8
Toplam	282	100

Tablo 3.13 incelendiğinde girişimci kadınların % 17,7’si 10-50 ₺, % 75,5’i 51-100 ₺, ve % 6,8’i 101-200 ₺’lik kazanç elde ettikleri belirlenmiştir.

Tablo 3.13. Girişimci kadınları mikro kredi günlük kazanç durumu

Kazanç Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
10-50 ₺	50	17,7
51-100 ₺	213	75,5
101-200 ₺	19	6,8
Toplam	282	100,0

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin % 75,5'inin günde 51-100 ₺ arasında kazanç elde ettikleri belirlenmiştir. Tablo 3.14 incelendiğinde ise kadınların bu kazançlarının kendilerinin ve çocuklarının okul ihtiyaçlarını karşılamaya yettiği tespit edilmiştir.

Tablo 4.14. Günlük kazancın ihtiyaçları karşılamaya yönelik durumu

İhtiyacı Karşılama Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yetiyor	192	68,1
Kısmen Yetiyor	88	31,2
Yetmiyor	2	0,7
Toplam	282	100,0

Kadın girişimcilerin mikro krediyi geri ödeyebilme durumları incelendiğinde % 96,8'inin geri ödemede sorun yaşamadığı, % 3,2'sinin ise geri ödemede sorun yaşadığı tespit edilmiştir (Tablo 3.15). Geri ödemelerin bu kadar yüksek olmasının nedeni hem kadın girişimcilerin gruptaki arkadaşların yanında zor durumda kalmak istememesi hem de haftalık olarak yapılan düzenli taksit toplamaların etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Güneş, 2010 yılında T.C Başbakanlık ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğüne yaptığı çalışmada mikro kredi geri ödemelerini bu kadar yüksek olmasının nedenlerinin faiz, mahkemeye verilme korkusu, bir daha kredi almama, gruptaki arkadaşların zor durumda kalması ve komşulara rezil olma duygusu olduğu sonucunu bulmuştur.

Tablo 3.15. Kredi borcunu geri ödemeye yönelik durumu

Geri Ödeme Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Hayır	273	96,8
Evet	9	3,2
Toplam	282	100,0

Araştırmaya katılan girişimci kadınların % 3,2'sinin geri ödemede sorun yaşadıkları görülmüştür. Tepki durumları incelendiğinde % 1,4'üne yeni bir ödeme planı oluşturulduğu, % 1,1'ine uyarıda bulunulduğu % 0,7'sine niçin ödeme yapılmadığı sorulduğu belirlenmiştir (Tablo 3.16).

Tablo 3.16. Kredi borcunu ödeyemeyen kişilere yönelik yönetici tepki durumu

Tepki Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Geri ödeme sorunu olmayanlar	273	96,8
Yeni bir ödeme planı yapıldı	4	1,4
Bir daha olmaması konusunda uyarıda bulundular	3	1,1
Neden ödeyemediğimi sordular	2	0,7
Toplam	282	100,0

Araştırmaya katılan girişimci kadınların mikro krediyi kullanırken ki beklenti durumları Tablo 3.17'de verilmiştir. Araştırma sonucuna göre kadınların % 4,2'sinin mikro krediyi

çocuklarının okul masraflarını karşılamak için kullandığını % 9,2'sinin eşine destek vererek borçlarını ödemek istediğini, % 24,5'inin işini geliştirerek aile bütçesine katkıda bulunmayı planladığını ve % 62,1'inin ise daha farklı beklentileri olduğu belirlenmiştir. Kızıloğlu ve ark 2016 yılında Erzurum ilinde mikro kredi kullanım durumu ve sürekli kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine yaptıkları çalışmada kadınların parayı kazanma nedenlerinin başında aile bütçesine destek olma isteğinin geldiğini, çalışma etkenlerinden aile içi kazançla destek olma ile mikro kredi kullanma sayısı arasında istatistiki olarak pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Tablo 3.17. Kadın girişimcilerin mikro krediden beklenti durumu

Beklenti Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
İşini geliştirerek aile bütçesine katkıda bulunmak	69	24,5
Eşine destek vererek borçları ödemek	26	9,2
Çocuklarının okul masraflarını karşılamak	12	4,2
Daha farklı beklentileri olanlar	175	62,1
Toplam	282	100,0

Girişimci kadınların % 97,9'unun mikro konuttan yararlanmadıkları, % 2,1'inin ise mikro konuttan yararlandığı belirlenmiştir (Tablo 3.18). Mikro konut, Yangın, sel, fırtına ve diğer doğal afetler nedeniyle ortaya çıkan zararlarda ev sahiplerini 15.000 ₺, kiracıları 10.000 ₺'ye kadar teminat altına alan konut sigortasıdır.

Tablo 3.18. Mikro konut katılım durumu

Mikro Konut Katılım Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Hayır	276	97,9
Evet	6	2,1
Toplam	282	100,0

Girişimci kadınların yaşlarına bağlı olarak yaşam standartlarındaki iyileşme arasındaki farklılığı tespit etmek amacıyla yapılan analiz sonucunda 0,05 anlamlılık düzeyinde fark görülmüştür. Sıra ortalamalarına baktığımızda 161,74 ortalama ile 20-37 yaş aralığındaki kadınların katılım düzeyleri daha yüksektir (Tablo 3.19). Sıra Ortalamaları, Kruskal Wallis Analizinde veri değerleri sıralı hale getirilir, sıra toplamaları grup büyüklüğüne bölünerek sıra ortalamaları hesaplanır ve bu ortalamalar karşılaştırılır.

Tablo 3.19. Girişimci kadınların yaş değişkenine bağlı olarak yaşam standartlarının analizi

Yaşam Standartlarında İyileşme Durumu	Yaş	N	Sıra Ortalama	X ²	P
	52-67 yaş	25	155,90	23,299	,000
	37-52 yaş	146	123,64		
	20-37 yaş	111	161,74		
Toplam		282	2000		

Kadın girişimcilerin mikro sigorta hakkındaki bilgi durumları incelendiğinde, % 96,5'inin mikro sigorta hakkında bilgisinin olduğu, % 2,5'inin kısmen bilgisinin olduğu, % 1,0'ının ise mikro sigorta hakkında bilgisinin olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 3.20). Mikro Sigorta, Kaza sonucu ölüm, sürekli sakatlık teminatlarını kapsayan ve terör, deprem teminatlarını kapsayan yalnızca 1 ₺ ödeyerek girişimci kadınları 10.000 ₺ teminat altına alan ferdi kaza sigortasıdır.

Tablo 3.20. Mikro sigorta hakkındaki bilgi durumu

Mikro Sigorta	Frekans (n)	Yüzde (%)
Bilgim Var	272	96,5
Kısmen Bilgim Var	7	2,5
Bilgim Yok	3	1,0
Toplam	282	100.0

Girişimci kadınların eğitim düzeyi ile gelir artışı arasında çapraz ilişki kurulmaya çalışılmıştır. Eğitim düzeyi lise olan kadınların % 44,9'unun gelirlerinde büyük bir artış olduğu, % 32,8'inin çok az bir artış olduğu belirlenirken, eğitim düzeyi ilkököl olan kadınların % 23,8'inin gelirlerinde büyük bir artış olduğu, %19,9'unun gelirlerinde çok az bir artış olduğu, okur-yazar olmayan kadınların % 18,7'sinin gelirlerinde büyük bir artış olduğu, % 26,9'unun gelirlerinde çok az bir artış olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan kadınların eğitim düzeyleri açısından incelenmesi sonucunda eğitim düzeylerinin çok yüksek olmadığı görülmekle birlikte kadınların iş yaşamına atılıp, aile bütçesine katkı sağlamaları ve başarılı olabilmeleri için kendilerini geliştirdikleri ve mikro kredi sayesinde buna olanak sağladıkları görülmektedir (Tablo 3.21).

Tablo 3.21. Girişimci kadınların eğitim durumu ve gelir artışları arasındaki çapraz tablo sonuçları

			Gelirimde büyük bir artış oldu	Gelirimde çok az bir artış oldu	Gelirimde bir değişiklik olmadı	Total
Okuryazar Değil	N	0	18	0	58	
	%	1,7	26,9	0,0	20,6	
İlkokul	N	1	12	0	63	
	%	1,8	19,9	0,0	22,3	
Ortaokul	N	2	9	0	31	
	%	1,3	13,4	0,0	11,0	
Lise	N	6	22	1	119	
	%	1,9	32,8	100,0	42,2	
Önlisans	N	1	3	0	4	
	%	1,5	4,5	0,0	1,4	
Lisans	N	3	3	0	6	
	%	1,4	4,5	0,0	2,1	
Y.Lisans	N	1	0	0	1	
	%	1,5	0,0	0,0	0,4	
Toplam	N	14	67	1	282	
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	

3.2 Probit Model Sonuçları

Araştırma kapsamında yapılan ekonometrik incelemede bağımlı değişken olarak kullanılan mikro kredi kullanan kadın girişimcilerin gelir durumu binary değişkendir. İncelenen girişimci kadınların yaş ortalaması 37,71, en genç girişimci 20, en yaşlı girişimci ise 67 yaşındadır. Mikro kredi kullanılan ortalama yıl sayısı 2,81 iken en fazla 7 en az 1 yıl krediden yararlanıldığı tespit edilmiştir. Eğitim ortalaması 0,46 yıl olarak belirlenmiştir (Tablo 3.22).

Tablo 3.22. Değişken tanımları ve örnek istatistikleri

Değişken Adı	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Gelir (Binary)	0,82	0,38	0	1
Yas (yıl)	37,71	9,18	20	67
Eğitim (yıl) (Binary)	0,46	0,50	0	1
Sosyal güvenlik (Binary)	0,27	0,45	0	1
Mikro kredi kullanımı (yıl)	2,81	1,35	1	7
Memur (Girişimci kadının eşinin mesleği) (Binary)	0,06	0,25	0	1
Esnaf (Girişimci kadının eşinin mesleği) (Binary)	0,12	0,33	0	1
Diğer (Girişimci kadının eşinin mesleği) (Binary)	0,81	0,39	0	1
Mikro sigorta(Binary)	0,09	0,28	0	1
Mikro konut(Binary)	0,02	0,14	0	1

Probit model sonuçları ve marjinal etkiler tablo 3.23’ de verilmiştir. Iğdır ili merkez ilçede mikro kredi kullanımında mikro kredi kullanan kişilerin gelir seviyesi üzerine etkili olan faktörler; yaş, eğitim, sosyal güvence, eşi esnaf olanlar ve mikro sigorta kullanım değişkenleri probit modele dâhil edilmiştir. Model sonuçlarına göre müteşebbisin yaşı ve sosyal güvencesi istatistiki açıdan önemli bulunmuştur. Mikro krediden faydalanan girişimcilerin sosyal güvencelerinin olması gelir düzeyi üzerine önemli derecede negatif etkiye sahipken, girişimcinin yaşı, mikro sigortadan faydalanma durumu gelir üzerine önemli derecede olumlu etkiye sahiptir.

Girişimci kadınların sosyal güvencesi olması gelir % 5 anlam düzeyinde negatif yönde etkili bulunmuştur. Yani gelir seviyesinin sosyal güvencesi olan girişimci kadınlarda düşük olduğu modelde belirlenmiştir. Mikro sigortadan faydalanan kadınların yaşlarının yüksek olması % 10 anlam düzeyinde olumlu etkilemektedir. Yani mikro sigortadan faydalanan girişimci kadınların yaşları ile doğru orantılı bir şekilde gelirlerinde artış olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3.23).

Tablo 3.23. Probit model sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	Z Değeri	Marjinal Etkiler
YAS	0.1904*	0.01017	1.87	0.00474*
EGİTİM	0.25748	0.19074	1.35	0.06349
SGK	-0.41355**	0.19448	-2.13	-0.11189**
ESNAF	0.07675	0.27879	0.28	0.01860
MKSGK	0.55082	0.38888	1.42	0.10920*
Log likelihood function	-126.25721			
Restricted log likelihood	-131.77357			
Chi squared	11.03272			
McFadden Pseudo R-squared	0.0418624			

Anlamlılık Düzeyleri : *** = % 1, ** = % 5, * = % 10.

Probit modellerinde, bağımsız değişkenlerin 1 birim artırılmasıyla, bu değişimin bağımlı değişkeni nasıl etkilediğini göstermek için değişkenlere ait “marjinal etkilere” bakılmıştır. Marjinal etkiler, bağımsız değişkenin 1 birim artırılması ile bağımlı değişkende bunun etkisinin nasıl ortaya çıkacağını göstermektedir (Demir ve Yavuz, 2010). Yaş ve mikro

sigorta kullanım değişkenlerinin marjinal etkileri istatistiki açıdan % 10 düzeyinde önemli, sosyal güvence değişkeninin marjinal etkisi ise % 5 düzeyinde negatif yönde önemli bulunmuştur. Eğitim ve esnaf (eşin mesleği) değişkeninin marjinal etkisi istatistiki açıdan önemsizdir. Model sonuçlarına göre işletmelerde yaşın 1 birimlik artması karşısında gelirdeki artış ihtimalini % 0,4 düzeyinde arttırmaktadır. Araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin sosyal güvencelerindeki artış gelirdeki artış ihtimalini % 11,1 düzeyinde azaltmaktadır. Mikro sigortadan faydalanmadaki artış gelirdeki artış ihtimalini % 10,9 arttırmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mikro kredi kadınların kendi kendilerine gelir getirici faaliyette bulunmalarına imkân sağlayan kefil ve teminat gerektirmeyen güven esaslı bir finans programıdır. Amaç kadınların girişimcilik kazanarak aile bütçesine katkı sağlaması, kendisinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek güce gelmesidir. Bu çalışmada, Dünya’da ve Türkiye’de uygulanan mikro kredi programının Iğdır ilinde ki uygulamaları incelenmiştir.

Araştırmaya katılan girişimci kadınların yaşları incelendiğinde %91.1’inin 20-57 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Eğitim durumlarına göre incelendiğinde ise okur-yazar olmayan, ilkokul, ortaokul ve lise mezunu olanların oranın %96.1 olduğu saptanmıştır. Bu oran kadınların eğitim seviyesinin arttıkça mikro krediyi kullanma ihtiyaçlarının azaldığını göstermektedir.

Sosyal güvence durumlarına göre incelendiğinde % 72,3’ünün sosyal güvencesinin olmadığı tespit edilmiştir. Sosyal güvencesi olmayan kadınların bu kadar fazla olması mikro kredi kullananların daha çok yoksul kadınlardan oluştuğunu ve mikro kredinin amacına uygun olarak kullanıldığı sonucunu vermiştir. Mikro krediden faydalanan girişimci kadınların eşlerinin iş durumlarına bakıldığında % 59,9’nun serbest meslekle uğraştığı eşi memur olan kadınların ise % 6,4 olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre eşinin düzenli geliri olan kadınların mikro krediye ihtiyaçlarının daha az olduğu belirlenmiştir.

Kadın girişimcilerin mikro krediyi hangi amaçla aldıkları ve kimin için kullandıkları incelendiğinde % 62,1’nin mikro krediden yararlanarak elde ettikleri işlerini geliştirerek çocuklarının eğitime destek vermek için kullandığını, % 91,8’inin mikro krediyi kendileri için kullandığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre kadınların mikro krediden faydalanmalarının en büyük nedenleri arasında çocuklarının ihtiyaçlarını karşılayarak aile bütçesine katkı sağlamak olduğu tespit edilmiştir. Girişimci kadınların mikro krediyi kullandıktan sonra gelirlerinde meydana gelen değişim incelendiğinde % 73,1’nin gelirlerinde büyük bir artış olduğu tespit edilmiştir. Gelir durumlarında bu artış mikro kredinin amacına uygun olarak kullanıldığını göstermektedir.

Girişimci kadınların kullandıkları mikro krediyi ödeme durumlarında karşılaştıkları problemleri incelendiğinde % 96,8’inin geri ödemede sorun yaşamadıkları tespit edilmiştir. Geri ödemelerin kefil ve teminat olmadan bu kadar sorunsuz olmasının en büyük sebebinin ise kadınların grup oluşturarak mikro krediden faydalanabilmeleri ve aynı mahallede yaşamalarından kaynaklanmaktadır. Mikro kredi her ne kadar kefilsiz ve teminatsız uygulansa da aslında gruptaki kadınların hepsi bir nevi birbirlerinin kefilidir. Kredi geri ödemesinde sorun yaşandığı zaman hem grupta düşecekleri durumdan, hem de o grupta bir daha mikro krediden faydalanamayacak olmaları girişimci kadınlar üzerinde sosyal bir baskı oluşturduğu tespit edilmiştir.

Kadın girişimcilere verilen mikro kredi ile kredi kullanımından sonra geri ödeme bilincinin oluşturulması hem kredi veren kurumlar hem de toplumsal sorumlulukların yerine getirilmesi açısından önemlilik arz etmektedir.

Mikro sigortadan faydalanma durumundaki 1 birimlik artış kadın girişimcilerin gelirlerinin artış ihtimalini % 10,9 artıracığından devlet tarafından mikro sigortayı teşvik edebilecek daha etkin ve daha sürdürülebilir politikalar geliştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Arı, A.& Önder, H. (2012). Farklı Veri Yapılarında Kullanılabilecek Regresyon Yöntemleri. Anadolu Tarım Bilim Dergisi, 28(3):168-174.
- Aşkın, E. Ö., & Barış, S. (2015). Kadın İstihdamının Arttırılmasında Mikro Kredi Uygulamasının Etkisi, Tokat. Çalışma ve Toplum Dergisi 2015/3.
- Bayraktutan, Y. & Akatay, M., (2012). Kentsel Yoksulluk ve Mikro Finansman. Kocaeli Örneği. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2012, 24: 1 - 34
- Boz Çelebi, F. & Çınar, Ö. (2016). Mikro Kredinin Yoksulluk Ve İstihdam Üzerine Etkisi: Tra1 Bölgesinde Alan Araştırması. Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 7(18), 2016.
- Demir, N. & Yavuz F. (2010). An analysis on factors effective in benefiting from forage crops support. Scientific Research and Essays, 5(15): 2022-2026, 2010.
- Greene, W. H. (2003). Econometric Analysis, 5th Edition; Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey;1026pp.
- Gujarati, D.G. (2006). Tarım Ekonometri, (Çeviri:ŞenesenÜ., Şenesen G.G.) İstanbul.
- Güneş, S. (2010). Sosyal Yardım Algısı ve Yoksulluk Kültürü, T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ankara, 2010
- Hubbell, B. J.; Marra, M. C., & Carlson, G. A. (2000). Estimating The Demand For A New Technology: Bt Cotton and Insecticide Policies; American Journal of Agricultural Economics; 82:118–132.
- Karlı, B.; Bilgiç, A. & Çelik, Y. (2006). Factors A ecting Farmers' Decision to Enter Agricultural Cooperatives Using Random Utility Model in the South Eastern Anatolian Region of Turkey. Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics Volume 107, No. 2, 2006, pages 115–127.
- Kızıloğlu, R.; Kızılaslan, N. & Çakır, T. (2016). Erzurum İlinde Mikro Kredi Kullanım Durumu ve Kullanımı Sürekli Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. XII.Ulusal (Uluslararası Katılımlı) Tarım Ekonomisi Kongresi (Tam Metin Bildiri), Yayın No:2824909
- Öz, C.S. & Çolakoğlu C. (2014). Türkiye’de Mikro Kredi Uygulamasının Sakarya İli Özelinde İncelenmesi. Çalışma ve Toplum Dergisi, 2014/4.
- TGMP, (2017). Türkiye Grameen Mikro finans Programı, <http://www.tgmp.net/tr/> Erişim: 22.12.2016.
- Tüzün Rad, S. & Altıkulaç, S. (2016). Mikro Kredi Kullanımının Kadınlar Üzerindeki Sosyo-Ekonomik Etkileri Mersin İli. Kesit Akademi Dergisi, 2 (5), 25-42.

TÜRK KÜLTÜRÜNDE İBRİK VE İBRİK MOTİFİNİN GELENEKSEL SANATLARA YANSIMASI¹

REFLECTION OF IBRIK (EWER) AND IBRIK MOTIF ON TRADITIONAL ARTS IN TURKISH CULTURE

Ülkü KÜÇÜKKURT

Afyon Kocatepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Afyonkarahisar/Türkiye
ukkurt@aku.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8140-5357>

ÖZET

İbrik, insanların kap üretme ihtiyacı ile ortaya çıkmıştır. Tarih içinde, üretiminde kullanılan hammadde ve şeklinde meydana gelen değişikliklerle günümüze kadar gelmiştir. İnsanlar toprak malzeme kullanarak ürettikleri kapları önce güneşte kurutmuş, sonra ateşte pişirerek daha sağlam ürünler yapmaya başlamıştır. Böylece ibrik, ilk formunu almıştır. Dünyanın birçok bölgesinde yapılan arkeoloji kazılarında ilk uygarlıklara ait toprak ibrik kaplarına ulaşılmıştır. Daha sonra maden sanatının gelişmesiyle birlikte bakır, pirinç, altın, gümüş madeninden ve camdan değişik ibrik formları üretilmiştir. Dîvânu Luğâtî't-Türk'te "İbrîk" kelimesine "İwrik" olarak rastlanmaktadır. İbrîk, o dönemde içecekleri içinde bulunduran günümüz sürahisini ifade etmektedir. Günlük hayatta kullanımının geniş olmasından dolayı mühendislik alanına ibrik konu olmuştur. 1153 yılında Cizre'de doğan ve sibernetik alanının en büyük dahisi kabul edilen fizikçi, robot ve matriks ustası İsmail Ebul İz Bin Rezzaz El Ciziri'nin birçok icadı arasında ibrik düzenekleri bulunmaktadır. İslâm geleneğinde ibrik; hizmet, saygı ifadesi ve sünnet kabul edilmektedir. Osmanlı sarayında sultana su içmesi yada abdest alması esnasında su dökmesi için ibriği ile hazır bulunan görevliler tayin edilmiştir. İbrîk denildiği zaman ilk akla abdest almak, temizlik gelmektedir. Bu nedenle Türk kültüründe ibrik kullanılan bir eşya olmasının yanı sıra manevi anlamı da önemlidir. Saray ve ülke ileri gelenlerinin günlük ve özel hayatında işlevi ve zarafetiyle önemli bir yer tutan ibrik, geleneksel sanatlarımıza yansımıştır. İbrîk formunun stilize edilerek motif haline gelmiş örneklerini mezar taşlarında, camilerin, evlerin kalem işi süslemelerinde, işlemelerde, kumaş, halı ve kilim dokumalarında, Türk ressamlarının tablolarında görmekteyiz. Bu çalışmada ibriğin Türk kültüründe kullanımına, üretimine, şekline ve geleneksel sanatlara yansımalarına yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk Kültürü, İbrîk, İbrîk Motifi, Geleneksel El Sanatları.

ABSTRACT

İbrîk (ewer) was first produced to meet the people's need for producing pots. In due course, it has survived to the present day with certain changes in both the raw materials used in its production and its shape. People first used to sun-dry the pots they produced using soil-based material, and then started to produce more robust items by baking them on the fire. Thus, ibrik got into its first shape. In numerous archaeological excavations made in many regions of the world, certain ewer pots made of soil, belonging to the first civilizations, were reached. Later on, with the development of the mineral arts, different forms of ewer were produced from the minerals copper, brass, gold, silver as well as from the glass. When the origin of the word "İbrîk" is analyzed, the word "İbrîk" is encountered in the form of "İwrik" in Divanu Lugati't-Turk. In that period, ibrik was also used to describe the pitcher that we use today, which was then used for wine and other beverages. Due to its wide use in daily life, ibrik was also addressed by the field of engineering. Many inventions of İsmail Ebul İz Bin Rezzaz El Ciziri,

¹ Bu araştırma, Atlas II. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde (15-17 Şubat 2019, Mardin) sözlü sunulmuş, özet kitabında yer almıştır.

a physicist and robot & matrix master regarded as the greatest genius in the field of cybernetics, who was born in Cizre in 1153, also incorporate certain arrangements for ibrik. In the Islamic tradition, ibrik service is considered as an expression of respect and a religious tradition. In the Ottoman palace, there were officials who were ready to drink water to the sultana or to take water during the ablution. What ibrik evokes first and foremost is "To perform ablution" and "To clean oneself". Therefore, besides its being an item for use, ibrik has a spiritual meaning in Turkish culture. Having an important place in the daily and private life of the palace and the dignitaries of the country with its function and elegance, ibrik is reflected as a motif in our traditional arts. We can see certain ibrik forms, which were stylized and then transformed into motifs, on tombstones, hand-drawn ornaments of mosques and houses, embroideries, fabrics, carpets and rugs as well as on the paintings by Turkish artists. This study addresses in detail the use, production and shape of ibrik in the Turkish culture as well as its reflection on traditional arts as a motif.

Key Words: Turkish Culture, İbrik, İbrik Motif, Traditional Handicrafts.

1. GİRİŞ

İbrik, insanların kap üretme ihtiyacı ile ortaya çıkmıştır. Tarih içinde, üretiminde kullanılan hammadde ve şeklinde meydana gelen değişikliklerle günümüze kadar gelmiştir. İnsanlar toprak malzeme kullanarak ürettikleri kapları önce güneşte kurutmuş, sonra ateşte pişirerek daha sağlam ürünler yapmaya başlamıştır. Böylece ibrik, ilk şeklini almıştır. Dünyanın birçok bölgesinde yapılan arkeoloji kazılarında ilk uygarlıklara ait toprak ibrik kaplarına ulaşılmıştır. 1975-1977 yılları arasında Afyonkarahisar/Seydiler köyünde, "MÖ. II. Bin'de Eski Hititlerin yayılım alanı" araştırma kazısı yapılmıştır. Kazıda mezar kalıntılarına ulaşılmıştır. Mezardan pişmiş toprak eşya, ölünün konulduğu küpler, yonca ağızlı testiler, yuvarlak ağızlı testiler ve emziği kulpun yan tarafından olan ibrikler bulunmuştur (İlaoğlu, 2017: 69).

Zaman içinde pişmiş toprak ürünlerinin imalatları esnasında zorluklarla karşılaşmış çabuk kırılıp parçalanmaları insanları yeni malzeme arayışına yöneltmiştir. Tunç Devrinde madenden yapılmış ürünlerin gündelik yaşantıda kullanımlarına ağırlık verilmiştir. Bu dönemde madenden, farklı kullanım alanları için değişik şekillerde hafif ve dayanıklı eserler yapılmaya başlanmıştır. Erken dönemlerde eserlerin şekillendirilmesinde kullanılan dövme tekniğine ek olarak, zaman içinde döküm ve sıvama teknikleri bulunmuştur. Anadolu insanı, yaşam sahalarında bakır, demir, altın, gümüş, kurşun, çinko ve arsenik gibi metallerin yataklarını keşfetmiştir. Elde ettikleri bu metallerden gereksinim duydukları hemen her türlü eşyayı başarıyla üretmiştir (Başak, 2008: 18, 19), (Bkz. Fotoğraf 1). Maden sanatının gelişmesiyle kap kacakların içinde bakır, pirinç, altın, gümüş madeninden değişik ibrik formları üretilmiştir. Sanat ve teknik gelişmelerin sonucunda toprak ve çeşitli madenlerin yanında cam, seramik malzemelerle ibrik üretimi gerçekleşmiştir.



Fotoğraf 1. Bolu/Mudurnu’da bakır ve kalay ustası Mehmet Arıbakır’ın atölyesinde bakır ibrikler (Küçükkurt, 2012).

Dîvânu Luğâti’t-Türk’te “İbrik”, “Iwrik” olarak bulunmaktadır:
“Iwrik başı kazlayu
Sagrak tolu közleyu
Sakinç kodı kizleyü
Tün kün bile sewnelim” (Ercilasun ve Akkoyunlu, 2015: 49).

Diğeri,

“Kügler kamug tüzildi,
Iwrik idiş tizildi,
Sensiz özüm özeldi,
Kelgil amul oynayalım” (Ercilasun ve Akkoyunlu, 2015: 401).

İbrik kabının içinde bulunan sıvının boşaltılabilmesi için eğilmesi gerekmektedir. Bu nedenle kökünün “evir” fiilinden gelme ihtimali yüksektir. Evir fiili, Dîvânu Luğâti’t-Türk’ün birkaç yerinde geçmektedir (Akkoyunlu, 2009: 3).

Bazı Müslüman ülkelerinde sultanların el yıkaması yada abdest alması için leğen-ibrik getiren saray çalışanlarına “Taştdâr” adı verilmiştir. Taştdar sultana sadık kişiler içinden seçilirdi. Anadolu Selçuklu Devleti taştdar kelimesi yerine “Taştı” kelimesini kullanılmıştır. Hüsameddin Taştı ve Celaleddin Karatay taştdar görevini üstlenen saray mensuplarıdır. Harizmşahlar, Fars Atabegleri, Eyyubi ve Memlük sarayında taşdar görevi devam etmiştir ve armalarında ibrik bulunmaktadır (Merçil, 2011: 161,162).

Günlük hayatta kullanımının geniş olmasından dolayı mühendislik alanına ibrik konu olmuştur (Çırak ve Yörük, 2015: 1). 1153 yılında Cizre’nin Tor mahallesinde dünyaya gelen ve sibernetik alanın en büyük dâhilerinden biri olan, fizikçi, robot ve matriks ustası İsmail Ebul İz Bin Rezzaz El Cizirî’nin icatları içinde mühendislik anlamında ibrik tasarımları dikkat çekicidir. Sıvıları istenildiği biçimde akıtabilen ibrikler Cezerî’nin hava ve boşluk prensibine dayanarak düzenlediği araçların içinde yer almaktadır. 6 cilt olan Cezerî Snaât el-Hiyel kitabında yer alan ibrikler; su ve değişik renk şarap ile doldurulan, davetlerde kullanılan ibrik, sıcak, soğuk ve ılık su dökabilen ibrik, sultanın abdest alması için kendi kendine su dökabilen,

ülüğü ördek biçiminde ibrik, abdest almak için su döken otomattır (Bkz Fotoğraf 2) (Unat, 2002: 3).



Fotoğraf 2. Ebu'l-İz İsmail b.ar-Razzaz el-Cezere'nin "Otomata" adıyla kısaltılan 1206 tarihli eserinden. Topkapı Sarayı Kütüphanesi. Envanter No. 3472 (Fırat, 1996: 60).

Sınaât el-Hiyel kitabında altı çeşit ibriğin yapımı ayrıntılı olarak yazılmıştır. Bunlardan biri sultanın abdest alması esnasında otomatik olarak su akıtan pirinçten yapılmış bir ibriktir. İkinci ibrik tavus kuşu şeklindedir. Kuşun kuyruğunda bulunan kapaktan su doldurulur, doldurulan bu su tavus kuşunun gagasından abdest alınacağı zaman akmaktadır (Unat, 2002: 7).

Gelenek ve göreneklerimizde ibrik hizmeti bir saygı ifadesidir. Osmanlı sarayında sultana su içmesi yada abdest alması esnasında su dökmesi için ibriği ile hazır bulunan görevliler bulunurdu. Bu görevlilerin başına "İbrikdârbaşı" veya "Ser ibrikî" adı verilmiştir. Yardımcılara "İbrikdâr" hiç kıdemi olmayanlara da "İbrik gulâmı" denilmiştir (Bozkurt ve Ertuğrul, 2000: 376).

Sarayda yaşayan ileri gelenler ve sultanın hizmetinde olan iç oğlanları mutlaka eğitimlerinde sofrada adabını öğrenirler yemekten sonra getirilen ibrik ve leğende ellerini yıkayarak havlulara kurulanması gerektiği kuralını uygularlardı (Oberling ve Smith, 2001: 82).

Fransız Kral'ı XV. Louis'den Sultan I. Mahmud'a gönderilen hediyeler arasında gümüş şamdanlar, yuvarlak yemek masası, iki büyük ayna, Savonneire halıları, büyük bir org, kakmalı mobilyalar, mikroskop ve bu kadar değerli eşyanın içinde bir leğen ve bir ibrik bulunmaktaydı (Oberling ve Smith, 2001: 119).

Osmanlı sarayında kullanılan ibriklerin bezemelerine ayrı bir önem verilmiştir. Özellikle Sultanlar Abdülaziz, Abdülmecid ve II. Abdülhamid'in tuğraları bulunan altın ve gümüş ibrik takımları bir grup olarak kabul edilmektedir. Batı etkilerini taşıyan bu grubun ibrikleri armut

şeklinde, bezemelerinde stilize bitkiler, hendesi şekiller, rokoko tarzı motifler, rûmîlerle süslenmiş ve savatlanmış şekildedir (Bozkurt ve Ertuğrul, 2000: 375). Savat, gümüş üzerine kurşunla özel bir biçimde işlenen siyah nakış demektir.

2. İBRİĞİN TÜRK KÜLTÜRÜNDE Kİ YERİ VE EL SANATLARINDA MOTİF OLARAK KULLANILMASI

Saray ve ülke ileri gelenlerinin günlük ve özel hayatında işlevi, zarafetiyle önemli bir yer tutan ibrik, Anadolu insanının hayatında da yaygın kullanılmıştır. İslamiyet'ten önce Türk töresinde su kültü İslamiyet sonrasında yerini korumaya devam etmiştir. Örneğin, Karakeçili Yörük aşireti köylerinde, yeni gelin çalışkanlığını büyüklerine karşı hürmetini göstermek için sabah ezanında kalkar, kayınbabasının abdest leğenini, ibriğini getirir, abdest suyunu döker, havlusunu tutardı (Bayar, 2016: 107).

İbrik konusu birçok yörenin masalında geçmektedir. Örneğin Afyonkarahisar yöresine ait, Recep Yaşayacak'ın aktardığı “Yazılan bozulmamış” masalında ibrik konusuna değinilmiştir. Masal kısaca şu şekilde anlatılmaktadır “Bir hükümdar ve onun vezirinin çocukları olmazmış. Eşleri bir gün aksakallı bir dedeyle karşılaşmışlar. Aksakallı dede bu hanımlara elma ağacından bir elma koparıp ikiye böler. Bunu yediğinizde inşallah Tanrı size bir oğlan bir kız verir, sizde onları birbiriyle evlendirirsiniz der. Vezirin kara bir oğlu, hükümdarın beyaz bir kızı olmuştur fakat büyüdüklerinde hükümdar kara oğlana güzeller güzeli kızını vermek istemez. Karaoğlan yola çıkar. Yolda başına bir dizi olay gelir. Aksakallı bir yaşlıyla karşılaşınca ona derdini anlatır. Yaşlı adam elindeki ibrikten Karaoğlan'ın başına su döker ve oğlan böylece bembeyaz olur”. (Özçelik, 2004: 99, 346).

Kuranı Kerim'in Vakıa Suresinin (Sure No: 56) Ayet No: 18 de “Main çeşmesinden doldurulmuş testiler, ibrikler ve kadehlerle”, “Biekvabiv ve ebarika ve ke'sim mim ma'in” demektir. İbrik denildiği zaman ilk akla abdest almak, temizlik gelmektedir. Türk kültüründe ibrik, kullanılan bir eşya olmasının yanında manevi anlam da taşımaktadır. İbriği; Türk ressamlarının tablolarında, ibrik şeklinin stilize edilerek motif haline gelmiş örneklerini mezar taşlarında, camilerin, evlerin kalem işi süslemelerinde, işlemelerde, kumaş, halı ve düz dokumalarda, görmekteyiz.

Mezar taşında ibrik motifinin yer alması, müslümanların kabir ziyaretinde mezarın üstüne su dökme geleneklerini yansıtmaktadır. Mezarın üzerine dökülen bu su ile ölünün rahatlayacağına inanılmaktadır. Bu inanış sebebiyle mezar taşlarına ibrik motifi işlenmektedir (Bkz. Fotoğraf 3).



Fotoğraf 3. Mezar taşında ibrik

<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR-12697/olum.html> (06.01.2019).

Cami ve evlerin kalem işi süslemelerinde, genellikle dini motiflerin yoğun olduğu duvarlarda ibrik şekli uygulanmıştır. Çiçek süslemelerinin üstünde, Arapça yazı bloklarının aralarında ayrıca ahşap dolap kapaklarının süslenmesinde ibrik motifi kullanılmıştır (Bkz. Fotoğraf 4). Cami kalem işi süslemelerinde ibrik bezemesine verilebilecek güzel örneklerden birisi Afyonkarahisar’dadır. Afyonkarahisar Akkeçili köyü camisinin mihrap üstüne kalem işi ibrik formunda “Gaffar”, “Maşallah” ve “Kalem suresinin 1. Ayeti” yazılmıştır (Algaç 2018: 137).



Fotoğraf 4. 1860 yılında yaptırılmış Afyonkarahisar’ın Konarı Köy Odası, kalem işi ibrik süslemesi (Küçükkurt, 2009).

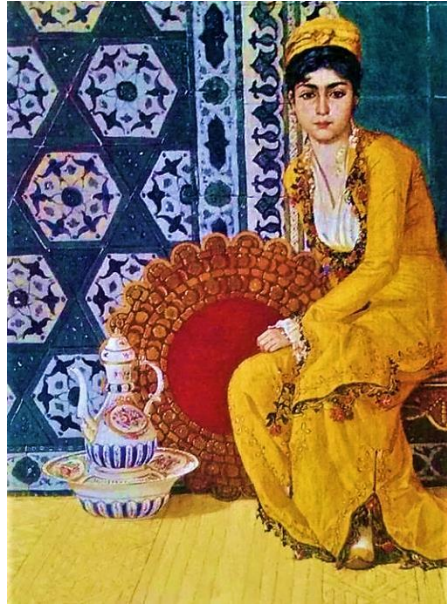
Halk sanatçılarının, genellikle konusunu dini konulardan alan camaltı resimlerinde ibrik motifi, hat yazısıyla süslenmiştir. Bu süslemeler aileyi nazardan, bazı hastalıklardan ve afetlerden koruyacağına inanılan resimlerdir. Camaltı resimleri 19. yüzyılda ve 20. yüzyıl başlarında gelişme göstermiştir. Günümüzde ise unutulmaya yüz tutmuş sanatlar içinde yer almaktadır. Camaltı resimleri; cam levhanın arka yüzeyine toz, guaş, suluboya, yağlı boyalarla çalışılan soğuk resimlerdir. Eskiden çok sevilen bu resimler evlerde, dini mekanlarda ve bazı dükkanların duvarlarına asılması için yapılmıştır. Evlere ve dini mekanlara; Kelime-i tevhit yazılı ibrikli aynalar, yazı istifli ibrik, Mühr-ü Süleyman ve ibrik, stilize Sultanahmet camisi ve küfi yazılı ibrik, Maşallah-ü teala ve ortada ya Muhammed yazılı ibrikli cami kompozisyonu, dükkanlara asılan camaltı resimlerinde “Allah’tan rızık”

bereket dileyen ibrikli kompozisyonlar asılmıştır (Aksoy, 1997: 17, 27). (Cam, 1997: 84, 85, 98, 99, 105). (Bkz. Fotoğraf 5).



Fotoğraf 5. Stilize Sultanahmet Camisi (Küfi Yazılı, İbrikli), Robert Anhegger/Mualla Eyuboğlu Anhegger Koleksiyonu (Cam, 1997: 84).

Türk ressamlarının tablolarında süsleme unsuru ibrik kullanılmıştır. Özellikle Türk kültürünü, tablolarına konu alan Osman Hamdi Bey, geleneksel Türk sanatlarına dikkat çekmiştir. Türk sanatlarının gelişmişliğini göstermek için tarihi mekanları kullanmıştır. Bir minyatür sanatçısı gibi çalışarak çini, seramik, hat, halı, kilim dokumacılığı, ahşap işlerinden kündekari tekniği, sedef kakmacılık, Türk işleme sanatını ayrıntılarıyla tablolarında kullanmıştır. Kültürümüzü batıya tanıtmanın en güzel ve en çabuk yolunun bu şekilde olacağını tespit ederek uygulamıştır (Bkz. Fotoğraf 6).



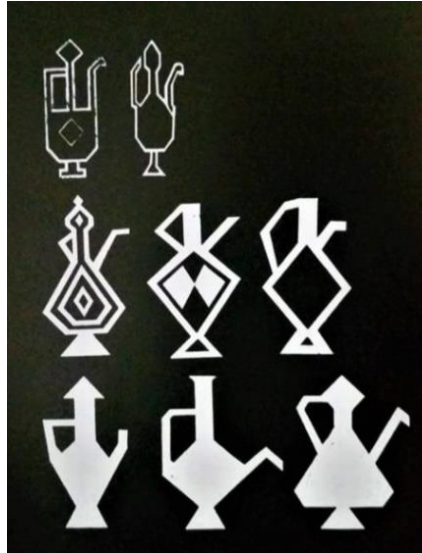
Fotoğraf 6. Osman Hamdi Bey'in "Haremde" adlı yağlıboya tablosu. Yıl; 1880, boyut; 56cmx116cm, Erol Kerim Aksoy Koleksiyonu. Yerde seramik bir Leğen-İbrik takımı resmedilmiştir (Cezar, 1995: 666).

Anadolu insanının hayatında önemli bir eşya olan ibrik, işleme ve dokumalara motif şeklinde yansımıştır. Özellikle yemek yerken sofrada ellerin temiz tutulması için kullanılan peşkirlerin üzerine işleme ve dokuma motifi olarak uygulanmıştır.

Uçkur, peşkir, seccade gibi çeşitli işleme teknikleriyle süslenen eşyalarda ibrik motifi, dar, uzun ve zarif forma sahiptir. Genellikle bu işleme teknikleri düz hesap işi, verrev hesap işi, kanaviçedir (Bkz. Fotoğraf 7).



Fotoğraf 7. Önücekte “İbrik ve yıldız motifi”, Zeynep Gürman koleksiyonu, Afyonkarahisar (Küçükkurt, 2018).



Fotoğraf 8. Anadolu dokumalarında ibrik motifleri (Erbek, 1988: 12).

Anadolu’nun birçok bölgesinde halı ve düz dokumalarda ibrik motifi kullanılmıştır. Halı dokumalarında daha kıvrımları belirgin, düz dokumaların tekniğinden dolayı daha geometrik şekilde uygulanmıştır (Bkz. Fotoğraf 8). Yaygı, seccade ve saf seccadelerde dokunan ibrik motifi halılarda; hamileliği, temizlik ve saflığı temsil etmektedir (Erbek, 1990:270) (Bkz. Fotoğraf 9). Düz dokumalarda ise ibrik motifi; bir su kabı şeklinde stilize edilmiş, saflığı ve saflaştırmayı simgeleyen aynı zamanda hamilelik sembolüdür (Erbek, 1988:12).



Fotoğraf 9. 19 yüzyılda 150x260cm boyutunda ve 24x20 kalitesinde dokunmuş Konya yöresine ait halıda ibrik motifi bulunmaktadır (Erbek, 1990:270).

Halı ve düz dokumalarda ibrik motifi yaygıların orta zemininin dört köşesine dokunmaktadır. Seccadelerde ise ayak ya da mihrabın üst kısmına yerleştirilmektedir. Genellikle ibrik motiflerinde açık tonlar tercih edilmektedir. Afyonkarahisar/Dazkırı, Başmakçı, Konya, Kars, Sivas gibi yörelerde yaygı ve seccadelerde ibrik motifi kullanılmıştır. Örneğin, Tokat Mevlevihanesi'nde sergilenen Sivas yöresine ait 60-000II envanter numaralı 99cmx135cm boyutunda halı seccadenin mihrap köşelerine 2 ibrik motifi yerleştirilmiştir (Yıldırım ve Duıluca 2017: 166).



Fotoğraf 10. İstanbul Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde 1737 envanter numaralı Kars Yöresi Kilimi (Erbek, 1988:54)

Bir diğer örnek, İstanbul Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde sergilenen 1737 envanter numaralı Kars yöresine ait saf seccadedir. 20. yüzyılda dokunmuştur. Boyutu, 122cmx128cm kilimin mihrap başlarına ibrik motifi yerleştirilmiştir. Bu saf seccade ibrik, hayat ağacı, yıldız, çengel, ejderha, kuş, el ve elibeline motifi ile dekore edilmiştir (Bkz. Fotoğraf 10). Elibeline motifi kadının doğurganlığını sembolize eder. İbrik motifi dokumacının çocuk beklediğini göstermektedir (Erbek, 1988: 54). İstanbul Türk ve İslam Eserleri Müzesinde sergilenen, 128cmx174cm boyutunda, 20yy, Sivas kiliminde (Erbek, 1995:196), Afyonkarahisar Bayat kilimlerinde ve birçok yöre dokumalarında ibrik motifi kullanılmıştır (Bkz. Fotoğraf 11).



Fotoğraf 11. Afyonkarahisar Bayat kiliminde ibrik motifi, boyutu: 112cmx154cm (Küçükkurt, 2017).



Fotoğraf 12. Afyonkarahisar Halk Eğitim Merkezi'nin 5-6 Mayıs 2018 tarihinde Park Alışveriş Merkezi'nde açmış olduğu "Su kabağı işlemeciliği" sergisinde ibrik lambalar (Küçükkurt, 2018).



Fotoğraf 13. Cercis Murat Konağı'nda, içinde gül suyu olan ibrikle ellerin yıkanması, Mardin (Küçük Kurt, 2019).

3. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İnsanların toprak malzemeyi kullanmaya başlamasıyla birlikte, ibriğin ilk şeklini aldığını arkeolojik buluntulara dayanarak söyleyebiliriz. Zaman içinde bakır, pirinç, altın, gümüş madeninden, cam ve değişik malzemelerden ibrik üretilmiştir. Günümüzde açılan el sanatı kurslarında ibrik şekli uygulanmaktadır (Bkz. Fotoğraf 12). Türk kültüründe temizliğin ön planda olması ve abdest alma esnasında ibriğin kullanılması, bu eşyaya daha fazla anlam yüklenmesini sağlamıştır. Saray kültüründe ibriğin kullanımı için özel görevlilerin bulunması, ibriğin günlük yaşamdaki önemine bir kez daha vurgu yapmıştır. Sadece sarayda değil halk arasında ibrik yaygın kullanılmıştır. İbrik kullanım kültürünü hala devam ettiren merkezler bulunmaktadır (Bkz. Fotoğraf 13). Değerli madenlerden üretilen ibrik yaygın kullanımından dolayı plastik malzemeden de üretilmiştir. Mühendislik alanında üzerinde çalışmalar yapılan, maddi anlamının yanında manevi değer taşıyan ibrik, etnografik eşyalarının başında gelmiştir. Türk sanatlarına konu olan ibrik, cami ve evlerin kalem işi süslemelerinde, işleme, halı, düz dokumaların motiflerinde ayrıca mezar taşlarında, camaltı resimlerinde, hat yazılarında, ev dekorasyonunda yaygın kullanılmıştır. Günümüzde süsleme unsurları içinde hala önemini korumaktadır.

KAYNAKLAR

- Akkoyunlu, Z. (2009). "Dîvânu Lugâti't-Türk'te Evirik (İbrik)", *Türkbilig, Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, (No:17): 1-4.
- Aksoy, N. (1997). "Unutulmaya Başlayan Bir Halk Sanatımız: Camaltı Resimleri", *Cam Altında Yirmi Bin Fersah Geleneksel Halk Resim Sanatından Camaltı Resimleri Sergisi ve Kataloğu*, 16-42, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.

- Algaç, Ş. (2018). “Afyonkarahisar Başmakçı Akkeçili Köyü Cami ve Kalemîşi Bezemeleri”, V. Uluslararası Türk Kültür ve Sanatlarını Tanıtma Çalıştayı ve Sempozyumu, 21-25 Mart, Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, 137-140, Gürcistan/Tiflis
- Başak, O. (2008). “Taş Çağı’ndan Tunç Çağı’na Anadolu’da Maden Sanatın Gelişimi ve Kullanımı”, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, (21): 15-33.
- Bayar, M. (2016). “Eski Türklerde İnançlar”, Türkiye 1. Yörük Türkmen Çalıştayı ve Arama Konferansı, Yörükler Kültür Dayanışma ve Yardımlaşma Derneği Yayını, 69-107, Antalya.
- Bozkurt, N. ve Ertuğrul, S. (2000). “İbrik”, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi İbnü'l Cezzar - İhvan-ı Müslimin, Cilt 21, 372-376, İstanbul.
- Cam Altında Yirmi Bin Fersah Geleneksel Halk Resim Sanatından Camaltı Resimleri Sergisi ve Kataloğu (1997). Hazırlayan: Şentürk, Şennur, Sergi Tasarımı: Rifat, Samih, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.
- Cezar, M. (1995). Sanatta Batıya Açılış ve Osman Hamdi, Cilt II., Erol Kerim Aksoy Kültür, Eğitim, Spor ve Sağlık Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Çırak, B. ve Yörük, A. (2015). “Mekatronik Biliminin Öncüsü İsmail El-Cezeri”, Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (4): 175-194
- Erbek, G. (1988). Kilim Catalogue No:1, Selçuk AŞ. Yayınları, İstanbul.
- Erbek, G. (1995). Anatolian Kılıms 2, Kültür Bakanlığı Döner Sermaye İşletmeleri Merkez Müdürlüğü Yayınları, Ankara
- Erbek, G. (1990). Turkish Handwoven Carpets Catalog No:3, Kültür Bakanlığı Döner Sermaye İşletmeleri Merkez Müdürlüğü Yayınları, Ankara.
- Ercilasun, B. A. ve Akkoyunlu, Z. (2015). Divanu Lugatit-Türk Giriş-Metin-Çeviri-Notlar-Dizin, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Fırat, S. (1996). Selçuklu Sanatı, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Merçil, E. (2011). Taştdar, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi Tanzimat-Teveccüh, Cilt 40, 161-162, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul.
- İlaşlı, A. (2017). “Eski Hitit Dönemi Mezarlık Kazıları, İscehisar İlçesi Seydiler Beldesi, Yanarlar Kazısı”, Taşpınar Yerel Tarih ve Kültür Dergisi, Afyonkarahisar Belediyesi, Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü Yayınları Aralık, (19): 68-69.
- Oberling G. ve Simith, Grace M. (2001). Osmanlı Sarayında Yemek Kültürü, (Çev.: Zeynep Rona), TC. Kültür Bakanlığı Yayınları, İstanbul.
- Özçelik, M. (2004). Afyonkarahisar Masalları, Fakülte Kitabevi yayınları, Isparta.
- Unat, Y. (2002). El-Cezeri'nin Makine Yapımında Yararlı Bilgiler ve Uygulamalar Adlı Eseri, Türkler, Cilt 7, Yeni Türkiye Yayını, Ankara.
- Yıldırım M. ve Dumluca, M. (2017). “Tokat Mevlevihanesinde Bulunan Sivas Yöresi Halı Seccadeleri”, Iğdır Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Nisan, (9): 145-170.

Elektronik Kaynaklar

- İslam Ansiklopedisi, <https://islamansiklopedisi.org.tr/ibrik> (04.01.2019).
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR-12697/olum.html> (06.01.2019).
- Docplayer, <https://docplayer.biz.tr/15403769-Cezeri-nin-yapiti-1-yavuz-unat-2.html> (06.01.2019).

**KAHTA İLÇESİNDEKİ YERLEŞME ADLARININ COĞRAFI AÇIDAN
İNCELENMESİ¹**
EVALUATION OF SETTLEMENT NAMES IN TERMS OF GEOGRAPHICAL IN
KAHTA DISTRICT

Hikmet MOLLAZADE

Kahramanmaraş İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Kahramanmaraş/Türkiye

Necmettin ELMASTAŞ

Prof. Dr., Harran Üniversitesi, elmastas@harran.edu.tr, Şanlıurfa/Türkiye

ÖZET

Kâhta ilçesi sınırları içerisindeki yerleşme adlarının ele alındığı bu araştırmanın amacı yerleşme adlarının coğrafi mekân ile ilişkisini coğrafi prensipler doğrultusunda incelemektir. Bu çalışmada Kâhta ilçesi yerleşme adlarının geçmişten günümüze doğru eski ve yeni adları ortaya konulmuş, yerleşme adlarının ne anlama geldiği tespit edilmiş, bu isimlerin anlamları üzerinde etkili olan coğrafi unsurları vurgulama yoluna gidilmiştir. Araştırma sahasında Kâhta şehrinin yanı sıra; 2 kasaba, 96 köy ve 98'i bu köylere bağlı mahalle olmak üzere toplamda 196 yerleşim birimi bulunmaktadır. Araştırma sahasındaki yerleşmelerin %40'ı adını Beşeri ortam özelliklerinden almaktadır. Bunun dışındaki yerleşmeler arasında adını Doğal ortam özelliklerinden alanların oranı %33 ve Ekonomik faaliyetlerden alanların oranı %14'tür. Diğer yerleşme adları ise %13'lük bir orana sahiptir. Adını Doğal ortam özelliklerinden alanlar arasında en yüksek oran topografyaya aittir (%43). Adını Beşeri ortam özelliklerinden alan yerleşmeler alt başlıklar halinde değerlendirildiğinde en yüksek oran (% 47) adını Aile veya Aşiretlerden alan yerleşmelere aittir. Coğrafi bilimlerin sistematik tasnifi açısından değerlendirildiğinde adını Ekonomik faaliyetlerden alan yerleşmeler arasında en büyük oranının (%61) adını Tarımsal faaliyetlerden alan yerleşmelere ait olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yerleşme adları başlığı altında incelenen yerleşme sayısı 25'tir. Bunlardan 14'ü (%56) anlamına ulaşılan yerleşme grubu içerisindeyken 11'i (%44) anlamına ulaşılamayan yerleşmelerdir.

Anahtar Kelimeler: Yerleşme Adları, Yerleşme Coğrafyası, Kâhta, Kâhta İlçesi, Toponimi

ABSTRACT

The purpose of this research, which deals with settlement names within Kâhta district boundaries, is to examine the relationship between settlement names and geographical location in terms of geographical principles. In this research, revealing the old and new names from the past, determining what settlement names mean and stressing the geographical elements that affect the meaning of these names is studied. In the research field, in addition to Kâhta, 2 towns, 96 villages, and 98 districts connected to these villages, a total of 196 settlements have been identified. The settlements (%40) in the research field take their names from the Human characteristics of the environment. Except these settlements, the rate of settlement takes their names from Natural characteristics is %33 and these takes from Economical activities is %14. The other settlement names have a rate of %13. Among the settlements that take their names from Natural characteristics, topography is the highest rate (%43). When the settlements takes their names from Human characteristics are examined with the subtitles, the highest rate (%47) belongs to the settlements that takes their names from big

¹ Bu çalışma, III. INES International Education and Social Science Congress -2018 kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

families and tribes. When examined in terms of systematic sorting of geographical sciences, among the settlements take their names from Economical activities, Agricultural activities based names have the biggest rate (%61). The number of settlements named the other settlement names are 25. 14 of these (%56) are in the group that has a meaning while 11 of these (%44) are in the group that meaning of which is still unknown.

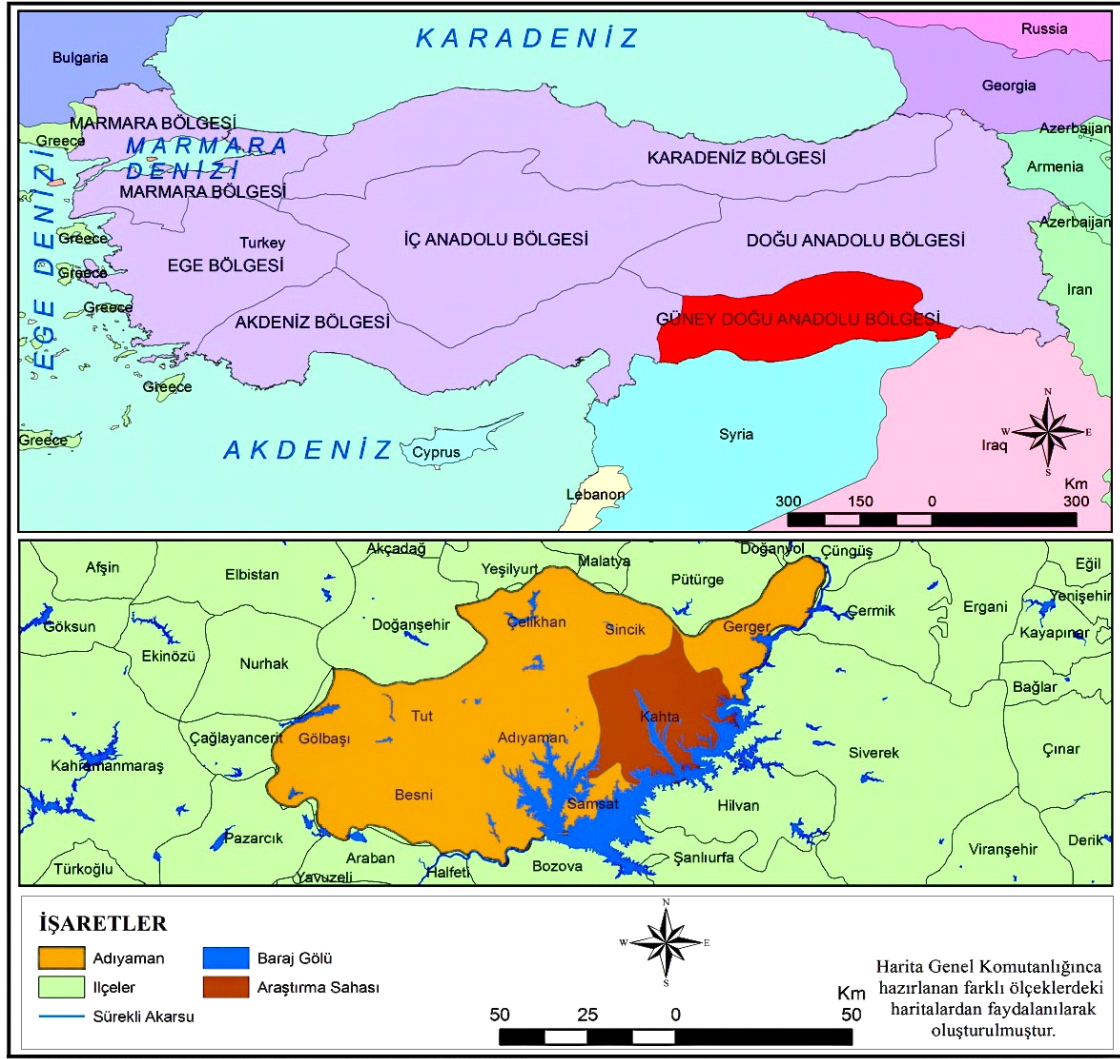
Key Words: Name Of Settlements, Settlement Geography, Kâhta, Kâhta District, Toponymy

1. GİRİŞ

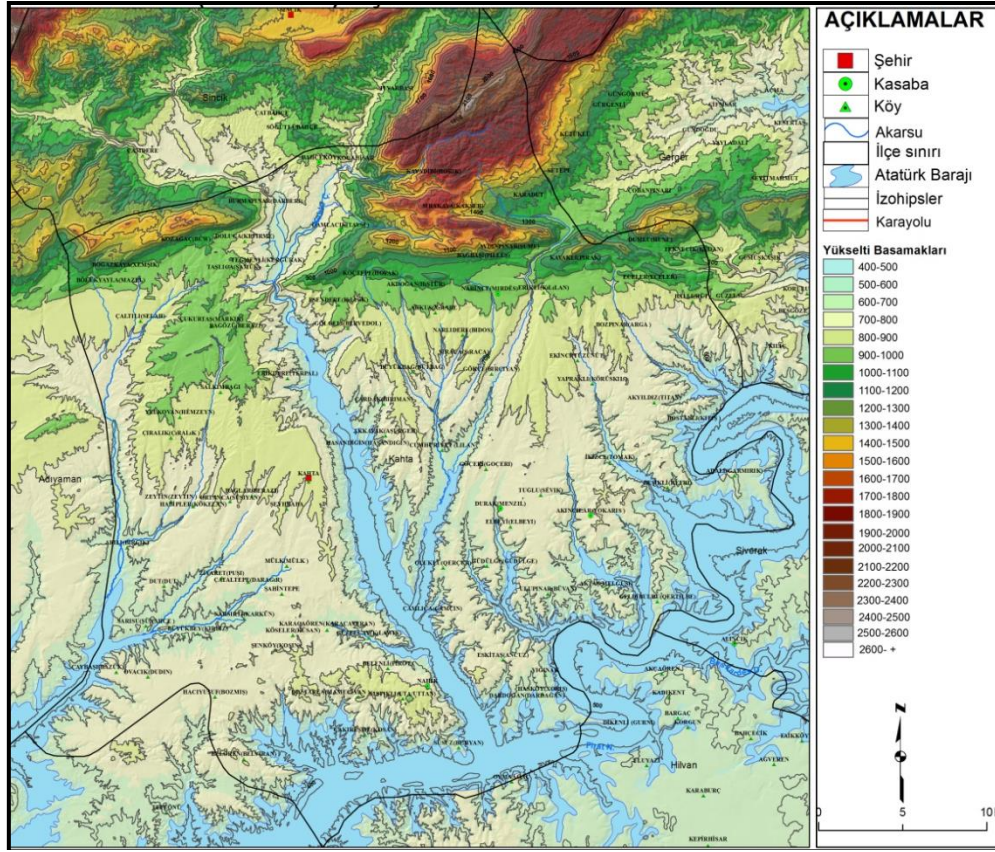
Bu çalışmada Kahta ilçesindeki yerleşme adları coğrafi açıdan ele alınmıştır. Kahta ilçesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Fırat Bölümü'nde ve Adıyaman ili sınırları içerisinde yer almaktadır (Harita 1). İlçe arazilerinin büyük bir bölümünün yer aldığı Adıyaman platosu, Fırat nehri ve kolları tarafından derince aşındırılmıştır. Platonun doğusunda yer alan Kâhta ve çevresi için de benzer şeyler söylenebilir. Kâhta şehri ve yakın çevresinden güneye (Atatürk Barajı'na) doğru gidildikçe yükseltinin 500 metreye kadar düştüğü gözlenmektedir. Ancak, şehirden kuzeye doğru gidildikçe yükselti de artmaktadır. Özellikle Güneydoğu Torosların uzandığı yamaçlarda 2000 metreyi aşan sahalara rastlamak mümkündür (Harita 2). Kâhta yöresi tektonizma açısından aktif bir alana tekabül etmektedir. Nitekim yöreyi etkileyebilecek çeşitli faylar bulunmaktadır. Bu fayların ve Doğu Anadolu Fayı'nın hareketlenmesi sonucu oluşan depremler neticesinde can ve mal kaybı meydana gelmiştir (Elmastaş,2008:186).

Kâhta'nın günümüzde yer aldığı sahanın seçimi ise, büyük ölçüde Eski Kâhta'nın jeomorfolojik özelliklerinden dolayı aksayan beşeri ve ekonomik faaliyetlerle ilgilidir. Nitekim Eski Kâhta, üç tarafı dağlar tarafından sarılmıştır. Bu durum şehrin taşınmasında etkili olmuştur. Kâhta'nın günümüzde bulunduğu saha ise nispeten daha düz bir görünüm sergilemektedir. Şehrin bu özelliği, ulaşım faaliyetlerinin daha aktif olarak sağlanmasına, şehrin çevresiyle olan ilişkisinin gelişmesine ve dolayısıyla Yeni Kâhta yerleşmesinin hızlı bir kuruluş, gelişim ve değişim süreci yaşamasına sebep olmuştur. Araştırma sahası içerisinde yer alan Kâhta ilçe merkezi, 1919 yılında günümüzdeki yerine taşınmıştır. 1490 km²'lik yüzölçümüne sahip olan ilçenin şehir nüfusu 76.229, kır nüfusu 44.630 olup; toplam nüfusu 120.859'dur (www.tuik.gov.tr, 2017).

Bu çalışmada Kâhta ilçesindeki yerleşme adlarının geçmişten günümüze doğru eski ve yeni adlarını karşılaştırmalı olarak ortaya konularak, yerleşme adlarının ne anlama geldikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun yanında yerleşmelerin isim değişikliklerinin sebepleri ve bu isimlerin anlamları üzerinde etkili olan coğrafi unsurlar da irdelenmiştir.



Harita 1: Araştırma Sahasının Lokasyon Haritası



Harita 2: Kâhta İlçesi ve Yakın Çevresinin Fiziki Haritası

2. YERLEŞME ADLARINA GENEL BİR BAKIŞ VE KAHTA İLÇESİ YERLEŞME ADLARI

Herhangi bir nesneye verilen ismin anlamı, kökeni, yapısal özellikleri vs. dilbilimin inceleme konusudur. Ancak konu yer adları olunca dilbilimin yanı sıra etnoloji, sosyoloji, tarih ve coğrafya da bunlarla ilgilenmeye başlar. Çünkü yer adları bir toplumun sosyal ve kültürel yapısı ile bulundukları, kullanıldıkları mekânın tarihî geçmişi ve coğrafyayı da ilgilendirir. Aslında yer adları konusu bütün ilim dallarını alakadar eden geniş, devamlı olarak üzerinde durulacak bir konudur (Alagöz, 1984:23). İnsanlığın ve uygarlığın izlerini yansıtan yer adları (Uygur,1967:502), toplumların coğrafi mekânla bütünleşmesinin de göstergesidirler (Erinç, 1986:9; Tunçel, 2000:24). Toponimi akeoloji, tarih, folklor, coğrafya, jeoloji, botanik, antropoloji, sosyoloji gibi bir çok bilim dalını yakından ilgilendirmektedir (Yediyıldız,1984: 25; Kurt, 2001:169; Günal ve diğ., 2010).

Coğrafya bilimi, yerleşim birimlerine verilmiş olan adların kökeni veya anlamı ile ilgilenmekle birlikte daha çok bu adların mekânla olan ilişkileri üzerinde durmaktadır (Güney, 1996; Tunçel,, 2000; Elibüyük ve Güzel, 2003; İbret, 2003; Güner ve Ertürk, 2004; Altunışık, 2009; Elmastaş ve diğ., 2011; Günal, 2012; Güzel ve Özcanlı 2016; Akbıyık, 2016). Mekân söz konusu olduğunda ise coğrafi etki kendini göstermektedir. Yerleşme adları doğal, sosyal ve kültürel ortamlardan etkilenirler. Toplumların sosyal-kültürel yapısı bulundukları, kullanıldıkları mekânın tarihî geçmişi ve coğrafya özellikleri hakkında da önemli ipuçları verirler (Güzel ve Özcanlı, 2016: 955). Ancak Türkiye’de çeşitli amaçlarla köy adları değiştirilmiştir. Adıyaman ilinde ismi değiştirilen köylerden 82’si (%37.2) araştırma sahamız içerisinde yer almaktadır. Dolayısıyla yöredeki köy adlarının %85’inin değiştirildiği veya yöre halkının kullanımından farklı olduğu sonucu da ortaya çıkmaktadır. Mahalle bazında

mümkün değildir. Bununla birlikte üzerinde durulması gereken esas unsur Kâhta'nın, Kocahisar (yeni ismiyle Eski Kâhta)'dan taşınıp günümüzde de halen bulunduğu yerleşmenin ismi ve bu ismin kökenidir. Bahsini ettiğimiz bu yerleşim biriminin ismi 'Kolik'tir. Kâhta ilçe merkezi buraya taşındığında ismi de taşınmış olup, bu yerleşme 'Kolik' yerine Kâhta olarak adlandırılmıştır. Ancak aradan geçen zamana rağmen yöre halkı halen burayı tanımlarken 'Kolik' adını kullanmaktadır. 'Kollik' adı, özellikle Bitlis ve Van yörelerinde çoğunlukla kom ve yayla alanlarında kurulan geçici yerleşmelere verilmektedir (Elibüyük ve Güzel,2003;57).

Yöredeki yerleşmelerin %33'ü (65 yerleşme) Doğal ortam özelliklerinden, %40'ı (78 yerleşme) Beşeri ortam özelliklerinden, %14'ü (28 yerleşme) Ekonomik faaliyetlerden etkilenmiştir. Diğer adlar grubunda ise toplamda 25 yerleşme (%13) yer almaktadır (Tablo 1). Bu verilerden anlaşıldığı üzere araştırma sahasında bulunan yerleşmelere verilen adların – kısmen değiştirilmiş olmalarına rağmen- 171'yle ilgili adlandırmaları (%87) coğrafya bilimi sınırları içerisinde değerlendirmek mümkündür. Bu durum coğrafi özelliklerin insan ve doğal ortam ilişkisinin ortaya konulabilmesi açısından da anlamlıdır.

Görülüyor ki, insan bir taraftan, kendi adını veya diğer insanlarla bütünleşen ortak şahsiyetini toprağa nakşederek onun üzerindeki hâkimiyetini sembolleştirirken, diğer taraftan da tabiatın kendisi üzerindeki etkisini dile getirmekten kaçınmıyor (Yediyıldız,1984:28).

Tablo 1: Coğrafi Sınıflandırmaya Göre Kâhta İlçesi Yerleşme Adları

	Adın Kökeni	Yerleşme Sayısı	Toplam	Oran (%)
Doğal Ortam	Topografya	28	65	33
	Litoloji-Toprak	6		
	Hidrografya	7		
	Bitkiler	18		
	Havvan Varlığı	3		
	İklim	3		
Beşeri Ortam	Yerleşme	12	78	40
	Kişİ Adları	20		
	Aile-Aşiret	37		
	Dini Unsurlar	9		
Ekonomik Faaliyetler	Tarımsal Faaliyetler	17	28	14
	Hayvancılık	5		
	Ulaşım	6		
Diğer Adlar	Anlamına Ulaşılan	14	25	13
	Anlamına Ulaşılamayan	11		
TOPLAM		196	196	100

Kaynak: Eski yerleşme adları ile bu adların anlamları; Harita Genel Komutanlığı'na

1958 yılında oluşturulan 1/100 000 ölçekli Topografya haritalarının yanı sıra, Dâhiliye Vekaleti'nin 'Son Taksimatı Mülkiyede Köylerimizin Adları', İçişleri Bakanlığı'nın 'Meskûn Yerler Kılavuzu', araştırma sahası ile ilgili olarak yapılan bilimsel çalışmalar, yörede köy muhtarları ve köylerin ileri gelenleri ile yapılan mülakatlar, gezi ve gözlemlerden elde edilen veriler ve bazı web sayfalarından yararlanmak suretiyle tespit edilmiştir.

2.1. Adını Doğal Ortamdan Alan Yerleşmeler

İlçe sınırları içerisinde adını Doğal ortamdan alan yerleşme sayısı 65'tir. Doğal ortamdan adını alan yerleşmelerin %43'ü (28) topografyadan, %28'i (18) bitkilerden, %11'i (7) hidrografyadan, %9'u (6) litoloji veya topraktan, %4'ü (3) iklimden, %4'ü (3) hayvan varlığından alanlar da yine 3'tür (Tablo 2-3).

Tablo 2: Adını Doğal Ortamdan Alan Yerleşmeler

Adını Doğal Ortamdan Alan Yerleşmeler	Yerleşme Sayısı	Oran (%)
Adını Topografyadan Alan Yerleşmeler	28	43
Adını Hidrografyadan Alan Yerleşmeler	7	11
Adını Litoloji veya Topraktan Alan Yerleşmeler	6	9
Adını Bitkilerden Alan Yerleşmeler	18	28
Adını Hayvan Varlığından Alan Yerleşmeler	3	4
Adını İklimden Alan Yerleşmeler	3	4
TOPLAM	65	100

Kaynak: DİE'nin Nüfus Kayıtları (1927-1980 yılları), TÜİK (2016), Yöredeki Arazi Çalışmaları Sırasında Yapılan Mülakatlar.

Tablo 3: Adını Doğal Ortamdan Alan Yerleşmeler

Sıra No:	Yerleşmenin Yeni Adı	Yerleşmenin Eski Adı	Yerleşmenin Eski Adının Anlamı	Niteliği	Türü
1	Ada			Topografya	Mahalle
2	Adalı	Garmirik		Topografya	Köy
3	Akbel	Haceri	Taşlı	Topografya	Mahalle
4	Akdoğan	Hıştūr	Sivriili	Topografya	Köy
5	Ballı	Hūt	Sivri tene	Topografya	Köy
6	Belören	Belviran	Yamactaki Virane	Topografya	Köy
7	Boğazkaya	Xemsik	Ağacsız kavalık	Topografya	Köy
8	Damlı	Ücek	Boğaz	Topografya	Mahalle
9	Dikmetas			Topografya	Mahalle
10	Gölçeli	Bervedol	Boğaza doğru	Topografya	Köy
11	Gözelek	Gozelek	Zirve	Topografya	Mahalle
12	Gülveren	Gulberan	Göl yanı	Topografya	Mahalle
13	Güzeltay	Kalivon	Kanvon	Topografya	Köy
14	Kanboğazi			Topografya	Mahalle
15	Karamağara			Topografya	Mahalle
16	Karanınar	Bêzavdi	Suva bakan ver	Topografya	Mahalle
17	Koçtene	Honak	Tepelik	Topografya	Köy
18	Osmanınar	Tılfindır	İftar Tenesi	Topografya	Mahalle
19	Soğuksu	Gağındağ	Dağdaki eecit	Topografya	Mahalle
20	Sahintene	Kanboğazi		Topografya	Mahalle
21	Senköv	Kosin	Dağ kövü	Topografya	Köy
22	Tilbe	Tilbê	Tepelik	Topografya	Mahalle
23	Tille	Tille	Tepelik	Topografya	Mahalle
24	Ückardes	Giresur	Kırmızı Tene	Topografya	Mahalle
25	Yassıkaya	Seküva	Seki Basamak	Topografya	Mahalle
26	Yeni Adalı	Hinic	Tepeli	Topografya	Mahalle
27	Yonca	Berhenos	Tarlabası	Topografya	Mahalle
28	Yüksekavla			Topografya	Mahalle
29	Akalın	Karsalah	Sıfali su	Hidrografya	Köy
30	Akınar	Kanigewrik	Boz cesme	Hidrografya	Mahalle
31	Aynık	Aynık	Serinsu	Hidrografya	Mahalle
32	Cumhuriyet	Lilan	Bataklık	Hidrografya	Köy
33	Çaltılı	Selah	Dere	Hidrografya	Köy
34	Karaöl			Hidrografya	Mahalle
35	Kançölü	Golxün	Kançölü	Hidrografya	Mahalle
36	Geldibuldu	Oertilbe	Kahverengi tene	Litoloji-	Köy
37	Gümüşkaya	Cingil		Litoloji-	Mahalle
38	Isıktene	Kêvirires	Karatas	Litoloji-	Köy
39	Karatas			Litoloji-	Köy
40	Salık	Salik	Yassı tas	Litoloji-	Mahalle

41	Yesilkava	Behik		Litoloii-	Köv
42	Akcalı			Bitkiler	Mahalle
43	Bahce			Bitkiler	Mahalle
44	Bırbır	Bırbır	Bir ot türü	Bitkiler	Mahalle
45	Bölükvayla	Mazél	Mazılık	Bitkiler	Kasaba
46	Burmanınar	Darberi	Palamut Mesesi	Bitkiler	Köv
47	Camlica	Camcin	Camdiken	Bitkiler	Köv
48	Camlica	Bevat		Bitkiler	Mahalle
49	Caltene	Daraçır	Büyük ağac	Bitkiler	Köv
50	Cicek			Bitkiler	Mahalle
51	Cukurtas	Markik	Cavırcık	Bitkiler	Köv
52	Damüstü	Mêrık	Cavırcık	Bitkiler	Mahalle
53	Dardağan		Dardağan ağacı	Bitkiler	Köv
54	Dikenli	Gurni	Dikenli ot veya	Bitkiler	Köv
55	Dikmen	Darberi	Palamut Mesesi	Bitkiler	Mahalle
56	Dumlu	Huni	Kızılıcık (kövü)	Bitkiler	Köv
57	Kamışlı			Bitkiler	Mahalle
58	Karanfil			Bitkiler	Mahalle
59	Susamlı	Süsik	Mevan Bitkisi	Bitkiler	Mahalle
60	Karakus			Havvan	Mahalle
61	Keklik	Hezena		Havvan	Mahalle
62	Keklik	Kevik	Keklik	Havvan	Mahalle
63	Büyükbeivan	Beiiivan	Kurak Arazi	İklim	Mahalle
64	Taşlıcav	Hevavik	Havadar veya	İklim	Mahalle
65	Susuz	Beiiivan	Kurak Arazi	İklim	Köv

Kaynak: Köylerin eski adları ve bu adların anlamı yöredeki arazi çalışmaları esnasında yapılan mülakatlardan, DİE'nin 1927-1980 yılları arasındaki nüfus kayıtlarından, yöre ile ilgili yapılmış olan ve bu çalışmanın kaynakçasında yer alan çalışmalardan, dil uzmanlarından ve bazı web sayfalarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

İlçede doğal coğrafya özelliklerinden etkilenen yerleşme adlarının %71'i (46 yerleşme) Topografya ve bitkilerle ilgilidir. Bu durum, yaşam koşullarını büyük ölçüde etkileyen iki unsurun bunlar olmasının neticesidir. Diğer Doğal ortam unsurlarının daha az bir orana sahip olmasının, oluşturdukları bölgesel etkiyle ilgili olduğu kanaatindeyiz. Ayrıca iklimden etkilenen yerleşme adı sayısının az olmasını bölgesel etkilerle izah etmek mümkün değildir. Bu durum, daha çok iklimin genel bir etkiye sahip olması ve dolayısıyla yerleşme isimlerini etkileyecek bölgesel farklılıklara daha az imkân tanınmasıyla ilgilidir. Doğal ortam özelliklerinden adını alan yerleşmelerin büyük bir bölümü yamaç, tepe, vadi gibi topografik unsurlardan almıştır. Bu grup içinde "tepe" anlamına gelen yerleşme isimlerinin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (Elmastaş ve diğ.,2013;581). Genel bir tabirle tepe veya çevresine göre yüksekte olan yer olarak değerlendirilecek sahalardan etkilenecek adlandırılan yerleşmelerin sayısı 10'dur. Bu durum, yöre yükseltisinin kısa mesafelerde değişmesinden ve yükseltinin belirleyici etkisinden ziyade söz konusu yerleşmelerin genel olarak çevrelerine göre nispeten yüksek rakımlı yerlere kurulmasıyla ilgilidir. Buna Hıştür (Sivrili), Hüt (Sivritepe), Hopak (Tepelik), Tıfındır (İftar tepesi) gibi yerleşmeleri örnek olarak vermek mümkündür. Öte yandan adını Topografyadan alan diğer yerleşmeler birbirinden farklı özelliklere sahiptir ve isimlerini sahip oldukları bu özelliklerden almışlardır.

2.2. Adını Beşeri Ortam Özelliklerinden Alan Yerleşmeler

Araştırma sahasındaki yerleşmeler arasında Beşeri ortamdan etkilenen yerleşme sayısı 78'dir (%40). Beşeri ortama ait öğeler açısından değerlendirildiğinde en büyük oran (%47) adını Aile veya Aşiretlerden alanlara aittir. Bunun dışındaki yerleşme adlarının % 26'sının kişi adlarından, %15'inin yerleşme unsurlarından, % 12'sinin dini unsurlardan yararlanılarak verildiği söylenebilir (Tablo 4-5).

Beşeri ortam özelliklerinden adını alan yerleşmelerin 12'si ismini yerleşme unsurlarından almıştır. Yörede adını kişilerden alan yerleşme sayısı 20'dir. Adını Beşeri ortam özelliklerinden alan yerleşmeler arasında en büyük oran Adını Aile-Aşiret adlarından alan yerleşme sayısı ise 37'dir. Bu sayı Beşeri ortam özelliklerinden adını alan yerleşmelerin yaklaşık yarısına (% 47) tekabül etmektedir. Bu oranın fazla olması günümüzde etkinliği

büyük ölçüde azalmakla birlikte “aşiret” kavramının tarihsel süreç içerisindeki etkisiyle ilgilidir. Araştırma sahası içerisinde dini unsurlardan etkilenen yerleşme sayısı 9’dur. Bu sayı beşeri coğrafyadan etkilenen yerleşmelerin oransal dağılımı içerisinde %12’ye tekabül etmektedir. Daha önce vurgulandığı üzere araştırma sahası içerisinde adını Beşeri ortam özelliklerinden alan yerleşmelerin oranı %40’tır. Bu oran yörede Beşeri ortam özelliklerinin yerleşme adları üzerindeki etkisini ortaya koyabilmek açısından önemlidir.

Tablo 4: Adını Beşeri Ortam Özelliklerinden Alan Yerleşmeler

Adını Beşeri Ortam Özelliklerinden Alan Yerleşmeler	Yerleşme Sayısı	Oran (%)
Adını Yerleşme Unsurlarından Alan Yerleşmeler	12	15
Adını Kişi Adlarından Alan Yerleşmeler	20	26
Adını Aile veya Aşiretlerden Alan Yerleşmeler	37	47
Adını Dini Unsurlardan Alan Yerleşmeler	9	12
TOPLAM	78	100

Kaynak: DİE’nin Nüfus Kayıtları (1927-1980), (TÜİK 2016), Yöredeki Arazi Çalışmaları Sırasında Yapılan Mülakatlar.

Tablo 5: Adını Beşeri Ortam Özelliklerinden Alan Yerleşmeler

Sıra No:	Yerleşmenin Yeni Adı	Yerleşmenin Eski Adı	Yerleşmenin Eski Adının Anlamı	Niteliği	Türü
1	Akcakent			Yerleşme	Mahalle
2	Akkus	Xırahe	Harabe	Yerleşme	Köv
3	Arılı	Bircik	Kalecik veya saravcık	Yerleşme	Köv
4	Besikli	Kefri	Köv	Yerleşme	Köv
5	Besevler	Besalti	Bes veya altı ev	Yerleşme	Mahalle
6	Divan	Dêvan	Eski bir yerleşme türü	Yerleşme	Mahalle
7	Doluca	Kefirme	Bizimköv?	Yerleşme	Köv
8	Hahinler	Kökelan	Dağ gibi kale	Yerleşme	Köv
9	Karacaören	Karacaveran	Kırac arazideki virane	Yerleşme	Köv
10	Tenehası	Keferöurus	Guruskövi	Yerleşme	Mahalle
11	Yenice	İncirce		Yerleşme	Mahalle
12	Yenisehir	İncisar		Yerleşme	Mahalle
13	Abdullahbey			Kisi	Mahalle
14	Acioğlu			Kisi	Mahalle
15	Alıdam	Alıdamı		Kisi	Köv
16	Bedirdikmen	Bedirdikme	Sahıs adı	Kisi	Mahalle
17	Belenli	Pırot	Yaslı veya hiloe kisi	Kisi	Köv
18	Dumanlı	Dûmanke	Dumanbey	Kisi	Mahalle
19	Elhevi			Kisi	Köv
20	Hacıvusuf	Bozmiş		Kisi	Köv
21	Yelkovan	Hêmzevn	Hamzalar	Kisi	Köv
22	Hamzalı			Kisi	Mahalle
23	Hasandişin	Hasandişin		Kisi	Köv
24	Hisar	Kalan	İhtivarlar-dedeler	Kisi	Mahalle
25	Hüsevinli	Hüsevniva	Hüsevinli	Kisi	Mahalle
26	Mustafacavır			Kisi	Mahalle
27	Özelevler	Usisimel	Bıvıklı Osman	Kisi	Mahalle
28	Sırakava	Kaksér	Aslan ağabey	Kisi	Köv
29	Sultanmağara			Kisi	Mahalle
30	Sünke	Sünke (Usenike)	Bıvıklı Yusuf	Kisi	Mahalle
31	Tütenocak	Barsomik	Orucoğlu	Kisi	Köv
32	Yeniköv	Gûlahmet	Ahmet’in	Kisi	Mahalle
33	Ataköv			Aile-	Mahalle
34	Avdınlı			Aile-	Mahalle
35	Bağözü	Berazi	Asiret adı	Aile-	Köv
36	Basak	Zevnan	Asiret adı	Aile-	Mahalle
37	Bostanlı	Kitis	Asiret adı	Aile-	Köv
38	Boztaşı	Mamecivan	Asiret adı	Aile-	Köv
39	Büyükbey	Kirbiz		Aile-	Köv
40	Cakıresme	Kosan	Asiret adı	Aile-	Köv
41	Cardak	Biriman	Asiret adı	Aile-	Köv
42	Cavhası	Bazük	Asiret adı	Aile-	Köv
43	Celebi	Mülk		Aile-	Mahalle
44	Erikli	Kılılan	Asiret adı	Aile-	Köv
45	Erler	Askeran	Asiret adı	Aile-	Mahalle
46	Fistikli	Uta/Uttan	Asiret adı	Aile-	Köv
47	Gökce	Bircivan	Asiret adı	Aile-	Köv
48	Halifan	Halifan	Asiret adı	Aile-	Mahalle
49	Karaman			Aile-	Mahalle
50	Kavadihi	Horik	Asiret adı	Aile-	Köv
51	Kozağac	Bûw	Asiret adı	Aile-	Köv
52	Köseler	Kûsan	Asiret adı	Aile-	Köv

53	Kubilav		Aile Sovadı	Aile-	Mahalle
54	Ortanca	Süsivan	Mevanlılar	Aile-	Köv
55	Menderes		Aile Sovadı	Aile-	Mahalle
56	Mülkköv	Mülk	Asiret adı	Aile-	Köv
57	Narince	Mirdês	Asiret adı	Aile-	Köv
58	Oluklu	Oercur	Asiret Adı	Aile-	Köv
59	Salkımbaşı	Alut	Asiret adı	Kisi	Köv
60	Sahintene	Bildivan	Asiret adı	Aile-	Köv
61	Tashica	Samik	Asiret adı	Aile-	Köv
62	Teşmenli	Keröürak	Asiret adı	Aile-	Köv
63	Teknecik	Küdan	Asiret adı	Aile-	Köv
64	Teryan	Teryan	Asiret adı	Aile-	Mahalle
65	Tuğlu	Sévik	Asiret adı	Aile-	Köv
66	Ulluninar	Büvan	Asiret adı	Kisi	Köv
67	Üceyler	Terzivan	Asiret adı	Aile-	Mahalle
68	Yesildirek	Gevüzi	Asiret adı	Aile-	Mahalle
69	Yolcatı	Gigan	Asiret adı	Aile-	Mahalle
70	Akcamezra	Akcamezar		Din	Mahalle
71	Aydınnınar	Sume	Mabet	Din	Köv
72	Cıralık	Cıralıö	Deröah zivaretöah	Din	Köv
73	Damlacık	Tavsi	Yezidi (Tavusi)	Din	Köv
74	Esendere	Kilisik	Kilisecik	Din	Köv
75	İslamköv	Sevımirik	Bilöe sevıh	Din	Köv
76	Kilisik	Kilişk	Kilisecik	Din	Mahalle
77	Zivaret	Pusi		Din	Köv
78	Zivaret			Din	Mahalle

Kaynak: Eski yerleşme adları ile bu adların anlamları; Harita Genel Komutanlığı'nca 1958 yılında oluşturulan 1/100 000 ölçekli Topografya haritalarının yanı sıra, Dâhiliye Vekaleti'nin 'Son Taksimatı Mülkiyede Köylerimizin Adları', İçişleri Bakanlığı'nın 'Meskûn Yerler Kılavuzu', araştırma sahası ile ilgili olarak yapılan bilimsel çalışmalar, yörede köy muhtarları ve köylerin ileri gelenleri ile yapılan mülakatlar, gezi ve gözlemlerden elde edilen veriler ve bazı web sayfalarından yararlanılarak tespit edilmiştir.

2.3. Adını Ekonomik Faaliyetlerden Alan Yerleşmeler

Araştırma sahası içerisinde adını Ekonomik faaliyetlerden alan yerleşme sayısı 28'dir. Bu sayı % 14'lük bir orana tekabül etmektedir. Coğrafi bilimlerin sistematik tasnifi çerçevesinde değerlendirildiğinde bu başlık altında verilen yerleşme adları arasında en büyük oranın (%61) tarıma ait olduğu anlaşılmaktadır. Bu oranın nispeten fazla olması, yöredeki yoğun tarımsal faaliyetlerle ilgilidir. Adını ulaşımdan alan yerleşmelerin oranı %21 iken, hayvancılık faaliyetlerinden alanların oranı %18'dir (Tablo 6-7).

Tablo 6: Adını Ekonomik Coğrafya Özelliklerinden Alan Yerleşmelerin Oransal Dağılımı (%)

Adını Ekonomik Faaliyetlerden Alan Yerleşmeler	Yerleşme Sayısı	Oran (%)
Adını Tarımsal Faaliyetlerden Alan Yerleşmeler	17	61
Adını Ulaşımdan Alan Yerleşmeler	6	21
Adını Hayvancılık Faaliyetlerinden Alan Yerleşmeler	5	18
TOPLAM	28	100

Tablo 7: Adını Ekonomik Coğrafya Özelliklerinden Alan Yerleşmeler

Sıra No:	Yerleşmenin Yeni Adı	Yerleşmenin Eski Adı	Yerleşmenin Eski Adının Anlamı	Niteliği	Türü
1	Akıncılar	Tokaris	Tanrı'nın	Tarımsal	Kasaba
2	Bahçe	Zergüz	Sarıceviz	Tarımsal	Mahalle
3	Büyükbağ	Büyükbağ		Tarımsal	Köy
4	Dut			Tarımsal	Köy
5	Ekinci	Tüzünüt	İncirli	Tarımsal	Köy
6	Erikdere	Ternal		Tarımsal	Köy
7	Eskitaş	Ancuz	Karaerik	Tarımsal	Köy
8	Karadut	Qertüt	Karadut	Tarımsal	Köy
9	Güngörmüş	Türesik	Karadut	Tarımsal	Mahalle
10	Karabağ	Korta Rezê Res	Kara üzüm arazisi	Tarımsal	Mahalle
11	Karadut	Qertüt	Karadut	Tarımsal	Mahalle
12	Kerkah	Kerkâh	Bağbozumu	Tarımsal	Mahalle
13	Narlıdere	Bidos		Tarımsal	Köy
14	Sarısu	Şünahce	Arna ekilen ver	Tarımsal	Köy
15	Sıratut			Tarımsal	Mahalle
16	Yukarımahalle	Behyvek	Badem ağacı	Tarımsal	Mahalle
17	Zeytin			Tarımsal	Köy
18	Alaköprü			Ulaşım	Mahalle
19	Durak Köyü	Menzil	Varılan veya inilen ver	Ulaşım	Köy
20	Ecelar	Cenek	Sana verlesme	Ulaşım	Köy
21	Kavaklı	Pirak	Köprü/köprücük	Ulaşım	Köy
22	Köprübaşı			Ulaşım	Mahalle
23	Küçük Ecelar	Küçük Cenek	Küçük ve sana verlesme	Ulaşım	Mahalle
24	Göçeri	Göçeri	Göçebeler	Hayvancılık	Köy
25	Onevler	Gum	Havvan barınağı	Hayvancılık	Mahalle
26	Sirinevler	Guma	Havvan barınağı	Hayvancılık	Mahalle
27	Ulukaya	Gumik	Havvan barınağı	Hayvancılık	Mahalle
28	Yolaltı	Postin	Dericiler	Hayvancılık	Köy

Kaynak: Eski yerleşme adları ile bu adların anlamları; Harita Genel Komutanlığı'na 1958 yılında oluşturulan 1/100 000 ölçekli Topografya haritalarının yanı sıra, Dâhiliye Vekaleti'nin 'Son Taksimatı Mülkiyede Köylerimizin Adları', İçişleri Bakanlığı'nın 'Meskûn Yerler Kılavuzu', araştırma sahası ile ilgili olarak yapılan bilimsel çalışmalar, yörede köy muhtarları ve köylerin ileri gelenleri ile yapılan mülakatlar, gezi ve gözlemlerden elde edilen veriler ve bazı web sayfalarından yararlanmak suretiyle tespit edilmiştir.

Yörenin temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Dağlık alanlarda hayvancılık faaliyetleri yoğunlaşırken düzlük alanlarda ekili tarım unsurlarının yanı sıra dikili tarım alanları görülmektedir. Daha önce vurgulandığı üzere adını Ekonomik faaliyetlerden alan yerleşme grubu içerisinde en büyük oran tarıma (%61) aittir. Bunlardan bir kısmı adını dikili tarım alanı öğelerinden almıştır. Bunlar Bahçe (Zergüz), Dut, Ekinci (Tüzünüt), Eskitaş (Ancuz), Karadut (Qertüt), Güngörmüş (Türesik), Karabağ (Korta Rezê Res), Sıratut, Yukarımahalle (Behyvek) ve Zeytin yerleşmeleridir. Sarısu (Şünahce) yerleşmesi ise adını ekili alan öğelerinden almıştır. Araştırma sahası içerisinde ulaşımdan etkilenen yerleşme sayısı 6'dır (Tablo 7). Bu rakam ekonomik coğrafya özelliklerinden etkilenen yerleşme adları arasında oransal olarak % 21'e tekabül etmektedir. Adını Hayvancılık faaliyetlerinden alan yerleşme sayısı 5'tir (%18).

2.4. Diğer Yerleşme Adları

Diğer yerleşme adları başlığı altında incelenen yerleşme sayısı 25'tir. Bunlardan 14'ü (%54) anlamına ulaşılan yerleşme grubu içerisindeyken, 11'i (%46) anlamına ulaşılamayan diğer yerleşmeler başlığı altında değerlendirilmiştir (Tablo 8).

Coğrafi sınıflandırmaya göre değerlendirildiğinde bu bölümde değinilen yerleşmeler % 13'lük bir orana tekabül etmektedir. Anlamına ulaşıp diğer yerleşme adları içinde yer alan yerleşme sayısı 14'tür. Bunlar birbiriyle ilgisi olmayan, farklı anlamlara gelen ve oransal olarak çok düşük değerlere sahip olduğu için ayrı başlıklar halinde değerlendirilmeyen yerleşme adlarıdır. İnceleme sahası içerisinde anlamına ulaşılamayan diğer yerleşme sayısı 11'dir. Bu

sayı ilçede adının anlamı tespit edilen yerleşme sayısı (185 adet) karşılaştırıldığında oldukça düşük bir orana tekabül etmektedir (% 6).

Tablo 8: Diğer Yerleşme Adları

Sıra No:	Yerleşmenin Yeni Adı	Yerleşmenin Eski Adı	Yerleşmenin Eski Adının Anlamı	Türü	Niteliği
1	Akdamar	Külbis	Zincirli	Anlamına Ulaşılan	Mahalle
2	Akkavak	Asûrgeh	Süryani yeri	Anlamına Ulaşılan	Köy
3	Akvıldız	Titan	Ana Tanrıça Ülkesi	Anlamına Ulaşılan	Köy
4	Bakacak			Anlamına Ulaşılan	Mahalle
5	Baltalı	Dalince		Anlamına Ulaşılan	Mahalle
6	Bozpınar	Arga	Isıltı, parıltı	Anlamına Ulaşılan	Köy
7	Dikili	Halice	Halı	Anlamına Ulaşılan	Mahalle
8	Eski Kahta	Kâhta	Kuzev	Anlamına Ulaşılan	Köy
9	Hasköy	Xoris	Yığınak	Anlamına Ulaşılan	Köy
10	Kınık	Kınık	Kısacık	Anlamına Ulaşılan	Mahalle
11	Narsırtı	Karkün	Çalışılan yer	Anlamına Ulaşılan	Köy
12	Samanlı	Gerbû	Düştü, yuvarlandı	Anlamına Ulaşılan	Mahalle
13	Sıraca		Bir tür hastalık adı	Anlamına Ulaşılan	Köy
14	Yenikusak			Anlamına Ulaşılan	Köy
15	Atlıca	Körgüden		Anlamına	Mahalle
16	Aktaş	Melgusi		Anlamına	Köy
17	Bağbaşı	Pillês		Anlamına	Köy
18	Güdülge	Güdülge		Anlamına	Köy
19	İkizce	Tomak		Anlamına	Köy
20	Kazanlı	Bezi		Anlamına	Mahalle
21	Kılavuz	Besele		Anlamına	Mahalle
22	Murtac	Xêrmit		Anlamına	Mahalle
23	Tabaklı	Neshik		Anlamına	Mahalle
24	Yapraklı	Körüşkil		Anlamına	Köy
25	Ovacık	Dudin		Anlamına	Köy

Kaynak: Eski yerleşme adları ile bu adların anlamları; Harita Genel Komutanlığı'na 1958 yılında oluşturulan 1/100 000 ölçekli Topografya haritalarının yanı sıra, Dâhiliye Vekaleti'nin 'Son Taksimatı Mülkiyede Köylerimizin Adları', İçişleri Bakanlığı'nın 'Meskûn Yerler Kılavuzu', araştırma sahası ile ilgili olarak yapılan bilimsel çalışmalar, yörede köy muhtarları ve köylerin ileri gelenleri ile yapılan mülakatlar, gezi ve gözlemlerden elde edilen veriler ve bazı web sayfalarından yararlanmak suretiyle tespit edilmiştir.

3. SONUÇ ve ÖNERİLER

Yerleşme adları -tarihsel süreç içerisinde farklılık arz etse de- büyük ölçüde doğal, beşeri ya da diğer coğrafi faktörlerden ileri gelmektedir. Ancak, yerleşme adları; hükümet politikaları, fiziki, beşeri ve iktisadi gerekçeler ile sosyolojik nedenlerden dolayı farklı zaman dilimleri içerisinde değişmiş veya değiştirilmiştir. Bu adlar, büyük ölçüde yerleşmeleri ilk kuran insanlar tarafından yerleşmenin kurulduğu dönemdeki coğrafi ortamdan faydalanmak suretiyle verilmiştir. Bu durum eski dönem yerleşmeleriyle ilgili olarak önemli sonuçların elde edilmesine sebep olmakta ve coğrafi perspektifle yapılacak olan bilimsel çalışmaların daha sağlıklı yürütülmesi için zemin oluşturmaktadır. Kâhta, birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Buna paralel olarak şehrin coğrafi konumu ve yörede yer alan tarihi kalıntılar göz önünde bulundurulduğunda, Kâhta yöresi ve çevresinde Rumca, Arapça, Türkçe, ve Farsçanın konuşulduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer taraftan, araştırma alanı içerisinde yapılan arazi gezileri sonucunda oluşan izlenim doğrultusunda yöre nüfusunun çoğunluğunun hâlihazırda Kürtçe konuşuyor olması ve burada yaşamakta olan Ermenilerin de bulunması, ilçede Kürtçe ve Ermenicenin de öteden beri kullanıldığını göstermektedir.

Yerleşme adlarının coğrafi açıdan incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada örnek çalışma

sahası olarak belirlenen Kâhta yöresindeki yerleşmelerin %40' adını Beşeri ortam özelliklerinden almaktadır. Bunun dışındaki yerleşmelerin %33'ünün adını Doğal ortam özelliklerinden, %14'ünün ise Ekonomik faaliyet özelliklerinden aldığı görülmektedir. Diğer yerleşme adları ise %13'lik bir orana sahiptir.

Yapılan incelemelerde yöredeki köy adlarının %85'inin (82 köy) değiştirildiği veya yöre halkının kullanımından farklı olduğu sonucu da ortaya çıkmaktadır. Mahalle bazında değerlendirildiğinde ise araştırma sahası içerisindeki mahallelerin %42'sinin (41 mahalle) adının değiştirilmiş olduğu anlaşılmaktadır. Bu oranın değiştirilen köy adlarından düşük olmasının, bazı mahallelerin sonradan oluşturulması ve ülke genelinde ad değişikliklerinin nispeten daha fazla nüfusa sahip yerleşmeleri kapsamı ile ilgili olduğu kanaatindeyiz. Günümüzde yerleşme adlarının iadesiyle ilgili bir takım çalışmaların yapılması ve bilimsel araştırmalara ağırlık verilmesi önemlidir. Bu bağlamda araştırma sahasının yanı sıra Türkiye genelinde yapılan isim değişikliklerinin kurulacak komisyonlar marifetiyle yeniden değerlendirilmesinin isabetli olacağı kanaatindeyiz. Böylece doğal ortamın tanınması, tarihi ve kültürel değerlerin korunmasıyla birlikte unutulmaya yüz tutmuş eski adların genel olarak belirli bir birikim neticesinde verildiğini görmek mümkün olacaktır. Bu bağlamda, yerleşmelere önceki dönemlerde verilen adların belirli gerekçe ve amaçlar doğrultusunda seçildiğini vurgulamak gerekir. Söz konusu adlandırmalar Coğrafya bilimi açısından aydınlatıcı birer belge konumunda olup; arazi çalışmalarında ve mekânsal planlamalarda yönlendirici olabilecek niteliktedir.

Yerleşme adlarının Coğrafi açıdan incelenmesi tarihi, sosyolojik ve kültürel özelliklerin ortaya konması bakımından önemlidir. Ayrıca, bu tür çalışmaların jeoloji, arkeoloji, antropoloji, tarih, etnografya, sosyoloji, folklor, botanik, iktisadi ve idari bilimlerce yapılacak çalışmalar için de yararlı olacağı kanaatindeyiz.

KAYNAKÇA

- Açıkel, A. (2003). "Artukabad Kazası yer Adları (1455-1600)" Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 2, Cilt 20, 181-202.
- Akbıyık, M. (2016). "Siverek İlçesi Köy Yerleşmelerinin Toponimik Analizi", Ankara: Turkish Studies Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Cilt 11/8, 1-24.
- Aksan, D. (1974). "Anadolu Yer Adları Üzerine En Yeni Araştırmalar" Türk Dili Araştırmaları Yıllığı, Belleten, Ankara, 185-193.
- Aksan, D. (1982). Her Yönüyle Dil (Ana Çizgileriyle Dilbilim), Türk Dil Kurumu Yayınları: Cilt 3. 439/3, 93-135, Ankara.
- Aksan, D. (1984). "Türk Yer adları Konusunda Bir Proje Önerisi," Türk Yer Adları Sempozyumu Bildirileri, Ankara.
- Alagöz, C. A. (1984). "Türkiye'de Yer adı Verme Usulleri" Ankara: Türk Yer Adı Sempozyumu Bildirileri (11-13 Eylül 1984), Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yay. No:60, Seminer Kongre Bildirileri Dizisi. No: 17, 11-23.
- Altunışık, İ. (2009). "Coğrafi Bakımdan Batman İli Yer Adları", Ankara Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya (Türkiye Coğrafyası) Anabilim Dalı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Arslan, M. (2011). "Beyşehir (Konya) Yer Adları ve Onomastik Bilimine Katkıları", Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Iss. 25, s. 337-343, Adana.
- Aytaç, S. Bozdağ, E. (2015). "Nemrut Dağı Milli Parkı ve Çevresinin (Adıyaman) Jeo Park Potansiyelinin Belirlenmesi", Russia: International Science and Technology Conference, September 2-4, 366-379.

- Aytaç, S. Bozdağ, E. (2018). Nemrut Dağı Milli Parkı ve Çevresinin Potansiyel Jeomiras Alanları, Kriter Yayınevi, Ankara.
- Aytaç, S. Bozdağ, E. ve Şahap A. (2015). "Nemrut Dağı Milli Parkı'nda (Adıyaman) Jeolojik Miras Açısından Öne Sahip Bir Rota (Jeoyol 1)", Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi Bildiriler Kitabı, 21-23 Mayıs, 587-594, Ankara.
- Bakırcı, M. (2012). Bir Cumhuriyet Dönemi Şehri Kâhta. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Bakırcı, M. (2013). "Kırsal Alanda İstihdamın Çeşitlendirilmesi: Kâhta Tekstil İşçileri Örneği", *Marmara Coğrafya Dergisi*, 27.
- Dâhiliye Vekâleti. (1928). Son Taksimatı Mülkiyede Köylerimizin Adları, Ankara.
- Darkot, B. (1955). Kâhta, İslam Ansiklopedisi, Cilt 6, 89-90, İstanbul.
- Demir, E. (2004). "Kâhta'nın Kuruluşu, Gelişmesi ve Bugünkü Fonksiyonel Özellikleri" Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 1, Cilt 24, 27-247,
- Devellioğlu, F. (1997). Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lügat, Aydın Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Devlet Meteoroloji İleri Genel Müdürlüğü. (2017). Meteorolojik Veriler (1984-2010), Ankara.
- Doğanay, H. (1994). Türkiye Beşeri Coğrafyası, Gazi Büro Kitabevi, Ankara.
- Elibüyük, M. ve Güzel, A. (2003). "Şanlıurfa İli'nde Dönemlik ve Bir Geçici Yerleşme: Hollik", Ankara: Coğrafi Bilimler Dergisi, Sayı: 1, Cilt 2, 57.
- Elmastaş, N. (2008). "Kâhta Çayı Havzası'nda Arazi Kullanımı", Coğrafi Bilimler Dergisi, Sayı: 2, Cilt 6, 159-190, Ankara.
- Elmastaş, N., Şahinalp M. S. ve Günel V. (2011). "Bitlis İli Köy Adlarına Coğrafi Açidan Bir Yaklaşım", Bitlis: VII Uluslararası Van Gölü Havzası Sempozyumu, Rota Ofset, 576-593.
- Erinç, S., (1986). "Ekzonimler Konusunda Bir Araştırma: Ege Adalarının Türkçe Adları", İ.Ü. Deniz Bilimleri ve Coğrafya Enstitüsü Bülteni. C. 2, Sayı: 3, s. 21-25, İstanbul.
- Gökçeer, F. (1984) "Türk Yer Adları Sempozyumu Açılış Konuşması" Türk Yer Adları Sempozyumu Bildirileri (11-13 Eylül 1984) Milli Folklor Araştırmaları Dairesi Yay: 60, Seminer Kongre Bildirileri Dizisi: 17, s. 1-5, Ankara.
- Günel, V. (2012). "Batman'da Cadde Adlandırılmaları: Toplumsal Bellek Oluşturma ve Şehrsel Mekâna Hâkim Olma Çabaları", *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 25, 171-197.
- Günel, V., Şahinalp, M. S. ve Güzel, A. (2010). "Coğrafi Ortamın Şehrsel Mekân Adlarına Etkisi: Şanlıurfa Şehri Örneği", *Gaziantep University- Journal of Social Sciences*, 10.1: 463-508.
- Güner, İ. ve Ertürk, M. (2004). "Türkiye'de Kent Merkezi İl Adlarının Kaynakları Üzerine Bir Araştırma", *Muğla Üniversitesi-SBE Dergisi*, Sayı: 12, s. 39-62.
- Güney, E., (1996) "Toponomik Terimlerin Sınıflandırılması" *Türk Dili* S: 540, s. 619-630, Ankara.
- Güzel, A. ve Özcanlı M. (2016) "İdil İlçesi (Şırnak) Köy Adlarının Coğrafi Açidan İncelenmesi" *Antalya: 4. Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*, 954-967
- İbret, B. Ü. (2003). "Çankırı'daki Köy Adları Üzerine Coğrafi Açidan Bir İnceleme" *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 7, 53-80.
- İçişleri Bakanlığı. (1946). Meskûn Yerler Kılavuzu, Ankara.
- İçişleri Bakanlığı, (1977). Yeni Tabii Yer Adları 1977, Yeni, Eski ve İllere Göre Dizileri. İller İdaresi Genel Müdürlüğü Yayınları Seri: III, Sayı: 1, Ankara.
- Karaca M. (2010). Osmanlıca Türkçe Lügat, Hisar Yayınevi, İstanbul.
- Karadoğan, S., (2005) Adıyaman Havzasının Genel ve Uygulamalı Jeomorfolojisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karadoğan, S., Tonbul, S., (2005). "Adıyaman Havzasında Kuvaterner'deki Doğal Ortam Koşullarının Yerleşmelerin Dağılışı ve Diğer İnsan Faaliyetleri Üzerindeki Etkileri", *Türkiye Kuvaterner Sempozyumu* (2-5 Haziran 2005), İTÜ Avrasya Yer Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Kurgun, L. (2002). "Denizli İli Yer Adları", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Kurt, Y. (2001). "Adana Sancağı Yer Adlarındaki Değişim", Türk Dili Dil ve Edebiyat Dergisi, 50. Yıl Özel Sayısı C. 2001/II, S.598,s.405-408.
- Nişanyan, S. (2011). Hayali Coğrafyalar: Cumhuriyet Döneminde Türkiye’de Değiştirilen Yeradları. TESEV (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı) yayını, İstanbul.
- Meriç, E. (1965).“Kâhta-Nemrut Dağı Arasındaki Bölgenin Jeolojik ve Paleontolojik Etüdü (Etude Géologique et Paléontologique de la Région Entre Kâhta et Nemrutdağ)”. İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi Mecmuası, Seri B: Tabii İlimler, Sayı: 1-2.
- Özbek, Y. (2014). "Kâhta’nın Kuruluşu Gelişimi ve Fonksiyonları", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Özçağlar, A. (1997).“Türkiye’nin İdari Coğrafyası Bakımından Köy, Bucak, İlçe, İl ve Belde Kavramları Üzerine Düşünceler”, Türk Kültürü Araştırmaları. Yıl: 23/1-2, Ankara.
- Özçağlar, İ. (2006). Coğrafyaya Giriş, Hilmi Usta Matbaacılık, Ankara.
- Özdemir, M.A., Tonbul, S. (1995) “Siro (Örmeli) Çayı Havzası ve Yakın Çevresinde (Malatya Güneydoğusu) Arazi Kullanımı, Sorunlar ve Öneriler”, Fırat Üniv. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:7, Sayı:1-2, s.145-172.
- Sarı, Ş. (1956). Adıyaman ve Kazaları, Ankara.
- Scheinhardt, H., (1979) Typen türkischer Orstnamen. Einfuhrung, Phonologie, Morphologie, Bibliographie. Heidelberg.
- Şaşmaz, E. (2010). "Kâhta Şehir Coğrafyası", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Taşdemir, M. (1999). XVI. Yüzyılda Adıyaman(Behisni, Hısn-ı Mansur, Gerger, Kâhta) Sosyal ve İktisadi Tarihi, Türk Tarih Kurumu Yayınları,167, Ankara.
- Tunçel, H. (2000).“Türkiye’de İsmi Değiştirilen Köyler”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 2, Cilt 10,26.
- Tümertekin, E. (1973). Türkiye’de Şehirleşme ve Şehirsel Fonksiyonlar, İstanbul Üniversitesi Yay. No:1840, Coğr. Enst. Yay. No:72, İstanbul.
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (2002).Beşeri Coğrafya İnsan-Kültür-Mekan, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Türkiye Ansiklopedisi. (1956). Koluk, Cilt 3. Ankara.
- Umar, B., (1993). Türkiye’deki Tarihsel Adlar, İnkılap Yayınevi, İstanbul.
- Uygur, N. (1967). “Yer Adları” Ankara: Türk Dili Sayı: 187, 495-502.
- Yavuz, S ve Şenel M. (2013):"Yer Adları (Toponim) Terimleri Sözlüğü" Ankara: International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/8,2241-2249
- Yediyıldız, B. (1984). “Türkiye’de Yer adı Verme Usulleri” Ankara: Türk Yer Adı Sempozyumu Bildirileri (11-13 Eylül 1984), Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yay. No:60, Seminer Kongre Bildirileri Dizisi. No: 17, 25-41.
- Zeyrek, Ş. (2005).“Türkiye’de Köy Adlarını Değiştirme Politikası”, Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1, 86-95.

Yararlanılan Web Sayfaları

<http://tdkterim.gov.tr/bts/>

<http://tr.wikipedia.org>

<http://www.tuik.gov.tr>

**PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: AMAÇLAR VE
MOTİVASYONLAR**
SOCIAL MEDIA USAGE IN MARKETING COMMUNICATIONS: PURPOSES AND
MOTIVATIONS

İnci ERDOĞAN TARAKÇI

Öğr. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Polatlı Sos. Bil. MYO.,
inciardogan@gazi.edu.tr

Mehmet BAŞ

Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, mbas@gazi.edu.tr

ÖZET

Günümüzde internetin gelişimi ile sosyal medyanın kullanımı farklı boyutlara ulaşmıştır. Daha seçici ve zorlayıcı bir tüketici profilinin ortaya çıktığı bu yeni çağda, geleneksel pazarlama iletişimi unsurları ile yetinmeyerek değişime ayak uydurabilen, doğru ve bilinçli kullanımla geleneksel medyanın yaratamadığı etkiyi yaratabilen, sosyal medyada yerini alabilen markalar kendilerini daha doğru ifade edebilmekte ve müşterilerine daha kolay ulaşarak rekabet avantajı yaratabilmektedir.

Bu çalışmada, Ocak 2019-Şubat 2019 döneminde Ankara’da yaşayan tüketiciler ile sosyal medya kullanım amaçlarını ve motivasyonlarını belirlemeye yönelik odak grup görüşmeleri yapılmış, amaçlar; “Sosyal Kaçış Motivasyonu”, “Bilgilenme Motivasyonu”, “Boş Zamanları Değerlendirme Motivasyonu”, “Ekonomik Fayda Motivasyonu”, “Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya Motivasyonu” ve “Eğlence Motivasyonu” bağlamında değerlendirilmiştir.

Araştırma bulguları, sosyal medyanın hayatımızda ne denli geniş bir yer kapladığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların tamamı sosyal medyayı olmazsa olmazları olarak ifade etmektedir. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların sosyal medyayı kullanmalarının başlıca amacı “Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya Motivasyonu” ile açıklanmaktadır. Erkeklerde ön plana çıkan motivasyon ise “Sosyal Kaçış Motivasyonu” olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama İletişimi, Tüketici Davranışları, Sosyal Medya, Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları.

ABSTRACT

Today, the development of the Internet and the usage of social media has reached different dimensions. In this new age, where a more selective and compelling consumer profile has emerged, brands that can keep up with change by not being content with traditional marketing communication elements and who can take the place in social media that can create the effect that traditional media cannot create with the right and conscious use, can express themselves more accurately and create a competitive advantage by reaching their customers more easily.

In this study, focus group interviews were conducted with the aim of determining the social media usage purposes and motivation of consumers living in Ankara in January 2019-February 2019 period, The purposes were evaluated in terms of; “Motivation for Social Escape”, “Motivation for Information”, “Motivation for Leisure Time Assessment”, “Motivation for Economic Benefit”, “Motivation for Social Interaction and Social Media”, and “Motivation for Entertainment”.

The findings of the research reveal the extent of social media coverage in our lives. All of the participants refer to social media as indispensable. According to the findings of the research, the main purpose of the participants to use social media is explained by “Social Interaction

and Social Media Motivation”. The prominent motivation of men is the “Social Escape Motivation”.

Key Words: Marketing Communication, Consumer Behavior, Social Media, Social Media Usage Motivations.

1. Giriş

Teknolojinin sürekli ilerlemesi ve ortaya çıkan yeni iletişim olanakları, işletmeler arasında rekabetin artmasına neden olmakta ve tüketici taleplerinde de hızlı değişimlere neden olmaktadır. Etkin bir şekilde planlanmış olsa dahi geleneksel pazarlama yaklaşımları, mevcut değişken müşteri taleplerini karşılamakta ve rekabet ile başa çıkmakta yeterli gelmemektedir.

“Pazarlama İletişimi” ya da güncel adı ile “Bütünleşik Pazarlama İletişimi”, bu rekabetçi ortamda hedef kitlesini bilgilendirmek, onları ikna etmek ya da ürettiği ürünleri hatırlatmak için tutundurma faaliyetlere ağırlık veren işletmeler açısından sıklıkla başvurulanan önemli bir araç haline gelmiştir.

Rekabetin yoğun olduğu bu ortamda, hedef kitlesi ile interaktif iletişim kurmak isteyen işletmeler, geleneksel pazarlama anlayışında söz konusu olan tek yönlü bir iletişimden, müşterilerine daha kolay ulaşabilecekleri, onları daha iyi anlayıp ihtiyaçlarına daha doğru cevap verebilecekleri çift yönlü bir iletişime geçmekte ve bu da Pazarlama İletişimi kavramını ortaya çıkarmaktadır.

Pazarlama iletişimi unsurlarının bir bütün olarak düşünölmeye başlanması ile de, müşteriye iletilecek birbiri ile uyumlu bütünleştirilmiş tek bir ses, tek bir mesaj ve böylece müşteri ile karşılıklı kurulacak tutarlı bir iletişim kavramlarının önem kazandığı yeni bir yaklaşım olarak “Bütünleşik Pazarlama İletişimi” kavramı doğmuştur.

Günümüzde teknolojinin yaygın olarak kullanılmaya başlanması ile, hedef müşteri kitlesi ile interaktif iletişim kurmak isteyen işletmeler için yeni çevrimiçi iletişim kanalları oluşmuştur. Böylece müşteriler ile işletme arasındaki etkileşimin güçlenmesinin yanı sıra işletmeler daha geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamaktadır.

Ürün farklılaştırmanın gün geçtikçe daha zor bir hale geldiği, küresel pazar piyasalarının ve rakiplerin hızla arttığı, müşteri taleplerinin oldukça değişken bir yapıya büründüğü ve müşteri tatmininin zorlaştığı günümüz rekabet ortamında işletmeler farklı pazarlama stratejileri ve yöntemleri uygulamak gereksinimindedirler. Müşterilerine farklı yollarla ulaşmaya çalışan işletmeler için bu yöntem ve stratejilerin başında sosyal medya kanallarının etkin kullanımı gelmektedir.

Kullanıcılara, birbirleri ile karşılıklı fotoğraf, video, bilgi, sosyal mesajlar ve diğer medyaları paylaşma olanağı tanıyan Facebook, LinkedIn, Myspace, Youtube, Flickr, Foursquare, Instagram, Twitter gibi sosyal medya araçları günümüzde işletmelerin müşterilerine ulaşmak ve ürünleri hakkında bilgilendirmek, satın alma kararlarını yönlendirmek ve aynı zamanda satış yapmak için de kullandıkları birer pazarlama iletişimi unsuru haline gelmiştir.

Bu alanda yapılan bir çok çalışma, sosyal medya pazarlamasında işletmelerin, bilgi toplama ve satın alma karar süreçlerinde müşterileri sosyal medya üzerinden önemli ölçüde

etkilediklerini ortaya koymuştur¹. Sosyal medya, müşterileri bilgilendirmek, müşterilerin ihtiyaçlarını belirlemek ve karşılıklı interaktif iletişimin sağlanmasının yanı sıra pazar araştırması, müşteri analizleri ve reklam gibi amaçlarla da etkin bir şekilde kullanılabilir.

Bu çalışmada, günümüzde pazarlama iletişiminde sosyal medyanın kullanım amaçları ve motivasyonları incelenmiş ve sosyal medya araçları üzerinden işletmelere ve ürünlerine ulaşan müşterilerden alınan geri bildirimler doğrultusunda sosyal medyanın pazarlama iletişimi içerisindeki etkinliği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. Pazarlama İletişimi

2.1. Geleneksel Tutundurma Kavramından Pazarlama İletişimine Geçiş

Tarihsel gelişim ve değişim sürecinde pazarlamaya konu olan kavramlarda ve yaklaşımlarda da birçok değişim meydana gelmiştir. Hızla değişen ve gelişen bir çevrede faaliyet gösteren işletmeler, hedef pazarlarındaki müşteri taleplerine ve isteklerine doğru ve zamanında cevap verebilmek için odaklarına müşterileri koyarak daha kompleks bir sistemde uygun tutundurma karması kombinasyonlarını oluşturmaya çaba göstermişlerdir.

Tutundurma, alıcıyı harekete geçirme ve satın alma kararlarında destekleyici olarak bilinç yaratmak, kabul görmek ve tercih yaratmak için kullanılmıştır. Tutundurma; “bir mal veya hizmetin, bir kurumun, bir kişinin veya bir fikrin hedef pazara olumlu bir şekilde tanıtılması ve benimsetilmesidir. Dolayısıyla tutundurma, işletme ve tüketiciler arasında iletişim sağlayacak ve tüketicilere çeşitli bilgilerin aktarımını sağlayacak ve onları satın almaya teşvik edecek pazarlama programlarıdır”².

Pazarlamada sıklıkla kullanıldığı şekli ile genel kabul gören tutundurma karması elemanları aşağıdaki gibidir³;

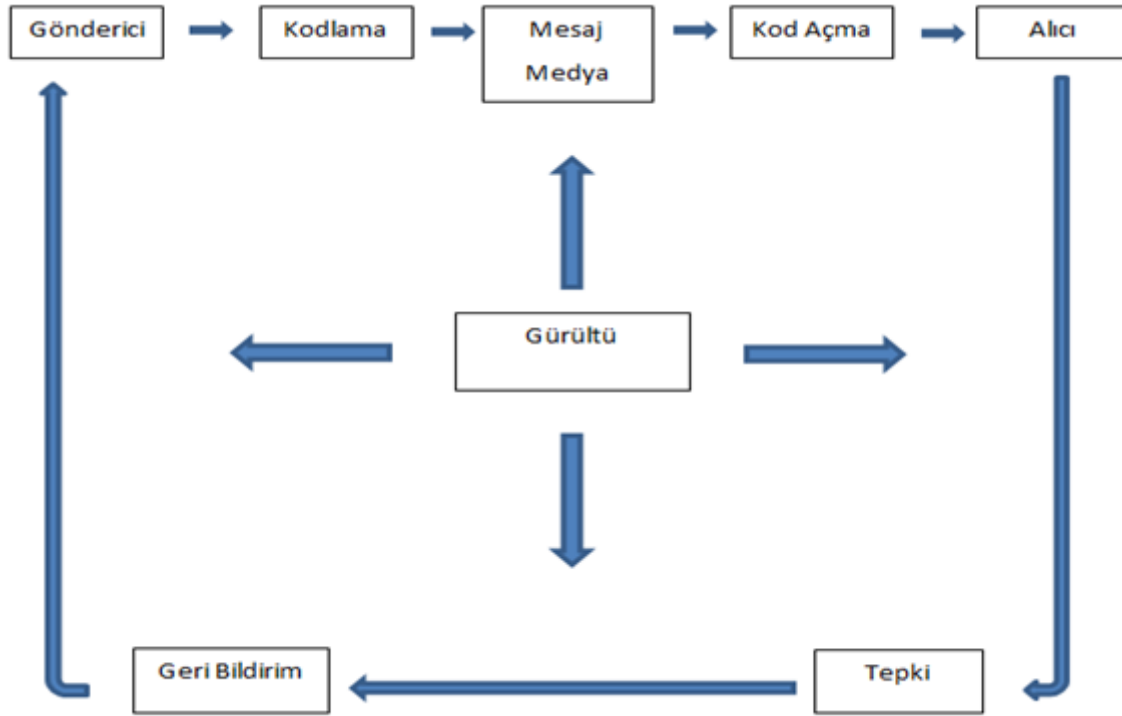
- Reklam,
- Satış Tutundurma,
- Halkla İlişkiler,
- Kişisel Satış
- Doğrudan Pazarlama.

¹ Sarıtaş, A., Korkmaz, İ. ve Tunca, M.Z. (2017) Pazarlama İletişiminde İnovatif Bir Kanal Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Economic and Administrative Studies* (22.UPK Ahmet Hamdi İslamoğlu Özel Sayısı), 1307-9832.

² Oluç, M. (1989) Satış Tutundurma ve Satış Özendirme-Sales Promotion. *Pazarlama Dünyası*, 3(18), 1-7.

³ Shannon, J.R., (1996) The New Promotions Mix: A Proposed Paradigm, Process and Application. *Journal of Marketing-Theory and Practice*, Winter 1996, pp. 56-68.

Tablo 1. Tutundurma Karması İletişim Modeli⁴



Geleneksel pazarlama anlayışında, tutundurma karması kararlarında ürünün kendisinin yanısıra aynı zamanda ambalajı, etiketi, fiyatı ve dağıtım kanallarının seçimi de esas unsurlar olarak kabul edilmekteydi⁵. Ancak günümüzde bu unsurlar artık müşterilere satın alma karar süreçlerinde mesaj veren birer iletişim unsuru olarak görülmektedir. Dolayısıyla Pazarlama İletişimi, tek başına tutundurma veya satış çabaları gibi kavramlardan çok daha öteye giderek, işletmenin ürünlerinin müşteriler tarafından fark edilmesinden, satın alma kararının verilmesine kadar işletme tarafından yürütülen tüm iletişim süreçlerini kapsamaktadır.

Tüm dünyada meydana gelen siyasal, sosyal, ekonomik ve teknolojik değişimlere bağlı olarak küreselleşen rekabet koşulları, işletmelerin karşılıklı ve sinerjik bir iletişime gereksinim duyarak hem tutundurma hem de pazarlama karması unsurlarında bütünleştirme yoluna gitmelerine neden olmuştur. Bu değişimler neticesinde ise tutundurma karması unsurlarına yeni unsurlar eklenmiştir. Böylece klasik tutundurma kavramı yerini çift yönlü bir iletişim anlayışı olan pazarlama iletişimine bırakmıştır.

Pazarlama iletişimi; “hedef kitlede arzu edilen tepkiyi uyandırma amacıyla bütünleşik uyarıcıları sunmak, mevcut işletme mesajlarını değiştirmek ve iletişim olanakları yaratmak amacıyla, kurulu iletişim kanalları aracılığıyla, pazardan mesajları alma, açıklama ve o doğrultuda hareket etme sürecidir”⁶.

Pazarlama iletişimi ikna edici bir süreçtir. Aynı zamanda pazarlama iletişimi, bir yandan hedef kitleye işletmenin iletmek istediği mesajlar iletilirken diğer taraftan hedef kitleden gelen mesajların işletmeye iletildiği ve değerlendirildiği çift yönlü bir iletişim sürecidir. Klasik

⁴ Kotler, P. ve Armstrong, G. (2010) *Principles of Marketing*, Pearson Education, New Jersey.

⁵ Bozkurt, İ. (2014) *İletişim Odaklı Pazarlama*. MediaCat Yayınları, İstanbul.

⁶ Göktaş, B. ve Parıltı, N. (2016) Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Marka İmajına Etkisi. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(3), 923-944.

pazarlama iletişiminde hedef kitleye birbirini tamamlamayan mesajlar gönderilmektedir. Bu mesajlar 4 ana başlık altında ele alınabilir⁷:

1. Planlanmış mesajlar
2. Planlanmamış mesajlar
3. Algılanan mesajlar
4. Taşınan mesajlar

Özellikle 1980'lerden sonra, birbiri ile uyumlu ve karşılıklı, aynı zamanda daha stratejik ve sinerjik yeni bir iletişim anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu yeni anlayış, tüm pazarlama çabalarını birleştirme amacı güderek doğrudan pazarlama, satış geliştirme, halkla ilişkiler ya da sponsorluk gibi diğer unsurları da bir araya getirmiş ve böylece yeni bir stratejik süreç doğmuştur. Bu stratejik süreçte özellikle 1990'lardan sonra, pazarlama iletişimi unsurları bir bütün olarak düşünölmeye başlanılmış, "tek ses, tek mesaj ve karşılıklı tutarlı bir iletişim" kavramlarının önem kazanması ile yeni bir yaklaşım olarak Bütünleşik Pazarlama İletişimi kavramı doğmuştur. Özellikle değişken ve rekabetçi pazar koşullarında küreselleşmenin de etkisi ile pazarlama iletişimi etkinliklerinde koordinasyonun gerekli bir unsur haline gelmesi Bütünleşik Pazarlama İletişimini bir zorunluluk haline getirmiştir.

2.2. Bütünleşik Pazarlama İletişimi

Duncan'a göre⁸ Bütünleşik Pazarlama İletişimi; "müşteriler, hedef tüketici grupları, hissedarlar, çalışanlar ve diğer ilgili gruplara gönderilen mesajlar ile bu grupların ya da bu gruplar ile birlikte kuruluşun ürününün, markanın topluma gönderdiği tüm mesajların stratejik olarak denetlenmesini ve bu mesajlara etki edilmesini sağlayan, karşılıklı olarak yararlı, çift yönlü ve uzun süreli bir iletişim sürecidir".

Bütünleşik Pazarlama İletişimi en genel tanıma göre; "kişisel satış, reklam, satış geliştirme, halkla ilişkiler adlarını taşıyan ayrı ve kopuk işlevlerin bütünleştirilerek mesajların tek kaynaktan yollanmasının yanı sıra satın alma noktası iletişimi, doğrudan pazarlama, pazarlama halkla ilişkileri (halkla ilişkiler yerine) işlevlerinin de uygulamaya konulması sürecini gerçekleştiren pazarlama bileşeni" olarak ifade edilebilir⁹.

Bütünleşik pazarlama iletişimi sürecinde, bir işletmedeki tüm iletişim faaliyetleri eşgüdömsel olarak sağlanmaktadır. Bütünleşik pazarlama iletişimi yaklaşımı ile tüm pazarlama çabaları hedef kitleye tek bir ses, bütünleştirilmiş tek bir mesaj ve tek bir imaj ile ulaştırılmaktadır. Bozkurt¹⁰ bütünleşik pazarlama iletişimini; "tüketiciyi satın almaya doğru davranışsal olarak harekete geçiren ve müşteri sadakati sağlayan, muhtemel ve mevcut tüketicilerin maruz bırakıldığı tüm mal ve hizmetler hakkında bilgi kaynaklarını yönetme ve yürütme süreci" şeklinde tanımlamaktadır.

Bütünleşik pazarlama iletişimi, işletmelerin yüzleşmek zorunda kaldıkları rekabet mücadeleleri dikkate alındığında, hem marka yöneticileri hem de ajanslar için pazarlama stratejilerini inşa etmek ve sürdürmek, aynı zamanda rekabeti ve büyüme fırsatlarını belirlemek ve bunlara hızlı tepki verebilmek, dolayısıyla örgötsel amaçlara ulaşmak için hayati önem arz etmektedir. Ayrıca bütünleşik pazarlama iletişimi, müşteri tepkilerini

⁷ Bozkurt, İ. (2005) *Bütünleşik Pazarlama İletişimi* (3. Baskı). Mediacat Yayınları, İstanbul.

⁸ Duncan, T. (2005) *Principles of Advertising & IMC* (Second Edition), McGraw Hill-Irwin, New York.

⁹ Schultz, D. E., Tannenbaum, S. ve Lauterborn, R. (1993) *Integrated Marketing Communications*. NTC Business Book, Lincolnwood.

¹⁰ Bozkurt, İ. (2014) *İletişim Odaklı Pazarlama*. MediaCat Yayınları, İstanbul.

anlamaya yarayan, müşteri verilerine duyarlı, paydaşların da marka hakkındaki algılarını ve tüm kanalların rolünü anlayan, etkin ve etkili müşteri ve paydaş ilişkilerini destekleyerek bunların sonuçlarını markaya yansıtan, bunun bir sonucu olarak da marka değerini arttıran bir süreçtir¹¹.

Bu süreçte, işletmelerin pazarlama iletişimde başarılı olabilmeleri; hedef kitlelerini çok iyi tanımaları, doğru bilgilendirme yapmaları, satın almanın teşvik edilebilmesi için hedef kitlenin ikna edilmesi ve tüm bunlar için ise hedef kitleye en uygun mesajların gönderilmesiyle mümkün olacaktır. İşletme ve tüketici arasında geliştirilecek ortak mesaj birliği içerisinde sinerjik bir etkileşimin yaratılabilmesi için ise, uygun medya kanalının seçilmesi oldukça önem arz etmektedir.

Günümüzde teknolojik gelişmelerin sağladığı olanaklar ile medya kullanımında yaşanan artış ve dolayısıyla iletişimin kolay ve ucuz bir hale gelmesi, müşterilerin daha bilinçli tercihler yapması için gerekli altyapıyı oluşturmuş, müşterilerin bilinçlenmesi ve taleplerinin çeşitlenmesi, diğer yandan çoğalan mal ve hizmetler, rekabetin küreselleşerek artmasına neden olmuştur. İşletmeler, müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını doğru belirlemek ve analiz etmek, doğru ve zamanında çözüm üretmek ve pazarlama iletişimi unsurlarının dinamiğini çözümlmek için medya iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanmaya başlamışlardır. Böylece, işletmelere müşterileri ile interaktif iletişim olanağı sağlayan çevrimiçi iletişim kanalları oluşmaya başlamış ve bunların kullanımının yaygınlaşması ile sosyal medya araçları işletmelerin müşterileri ile pazarlama iletişimi süreçlerini yürüttükleri birer unsur haline gelmiştir.

3. Sosyal Medya

3.1. Sosyal Medya ve Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya; bazı kaynaklarda web 2.0 olarak da geçmekle birlikte, yeni nesil web teknolojilerinin sağladığı kullanıcı kolaylığı ve hızlı iletişim olanağı ile eş zamanlı bilgi paylaşımlarının gerçekleştiği dijital platformdur¹². Özellikle 2000 yılından itibaren tüm dünyada meydana gelen önemli teknolojik gelişmelerin yarattığı dönüşümsel etkilerle küresel etkileşimi kolay kılabacak yeni hizmetler ve araçlar sayesinde geniş bir yelpazede kullanım olanağı sunmaktadır.

Sosyal medya; “ürünler, markalar, hizmetler, kişilikler ve herhangi bir konu hakkında birbirlerine bilgi vermek amacıyla olan tüketiciler tarafından oluşturulan ve kullanılan online bilginin yeni kaynağının bir çeşididir”¹³. Tüketicilerin birçoğu sosyal medyayı arkadaşları ile karşılıklı iletişime geçmek, çevrelerinde olan güncel olayları takip etmek, diğer insanların görüşlerinden ve düşüncelerinden faydalanmak ve ürünler hakkında bilgi edinmek amacı ile kullanmaktadır. Kişilerarası etkileşimler artık çoğunlukla sosyal medya üzerinden gerçekleşmekte, tüketiciler arasında ürünler hakkındaki fikir ve bilgi akışı sosyal ağlar üzerinde yapılan paylaşımlarla sağlanmaktadır.

Sosyal ağların gelişmesi ve yaygınlaşması, iş birliği ve iletişim alanında işletmeler için de yepyeni bir dünya oluşturmuştur. Özellikle son yıllarda sosyal medya pazarlaması reklam ve marka alanlarında oldukça popüler hale gelmiştir. Pek çok işletme sosyal medya araçlarını

¹¹ Göktaş, B. ve Parıltı, N. (2016) Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Marka İmajına Etkisi. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(3), 923-944.

¹² <http://sosyalmedyakulubu.com.tr>

¹³ Mangold, W.G. ve Faulds, D.J. (2009) *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*. Business Horizons, 52, 357-365.

artık mevcut ve potansiyel tüketicilerine ulaşmakta birer iletişim aracı olarak görmekte, aynı zamanda etkin bir iletişimin ve çift yönlü bir marka ilişkisinin kurulması ve geliştirilmesi için kullanılmaktadır¹⁴. Sosyal ağ çeşitleri ise aşağıdaki gibidir¹⁵¹⁶:

- Sosyal Siteler: MySpace, Facebook, Twitter, Friendster, Hi5, Friendfeed, Formspringa, Xing.
- Fotoğraf Paylaşımı: Flickr, Photobucket, 1x, Deviantart, Photosig, Fotocommunity, Photo, Photodom, Instagram.
- Video Paylaşımı: Youtube, Dailymotion, Google Videos, Yahoo Video, It's On.
- Profesyonel Ağ ve Bloglar: LinkedIn, Ning, Blogger.com, Wordpress, Cnet, TheHuffington Post, BoingBoing, Techcrunch, Kottke.
- Bilgi Paylaşım Ağları: Wikipedia, Wetpaint, PBWiki, Intelipedia.
- İçerik Etiketleme: MERLOT, SLoog.
- Sanal Dünyalar: SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi.

Sosyal ağlar, tüketiciler arasındaki etkileşimi güçlendirdiği kadar pazarlamacılar ve tüketiciler arasındaki etkileşimi de güçlendirmekte ve kolaylaştırmaktadır¹⁷¹⁸.

3.2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Motivasyonlar

Günümüzde sosyal medya iletişimi, geniş kitlelere ulaşmak için kullanılan önemli bir araç olarak görülmeye başlanmıştır. İnsanların, farkında olma, bilgi edinme, kendini ifade etme ve çevrelerinde olan biteni öğrenme arzuları onları sosyal medya araçlarını kullanmaya yöneltmektedir. Sosyal medya, kullanıcılarına bir yandan bilgi aktarırken bir yandan içinde yaşanılan evren ve bu evrene ait imgeler, görüntüler ve paylaşımlar sunmaktadır. Diğer bir deyişle, evreni nasıl algılayacaklarını anlatmaktadır¹⁹. Böylece, bireyleri doğru ya da yanlış bir biçimde yönlendirmektedir.

Sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkisi her geçen gün artmaya devam etmektedir. Sosyal medya, bireyler üzerinde yarattığı etki ile aynı zamanda insan davranışlarını biçimlendiren bir role sahiptir. Toplumda gerçekleşen olayları ve gerçekleri gözler önüne sererken diğer yandan bu olaylar karşısında yaratılan algı ile bireylerin yaşam tarzlarını ve dolayısıyla tüketim alışkanlıklarını da şekillendirmektedir. Bu durum, aynı zamanda birer tüketici olan bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarını ve motivasyonlarını etkilemektedir.

¹⁴ Şahin, E., Çağlayan, V. ve Başer, H.H. (2017) Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Satınalma Davranışına Etkisi: Selçuk Üniversitesi İİBF Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(4), 67-86.

¹⁵ Dawley, L. (2009) *Social Network KnowledgeConstruction:Emerging Virtual World Pedagogy*. On the Horizon, 17(2), 109-121.

¹⁶ Hazar, M. (2011) Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Araştırması. *İletişim ve Kuram Araştırmaları Dergisi*, 32, 151-176.

¹⁷ Akar, E. (2010) Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sanal Ağ Siteleri-Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107-122.

¹⁸ Yıldız, Y. (2014) Tüketici Davranışları Üzerinde Sosyal Medya Etkileri: Apple ve Samsung Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 5-15.

¹⁹ İçirgin, Ö. (2018) Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.

İçirgin²⁰ bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarını 6 temel motivasyon altında değerlendirmiştir;

1. Sosyal Kaçış Motivasyonu,
2. Bilgilenme Motivasyonu,
3. Boş Zamanları Değerlendirme Motivasyonu,
4. Ekonomik Fayda Motivasyonu,
5. Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya Motivasyonu
6. Eğlence Motivasyonu.

Çalışmanın bir sonraki bölümde, pazarlama iletişimde sosyal medya kullanımı konu edilerek tüketicilerin sosyal medya kullanım amaçları ve motivasyonlarını belirlemeye yönelik yapılan uygulamadan elde edilen verilerinin analizine ve bulguların yorumlarına yer verilmiştir.

4. Uygulama

4.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın en temel amacı, tüketicilerin sosyal medya kullanım amaçları ve motivasyonları konu alınarak pazarlama iletişimde sosyal medyanın kullanımını ve etkinliğini incelemektir. Tüketicilerin sosyal medya kullanım sıklıkları, kullanım amaçları, kullanım şekilleri, sosyal medya hakkındaki değerlendirmeleri, sosyal medya paylaşımlarının günlük hayatlarına yansıma düzeyleri ve içerikler hakkındaki yorumlarını ortaya koymak da çalışmanın bir diğer amacıdır.

4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem

Bu çalışma, Ocak 2019-Şubat 2019 döneminde Ankara'da gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, internet kullanım oranlarının oldukça yüksek olması nedeniyle, 18-34 yaş grubu olarak tanımlanan Genç Yetişkinler segmentindeki tüketiciler tercih edilmiştir. Ajans Press'in Gençlik ve Spor Bakanlığı Eğitim, Kültür ve Araştırma Genel Müdürlüğü verilerinden elde ettiği bilgilere göre, Genç yetişkinler segmentindeki tüketiciler günde ortalama 7 saatlerini bilgisayar başında geçirmekte ve bu sürenin ortalama 3 saatini sosyal medya platformlarında harcamaktadırlar.

Çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan maksimum çeşitlilik örneklemesinden yararlanılmıştır. Maksimum çeşitlilik örneklemesinde amaç az sayıda bir örneklem oluşturmak ve bu örneklemede araştırma konusuna uygun olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtabilmektir²¹. Bu sayede, çeşitlilik gösteren durumlar arasında ne tür benzerliklerin veya farklılıkların mevcut olduğu belirlenebilmektedir²².

Bu bağlamda tüketicilerin sosyal medya kullanım amaçları ve motivasyonları konu alınarak pazarlama iletişimde sosyal medyanın kullanımını incelemek amacıyla Türkiye Araştırmalar Derneği (TÜAD) tarafından oluşturulan Türkiye Hane Halkı Sosyal ve Ekonomik Statü (SES) 2012 tablosundan yararlanılarak, 5 farklı gelir grubu (A, B, C, D, E) ile odak grup çalışması yapılmıştır. A ve B gruplarından 6'şar kişi, C grubunun geneli temsil edebilirliği yüksek olmasından dolayı 12 kişi, geneli temsil edebilirliği düşük olduğundan

²⁰ İçirgin, Ö. (2018) Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.

²¹ Ventura, K (2013) Marka Kaçınması: Beyaz Eşya Markalarına Yönelik Kalitatif Bir Uygulama. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 32 ,Sayı 1, 53-76.

²² Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Güncelleştirilmiş Geliştirilmiş 5. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

dolayı da D ve E gruplarından toplamda 6 kişi seçilmiştir. Bu bağlamda odak grup görüşmelerine 15 kadın 15 erkek olmak üzere toplam 30 kişi dâhil edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Kısıtları

Keşifsel araştırma modeli kullanılan bu çalışmanın en önemli kısıtı, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan odak grup görüşmelerinin seçilmiş olması ve belirli özelliklere sahip katılımcılarla çalışmanın gerçekleştirilmiş olmasıdır. Odak grup çalışmalarının tercih edilmesinin nedeni, tüketicilerin sosyal medya kullanım amaçları konu alınarak pazarlama iletişimde sosyal medyanın kullanımını belirlemek amacıyla ayrıntılı görüşlerinin alınmasıdır. Bir diğer kısıt, amaçlı örnekleme yönteminin seçilmiş olmasıdır. Ayrıca katılımcıların açık uçlu sorulara samimi ve doğru cevaplar verdikleri varsayılmıştır.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Pazarlama iletişimde sosyal medya kullanımlarını dikkate alarak Genç Yetişkinler segmentindeki tüketicilerle, sosyal medya kullanım amaçlarını ve motivasyonlarını belirlemeye yönelik odak grup görüşmeleri yapılmıştır.

Odak grup görüşmelerinde yöneltilen açık uçlu sorular, İçirgin²³ tarafından hazırlanan “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları” isimli yüksek lisans tez çalışmasındaki ölçekten yararlanılarak hazırlanmıştır. Bu bağlamda, öncelikle katılımcıların sosyal medya araçları ve sosyal medyada paylaşılan içerikler hakkındaki değerlendirmelerini almaya yönelik sorular yöneltilmiş ve pazarlama iletişimde sosyal medyanın kullanım oranı ve tüketiciler üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmış, ardından sosyal medya kullanım amaçları ve motivasyonlarını belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiş 6 temel motivasyon altında değerlendirilerek yorumlanmıştır; (1) Sosyal Kaçış Motivasyonu, (2) Bilgilenme Motivasyonu, (3) Boş Zamanları Değerlendirme Motivasyonu, (4) Ekonomik Fayda Motivasyonu, (5) Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya Motivasyonu ve (6) Eğlence Motivasyonu.

Yapılan odak grup görüşmeleri sonucunda elde edilen veriler “betimsel analiz” yöntemi ile analiz edilmiştir. İlk olarak verilerin sistematik bir şekilde düzenlenebilmesi ve sınıflandırılabilmesi amacıyla ana başlıklar belirlenmiştir. Daha sonra, veriler bu başlıklar altında anlamlı ve mantıklı bir şekilde gruplandırılmış ve düzenlenmiştir. Düzenlenen bu veriler tanımlanarak alıntılarla ve literatürle desteklenmiş ve yorumlanmıştır.

Bir sonraki aşamada, araştırmadan elde edilen tüm veriler detaylı şekilde incelenerek, gerekli ve uygun başlıklarla kodlanmış ve en uygun ifadelerle açıklanmaya çalışılmıştır. Bu şekilde katılımcıların düşünceleri arasındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konmaya çalışılmıştır.

5. Bulgular Ve Tartışma

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

5.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan 30 kişinin yarısı erkek, yarısı da kadındır. Araştırmaya katılan en genç katılımcı 18 ve en yaşlı katılımcı 34 yaşındadır. A Grubundan katılan 3 erkek ve 3 kadının tamamı akademisyendir ve yaş ortalaması 29’dur. B Grubundan katılan 3 erkek uzman

²³ İçirgin, Ö. (2018) Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.

pozisyonunda çalışmakta, 3 kadın ise memurdur ve bunların yaş ortalaması 27'dir. C Grubundan katılan 6 erkekten 3'ü teknik eleman, 3'ü öğrenci; 6 kadından 3 tanesi ev hanımı ve 3 tanesi de öğrencidir. Bunların yaş ortalamaları ise 24'tür. D ve E Grubundan katılan 3 kadın temizlikçi, 3 erkek de hizmetlidir. Bunların yaş ortalaması da 28'dir.

5.2. Bulguların Analizi

Araştırmaya katılanların %70'i (21 kişi) günde sosyal medya sitelerine 3-5 saat arasında zaman ayırdıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %20'si günde 1-2 saat, %10'u da günlerinin 6 saatten fazlasını sosyal medyada geçirmektedirler.

Katılımcıların sosyal medyada en çok kullandıkları uygulama Whatsapp'dır. Whatsapp'ı sırasıyla Facebook ve Instagram takip etmektedir. Araştırmaya katılan her katılımcı Whatsapp kullandığını ifade etmiştir.

Katılımcıların %80'i (24 kişi) sosyal medyanın kararlarını etkilediğini, sosyal medyadaki olaylardan etkilendiğini ve sosyal medyadaki içeriklere çoğu zaman yorum yaptığını ifade etmişlerdir. Katılımcılardan sadece 1 kişi sosyal medyada yer alan içeriklere yorum yapmadığını belirtmiştir. Katılımcılarda eğitim ve yaş durumu arttıkça sosyal medyada yer alan içeriklere yorum yapma oranı da artmaktadır.

Kadın katılımcıların %70'i sosyal medyada tanımadığı kişilerden gelen arkadaşlık tekliflerini hemen kabul etmeyip kişiyi araştırdıktan sonra kabul ettiklerini, erkeklerin %60'ı da hemen kabul ettiklerini söylemişlerdir. Kadınlarda yaş ve eğitim düzeyi arttıkça, erkeklerde de yaş ve eğitim düzeyi düştükçe sosyal medya araçları üzerinden iletilen arkadaşlık isteklerini kabul etme oranı artmaktadır.

Katılımcıların tamamı sosyal medya olmazsa olmazım derken yine hepsi sosyal medyadan gönderilen her mesajı okuduğunu söylemiştir. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre sosyal medyadaki takipçileri ile daha fazla iletişimde olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların sosyal medyadaki amaç ve motivasyonlarını belirlemek ve bu motivasyonlardan etkilenme durumlarını ortaya çıkarmak amacıyla sorulan sorular neticesinde şu tespitlere ulaşılmıştır:

- Katılımcıların sosyal medyayı kullanım motivasyonları sırasıyla;
 1. Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya Motivasyonu,
 2. Eğlence Motivasyonu,
 3. Boş Zamanları Değerlendirme Motivasyonu,
 4. Bilgilenme Motivasyonu,
 5. Sosyal Kaçış Motivasyonu,
 6. Ekonomik Fayda Motivasyonudur.

Eğitim seviyesine göre bu sıra değişmemektedir.

- Katılımcıların sosyal medyayı tercih etmelerinin başlıca nedeni, tanıdıkları kimselerle ve aile fertleri ile iletişimde bulunmak olmuştur (Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya Motivasyonu). Kadınlarda bu oran erkeklere göre daha fazladır. Bunu kadınlarda sırasıyla, "oyun oynamak"(Eğlence Motivasyonu), "ilginç şeyler bulmak"(Boş Zamanları Değerlendirme Motivasyonu) ve "güvenilir haber kaynağına başvurmak"(bilgi edinme motivasyonu); erkekler de ise; "başkalarına görüş bildirmek"(sosyal etkileşim ve sosyal medya motivasyonu), "oyun

oynamak” (eğlence motivasyonu) ve “bir gruba ait olma duygusunu hissetmek”(sosyal kaçış motivasyonu) takip etmektedir.

- Eğitim ve yaş arttıkça göreceli olarak sosyal medyadan “bilgilenme motivasyonu” artmakta iken, “ekonomik fayda motivasyonu” düşmektedir. Erkeklerin “ekonomik fayda motivasyonu” kadınlara göre daha fazladır.
- Kadınlar erkeklere göre sosyal medyadan alışveriş yapmayı daha çok tercih etmektedir. Eğitim durumu arttıkça sosyal medyadan alışveriş yapma oranı artış göstermektedir.
- Sosyal medya erkeklerde ev, okul ve arkadaş çevresindeki dertleri unutturmada (sosyal kaçış motivasyonu) kadınlara göre daha etkilidir. Ayrıca erkekler kadınlara göre daha çok sosyal medyanın kendisini başka bir dünyaya götürdüğünü (sosyal kaçış motivasyonu) belirtmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma bulguları, günümüzde sosyal medya kullanımının hayatımızda ne denli geniş bir yer kapladığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların %70’inin günde 3 ile 5 saat arasında vakitlerini sosyal medyada geçiriyor olmaları, %10’unun günde 6 saatten fazla sosyal medyada vakit geçirmeleri ve %20’sinin ise 1-2 saatlerini sosyal medyada vakit geçirmeye ayırmaları bunun göstergesidir. Sosyal medya kullanımının bu denli artmış olması, mevcut ve potansiyel müşterileri ile karşılıklı interaktif iletişim kurmak isteyen işletmeler açısından da oldukça yenilikçi bir iletişim kanalı alternatifi olarak sosyal medyanın pazarlama iletişimde kullanılmasına olanak sağlamıştır. Sosyal medyanın sağladığı interaktif ve hızlı iletişim avantajlarının yanı sıra geniş kitlelere düşük maliyetlerle ulaşma olanağı sağlaması, küresel rekabette ayakta kalmak isteyen işletmeler açısından pazarlama iletişimi faaliyetlerinde sosyal medyayı olmazsa olmaz bir konuma getirmiştir.

Çalışmadan elde edilen bulgulardan bir diğerinde katılımcıların %80’inin sosyal medyada yapılan paylaşımlara yorum yaptıklarını ve bu paylaşımlardan etkilendiklerini dolayısıyla içeriklerin verdikleri çeşitli kararlar üzerinde oldukça etkili olduğunu belirtmeleri ve katılımcıların tamamının sosyal medyayı olmazsa olmazları olarak ifade etmeleri de bu sonucu desteklemektedir.

Sosyal medyada en çok kullanılan iletişim aracı Whatsapp olmaktadır. Bunu sırası ile Facebook ve Instagram takip etmektedir. Bu da sosyal medyada yerini almak isteyen işletmelerin sosyal medya araçlarından hangilerini seçmeleri gerektiği konusunda alacakları kararlar için yol gösterici olacaktır.

Eğitim düzeyi ve yaş arttıkça “Bilgilenme Motivasyonu” artmakta, “Ekonomik Fayda Motivasyonu” ise düşmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyi ve yaş arttıkça sosyal medyada paylaşılan içeriklere daha fazla yorum yapmaları, “Bilgilenme Motivasyonundaki” artışı desteklemektedir.

Kadınların %70’i tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerini kabul etmeyip bu kişileri araştırma yoluna giderken erkeklerin %60’ının bu istekleri hemen kabul ettiklerini ifade etmeleri, erkeklerin “Sosyal Kaçış Motivasyonlarının” kadınlara oranla daha fazla çıkmasını açıklamaktadır. Buna göre, erkeklerin sosyal medya kullanım motivasyonlarının kadınlara oranla daha çok heyecan arayışı, duygu paylaşımları ile kendini daha iyi ve özgür hissetmek ve içinde bulunduğu durumdan uzaklaşmak olduğu söylenebilir. Kadınlarda yaş ve eğitim düzeyi arttıkça, erkeklerde ise yaş ve eğitim düzeyi düştükçe tanımadıkları insanlardan gelen arkadaşlık tekliflerini kabul etme oranlarının artıyor olması da bu sonucu

desteklemektedir. Aynı zamanda erkek katılımcılar sosyal medya kullanım amaçlarını dertlerini unutmak ve kendilerini başka bir dünyadaymış gibi hissetmek şeklinde ifade etmişlerdir. “Sosyal Kaçış Motivasyonu” altında ele alınan bu ifadeler, sosyal medya üzerinde özellikle erkek tüketicilere ulaşmak isteyen işletmeler açısından yol gösterici olacaktır. Erkeklerin kadınlara oranla, takipçileri ile daha fazla iletişime geçiyor olmaları da özellikle erkek tüketiciler açısından sosyal medyayı iyi bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların sosyal medyayı kullanmalarının başlıca amacı “Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya Motivasyonu” ile açıklanmaktadır. Bu oran kadınlarda erkeklere göre daha yüksek çıkmıştır. Sosyal medya kullanım amaçları sırası ile “Eğlence Motivasyonu”, “Boş Zamanları Değerlendirme Motivasyonu”, “Bilgilenme Motivasyonu”, “Sosyal Kaçış Motivasyonu” ve son olarak “Ekonomik Fayda Motivasyonu” olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya kullanım oranının bu denli fazla olmasının yanında, “Ekonomik Fayda Motivasyonunun” son sırada yer alması, işletmeler açısından sosyal medya kullanımının pazarlama faaliyetleri açısından henüz doyum noktasına gelmediğinin, dolayısı ile avantajlarla dolu yeni bir iletişim kanalı olarak değerlendirilebileceğinin bir göstergesidir. Aynı zamanda “Ekonomik Fayda Motivasyonunun” erkeklerde daha yüksek çıkmasının yanında kadınların sosyal medya üzerinden daha fazla alışveriş yapıyor olmaları, erkeklerin sosyal medyayı daha çok, ürünler ve fiyatları hakkında araştırma yapmak ve bilgi edinmek, aynı zamanda indirim dönemlerinin takibi gibi amaçlarla kullanıldığını ortaya koymaktadır. Dolayısı ile, pazarlama iletişimi faaliyetlerinde sosyal medyayı tercih eden işletmelerin, erkek tüketicileri satın almaya yöneltecek uygulamalar yapmaları yerinde olacaktır.

Eğitim düzeyi arttıkça katılımcıların sosyal medya üzerinden alışveriş yapma oranları da artmaktadır. İşletmelerin sosyal medya üzerinden uygulayacakları pazarlama faaliyetlerini planlarken buna göre stratejiler belirlemeleri rekabet avantajı sağlamaları açısından faydalı olacaktır.

Çalışmanın 18-34 yaş aralığında bulunan Genç Yetişkinler segmentindeki katılımcılar ile sınırlı olarak uygulanmış olması, ayrıca katılımcıların amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ile seçilmiş olması çalışma bulgularının genellenebilirliği açısından kısıtlar oluşturmaktadır. Bu nedenle, gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalarda tesadüfi örnekleme yöntemlerinin tercih edilmesi ve daha geniş kullanıcı kitlesinin araştırmaya dâhil edilmesi faydalı olacaktır. Aynı zamanda değişken tüketici tercihleri söz konusu olduğundan aynı ya da benzer çalışmaların farklı zaman aralıkları ile yapıp sonuçların karşılaştırılması gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2010) Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sanal Ağ Siteleri-Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107-122.
- Bozkurt, İ. (2005) *Bütünleşik Pazarlama İletişimi* (3. Baskı). Mediacat Yayınları, İstanbul.
- Bozkurt, İ. (2014) *İletişim Odaklı Pazarlama*. MediaCat Yayınları, İstanbul.
- Dawley, L. (2009) *Social Network KnowledgeConstruction:Emerging Virtual World Pedagogy*. On the Horizon, 17(2), 109-121.
- Duncan, T. (2005) *Principles of Advertising & IMC* (Second Edition), McGraw Hill-Irwin, New York.
- Göktaş, B. ve Parıltı, N. (2016) Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Marka İmajına Etkisi. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(3), 923-944.
- Hazar, M. (2011) Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Araştırması. *İletişim ve Kuram*

Araştırmaları Dergisi, 32, 151-176.

İçirgin, Ö. (2018) Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.

Kotler, P. ve Armstrong, G. (2010) *Principles of Marketing*, Pearson Education, New Jersey.

Mangold, W.G. ve Faulds, D.J. (2009) *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*. Business Horizons, 52, 357-365.

Oluç, M. (1989) Satış Tutundurma ve Satış Özendirme-Sales Promotion. *Pazarlama Dünyası*, 3(18), 1-7.

Sarıtaş, A., Korkmaz, İ. ve Tunca, M.Z. (2017) Pazarlama İletişiminde İnovatif Bir Kanal Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Economic and Administrative Studies* (22.UPK Ahmet Hamdi İslamoğlu Özel Sayısı), 1307-9832.

Schultz, D. E., Tannenbaum, S. ve Lauterborn, R. (1993) *Integrated Marketing Communications*. NTC Business Book, Lincolnwood.

Shannon, J.R., (1996) The New Promotions Mix: A Proposed Paradigm, Process and Application. *Journal of Marketing-Theory and Practice*, Winter 1996, pp. 56-68.

Şahin, E., Çağlıyan, V. ve Başer, H.H. (2017) Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Satınalma Davranışına Etkisi: Selçuk Üniversitesi İİBF Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(4), 67-86.

Ventura, K (2013) Marka Kaçınması: Beyaz Eşya Markalarına Yönelik Kalitatif Bir Uygulama. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 32 ,Sayı 1, 53-76.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Güncelleştirilmiş Geliştirilmiş 5. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yıldız, Y. (2014) Tüketici Davranışları Üzerinde Sosyal Medya Etkileri: Apple ve Samsung Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 5-15.

İNTERNET KAYNAKLARI

<http://sosyalmedyakulubu.com.tr>

**AB DENETİM REFORMU ÇERÇEVESİNDE ZORUNLU ROTASYON; ÜYE
ÜLKELERİN ROTASYON UYGULAMALARI¹**
**MANDATORY ROTATION WITHIN THE SCOPE OF EU AUDIT REFORM;
MANDATORY ROTATION APPLICATIONS OF MEMBER STATES²**

Neriman YALÇIN

ORCID ID: 0000-0002-2196-4779

Öğr. Gör. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, nerimanyalcin@osmaniye.edu.tr

ÖZET

Yirmi birinci yüzyılın başlarında ortaya çıkmaya başlayan finansal skandallar, bağımsız denetim faaliyetlerine ve bağımsız denetimi kalitesine duyulan güvenin sarsılmasına neden olmuştur. Söz konusu güvenin yeniden sağlanması ve sürdürülebilmesi amacıyla 2002 yılında ABD’de Sarbanes Oxley Yasası (SOX) ve 2006 yılından itibaren Avrupa Birliği’nde başlatılan mevzuat çalışmaları ile bağımsız denetim fonksiyonunun yerine getirilmesinde birtakım önlemler alınmaya başlanmıştır. Avrupa Komisyonu tarafından yaşanan finansal krizlerin tekrar etmemesi amacıyla 2010 yılında yayınlanan “Green Paper”; bağımsız denetim kalitesi hakkındaki tartışmaları yeniden başlatmıştır. 2011 yılından başlayarak üç yıl süren mevzuat çalışmaları sonucunda; 17 Haziran 2014’te, 537/2014 sayılı yönetmelik kabul edilerek denetimde ortak mevzuata sahip bir Avrupa oluşturmaya çalışılmıştır. Söz konusu yönetmelik ile denetim kalitesinin sağlanması amacıyla çeşitli tedbirler ele alınmıştır. Hem SOX ile hem de AB düzenlemeleri ile bağımsız denetim kalitesini sağlamak ve sürdürmek amacıyla önerilen tedbirlerden en dikkat çeken ve tartışmalara neden olanı “bağımsız denetimde zorunlu rotasyon” olmuştur. AB, ortak zorunlu rotasyon uygulaması için üye ülkelere 17 Haziran 2016’yı takip eden mali yıla kadar geçiş süresi tanıdığı olup, bu zaman zarfında söz konusu ülkelerde rotasyon hakkında tartışmalar ve uygulama farklılıkları yaşanmıştır.

Bu çalışmanın amacı; AB’de 2016 yılından itibaren uygulanmaya başlanan zorunlu rotasyonun, üye ülkelerin mevzuatlarında nasıl yer aldıklarını ortaya koymak ve literatürde AB üyesi ülkelere zorunlu rotasyon hakkında gerçekleştirilmiş araştırmaların sonuçlarını özet halinde sunmaktır. Bu amaçla 28 üye ülkenin zorunlu rotasyon düzenlemeleri ve akademik çalışmalar incelenerek AB’nin zorunlu rotasyon uygulamasındaki mevcut ve güncel durumu ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: AB Denetim Reformu, Bağımsız Denetim Kalitesi, Zorunlu Denetim, Firması Rotasyonu, Zorunlu Denetçi Rotasyonu.

ABSTRACT

Financial scandals that emerged in the early part of the twenty-first century caused to be lost the confidence in independent audit activities and quality of the independent audit. A number of precautions have been taken in conducting independent audit function by legislation works

¹Bu makale, Doç. Dr. Alpaslan YAŞAR danışmanlığında hazırlanan “Zorunlu Denetim Firması Rotasyonunun Bağımsız Denetim Kalitesine Etkisi: Borsa İstanbul’da Bir Uygulama” başlıklı Doktora Tezinden faydalanılarak hazırlanmış ayrıca 8-10 Mart 2019 tarihleri arasında Adana ilinde gerçekleştirilen “3.Uluslararası İKSAD Sosyal Bilimler Kongresi”nde bildiri olarak sunulmuş ve eleştirilere uygun olarak geliştirilmiştir.

²This paper was prepared by benefiting from doctoral thesis called ‘The Effect of Mandatory Audit Firm Rotation on Independent Audit Quality: An Application in Istanbul Stock Exchange’ that was written under the counseling of Assist. Prof. Alpaslan YAŞAR. Moreover, related paper was submitted as a declaration in ‘3rd International IKSAD Social Sciences Congress’ in Adana Province in March 8-10, 2019. It was also developed based on critiques.

in the European Community as from 2006 and Sarbanes Oxley Act (SOX) in the USA in 2002 to reinstate and sustain the trust in question. “Green Paper” that was published in 2010 because of avoiding repetition of financial crises of the European Commission started discussions about independent audit quality again. It was endeavored to establish a Europe with common legislation in an audit by accepting June 17, 2014, dated and 537/2014 numbered legislation at the end of three-years regulation works as from 2011. Several measures have been considered by related regulation to provide independent audit quality. “Mandatory rotation in independent audit” is the most remarkable and contradictive measure suggested to provide and sustain independent audit quality by both SOX and EU arrangements. Transition time was given to member countries to the financial year following June 17, 2016, for common mandatory rotation application; there were observed arguments and application differences about rotation in member countries in question.

The goal of this study was to reveal how mandatory rotation that started as from 2016 takes place in regulations of member countries besides submitting the results of studies about mandatory rotation in EU member countries. For that purpose, the current situation in mandatory rotation application of EU was shown by reviewing academic studies and mandatory rotation arrangements of 28 member countries.

Keywords: EU Audit Reform, Independent Audit Quality, Mandatory Audit Firm Rotation, Mandatory Audit Rotation.

1. Giriş

Küresel çapta ekonomik etkileri olan Enron, Parmalat, Xerox gibi finansal skandallar, bağımsız denetim firmalarına duyulan güvenin sarsılmasına neden olmuştur. Özellikle Enron vakası, denetim pazarında önemli bir kırılma gerçekleştirmiştir. Hem denetim firması (Arthur Anderson) hem de denetlenen işletmenin (Enron) iflası ile sonuçlanan bu finansal skandalın ardından, 2002 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde Sarbanes Oxley Yasası (SOX); denetçi bağımsızlığı ve denetim kalitesinin sağlanması, korunması ve sürdürülebilmesi amacıyla bir dizi önlemler sunarak yürürlüğe girmiştir.

Avrupa’da Enron benzeri finansal skandalların (Parmalat, Tyco Inc., Com Road, Vivendi gibi) ortaya çıkmaya başlamasıyla birlikte, ABD’nin ardından SOX benzeri önlemler alınması amacıyla Avrupa Birliği (AB) tarafından 2006/43/EC sayılı direktif hazırlanmış olup, söz konusu direktif başta denetimde kamu gözetimi olmak üzere, denetçi bağımsızlığı, kalite güvence sistemi, uluslararası denetim standartlarına uyum gibi konu başlıklarına dikkat çekmekle birlikte finansal sistemin dengelenmesi için acil ihtiyaçlara odaklanmıştır (Green Paper, 2010, 3). Yaşanan finansal skandalların tekrar etmemesi amacıyla üye ülkelere acil tedbirler ortaya koymaya çalışan söz konusu direktif; 2010 yılında Avrupa Komisyonu tarafından denetçi bağımsızlığının ve dolayısıyla denetim kalitesinin sağlanması açısından yeterli tedbirleri içermediği gerekçesi ile “Green Paper, Audit Policy: Lessons from the Crisis” isimli rapor ile tekrar gündeme gelmiştir. Söz konusu *rapor*, hem mali tabloların denetimlerinin hem de denetçi raporlarının "amaca uygun" olmasını sağlamak için yapılması gerekenler hakkında kapsamlı bir tartışmaya duyulan ihtiyacı ortaya koymuş olup; denetçi ücreti ve atanması, denetim dışı hizmetler, ücret yapısı, finansal tabloların yayınlanması, sahiplik ve ortaklık modellerinin yeniden değerlendirilmesi, topluluk denetimleri ve zorunlu rotasyon konularında öneriler ortaya koymuştur. Bu raporun ardından Avrupa Komisyonu tarafından üç yıl sürecek yeni bir denetim reformu hazırlama süreci başlatılmıştır.

Komisyon tarafından çalışmaları tamamlanan 2014/56/EU sayılı direktif, Avrupa Parlamentosunun Nisan 2014'te kabulü ile 17 Haziran 2014³ tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir (2014/56/EU). Direktif ile birlikte (EU) No 537/2014 sayılı tüzük, aynı tarihte kabul edilerek yürürlüğe girmiş olup her iki düzenleme ile; tek bir Avrupa Pazarı, pazarda denetim fonksiyonunun yerine getirilmesi, denetim piyasalarında güven ortamının sağlanması ve yatırımcıların korunması amaçlanmıştır.

Direktif, denetim kalitesinin artırılması, şeffaflık, zorunlu denetim firması rotasyonu, denetim dışı bazı hizmetlerin yasaklanması, denetimin denetlenmesi, uluslararası denetim standartlarına uyum, kalite güvence sistemi, soruşturma ve yaptırımlar, kamu gözetimi ve denetim komiteleri gibi konularda yenilikler getirmiştir (Doğan, 2016; 6-16). Çıkış noktası finansal skandallar olan söz konusu Direktif ile özellikle denetçi bağımsızlığının sağlanması, pazarda bulunan küçük denetim firmalarının rekabete dâhil olması, “n_büyükler⁴” olarak anılan denetim firmalarının Avrupa pazarındaki önemlerinin göreceli olarak azaltılması ve işletmelerin on yıllarca aynı denetim firmasının gözetiminde olmasının önüne geçilmesi amacıyla denetim firmaları nezdinde zorunlu rotasyon uygulaması düzenlenmiştir (Directive 2014/537, Article 17, Duration of the Audit Engagement). Direktifte ayrıca, denetçinin firma değiştirerek aynı işletmeyi denetlemesinin önüne geçmek için, denetçi rotasyonunun da firma rotasyonu ile birlikte izlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Denetim reformunun dikkat çeken yeniliklerinden biri olan zorunlu denetim firması rotasyonu, uygulanmaya geçilmesi, uygulanış biçimi, kapsadığı işletmeler, getireceği ek maliyetler, avantaj ve dezavantajları gibi birçok yönden tartışmalara neden olmuştur. Ancak tüm tartışmalara rağmen zorunlu rotasyon üye ülkelerde çeşitli uygulama alanları bulmuştur.

Bu çalışmanın amacı Avrupa Komisyonu tarafından denetçi bağımsızlığının sağlanmasında bir önlem olarak önerilen “zorunlu denetim firması rotasyonu”nun, AB üyesi ülkelerdeki uygulanış biçimini ortaya koymak ve üye ülkelerde gerçekleştirilmiş akademik çalışmalar kapsamında yürütülen tartışmaların özetlemektir. Bu çerçevede, çalışmanın ikinci kısmında zorunlu rotasyon hakkında ilgili literatür özetlenmiş olup, üçüncü bölümde AB denetim reformu öncesi ve sonrasında zorunlu rotasyon hakkındaki düzenlemeler ve uygulamalar açıklanmıştır. Dördüncü bölümde AB üyesi ülkelerde zorunlu rotasyon uygulamaları tablo halinde sunulmuş olup son bölümde sonuç ve değerlendirme ile çalışma tamamlanmıştır.

2. Bağımsız Denetimde Zorunlu Rotasyon Hakkında Literatür Araştırması

Finansal skandalların etkisiyle denetçi bağımsızlığı ve denetim kalitesi konularındaki endişelerin arttırması, devletleri ve düzenleyici kuruluşları bu endişeleri gidermek üzere birtakım önlemler almaya zorunlu kılmıştır. Büyük finansal skandallara ev sahipliği yapan ABD, bu skandalların tekrar etmesini önlemek amacıyla, 2002 yılında SOX Yasasını hayata geçirmiştir. Yasanın ana başlıklarından ikincisi, *denetçi bağımsızlığının* sağlanması için gerekli önlemleri kapsamakta olup; denetçi bağımsızlığının sağlanması ve sürdürülmesi amacıyla rotasyon kuralını getirmiştir (SOX Act, Title 2, Sec. 203, Library of Congress, 2002). Rotasyon kuralı, SOX Yasasının 207. Maddesinde; “*Bağımsız denetçinin denetim yaptığı şirkete belirli bir sürenin üzerinde denetim yapmasına sınırlama getirilmesidir.*”

³ 2014/56/EU, Article 2, Transposition, md.1.: 17 Haziran 2016'ya kadar, Üye Devletler bu Direktife uymak için gerekli önlemleri kabul edip yayınlacaklardır. Devletler bu tedbirleri 17 Haziran 2016 tarihinden itibaren uygulayacaktır.

⁴ 1989 yılına kadar büyük sekiz olarak bilinen denetim şirketleri, Big_8: Arthur Andersen, Arthur Young, Deloitte Haskins and Sells, Ernst & Whinney, Peat Marwick Mitchell, Price Waterhouse, Touche Ross, Coopers & Lybrand. Günümüzde bu işletmeler Big_4 olarak anılan; PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young, Deloitte, KPMG denetim firmalarından oluşmaktadır.

şeklinde tanımlanmaktadır. AB’de ise aynı amaçla Avrupa Komisyonu tarafından (EU) No 537/2014 sayılı yönetmeliğin 17. bölümünde denetim anlaşmalarının en az ve en fazla kaç yıl için yapılabileceği, kilit denetim ortaklarının en fazla kaç yıl aynı işletmenin denetiminde görev alabileceği düzenlenmiştir.

ABD ve AB’nin yasal mevzuatlarında yer almasına rağmen, rotasyonun beklenen etkiyi gösterip gösteremeyeceğine dair yapılan tartışmalar, rotasyonun denetçi düzeyinde mi yoksa denetim firması düzeyinde mi gerçekleştirilmesi gerektiği konusunda yoğunlaşmaktadır. SOX, 203. maddesinde öncelikli olarak denetçi rotasyonunu işaret ederken; AB Yönetmeliği, denetim firması ile birlikte kilit denetim ortağının da periyodik olarak değiştirilmesini uygun bulmaktadır. Bazı ülke uygulamalarında bağımsız denetim raporlarında denetçi imzasının bulunmaması; sorumlu ortak başdenetçi değişse dahi denetim işini fiilen yürüten denetim ekibinin değişmemesi; denetim ücretinin gerçekte yine aynı denetim firmasının toplam gelirleri içinde yer alacak olması gibi nedenlerle rotasyon kavramı hem denetçi rotasyonu hem de denetim firması rotasyonunu kapsayan bir kavrama dönüşmüştür. Birlik ülkelerinde 2016 yılından önce yaygın olarak sorumlu ortak başdenetçi rotasyonunun uygulandığı gözlenmekle birlikte, denetim firması rotasyonunu ancak 2010 yılında tartışmaya açtıkları görülmektedir. 2016 yılından itibaren (EU) No 537/2014 sayılı yönetmelik ile AB ülkelerinde sorumlu ortak başdenetçi rotasyonu ile denetim firması rotasyonunun birlikte uygulandığı görülmektedir.

Literatürde, bağımsız denetim faaliyetlerinde yasal düzenlemelerle belirtilen süre sonunda, denetim faaliyetini yürüten sorumlu ortak başdenetçinin değiştirilmesine *zorunlu sorumlu ortak başdenetçi rotasyonu*; bir işletmenin aynı denetim firması tarafından uzun süren yıllar boyunca denetlenmesinin önlenmesi amacıyla yasal düzenlemeler yoluyla *zorunlu* olarak denetim firması değişikliği yaptırılmasına ise *zorunlu denetim firması rotasyonu* denilmektedir. Rotasyonun iki düzeyinden biri olan denetçi rotasyonu, denetim firması rotasyonuna nazaran daha az maliyetli olması nedeniyle işletmeler açısından daha çok tercih edilmektedir. Denetçi rotasyonu kavramı 1930’lu yılların sonlarına doğru ilk önerildiği zaman, denetim mesleği mensupları tarafından, genellikle gereksiz olduğu, müşterilere maliyetli olacağı ve denetimlerin kalitesini düşüreceğini iddiaları ile eleştirilmiştir. 1939 yılında SEC’in rotasyon tavsiyesinden önce McKesson & Robbins duruşmalarında⁵, birkaç seçkin muhasebecinin zorunlu rotasyona karşı konuşması sonucu, denetim maliyetlerinin çok az bir fayda karşılığında artırılabileceği konusunda kalacağı belirtmiştir. 1951’de, Carman Blough⁶, “*bir şirketin denetçilerini kârlı bir şekilde değiştirmesinin tek zamanı, eski firmanın yetkinliğine olan güvenini yitirdiğindedir*” diyerek denetçinin güvenilirliğini yitirmesi halinde değiştirilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. 1960’lı yıllarda, muhasebecilik dergisi editörleri ve bazı denetim firması yöneticileri denetçi değişikliklerine karşı çıkan argümanlar öne sürerlerken, denetçi rotasyonunu destekleyenler ise denetimlerin halkın yararından çok şirket yönetimlerinin yararına yapıldığını (sosyal sorumluluk ilkesinin yerine getirilmediği), bu nedenle periyodik denetçi değişikliklerinin gerekli olduğunu savunmuşlardır (Hoyle, 1978; 70).

ABD’de, 1976 yılında, SEC tarafından sorumlu ortak başdenetçilerin yedi yıllık süreler sonunda değiştirilmesi düzenlemesi ile denetçi rotasyonu uygulamasının ilk örneği ortaya

⁵ 1930’lu yıllarda SEC’in denetimleri sırasında ortaya çıkan ilk muhasebe skandalının görüldüğü davalardır. İncelemeler sonucunda bu firmanın varlıklarının %20’sinin hayali olduğu ve sahte belgeler ile yapılan finansal işlemler bulunduğu tespit edilmiştir.

⁶ 1895 doğumlu Muhasebeci, ilk SEC Başkanı (1935-1938), 1944-61 yılları arasında AICPA Başkanlığı yapmış, muhasebe mesleği önderlerindendir.

çıkmiştir (Carey ve Simnett, 2006; 655). Bu rotasyon düzeyine eleştiriler aynı yıl yayımlanan Metcalf raporu ile tartışılırken, 1978 yılında Cohen Raporunda; denetim firmalarının zorunlu rotasyonunun maliyetinin yüksek olduğu ve mali tablo kullanıcılarının rotasyondan elde edeceği faydaların, devam eden bir ilişkiden kaynaklanan faydaların kaybedilmesiyle dengeleneceği gerekçesi ile denetim firması rotasyonunun tercih edilmemesi gerektiği ifade edilmiştir (Nashwa, 2004; 23). Son üç yılın sorumlu ortak başdenetçisinin değiştirilmesi halinde denetim firması rotasyonundan beklenen etkilerin sağlanabileceği, bu nedenle denetim firması rotasyonların ek maliyetlerine katlanmaya gerek olmayacağı ve hatta denetim komitelerinin etkinliğinin sağlanması ile rotasyona ihtiyaç duyulmayacağı Cohen raporunun tavsiyeleri arasında yer almaktadır (Cohen Raporu, 1978; 109). SOX Yasasına gelinceye kadarki süreçte yaşanan bu tartışmalar, rotasyon hakkında karşı çıkan ve destek veren kişi ve kuruluşların açıklamaları, yaşanan büyük ölçekli finansal skandallarda denetçilerin olumsuz rolleri; denetçi bağımsızlığının sürdürülmesi ve denetim kalitesinin sağlanması bakımından gelecekte yapılacak düzenlemeler için zemin oluşturmıştır.

Denetlenen işletme ile denetçi arasında uzun yıllar devam eden ilişkinin zamanla karşılıklı çıkara dayalı bir hale gelmesi, denetçinin karar verirken bağımsız olma kabiliyetine zarar vermesi, denetçinin güvenilirliğinin zedelenmesi ve denetimin kalitesinin düşmesi ihtimalleri; sermaye piyasasının ilgili taraflarını, düzenleyici kuruluşları ve devletleri bu konuda önlem almaya itmiştir. 1900'lü yılların başlarından itibaren yaşanan finansal skandallar (örneğin: Ponzi Scheme, ABD/1920; Mckesson ve Robins, ABD/ 1937; Reid Murray, Avustralya /1963; Renouf & Judge Corporations Yeni Zelanda 1980'ler; Bank of Credit and Commerce International, İngiltere/ 1991; Bank of Crete, Yunanistan/ 1992; Balsam AG, Almanya/1994⁷) denetçi değişikliğinin gerçek bir ihtiyaç olduğunun sinyallerini vermiştir. SEC Başkanlarından Arthur Levitt, 2000 yılında denetimde denetçi bağımsızlığının sağlanmasının yeterli olmadığını, bunun yanı sıra yatırımcılar ve kamu tarafından denetçinin bağımsızlığına dair algının da sağlanması gerektiğini ifade etmiştir. Bu algının bir kısmını, denetçi ile denetlenen işletme arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC); denetçilerin müşteri iddialarına çok fazla güven duydukları ve rotasyonun bu eğilimi azaltmaya yardımcı olacağı iddialarına karşı görüş olarak, denetçilerin müşterilerin iddialarının doğru olmadığına dair şüphecilikle yaklaşımları için de yine uzun süreli müşteri tanıma sürecine ihtiyaç duyacaklarını ileri sürmüştür. IFAC, bu iddiasını şu ifadelerle açıklamaktadır: *“Uzun vadeli bir ilişkide denetçiler, müşterilerinin iddialarının doğruluğunu veya yanlışlığını değerlendirmede güven kazanırlar, dolayısıyla denetçiler müşterilerinin iddialarının doğru olup olmadıklarını değerlendirirken, bu olasılık için pek çok psikolojik destek bulabilirler. Öte yandan bu iddiaların yanlış olma riskini değerlendirirken de aynı şekilde müşteri tanıma avantajına ihtiyaç duymaktadır. Rotasyon, denetçinin müşterisinin verdiği bilgilerin doğru olmama riskini analiz etmesinin önüne geçme riskini barındırmaktadır.”* (Bowlin vd., 2015; 1373).

Denetçi ile denetlenen arasındaki fazla yakınlık ilişkisini sınırlaması beklenen zorunlu rotasyon uygulamalarında ana amaç, denetçi bağımsızlığını teminat altına almaktır. Denetim firması rotasyonu bu amacın gerçekleştirilebilmesinde, denetçi rotasyonuna göre bazı avantaj ve dezavantajlara sahiptir. Denetim firması rotasyonu ile sadece sorumlu ortak başdenetçinin değil, denetim ekibinin de değişmesi sağlanarak ve denetim ücretlerinden fayda sağlayacak olan denetim firması ile (var ise) karşılıklı çıkar ilişkisinin kesilmesinin sağlanması ve bu yolla

⁷ Finansal raporlama usulsüzlükleri hakkında detaylı bilgi için: Yardımcıoğlu ve Ada, **Kronolojik bir sırayla muhasebe ve finansal raporlamada usulsüzlük ve skandallar**, <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/download/article-file/107769>.

denetçi bağımsızlığının teminat altına alınması denetim firması rotasyonunun başlıca avantajlarından biridir. Amerikan Kamu Şirketleri Muhasebe Gözetim Kurulu (PCOAB), zorunlu denetim firması rotasyonunun avantaj ve dezavantajlarının tartışılması ve değerlendirilmesi amacıyla 16 Ağustos 2011 tarihinde “Concept Release on Auditor Independence and Audit Firm Rotation” isimli bir çalışma ile Amerikan kamuoyu görüşüne başvurmuştur. Amerika Yetkili Kamu Muhasebecileri Enstitüsü (AICPA) ise PCOAB’ın denetim firması rotasyonu hakkındaki çalışmalarına tereddütte yaklaşarak 2011 yılında bir mektup aracılığıyla; *“PCOAB’ın denetçi bağımsızlığını, tarafsızlığını ve mesleki şüpheciliğini artırmaya yönelik hedeflerini desteklediklerini ve bu hususta aynı görüşte olduklarını, ancak bu hedefleri sağlamaya yönelik PCOAB’ın odak noktasının zorunlu denetim firması rotasyonu olarak görünmesinden endişe duyulduğu”* belirtilmiştir. Bu kapsamda PCOAB, denetim firması rotasyonunun denetçi tarafsızlığı ve mesleki şüpheciliğe ilişkin olumsuzlukları gidereceği yönündeki görüşün ispatlanmamış olması, denetim firması rotasyonunun kurumsal bilgiyi, tecrübeyi ve sektörel uzmanlığı sınırlandırması, denetim firması rotasyonunun beklenemeyen maliyetlere neden olabileceği, denetim firması rotasyonunun, denetçi rotasyonuna oranla daha maliyetli bir uygulama olması, denetim başarısızlıklarının denetim anlaşmalarının ilk yıllarında daha sık görüldüğü, SOX ile sorumlulukları artırılan denetim komitelerinin etkinliğinin rotasyon maliyetlerine katlanmaksızın fayda sağladığı, denetim firması rotasyonunun beklenenin aksine denetim kalitesini bozabileceği nedenleriyle tavsiyelerde bulunmuştur (AICPA, 2011).

Zorunlu rotasyon uygulamalarının maliyetleri artırması iddiası ile karşı çıkanlara, zorunlu rotasyon savunucuları tarafından; Enron, Worldcom, Tyco ve Quest gibi skandalların yaklaşık 460 milyar dolar olarak tahmin edilen maliyetlerinin, rotasyonun maliyetlerinin çok üstünde olduğu ifade edilerek karşı kanıt olarak gösterilmiştir (Sakin, 2015; 171). Dolayısıyla, zorunlu denetim firması rotasyonu gerçekleştirildiği taktirde ortaya çıkacak olan ek maliyetler sadece ilgili işletmelerin maliyetlerini artırırken; uzun yıllar aynı denetçi/ denetim firması tarafından denetlenen ve finansal hile ve usulsüzlüklerin tespit edilemediği işletme örneklerinde görüldüğü üzere, ortaya çıkacak olan zararlar ulusal ekonomiyi hatta dünya ekonomisini etkileyebilmektedir. Bu çerçevede zorunlu rotasyon lehinde ve aleyhinde birtakım iddialar tartışılmaya başlanmıştır. Lehte iddialardan başta gelenleri arasında; ekonomik bağımsızlıkta azalış tehdidi (Lennox, 2014, s.96), rotasyon uygulaması ile bir denetçi veya denetim firmasının aynı işletmeyi uzun yıllar boyunca denetlemesinin süre sınırına bağlanmasının denetçi bağımsızlığı ve denetim kalitesinin artmasını sağlayacağı (Hoyle, 1978; 71; Lennox, 2007; 94; Chen vd. 2008; 415-416; Ewelt- Knauer vd., 2013; 6), denetim firmaları arasındaki rekabetin denetim kalitesine olumlu katkı sağlayacağı (Hoyle, 1978; 71; Burke ve Lee, 2015, s.14-15), uzun süre aynı denetim personeli tarafından denetlenmenin yakınlık ve kişisel çıkar ilişkilerine neden olacağı (IESBA, 2013, Lennox, 2007; 94), önceki denetim faaliyetlerinin ve sonuçlarının bir başka denetçi tarafından denetlenmesine imkân sağlanacağı (Hoyle, 1978; 71; Raiborn vd., 2006; 40), müşteri işletmelerin finansal tablolarının rotasyondan sonra yeni gelecek denetçi tarafından yeni bir bakış açısı ile inceleneceği ve denetleneceği (Davis vd., 2009; 519, Hoyle, 1978; 71; Lennox, 2014; 96; Nagy, 2005; 51; Burke ve Lee, 2015, s.14-15), finansal tablo kullanıcılarının rotasyon uygulamasından sonra denetçinin bağımsızlığı konusundaki algılarının daha güçlü ifade edileceği (Raiborn vd., 2006:40; Ewelt- Knauer vd., 2013; 6), denetim firmalarının denetim ücretlerini azaltabileceği ve rekabet düzeylerini artıracığı (Raiborn vd., 2006; 40; Lennox, 2007; 95; Burke ve Lee, 2015; 14-15) sayılabilmektedir.

Rotasyon karşıtları, Milano Menkul Kıymetler Borsasının en değerli 30 şirketinden biri olan İtalyan şirketi Parmalat’ın yaklaşık 10 milyar dolar zararla skandal şekilde iflas ettiğinde;

İtalya’da denetim anlaşmalarının en fazla üçer yıllık sürelerle yapılabildiği ve dokuz yıldan daha fazla aynı denetçi ile anlaşma yapılmasının yasalarla sınırlı tutulduğuna gönderme yaparak, zorunlu rotasyonun denetim kalitesini sağlamakta etkisi olmadığını ileri sürmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Parmalat örneğindeki gibi zorunlu rotasyon uygulamalarının da finansal skandalları engellemekte yetersiz olabileceği ve rotasyonun mutlak yüksek denetim kalitesi ile sonuçlanmayacağı gibi iddialar zorunlu rotasyon karşıtlarının güçlü iddiaları olarak öne sürülmektedir. Bu kapsamda, aleyhte iddiaların başında zorunlu rotasyonun denetim maliyetlerini artıracak gelmekte olup, diğer iddialar arasında; rotasyondan kaynaklanan başlangıç maliyetlerinin ve diğer ek maliyetlerin, beklenen olumlu faydaların üzerinde gerçekleşeceği kaygısı (Ewelt- Knauer vd., 2013; 8), denetim başarısızlığı riskinin artacağı (Ewelt- Knauer vd., 2013; 7), müşteriye özgü bilgi edinmede becerilerin azalacağı (Lennox, 2014; 96), total ördek etkisi: zorunlu rotasyonun gerçekleşeceği yıla yaklaştıkça denetçinin denetim faaliyetleri esnasında göstereceği çabanın azalacağı, gerekli özen ve titizliğin gösterilmeyeceği (Ewelt- Knauer vd., 2013; 8), pazarda yeteri kadar büyük ve tecrübeli denetim firması olmaması nedeniyle rotasyonun fiilen uygulanmasının güç olacağı (Kwon vd., 2010; 7), dava riski ve denetçilerin itibar endişesinin, denetimde rotasyona ihtiyaç duyulmasını engellediği (Davis vd., 2009; 440), rotasyon döneminde bilgi kaybı olacağı (Lennox, 2014; 96) sayılabilmektedir.

İfade edilen bu avantaj ve dezavantajlar birçok akademik çalışmaya konu olmuştur. Önemli düzenleyici kuruluşların (örneğin; AICPA, GAO, PCAOB, AB) ortak bir fikir birliğinde olmaması ve takip eden bölümde görüleceği üzere, dünya ülkelerinde gözlemlenen rotasyon uygulaması farklılıkları araştırmacılar için rotasyon kavramını daha ilgi çekici hale getirmiştir. Denetçi bağımsızlığı, denetim kalitesi, finansal raporlama kalitesi gibi kavramların zorunlu rotasyon uygulamasından nasıl etkileneceğinin çeşitli ülkelerde çeşitli ilgi alanlarından araştırmacılar tarafından incelendiği birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların büyük bir çoğunluğunda rotasyonun denetçi bağımsızlığı üzerine etkileri ile denetim kalitesi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu kısımda, söz konusu akademik çalışmalardan yararlanılarak, zorunlu rotasyonun özellikle de denetim firması düzeyinde zorunlu rotasyonun denetim kalitesi ile ilişkisi üzerinde durulmuştur.

Denetime tabi işletmelerin, denetim firmalarını periyodik olarak değiştirmelerini talep etmek genellikle denetçi bağımsızlığı ve nesnelliğini artırmanın bir yolu olarak önerilmiş olup; bu yolla denetçilerin yönetim baskısına direnecek daha güçlü pozisyona getirilmesi ve denetçinin objektifliğinin korunması amaçlanmıştır (Brody ve Moscove, 1998; 32). Carcello ve Nagy (2004) çalışmasında, denetçinin müşteri işletmeyi gelecekteki gelirlerin kaynağı olarak görmesi ve uzun süreli ilişkiden dolayı oluşan aşırı güven duygusunun denetçinin mesleki şüpheciliğini köreltmesi halinde, uzun süreli denetim ilişkilerinin denetim kalitesini düşüreceği ifade edilmektedir (s.57). Denetim firmaları ve müşterileri arasında sınırsız bir birliktelik sürecine izin veren düzenlemelerin, bağımsızlığa karşı tehdit oluşturdukları ileri sürülmektedir (Moore vd., 2006; Raiborn vd., 2006; Kaplan ve Mauldin, 2008). Bu nedenle, denetim kalitesinin artırmak için zorunlu rotasyon birçok akademik çalışmada önerilmektedir (Mautz ve Sharaf, 1961; Brody ve Moscove, 1998; Turner, 2002; Jackson vd., 2008; Dopuch vd., 2001; Geiger ve Raghunandan, 2002; GAO, 2003; Chi ve Huang, 2005; Carey ve Simmnett, 2006; Lim ve Tan, 2010). Araştırmalar, denetçilerin görev sürelerinin sona ereceğinin farkında olduklarında, bu bilginin bir sonucu olarak raporlamada bağımsızlık derecesinin ve dolayısıyla denetim kalitesinin etkileneceğini göstermiştir (Vanstraelen, 2000). Bu kapsamda seçilmiş bazı çalışmaların denetim kalitesi ile zorunlu rotasyon arasındaki ilişki hakkında araştırma sonuçları özetlenecek olursa;

Mautz ve Sharaf (1961), bağımsız denetçinin bağımsızlığını etkilemek üzere bazı baskı kaynakları olabileceği ve karşılıklı çıkar ilişkilerinin gelişmesine bağlı olarak artan çıkar beklentilerinin denetçi bağımsızlığını bilinçli bir şekilde bozabileceğini ileri sürerek, denetçi objektifliğinin uzun süreli ilişkilerden etkilenebileceği belirtilmiştir. Casterella vd. (2002), denetçi- müşteri görev süresi arttıkça kâr kalitesinin düştüğünü dolayısı ile uzun süreli denetimlerin incelendiği süreçlerde denetim kalitesinin azaldığını tespit etmişlerdir. Johnson vd. (2002), dokuz yıl veya daha uzun süreli denetim firması rotasyonunun denetim kalitesini artırdığını gösteren kanıt bulamamıştır. Chi (2005), zorunlu denetim firması rotasyonunun ekonomik maliyetleri esas alınarak gerçekleştirdiği çalışmada, zorunlu denetim firması rotasyonunun daha yüksek denetim ücretlerine daha yüksek izleme maliyetlerine ve daha düşük raporlama kalitesine neden olduğu sonucuna ulaşmıştır. Arel vd. (2006), zorunlu denetim firması rotasyonunun varlığı halinde, denetim görüşünün genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine aykırı şekilde değiştirilmesi olasılığının azaldığı, dolayısı ile denetim kalitesinin olumlu etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Jackson vd. (2008), denetim firması rotasyonunun gerçek denetim kalitesi üzerinde önemli derecede olumlu etkileri bulunmadığı ancak algılanan denetim kalitesinin artırılmasında olumlu etkileri olduğunun ifade ederek; denetçi- müşteri ilişkisinin süresi uzadıkça denetim kalitesinin mutlaka azalmayacağı ifade etmiştir.

Kim ve Yii (2009), ihtiyari tahakkuklar aracılığıyla denetim kalitesi ile rotasyon ilişkisini araştırdıkları çalışmada, ihtiyari tahakkukların rotasyon ile gelen denetçilerin dönemlerinde daha düşük seviyelerde tespit ettiklerini, bu bulgunun, zorunlu rotasyonun denetim kalitesini olumlu yönde etkilediği şeklinde yorumlanabileceğini ifade etmiştir. Ebimobowei ve Keretu (2011), zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim raporlarının kalitesini ve denetçilerin bağımsızlığını arttırdığını, bununla birlikte denetim maliyetlerinin de arttığını tespit etmiştir. Kwon vd. (2011), araştırmalarında zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim saat ve ücretlerini artırmasına rağmen denetim kalitesinde değişim olmadığı hatta ilk yıllarda hafif bir azalma olduğu tespit etmiştir. Firth vd. (2012), zorunlu rotasyonun her iki düzeyinde yaptıkları araştırmada, zorunlu rotasyonun uygulandığı örneklerde olumlu görüş dışında denetçi görüşü verilmesi ihtimalinin daha yüksek olduğu, dolayısıyla denetim kalitesinin zorunlu rotasyondan olumlu etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Harris ve Whisenant (2012), kâr kalitesindeki artışlarla ölçmeye çalıştıkları denetim kalitesinin zorunlu denetim firması rotasyonundan sonra belirli bir seviye düşüş yaşadığı ancak değişimden sonraki takip eden yıllarda denetim kalitesinin yeniden artmaya başladığı sonucuna ulaşmıştır. Dao ve Pham (2014), uzun süreli denetçilerin, denetim kalitesini etkileyen, nesnel olmayan ve profesyonel şüphecilikten yoksun olabileceğini iddia etmiştir. Kwon vd. (2014), denetim kalitesinin ihtiyari tahakkuklar aracılığıyla ölçtükleri çalışmada, zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim ücretlerinde anlamlı bir artışa neden olurken, denetim kalitesinde anlamlı bir artış gerçekleştirmediği sonucuna ulaşmıştır.

Said ve Khasharmesh (2014), zorunlu denetim firması rotasyonun gerçek denetim kalitesinden çok algılanan denetim kalitesi ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Cameran vd. (2015), zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim ücretleri ve denetim saatleri açısından inceledikleri çalışmada, ücret ve çalışma saatlerindeki artışa karşın denetim kalitesinde artış gözlemlenemediği sonucuna ulaşmıştır. Corbella vd. (2015), dört büyük denetim firması ile diğer denetim firmalarını karşılaştırarak denetim kalitesi ile denetim ücret ve saatleri aracılığıyla denetim kalitesini inceledikleri çalışmada; dört büyükler tarafından gerçekleştirilen denetimler için zorunlu denetim firması rotasyonunun, denetim ücretlerinde anlamlı bir azalmaya neden olduğu görülürken denetim kalitesinde bir değişiklik olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan çalışma sonuçları, dört büyükler dışında kalan firmalarca

denetlenen örnekler için ise denetim ücretlerinde artış gözlemlenirken denetim kalitesinde artış gözlemlenmediğini göstermiştir. Elder vd. (2015), denetim kalitesinin yerel denetçiler örnekleminde zorunlu denetim firması rotasyonu ile olumlu yönde ilişkili olduğu ancak büyük denetim firmaları tarafından denetlenen işletme örneklerinde bu ilişkinin daha az gözlemlendiği sonucuna ulaşmıştır. Kim vd. (2015), işletmelerin sürekliliği hakkında belirsizlik içeren görüş verme olasılığı ve ihtiyari tahakkuklar aracılığıyla denetim kalitesinin ölçütleri çalışmada, zorunlu denetim firması rotasyon uygulanan örneklerin denetim kalitelerinde gönüllü rotasyon uygulanan örneklerle göre artış olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada, denetim kalitesi ile zorunlu denetim firması rotasyonu arasında olumlu yönde ilişki olduğunu kanıtlayan sonuçlara ulaşılmıştır.

Choi vd. (2017), özellikle dört büyük denetim firması tarafından denetlenen örnekler üzerinde yaptıkları araştırmada, denetim sürelerindeki uzunluklar, denetçi birikiminin yok olması gibi değişkenler açısından zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim kalitesinde azalmaya neden olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sharma vd. (2017), zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim ücretleri ve saatleri açısından etkilerinin denetim kalitesi ile ilişkilendirildiği çalışmada, zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim kalitesini artırmadığı daha fazla denetim ücreti daha fazla denetim saatine ve daha uzun raporlama gecikme süresine sebep olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Özetlenen yukarıdaki çalışmalardan görüleceği üzere, zorunlu rotasyonun denetçi bağımsızlığına ve bağımsız denetim kalitesine etkisinin ne yönde olduğunun tek ve kesin bir cevabı bulunmamaktadır. Literatürde yer alan söz konusu çalışmaların; zorunlu rotasyonunun denetim kalitesi ile ilişkisi olmadığını ileri süren çalışmalar, zorunlu rotasyonun denetim kalitesini azaltacağını ileri süren çalışmalar ve zorunlu denetim firması rotasyonunun denetim kalitesini artıracığını ileri süren çalışmalardan teşekkül etmesi ve uygulamalardaki farklılıklar, zorunlu denetim firması rotasyonu hakkında gelecekte de çalışmaların devam edeceği ve tartışmaların süreceğini göstermektedir.

3. Avrupa Birliği Denetim Reformu ve Zorunlu Rotasyon Düzenlemeleri

AB denetim piyasalarını 1984 yılında çıkartılan 84/253/ECC sayılı 8 numaralı Direktif ile yürütmekte iken⁸, 2000'lerin başlarında ortaya çıkmaya başlayan uluslararası finansal skandallar söz konusu düzenlemenin yetersiz olduğunu ortaya koymuştur. AB, ABD'de yayınlan SOX Yasası'nın ardından Birliği kapsayacak, ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara cevap verebilecek yeni düzenlemelere gitmiştir. Bu kapsamda, 2006 yılında 8. Direktif güncellenerek 2006/43/EC sayılı Direktif hazırlanarak 29 Haziran 2006'da yürürlüğe girmiştir. Söz konusu düzenleme ilan edildikten sonra üye ülkelerin yasal mevzuatlarını düzenleyebilmeleri için iki yıllık bir süre tanınmıştır. 8. Direktif'de yer alan önemli düzenlemelerin başında kamu gözetimi kurulu (Public Interest Oversight Board – PIOB) kurulması gelmektedir. PIOB, ABD örneğindeki PCOAB benzeri sorumluluk ve yetkilerle donatılmış olup, aynı görevleri üstlenmiştir. Birlik tarafından, üye ülkelerin kendi ulusal düzenlemelerini kuruluşun ve 8. Direktifin yönergelerine uyumlu olarak dizayn etmeleri istenmiştir. AB'nin 8. Direktifi ile; üye ülkelerin denetim piyasaları incelenerek, yasal denetime ilişkin yetersiz uygulamaların belirlenmesi, eksikliklerin giderilmesi ve yeni aksaklıkların oluşmaması için önlemlerin alınmasına yönelik, etkin soruşturma ve yaptırım sistemleri oluşturulması ve kamu gözetiminin sağlanarak, etkin kamu gözetimi faaliyetlerinin takip edilmesi düzenlenmektedir. Direktif, bağımsız denetimde bir kalite güvence çerçevesi çizerek, halka açık olmayan işletmelerin bağımsız denetimlerini üstlenen bağımsız denetim

⁸ <http://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v1/Mevzuat/GEREKCE.pdf>.

firmaları için en az altı yılda bir, halka açık işletmelerin denetimini üstlenen şirketler için en az üç yılda bir kalite kontrol incelemesi yapılmasını öngörmektedir.

Avrupa Komisyonu, 2010 yılında hem Avrupa'da hem de finansal krizin doğrudan sonrasında başka yerlerde alınan önlemlerin, finansal sistemin dengelenmesi için acil ihtiyaçlara odaklandığı gerekçesi ile; hem mali tabloların denetimlerinin hem de denetçi raporlarının "amaca uygun" olmasını sağlamak için yapılması gerekenler hakkında kapsamlı bir rapor "Green Paper, Audit Policy: Lessons from the Crisis" yayınlamıştır. Bu çerçevede, Komisyon, denetçinin rolü, yönetim ve denetim firmalarının bağımsızlığı, denetçilerin denetimi, denetim pazarının yapılandırılması, zorunlu rotasyon, denetim piyasası yoğunlaşmasının önlenmesi, hükümlerin sağlanması, denetim hizmetleri, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ) ve uygulayıcılar için kuralların basitleştirilmesi ve küresel denetim ağlarının denetimi için uluslararası iş birliği için tek bir pazarın oluşturulması hakkında bir tartışma başlatmıştır. Söz konusu tartışmalar 13 Ekim 2010 ile 8 Aralık 2010 tarihleri arasında sürdürülmüş ve 10 Şubat 2011 tarihinde Brüksel'de düzenlenen bir konferans ile denetçinin rolü, bağımsızlığı ve denetim kalitesi açısından mevzuat çalışmaları başlatılmıştır. Konferansın ardından 30 Kasım 2011 tarihinde yayınlanan bir çalışma raporu⁹; denetçi bağımsızlığının sağlanması, denetim kalitesinin korunması amaçlarıyla, PIE'leri(Kamu yararını ilgilendiren kuruluşlar) denetleyen denetim firmalarının altı yıllık bir rotasyon (ortak denetim halinde 9 yıl) ve dört yıl geçmedikçe aynı denetim firması ile sözleşme yapılamaması, denetçi seçiminde zorunlu ihale yöntemi ve denetim dışı hizmetlerin sınırlandırılmasına ilişkin önlemler yer almıştır (Doğan, 2016; 4). Bu tarihten itibaren yaklaşık üç yıl sürecek mevzuat çalışmaları sonucunda 17 Aralık 2013 tarihinde uzlaşmaya varılmış ve 17 Nisan 2014 tarihinde Avrupa Parlamentosu tarafından 2014/56/EU sayılı direktif ve EU No 537 /2014 sayılı yönetmelik kabul edilerek iki ay sonra 17 Haziran 2014'te yürürlüğe girmiştir. Üye ülkelere ulusal mevzuatlarını, söz konusu direktif ve yönetmelikteki mevzuat hükümlerine uyumlu hale getirmeleri için iki yıllık geçiş süreci (En geç 17 Haziran 2016'yı takip eden mali yıl başlangıcına kadar) tanınmıştır.

Bu çerçevede Avrupa Komisyonu'nun Yeşil Kitap olarak da anılan "Green Paper" raporu ışığında tartışmaya açtığı; denetimin denetlenmesi, denetim kalitesinin artırılması, denetim dışı hizmetler, tek bir Avrupa denetim pazarı, zorunlu denetim firması rotasyonu gibi konular Parlamentonun 2014 yılında 2014/56/EU sayılı direktif ve EU No 537 /2014 sayılı yönetmeliğin yayınlaması ile yasal zorunluluk haline getirilmiştir. 2014/56/EU sayılı direktif; denetim piyasasının tüm AB'nde ortak uygulamalarla yürütülmesi, Birlik düzeyinde daha fazla uyum sağlamak, uygulamaların daha şeffaf ve öngörülebilir olmasını sağlamak ve görevlerini yerine getirirken bağımsızlıklarına ve tarafsızlıklarına duyulan güvenin artırılması açısından kapsamlı bir direktif olarak hazırlanmış olup; denetçiler ile müşterileri arasındaki aşırı yakınlık risklerini azaltmak, profesyonel şüphecililiği teşvik etmek çıkar çatışmalarını sınırlamak için bir dizi önlemler almıştır. Direktifin temel amacı; bağımsız denetim faaliyetlerini yürüten yasal denetçilerin ve denetim firmalarının bağımsızlığını, nesnelliğini, sorumluluklarını, şeffaflığını ve güvenilirliğini güçlendirmek, Birlikteki yasal denetimlerin kalitesine katkıda bulunmak, dolayısıyla bağımsız denetimde düzgün işleyişi sağlamaktır (2014/56/EU, note 3).

Bu çalışmanın ana araştırma konusu olan zorunlu rotasyon hakkında düzenlemeler ise EU No 537/2014 sayılı yönetmelik içerisinde yer almıştır. Yönetmeliğin 21. maddesinde denetim firmaları ile müşterileri arasındaki yakınlık tehdidini ele almak dolayısıyla yasal denetçilerin ve denetim firmalarının bağımsızlığını güçlendirmek için, yasal bir denetim sözleşmesinin

⁹ European Commission, Impact Assessment, Commission Staff Working Paper.

maksimum süresinin belirlenmesini önermektedir. Söz konusu süre kısıtlaması ile yasal denetçinin veya denetim firmasının bağımsızlığını güçlendirmek ve denetim kalitesini artırmak amaçlanmaktadır. Yönetmelik rotasyon kuralı ile küçük denetim firmalarının denetim pazarına dahil olabilmelerini, küçük denetim firmalarının pazara girişin önündeki engellerin kaldırılmasını, küçük firmaların kapasitelerinin geliştirilmesini kolaylaştıracak ve müşteri işletmeler için denetim firması seçimi konusunda alternatifleri ve dolayısıyla rekabeti artırmak denetim kalitesine katkı sağlamak istemektedir.

Yönetmeliğin 17. Maddesinde yer alan denetim sözleşmelerinin süresi hakkında hükümlere göre; bağımsız denetime tabi tüm işletmeler, bağımsız denetim firmasını en az bir yıllık başlangıç sözleşmesi ile tayin edebilirler. Söz konusu denetim sözleşmelerinin (istisnai durumlar hariç) her şartta 10 yılı geçmeyeceği hüküm altına alınmış olup, dört mali yıl geçmedikçe aynı denetim firması ile denetim sözleşmesi yapılamayacaktır. Üye devletlerin ilk denetim sözleşmesini bir yıldan daha uzun süre için yapmaları, azami sürenin 10 yılı aşmayacak şekilde belirleyebilecekleri açıkça belirtilmiştir. Komisyon, yönetmelik ile sadece denetim firması için değil denetçiler için de azami sözleşme süresine sınırlama getirerek sorumlu denetçi (Key Audit Partner) için yedi yıllık sürelerin sonunda zorunlu rotasyon önermiştir. Denetim firması adına denetim işini yürüten sorumlu denetçinin geçişi için kademeli ancak 7 yılı aşmayan bir rotasyon sistemi önerilmektedir. Denetim firmasından farklı olarak denetçi rotasyonunda bekleme süresi 3 yıl olarak belirlenmiştir.

Yönetmelik yukarıda belirtilen azami sürelerin uzatılabilmesi için istisnai durumları da açıkça belirtmiştir (537/2014, article 17, 4-a,b); Kamu ihale süreci (Public tendering) ile yapılan denetim firması tayinlerinde süre 20 yıla kadar, ortak denetim (Joint audit) yapılması halinde ise 24 yıla kadar uzatılabilmektedir.

Üye ülkelerin 17 Haziran 2016 tarihine kadar yasal mevzuatlarında gerekli düzenlemeleri yaparak zorunlu denetim firması rotasyonunu uygulamaya başlayacaklarını ve zorunlu rotasyonun nasıl hesaplanacağı ve nasıl uygulanacağı konularını açıkça ifade etmiştir. Buna göre (537/2014, article 41);

- 17 Haziran 2014 tarihinden geriye doğru 11 yıldan (İlk denetim sözleşmesi 16 Haziran 2003'den sonra) daha az aynı işletmeye bağımsız denetim hizmeti veren denetim firmaları, 17 Haziran 2026 tarihinde,
- 17 Haziran 2014 tarihinden geriye doğru 11- 20 yıl (İlk denetim sözleşmesi 17 Haziran 1994 ile 16 Haziran 2013 tarihleri arasında) arası aynı işletmeye bağımsız denetim hizmeti veren denetim firmaları, 17 Haziran 2023 tarihinde,
- 16 Haziran 2014'den geriye doğru 20 yıldan (İlk denetim sözleşmesi 16 Haziran 1994'den önce) daha fazla aynı işletmeye bağımsız denetim hizmeti veren denetim firmaları, 17 Haziran 2020 tarihinde zorunlu olarak denetim firması rotasyonu gerçekleştirecektir.

Özetle, AB; birlik genelinde ortak bir denetim pazarının tesis edilmesi, söz konusu pazarda denetim faaliyetlerine duyulan güvenin korunması, bağımsız denetim kalitesinin artırılması, denetim piyasası yoğunlaşmasının önüne geçilmesi, denetimin kamu gözetimine tabi olması ve zorunlu rotasyon konuları başta olmak üzere bir dizi önlem ile bir denetim reformu gerçekleştirmiştir. Green Paper raporuna göre, AB denetim pazarındaki dört büyük denetim firmasının payı elde edilen gelirler bakımından %90'nın üzerindedir. Avrupa Komisyonu bu aşırı yoğunlaşmanın, Arthur Anderson örneğinde olduğu gibi tüm finansal sistemi etkilemesinden endişe duyduğundan, bu riski azaltacak önlemlerin başında zorunlu denetim firması rotasyonunu görmektedir. Bu sayede pazarda küçük ve orta ölçekli denetim

firmalarına da yer açılmış olacak ve herhangi bir denetim firması tüm Pazar için çok önemli olmaktan çıkacaktır (Mališ ve Brozović, 2015; 339-340).

4. Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerde Zorunlu Rotasyon Uygulaması

Avrupa Parlamentosunun 2016 yılından itibaren uygulanmasını öngördüğü zorunlu rotasyon, bazı üye ülkelerde bu tarihten önce de çeşitli formlarda uygulama imkânı bulmuştur. Özellikle İtalya'nın yaklaşık otuz yıllık bir rotasyon uygulaması olduğu, İspanya'nın çelişkili rotasyon kuralının birçok araştırmaya konu olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda AB denetim reformu öncesinde AB üyesi ülkelerde görülen çeşitli zorunlu rotasyon (denetim firması ve denetçi) uygulama örnekleri Tablo 1¹⁰'de özetlenmiştir.

Tablo 1. AB Üyesi Ülkelerin AB Denetim Reformu Öncesi Zorunlu Rotasyon Uygulamaları

<i>Ülke</i>	<i>Uygulama Geçmişi</i>
<i>Avusturya</i>	2001-2004 yılları arasında denetim firması rotasyonu
<i>Çek Cumhuriyeti</i>	1992-1995 yılları arasında denetim firması rotasyonu, 1995'ten itibaren 7 yıllık denetçi rotasyonu.
<i>Fransa</i>	1998 yılından itibaren, borsada işlem gören kredi kuruluşları ve sigorta şirketleri için 6 yıllık denetçi rotasyonu.
<i>Hollanda</i>	7 yıllık denetçi rotasyonu.
<i>İngiltere</i>	Londra Borsasına kayıtlı işletmelerin 10 yıl aynı denetçi tarafından denetlenmesi halinde, 10'ar yıllık dönemler halinde ihale yöntemi ile rotasyona gidilmesi, 2003 yılından itibaren 5 yıllık denetçi rotasyonu
<i>İspanya</i>	1987 yılında zorunlu denetim firması rotasyonu, 1995 yılında denetim firması rotasyonundan vazgeçilerek, 7 yıllık denetçi rotasyonu.
<i>İtalya</i>	1974 yılından itibaren 9 yıllık denetim firması rotasyonu.
<i>Letonya</i>	1998'den 2002'ye kadar denetim firması rotasyonu, daha sonra 7 yıllık denetçi rotasyonu
<i>Yunanistan</i>	1994'e kadar denetim firması, daha sonra 7 yıllık denetçi rotasyonu

Tablo 1'de; üye ülkelerin bazılarında bağımsız denetimde zorunlu rotasyonun tecrübe edildiği ancak başta zorunlu rotasyonun düzeyi konusunda (denetim firması/ denetçi) olmak üzere, uygulanacak rotasyon süresi, hangi işletmelere uygulanacağı gibi önemli konularda ülke uygulamalarının farklılık gösterdiği görülmektedir. Avrupa Komisyonunu 2010 yılından itibaren yürüttüğü tartışmaların ana amaçlarından biri, söz konusu bu çeşitliliğin ortadan kaldırılarak tek bir rotasyon kuralı sunmak olmuştur. Bu kapsamda AB'nin üye ülkelerde uygulanmak üzere sunduğu zorunlu rotasyon kuralı ve üye ülkelerin ulusal mevzuatlarını AB direktif ve yönetmeliğine uyumlu hale getirerek uygulamaya koydukları rotasyon düzenlemeleri Tablo 2¹¹'de sunulmuştur.

¹⁰ Tablo 1: Vourc'h, ve Morand (2011), Ewelt-Knauer vd., 2013; 12-20; Lennox, 2014; 3-6; Sayyar vd., 2014; 82; Yaşar, 2016; 23-25; Rong, 2017; 4-6, Yalçın, 2018; 77 çalışmalarından derlenerek hazırlanmıştır.

¹¹ Tablo 2'de yer alan bilgiler her bir AB üyesi ülkenin AB denetim reformuna uyum amacıyla yaptıkları yasal düzenlemelerden alınmıştır.

Tablo 2. AB Üyesi Ülkelerin Denetim Reformu ile Uyumlu Zorunlu Rotasyon Uygulamaları

Ülke	Başlangıç Tarihi	Süre (yıl)	Süre Uzatma	Denetim firması ara verme süresi (yıl)	Kilit denetim ortağı	Denetçi ara verme süresi (yıl)
537/2014 sayılı AB Yönetmeliği	En geç 17.06.2016	En fazla 10 yıl	İhale halinde +10 Müşterek denetim halinde +14	4	7	3
Almanya	2017	10	+10	3	7	3
Avusturya	2017	10	İhale halinde +10 Müşterek denetim halinde +14	3	7	3
Belçika	31.12.2016	9	+9, Müşterek denetim halinde +15	3	6	3
Bulgaristan	2017	7		4	4	3
Çek Cumhuriyeti	01.10.2016	10	+10 , Müşterek denetim halinde +14		7	3
Danimarka	17.06.2016	10	İhale halinde +10 Müşterek denetim halinde +14		7	3
Finlandiya	Ağustos 2016	10	+10, Müşterek denetim halinde +14		7	3
Fransa	17.06.2016	6	+4 veya +6		6	3
Hollanda	01.01.2017	10	Yok	4	5	3
İngiltere	17.06.2016	10	+10			
İrlanda		10	+10			
İspanya	17.06.2016	10	Müşterek denetim halinde +14			
İsveç	17.06.2016	10	+10, Müşterek denetim halinde +14			
İtalya	05.08.2016	9	Yok	4	7	3
Litvanya	Aralık 2016	10	+10		7	3
Lüksemburg	17.06.2016	10	+10		7	3
Macaristan	17.06.2016	10		4	7	3
Malta	17.06.2016	10	+10			
Portekiz	01.01.2016	10	Yok		7	3
Slovakya	17.06.2016	10	+10 Müşterek denetim halinde +14		5	3
Yunanistan	19.01.2017	10	Yok		5	2

Not: Letonya, Hırvatistan, Estonya, Polonya, Romanya ve Slovenya'nın zorunlu rotasyon hakkındaki yasal düzenlemesine ulaşılammıştır.

Tablo 2'nin ilk satırında yer alan yönetmelik hükümleri rotasyon sürelerinde en üst sınırı düzenlemektedir, ancak tablodan görüleceği üzere üye ülkelerden bazıları (İtalya, Bulgaristan, Belçika, Fransa gibi) zorunlu rotasyon konusunda daha sıkı politika sürdürmeyi tercih ederek üst sınırın altında, daha kısa sürelerde rotasyon uygulama kararı alırken diğer bazı ülkeler en üst sınırdaki rotasyon süresi tayin etmeyi tercih etmiştir. Diğer taraftan bekleme süresi konusunda da bazı ülkelerin (Almanya, Avusturya, Belçika) dört yılın altında bekleme süresi belirleyerek AB uygulamasından ayrıldıkları görülmektedir. Ayrıca Belçika, Bulgaristan ve Slovakya ülkelerinde denetçi için belirlenen üst sınırın altında sürelerde kısıtlama yapıldığı görülmektedir.

Uygulama farklılıklarına rağmen hem 2016 öncesinde hem de 2016 tarihinden itibaren reform gereği, rotasyon uygulamalarının hemen her AB ülkesinde bir şekilde yer aldığı görülmektedir. Zorunlu rotasyon 2002 yılında SOX ile zorunluluk olarak ifade edildiği günden bugüne geniş çaplı tartışmalara neden olmuştur. Söz konusu tartışmalar uygulama farklılıklarında etkisini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda AB; tek bir Avrupa Denetim Pazarı gayesiyle başlattığı denetim reformu ile en azından birbirine en yakın zorunlu rotasyon uygulamasını sağlamaya çalışmıştır.

5. Sonuç ve Değerlendirme

ABD, AB ve diğer çeşitli ülkelerde yaşanan finansal skandallar bağımsız denetim piyasalarının düzenleyicilerini denetçi bağımsızlığının, finansal tabloların güvenilirliğinin ve yatırımcının korunması için bir takım önlemler almaya itmiştir. AB, söz konusu önlemleri AB denetim reformu çatısı altında toplayarak, denetçi ücreti ve atanması, denetim dışı hizmetler, ücret yapısı, finansal tabloların yayınlanması, sahiplik ve ortaklık modellerinin yeniden değerlendirilmesi, topluluk denetimleri ve zorunlu rotasyon gibi konularda bir takım önlemler almıştır.

Finansal piyasaları etkileyen finansal skandallar sebebiyle sarsılan denetçi bağımsızlığını yeniden tesis etmek ve sürdürmek üzere bir önlem olarak ortaya çıkan zorunlu rotasyon; 28 üye ülkesi olan AB denetim pazarı için de önemli bir tedbir olarak ele alınmıştır. AB denetim reformundan önce, İtalya başta olmak üzere, İspanya, Çek Cumhuriyeti ve Fransa gibi üye ülkelerde rotasyon örnekleri ile karşılaşmak mümkündür. Ancak ülke uygulamaları birbirinden farklılıklar göstermektedir. Birlik bu çeşitliliğin ortadan kalkması, yatırımcının korunması, finansal tabloların güvenilirliklerinin artırılması, denetçi bağımsızlığının korunması, ortak bir Avrupa denetim pazarı oluşturulması ve tüm Birlik genelinde ortak bir rotasyon kuralı oluşturulması amacıyla denetim reformunu gerçekleştirerek 17 Haziran 2016 tarihinden itibaren uygulamaya koymuştur.

Bu kapsamda, AB’de 2016 yılından itibaren uygulanmaya başlanan zorunlu rotasyonun, üye ülkelerde uygulanış biçimlerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, öncelikle zorunlu rotasyon hakkındaki literatür özetlenmiş ve daha sonra üye ülkelerin yasal mevzuatları incelenmiştir. Üye ülkelerin birçok reform düzenlemelerinde yer alan kuralları birebir uygularken bazıları (örneğin, İtalya, Bulgaristan, Belçika, Fransa gibi) daha sıkı bağımsız denetim politikalarını tercih ettikleri görülmüştür. Bu çerçevede Birliğin denetim reformu aracılığıyla ulaşmaya çalıştığı ortak denetim pazarının, yasal mevzuatlar yönünden sağlanmaya çalışıldığı görülmüştür.

Zorunlu rotasyonun faydaları, maliyetleri ve denetim kalitesine etkileri literatürde tartışılmaya devam etmektedir. Bu kapsamda, 2016 yılından itibaren reform şartlarını yerine getiren üye ülkelerin zorunlu denetim firması rotasyonu uygulamalarının denetim pazarının arz ve talep taraflarını nasıl etkileyeceği, rekabeti artırıp artırmayacağı; denetçi seçimini geliştirip geliştirmeyeceği ve denetim kalitesini iyileştirip iyileştirmeyeceği 2020 yılından itibaren (İlk zorunlu rotasyon tarihi 17 Haziran 2020) AB ülkelerinde gerçekleştirilecek araştırmalar vasıtasıyla görülebilecektir. Söz konusu gelecek araştırmalar, literatürde devam edegelen tartışmalara (özellikle zorunlu rotasyon hakkında yapılan araştırmaların birçoğunun ABD şirketlerinde gerçekleştirilmiş olması hakkındaki eleştiriler bakımından yürütülen tartışmalar başta olmak üzere) açıklık getirebilecektir.

Kaynakça

- AICPA, (2011). Request for public comment: Concept release on auditor independence and audit firm rotation. https://pcaobus.org/Rulemaking/Docket037/413_AICPA.pdf.
- Arel, B., Brody, R. & Pany, K. (2006). Findings on the effects of audit firm rotation on the audit process under varying strengths of Corporate governance. *Advances in Accounting*, 22, 1–27.
- Avrupa Komisyonu Raporu, Regulation (EU) No 537/2014 of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 on Specific Requirements Regarding Statutory Audit of Public-Interest Entities and repealing commission Decision 2005/909/EC, OJ L158/77- 112, 27 Mayıs 2014, Brüksel.
- Burke, J.A.& Lee, H. (2015), Protecting the public interest through mandatory auditor firm rotation: A controversial issue, in Cheryl R. Lehman (ed.) *Sustainability and Governance (Advances in Public Interest Accounting, Volume 18)* Emerald Group Publishing Limited, 1 – 55.
- Bowlin, K.O., Hobson, J.L. & Piercey, M.D. (2015) The effects of auditor rotation, professional skepticism, and interactions with managers on audit quality. *The Accounting Review*: July 2015, Vol. 90, No. 4, 1363-1393.
- Brody, R.G. & Moscovice, S.A. (1998). Mandatory auditor rotation. *National Public Accountant*, March, 32-35.
- Cameran, M., Francis, J.R., Marra, A., & Pettinicchio, A. (2015). Are there adverse consequences of mandatory auditor rotation? Evidence from the Italian experience, auditing. *A Journal of Practice & Theory American Accounting Association* Vol. 34, No. 1, 1–24, DOI: 10.2308/ajpt-50663.
- Carey, P & Simnett, R. (2006). Audit partner tenure and audit quality. *The Accounting Review*, 81 (3), 653-676.
- Casterella J, Knechel, W.R. and Walker, P.L (2002). The relationships of audit failures and auditor tenure. Working Paper, University of Florida.
- Chen, C., Lin, C. & Lin, Y. (2008). Audit partner tenure, audit firm tenure, and discretionary accruals: Does long-term auditor tenure impair earnings quality? *Contemporary Accounting Research*, 25(2), 415 – 445.
- Chi, W. and Huang, H. (2005). Discretionary accruals, audit firm tenure and audit partner tenure: Empirical evidence from Taiwan. *Journal of Contemporary Accounting and Economics* 1(1), 1-65.
- Chi, W., Huang H., Liao Y. & Xie H. (2009). Mandatory audit partner rotation, audit quality, and market perception: Evidence from Taiwan. *Contemporary Accounting Research* Vol. 26 No. 2 (Summer 2009), 359–91.
- Choi, J., Lim, H. & Mali, D. (2017). Mandatory audit firm rotation and Big4 effect on audit quality: Evidence from South Korea. *Asian Academy of Management Journal of Accounting & Finance*. 2017, Vol. 13 Issue 1, 1-40.
- Cohen Report. Commission on Auditors' Responsibilities Cohen Commission. (1978). Report, Conclusions and Recommendations. http://3197d6d14b5f19f2f4405e13d29c4c016cf96cbbfd197c579b45.r81.cf1.rackcdn.com/collection/papers/1970/1978_0101_CohenAuditors.pdf. Erişim tarihi: 07/09/2015.
- Corbellaa, Florioa, C., Gottib, G. & MAstrolia S.A. (2015). Audit firm rotation, audit fees and audit quality: The experience of Italian public Companies. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation* 25, 46–66.
- Davis, L. R., Soo, B. S. & Trompeter, G. M. (2009). Auditor tenure and the ability to meet or beat earnings forecasts. *Contemporary Accounting Research*, 26 (2), 517–548.
- Directive 2014/56/EU of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 amending Directive 2006/43/EC on statutory audits of annual accounts and consolidated

- accounts Text with EEA relevance <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32014L0056>
- Doğan, A. (2016). Bağımsız denetimde zorunlu rotasyon. Muhasebe ve Denetim Dünyası, Yıl, 1, Sayı, 1, Haziran 2016, 1-22.
- Dopuch N., King R. And Schwartz, R. (2001). An experimental investigation of retention and rotation requirements. *Journal of Accounting Research*, 39 (1), 93-117.
- Ebimobowei A. & Keretu, O.J. (2011). Mandatory rotation of auditors on audit quality, costs and independence in South-South, Nigeria. *International Business Management*, 5, 166-172.
- Elder, R.J, Lowensohn, S.& Reck J.L. (2015). Audit firm rotation, auditor specilization, and audit quality in the municipal audit context. *Journal of Governmental & Nonprofit Acccounting*, Vol.4, 73-100.
- Ewelt- Knauer, C., Gold, A. & Pott, C. (2013). Mandatory audit firm rotation: A review of stakeholder perspectives and prior research. *Accounting in Europe*, 2013 Vol. 10, No. 1, 27–41, <http://dx.doi.org/10.1080/17449480.2013.77>.
- Firth, M., Rui, O.M & Xi Wu (2012). How do various forms of auditor rotation affect audit quality? Evidence from China. *The International Journal of Accounting*, 47, 109–138.
- Government Accountability Office (GAO), (2003), *Public Accounting Firms: Required Study on Potential Effects of Mandatory Audit Firm Rotation*, US General Accounting Office, Washington, DC. November, 2003.
- Green Paper, Audit Policy: Lessons from the Crisis, COM(2010) 561 final, Brussels, 13.10.2010. European Comission. [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2010\)0561_/com_com\(2010\)0561_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2010)0561_/com_com(2010)0561_en.pdf)
- Geiger, M. A.& Raghunandan, K. (2002) Auditor tenure and audit reporting failures. *AUDITING: A Journal of Practice & Theory*: March 2002, Vol. 21, No. 1, 67-78.
- Harris, K. and Whisenant; (2012). Mandatory audit rotation: An international investigation. Working paper, Houston TX: Bauer College of Business, The University of Houston.
- Hoyle, J. (1978). Mandatory auditor rotation: The arguments and alternative. *Journal of Accountancy*, 145(5). 69- 78.
- IESBA, (2012), *International Ethics Standarts Board for Professional Accountants*.
- Jackson, A.B., Moldrich, M. & Roebuck, P. (2008). Mandatory audit firm rotation and audit quality. *Managerial Auditing Journal*, Vol. 23 Issue: 5, 420-437, <https://doi.org/10.1108/02686900810875271>.
- Johnson V.E., Khurana, I.K. & Reymolds J.K. (2002). Audit-Firm tenure and the quality of financial reports. *Contemporary Accounting Research* Vol.19, No. 4, 637-660.
- Kaplan; E., & Mauldin, E. G. (2008). Auditor rotation and the appearance of independence: Evidence from non-professional investors. *Journal of Accounting & Public Policy*, 27 (2), 177–192.
- Kim, J.B. & Yii C.H. (2009). Does auditor designation by the regulatory authority improve audit quality? Evidence
- Kwon; Y., Lim, Y., & Simnett, R. (2011). Mandatory audit firm rotation and audit quality: Evidence from the Korean audit market. Working Paper, Kessington, NSW: University of New South Wales, SSRN eLibrary.
- Kwon; Y., Lim, Y., & Simnett, R. (2014), The effect of mandatory audit firm rotation on audit quality and audit fees: Emprical Evidence from the Korean audit market. *Auditing: A Journal of Practise & Theory*, 26 (1), 113-131.
- Le Vourc’h, J. and Morand, P. (2011) *Executive Summary—Study on the Effects of the Implementation of the Acquis on Statutory Audits of Annual and Consolidated Accounts Including the Consequences on the Audit Market*. ESCP Europe, Paris.

- Lennox, C.S., Wu, X. & Zhang, T. (2014). Does mandatory rotation of audit partners improve audit quality? *The Accounting Review* American Accounting Association Vol. 89, No. 5 DOI: 10.2308/accr-50800 2014. 1775–1803.
- Lennox, C. (2007). Auditor tenure and rotation, Template: Royal a Font. Date: 10/06/2014; 3B2 version: 9.1.406/W Unicode (May 24 2007) (APS_OT), Dir: //integrafs1/kcg/2agination/TandF/ROCA_RAPS/ApplicationFils/9780415633635.3d.
- Lim, C. Y. & Tan, H.T. (2010). Does auditor tenure improve audit quality? Moderating effects of industry specialization and fee dependence. *Contemporary Accounting Research* Vol. 27 No. 3 (Fall 2010). 923–957.
- Mališ, S., & Brozović, M. (2015). Audit market concentration–Evidence from Croatia. *Ekonomski Vjesnik/Econviews-Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues*, 28(2), 339–356.
- Mautz, R.K and H.A. Sharaf (1961). *The Philosophy of Auditing*. American Accounting Association, Monograph No 6 Sarasota Fl.
- Moore, D., P. Tetlock, L. Tanlu & M. Bazerman. (2006). Conflicts of interest and the case of auditor independence: Moral seduction and strategic issue cycling. *Academy of Management Review* 31 (1), 10–29.
- Nagy, A. (2005). Mandatory Audit firm turnover, financial reporting quality and client bargaining power: The case of Arthur Anderson. *Accounting Horizons* 19, 51-68.
- Nashwa, G. (2004). Auditor rotation and the quality of audits. *The CPA Journal*, 74(12), 22-26.
- Raiborn, C., Schorg, C.A. and Massoud, M. (2006). Should auditor rotation be mandatory? *The Journal of Corporate Accounting and Finance*, May/June, 37-49.
- Said, K.M. & Khasharmeh H. A. (2014). Mandatory audit firm rotation and audit costs: A survey of auditing firms in Bahrain. *Journal and Finance and Accounting*, 2014,2 (6), 116-128.
- Sakin, T. (2015). Denetçi rotasyonu ve Türkiye uygulaması: Muhasebe enstitüsü seçmeler 2015, İstanbul Üniversitesi Yayınları: İstanbul. <http://muhasebe.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2014/01/Se%C3%A7meler-015.pdf>.
- Sayyar, H, Basiruddin, R., Rasid; Z., Abdul, E. & Mohamed A. (2015). The impact of audit quality on firm performance: Evidence from Malaysia, *International Business School, University Teknologi Malaysia*, June, (1-19).
- Sharma, P., Kong, T.T.C., Kingshott, R.P.J. (2016). Internal service quality as a driver of employee satisfaction, commitment and performance: Exploring the focal role of employee well-being. *Journal of Service Management*, 27(5), 773-797. <https://doi.org/10.1108/JOSM-10-2015-0294>.
- Turner, Jerry L., Mock, Theodore J. & Srivastava, Rajendra P., A. (2002) Conceptual framework and case studies on audit planning and evaluation given the potential for fraud. *Business papers*. Paper 58. http://epublications.bond.edu.au/business_pubs/58.
- Vanstraelen, A. (2000). Impact of Renewable long-term audit mandates on audit quality, *The European Accounting Review*, 9, 419-442.
- Yaşar, A. (2016). Bağımsız denetim firması değişikliklerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Yaşar A. ve Yalçın N. (2018). Gönüllü Denetim firması Değişikliğinin Denetim Kalitesine Etkisi. 15.Uluslararası Muhasebe Konferansı. 13-15 Eylül 2018, Nevşehir Hacı Bektaş-ı Veli Üniversitesi.

İSMET SIFATININ KUR'ÂN YORUMUNA ETKİSİ (HZ. SÜLEYMAN ÖRNEĞİ)
THE EFFECTS OF CHASTITY TITLE ON QURAN COMMENTARY
(PROPHET SOLOMON EXAMPLE)

Mustafa ŞEN

Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, Temel İslam Bilimleri Bölümü
Tefsir Ana Bilim Dalı, Aksaray, Türkiye, mustafasen@aksaray.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma peygamberlerin sıfatlarından olan ismet prensibinin Kur'an yorumlarını nasıl etkilediğini Hz. Süleyman'ın Sâd sûresinde anlatılan kıssası örneğinde incelemeyi amaçlamaktadır. Siyasi zeminde ortaya çıkan ve daha sonra itikadî konular arasında gelişen 'ismet' düşüncesi zorunlu olarak peygamberlerde varlığı kabul edilen bir sıfattır. Kur'an'da peygamberlerin ihlaslı, seçkin, doğru ve daima Allah'a yönelen gibi üstün niteliklerine temas edilmekle birlikte onlar hakkında günah işlememe, hata yapmama gibi özelliklerden söz edilmemektedir. Bunların aksine bazı peygamberlerin yapmış olduğu yanlışlardan ve kusurlardan bahsedilmektedir. Bununla birlikte peygamberlerin hata işlediğini işaret eden âyetler, kimi müfessirler tarafından ismet kavramı çerçevesinde değerlendirilmekte ve te'vîl edilmektedir. Allah ile kullar arasında elçi olan peygamberlerin konumları gereği ve örnek olmaları hasebiyle hata yapamayacağı ifade edilmektedir. Bu çalışmada öncelikle ismet sıfatının İslam düşüncesindeki yeri hakkında giriş mahiyetinde kısa bir değerlendirme yapılacak, daha sonra da ismet sıfatı bağlamında Sâd sûresindeki Hz. Süleyman'ın kıssası ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kur'an, Peygamber, Süleyman, Tefsir, İsmet.

ABSTRACT

This study aims to study how the principles of chastity, one of the attributes of the prophets, influences Quran's commentary in the exemplification of the anecdote of prophet Solomon which is narrated in Sâd sura. The title 'chastity', which is known to have come to exist political-based and then appeared in theological matters, is an attribute which is mandatory characteristics for prophets. In Quran, while it is being addressed to prophets' supreme features such as sincere, privileged, honest, faithful etc. it is not mentioned about their being unblemished and sinless. On the contrary, faults of some prophets are told in Quran. Moreover, the relevant verses pointing to the faults of the prophets have been interpreted by some hermeneutical in the frame of chastity principle or they had been misinterpreted intentionally. It is stated that the prophets who are messengers between Allah and human beings cannot make mistakes due to their positions and being exemplary. In this study, firstly a brief assessment about the content of chastity title will be done in introduction part and then the Prophet Solomon's anecdote in Sâd Sura will be discussed in the context of chastity title.

Keywords: Quran, Prophet, Solomon, Tafseer, Chastity.

1. GİRİŞ

İslam ve peygamber şahsiyetiyle bağdaştırılamayacak israilî rivâyetler en çok Hz. Süleyman hakkında anlatılmaktadır. Yahudiler'in, Kur'an'da hem kral hem de peygamber olarak bahsedilen bu peygamberin (Bakara 2/251-253) sadece kral olduklarına inanmalarının bunda etkisi büyüktür. Hz. Süleyman ile ilgili bu tür bilgilerin bir kısmı Tevrat'ta bulunurken bir kısmı da şifahi olarak nakledilmektedir. Kur'an bu tür iftiraların bir kısmıyla ilgili bertaraf amaçlı son derece özet bilgiler vermektedir. Ne var ki müfessirler bu veciz âyetlerin tefsirini

Tevrat'taki ve şifahi kültürdeki çoğunluğu uydurma ve iftira olan bilgilerle tafsilatlandırmışlardır.

2. İSLAM DÜŞÜNCESİNDE İSMET KAVRAMI

Sözlükte “kötülüklerden korumak”, (Ferâhîdî, ts: I/31; Fîrûzâbâdî, 2005: 1138; Ebû Bekr er-Râzî, 1988: 437) “menetmek”, (Cevherî, 1987: V/1986; İbn Manzûr, 1414h: XII/403) “engel olmak” anlamında عصمة “a-s-m” kökünden türeyen bir isim olan ismet Kur'an'da değişik formlarıyla on üç yerde geçmektedir. Kelime bunların tamamında “tutmak, menetmek” gibi temelde aynı anlam çerçevesi içinde yer alır. Yalnız Âl-i İmrân sûresindeki “Allahın ipine sınımsız sarılınsınız.” (Âl-i İmrân 3/103) âyetinde kullanılan ismet kelimesi hem tutmayı hem de korunmayı ifade eder. Nitekim Araplar deve yükünü bağladıkları ipe عصام “isam” demektedirler. (Râgıb, 1998: 570) İsmet kelimesi “ ... kanlarını ve mallarını benden korumuş olurlar.” (Buhârî, “Salâh” 28) hadisinde de aynı anlamdadır.

İstilah olarak ise ismet “Allah'ın kulunu kötülüklerden koruması, (İbn Manzûr, 1414h: XII/403) Allah'ın kulunu kendisini helak edecek şeyden koruması, onu temiz bir yaratılışa sahip kılması, kendisine bedenî üstünlük vermesi, zafer ve kararlılık lutfetmesi, iç huzuru yaratması ve onu hayra muvaffak kılması sûretiyle kendilerini koruması” (Râgıb, 1998: 570) şeklinde tarif edilmiştir.

Kapsamı ve keyfiyeti tartışmalı konulardan biri olan العصمة/ismet sıfatı klasik kelimeler literatüründe nübüvvet bahisleri içerisinde ele alınmıştır. Ayrıca ismet kavramıyla ilgili müstakil eserler de telif edilmiştir. Bunlar arasında Nûreddin es-Sâbûnî'nin (ö. 580/1184) *el-Müntekâ min 'ismeti'l-enbiyâ'*sı ve Fahreddin er-Râzî'nin (ö. 606/1210) *'İsmetu'l-enbiyâ'* adlı eseri en meşhur olanlarıdır. Bu eserlerin yanı sıra özellikle son zamanlarda konunun çeşitli yönleriyle alakalı çok sayıda makale ve eser kaleme alınmıştır.

Peygamberler Allah ile kulları arasında elçi olmaları hasebiyle özel seçilmiş, kullukları ve ahlaki özellikleri ile övülmüşlerdir. Bununla birlikte Kur'an peygamberlerin günahlardan korunacağıyla ilgili açık bir bilgi içermemektedir. Aksine kimi peygamberlerin emri uygulamama, yanlış hüküm verme, gaflete düşme ve unutma gibi hatalarını gündeme getirmektedir. İslam âlimleri temel görevi tebliğ ve tebyin olan peygamberlerin ismet sıfatını iki şekilde değerlendirmişlerdir:

a) Dini tebliğde ismet: Peygamberlerin aldıkları vahyi olduğu gibi ümmetlerine nakletmeleri konusunda bütün islam âlimleri müttefiktir. Nitekim Mâide 67. ve Hâkka 44-47. âyetlerde görüldüğü gibi peygamberlerin aldıkları vahye hiçbir müdahaleleri söz konusu değildir. Ayrıca vahyi ezberlemeleri ve unutmamaları da Allah'ın uhdesindedir.

b) Peygamberlerin beşeri yönü itibarıyla hata yapıp yapamayacakları ve hatalarının ne tür olacağı tartışmalıdır. Diğer bir ifadeyle masumiyetlerinin keyfiyeti ihtilaflıdır. Ayrıca yaptıkları yanlışların hata kabul edilip edilmeyeceği, hata ise bunun büyük-küçük; peygamberlikten önce-sonra olması hususlarında mezheplerin kendi içlerinde dahi ihtilaflar mevcuttur. (Bağdadî, 1977: 210) Bu nedenle öncelikle Hâriciyye, Mâtürîdiyye, Eş'ariyye, Mu'tezile ve Şîa ekollerinin ismet hakkındaki düşüncelerine konumuzun zeminini oluşturmaya yetecek miktarda temas edilecektir.

Hâricîler'in her günahı küfür sayan Fudayliyye koluna göre peygamberlerin hata işlemeleri dolayısıyla küfre girmeleri caizdir ve peygamberler takiiye yaparak küfrü gerektiren sözler de

söyleyebilirler. (Râzî, 1986:26) Bu yoruma mukabil Hâricîler'in diğer grupları peygamberlerin nübüvvetten önce de masum olduklarını söylemektedirler. (Sâbûnî, 1979:121) Mâtürîdîler'e göre ismet peygamberlerin söz ve fiillerinde kendilerini lekeleyecek ve kıymetlerini düşürecek hatalardan korunması manasınadır. Mâtürîdî'nin (ö. 333/944) "ismet külfeti izale etmez." sözü, peygamberlerin itaate zorlanmamaları ve günah işlemekten de aciz bırakılmadıkları anlamına gelmektedir. (Sâbûnî, 1979: 121-122)

Eş'arîler'e göre ismet Allah'ın peygamberlere itaat gücü vermesi, masiyet gücü vermemesidir ki bu takdirde ismet peygamberlerin günah işlemelerine engel olan bir sıfat olmaktadır. Eş'arîler'e göre peygamberler nübüvvet öncesi günah işleyebilirlerken, nübüvvet sonrası büyük ve küçük günah işlemekten korunmuşlardır. Onlara göre sehiv ve hata ile yapılan yanlışlar da günah kapsamı dışındadır. (Şahin, 2006:56) Bundan dolayı da Eş'arîler Kur'an'da peygamberlerin hataları ile ilgili anlatılanları te'vil yoluna gitmişlerdir.

Mu'tezile ismeti Mâtürîdîler gibi peygamberleri gınahtan koruyan Allah'ın bir lütfu olarak görmektedirler. Mu'tezile'ye göre Peygamberlerin günah işleme kabiliyetleri mevcuttur ve böylece de küçük günah işlemeleri mümkündür. (Kâdî Abdulcebbar, 1996: 780) Onlara göre ismetin dayanakları mu'cize, salah-aslah, adalet ve peygamberlerin hüccet olmasıdır. (Ünverdi, 2015: 79-107)

Şîî İmamiyye fırkasına göre ise peygamberler her türlü lekeden temizlenmiş ve korunmuşlardır; küçük ya da büyük hiçbir sûrette günah işlemezler. Peygamberlerin masumiyetini inkâr eden bir kimse onları tanımamış ve dinden çıkmış olur. (İbn Bâbeveyh, 1993: 96) Şîa'ya göre peygamberler günah işleme gücü olduğu halde kasıtlı ya da kasıtsız her türlü günahı işlemekten korunmuşlardır. Ayrıca onlara göre hata eden bir peygamberin getirdiğine güven olmaz, akıl da ona uymaktan imtina eder. (Şeyh el-Müfid, 1413h: 37); (Şeyh el-Müfid, 1413h: 128.

İsmet sıfatı konusunda Mâtürîdîyye, Mu'tezile ve Şîa'nın görüşleri benzerdir. Eş'arîler ise ismeti "Allah'ın masiyet gücü vermemesi" şeklinde tarif ederken peygamberlere meleklik sıfatı vermiş olmaktadırlar. (Bulut, 2001): XXIII/135; (Öztürk, 2012: 41) Bu durumda Allah'ın emir ve yasaklarının bir anlamı kalmamaktadır. (Sinanoğlu, 2000: 168) Bütün mezhepler vahyin tebliği ve yüz kızartıcı fiiller hususunda peygamberlerin asla hata yapmayacaklarını söylemektedirler. Bunların dışında peygamberlerin beşeri vasıfları çerçevesinde günah işlemeleri konusunda mezhepler tarafından farklı görüşler ileri sürülmüştür.

3. KISSALARLA İLGİLİ KUTSAL METİNLERDEKİ BİLGİLER

3.1. Kitab-ı Mukaddes'teki Anlatım

Hız. Süleyman İsrailoğulları'na göre sadece bir kraldır. Kitab-ı Mukaddes'te Kur'an'daki atlar hikayesi mevcut olmamakla birlikte Hız. Süleyman'ın atları, atlı süvarileri ve savaş arabaları ile ilgili ayrıntılı malumat vardır. Kitab-ı Mukaddes'in I. Krallar bölümünde "*Süleyman'ın savaş arabalarının atları için dört bin ahır ve on iki bin atlısı vardı.* (I.Krallar 4/26) ifadesi yer almaktadır. II. Tarihler bölümünde ise savaşta kullandığı at ve arabaların sayısı ve bunları ne şekilde kullandığı ile ilgili "*Kral Süleyman savaş arabalarıyla atlarını topladı. Bin dört yüz savaş arabası, on iki bin atı vardı. Bunların bir kısmını savaş arabaları için ayrılan kentlere, bir kısmını da kendi yanına, Yerusâlim'e yerleştirdi.*" (II. Tarihler 1/14) ve "*Süleyman'ın atlarla savaş arabaları için dört bin ahır, on iki bin atlısı vardı. Bunların bir kısmını savaş arabaları için ayrılan kentlere, bir kısmını da kendi yanına, Yerusâlim'e yerleştirdi.*" (II. Tarihler 9/25) İfadeleri mevcuttur. Bunlardan başka Tevrat'ta bu atların

nerelerden elde edildiği ve nasıl beslendikleri ile ilgili de malumat vardır. (II. Tarihler 8/6; II. Tarihler 9/28; I. Krallar 4/28)

Ele alacağımız ikinci kısımdaki ceset olayı ile ilgili Tevrat'ta bilgi yoktur. Ancak tefsirlerdeki ceset ile ilgili yorumların kaynağını işaret eden bilgiler mevcuttur. Kitab-ı Mukaddesin I. Krallar bölümünde Hz. Süleyman'ın yaptığı yanlışlardan bahsedilir. Bunlar arasında Hz. Süleyman'ın kendisine yasaklanmasına rağmen İsraililerin dışında başka milletlerden pek çok kadınla evlenmesi, 700 hanımı ve 300 cariyesinin olması, yaşlandıkça karılarının onu saptırması ve kendi ilahlarına taptırması vardır. Bu bölümde Allah'ın, Hz. Süleyman'a verilen mülkü geri almak istemesinden ama babası Hz. Dâvûd'un hatırı için bunu oğlu zamanında yapacağından da söz edilir. (I.Krallar 11/1-10)

3.2. Kur'an'daki Anlatım

Mekkeli müşriklerin alaylı bir şekilde *“Rabbimiz! Bizim payımızı hesap gününden önce ver”* (Sâd 38/16) demeleri üzerine Allah onların sözlerine aldırılmamasını ve Hz. Dâvûd'u hatırlamasını söyler. Akabinde de Hz. Dâvûd'un kıssası ve devamında Hz. Süleyman'ın kıssası anlatılır.

“Dâvûd'a Süleyman'ı bağışladık. O ne güzel kuldu! Şüphesiz o, Allah'a çok yönelen bir kimse idi. Hani ona akşamüstü bir ayağını tırnağı üstüne dikip üç ayağının üzerinde duran çalımlı ve soylu atlar sunulmuştu. Süleyman, “Gerçekten ben malı, Rabbimi anmamı sağladığından dolayı çok severim” dedi. Nihâyet gözden kaybolup gittikleri zaman, “Onları bana geri getirin” dedi. (Atlar gelince de) bacaklarını ve boyunlarını okşamaya başladı. Andolsun, biz Süleyman'ı imtihan ettik. Tahtının üstüne bir ceset bıraktık. Sonra tövbe edip bize yöneldi. Süleyman, “Ey Rabbim! Beni bağışla. Bana, benden sonra kimseye lâyük olmayacak bir mülk bahşet! Şüphesiz sen çok bahşedicisin!” dedi. Biz de rüzgârı onun buyruğuna verdik. Rüzgâr, onun emriyle dilediği yere hafif hafif esirdi. Bina ustası olan ve dalgıçlık yapan her bir şeytani, bukağılara bağlı olarak diğerlerini de, onun emrine verdik.” (Sâd 38/30-38)

4. İKİ KISSA İLE İLGİLİ İSMET PRENSİBİ ÇERÇEVESİNDE YAPILAN YORUMLAR

Sûredeki sırasına göre öncelikle Hz. Süleyman'a sunulan atlar meselesi ele alınacaktır. Daha sonra da imtihan olarak Hz. Süleyman'ın tahtına bırakılan ceset ile ilgili yorumlara geçilecektir.

4.1. Atlar

Bu atlar Hz. Süleyman'ın ordularını oluşturan unsurlardan birisidir. Kur'an'daki ifadesiyle duruşu /sâfinât (Üç ayağı üzerine durup dördüncü ayağını diken. Bk. Mukâtil, 1423h: III/643; Taberî, 2000:XXI/193) ve gidişi /ciyâd (Hızlı koşan. Bk. Mukâtil, 1423h: III/643; Taberî, 2000: XXI/193) mükemmel olan bu atların Hz. Süleyman'a nasıl intikal ettiği (Sa'lebî, 2002: VIII/199) ve sayıları hakkında ihtilaf mevcuttur. Babasından miras olarak kaldığı, (Sa'lebî, 2002: VIII/199) ganimet olarak elde ettiği, (Zeccâc, 1988: IV/330; Sa'lebî, 2002: VIII/199) şeytanlar tarafından Hz. Süleyman için denizden çıkartıldığı ve kanatlı olduğu (Taberî, 2000:XXI/193) şeklinde rivâyetler mevcuttur. Sayıları hakkında da 14, 20, 100, 1000 ve 20.000 (Taberî, 2000: XXI/193; İbn Ebî Hâtim,1419h: XX/3241) şeklinde bilgiler vardır. Atların sayısında, nereden geldiğinde, keyfiyetinde, kesilip kesilmediğinde ve kesmenin caiz olup olmamasında ittifak yoktur. Bu mesele üç ana başlık altında ele alınacak ve müfessirlerin ismet düşüncesi etkisinde yaptığı yorumlara değinilecektir.

4.1.1. Hayrın/Malın/Atların Zikirden Alıkoyması Ya Da Zikre Vesile Olması.

Yukarıda da geçtiği üzere Hz. Dâvûd'un kıssasında olduğu gibi Hz. Süleyman'ın kıssasında da övgüyle söze başlanmıştır. Hz. Süleyman'ın daima Allah'a yönelen güzel bir kul olması ifade edildikten sonra şu ifadeler kullanılmıştır:

إِذْ عَرَضَ عَلَيْهِ بِالْعَشِيِّ الصَّافِنَاتُ الْجِيَادُ فَقَالَ إِنِّي أَحْبَبْتُ حُبَّ الْخَيْرِ عَنْ ذِكْرِ رَبِّي (Sâd 38/31-32)

Müfessirlerin çoğunluğu bu âyetteki عن/an harfi cerrini على/alâ anlamında alarak أَحْبَبْتُ /sevdim kelimesine “tercih ettim” anlamı vermişlerdir. (Zeccâc, 1998: IV/331; Vâhidî, ts: 923; Begavî, 1420h: IV/68) Bir kısmı da an harfi cerrini “bir şeyden uzaklaşmak” anlamında almak suretiyle “Malı çok sevdim o da beni Allah'ın zikrinden uzaklaştırdı,” anlamı vermişlerdir. (Zemahşeri, 1407 h: IV/93) Mâturîdî Hafsa'dan أَلْهَانِي / Beni alıkoydu kıraatini naklederek bu görüşe iştirak eder. (Mâturîdî, 2005: VIII/626)

İlk müfessirlerden Mukâtil (ö. 150/767) alıkoyma anlamını desteklemek için “*Onlar ne ticaret ne de alış verişin kendilerini Allah'ı anmaktan, namaz kılmaktan ve zekat vermekten alıkoyamadığı insanlardır.*” (Nûr 24/37) âyetini delil getirmiştir. Mukâtil âyetdeki hayr kelimesine de “mal” anlamı vermiş ve maksadın atlar olduğu bildirmiştir. (Mukâtil, 1423h: III/643) Taberî hayır kelimesinin mal ve at anlamında olup sözün zahirinden delaleti açık olduğu için hazif yapıldığını söyler. (Taberî, 2000: XXI/193) Hz. Süleyman'ın atlarla Allah adına savaşıp pek çok hayra ulaştığı için hayır dendiği ifade edilmektedir. (Cessâs, 1405h: V/257-258; Mevdûdî, 1987: V/70) Buradaki zikir kelimesine çoğunluk ikindi namazı anlamı vermiştir. (Mukâtil, 1423h: III/644; Ferrâ, ts: II/404; İbn Kuteybe, 1978: I/379; Tusterî, 1423h: I/132) Taberî buradaki ifadeye “namazdan alıkoydu, ta ki namaz geçti” gibi anlamlar da verildiğini, bu namazın da Katâde, (ö. 117/735) Süddî (ö. 127/745) ve Hz. Ali'ye (ö. 40/661) dayandırılan rivâyetlere göre ikindi namazı olduğu belirtir. (Taberî, 2000: XXI/193-194) Farz namazı bilerek kaçırmanın büyük günah olduğundan hareketle, ismet prensibine aykırı olduğu gerekçesiyle bu namazın nafil bir namaz (Cessâs, 1405h: V/257-258; Mâverdî, ts: V/94) ya da Hz. Süleyman'ın o vakitte mutat olarak yaptığı bir zikir olduğu belirtilmiştir. (Zemahşeri, 1407 h: IV/93) Zeccâc (ö. 311/923) “*Allah'ın zikrinden alıkoyduğu kesin ancak nafil namaz mı farz namaz mı bilemeyiz.*” (Zeccâc, 1988: IV/330) demiştir. İbn Kesir (ö. 742/341) Hz. Süleyman'ın tıpkı Peygamberimizin hendeke unutulması gibi namazı unuttuğunu ve o zaman savaş sebebiyle namazın tehirinin caiz olduğunu söyler. (İbn Kesir, 1999: VII/65-66)

Çoğunluğun görüşüne göre âyetin anlamı yukarıda belirtildiği gibi “Mal sevgisini Allah'ı zikretmeye tercih ettim” (Mâturîdî, 2005: VIII/ 626) ya da “Mal sevgisine daldım, o da beni Allah'ı zikirden alıkoydu.” şeklindedir. Buna mukabil عن/an harf-i cerrini sebep olarak telakki edip “Gerçekten ben malı, Rabbimi anmamı sağladığından dolayı çok severim.” diyenler de vardır. (Cessâs, 1405h: V/257-258) Bu görüşü savunanların bir başka gerekçesi de Allah'ı unutacak kadar mal sevgisine kapılmanın Hz. Süleyman'ın peygamber kişiliği ile bağdaşmayacağıdır. (Karama&Çağrııcı&Dönmez&Gümüş, 2014: IV/580-581)

Râzî lafzın zahirinden atlar gözden kayboluncaya kadar Hz. Süleyman'ın sözü tekrar ettiğinin anlaşıldığını ve güneş batıncaya kadar “malı çok sevdim” demesinin uzak bir ihtimal olduğunu bildirir. (Râzî, 1470h: XXVI/390)

Ebû Hayyân (ö. 745/1344) meseleye çok farklı izahlar da getirir. Ona göre Hz. Süleyman namazı bitirdikten sonra atları sevdiğinden söz etmiştir. Âyet “*Ahirette Allah katında olanlar benim Rabbimi zikrim sebebiyledir.*” veya “*Benim Allah'ı zikretmem atları görmekten beni engelledi.*” anlamında olabilir. (Ebû Hayyan, 1420h: IX/154) Sâbûnî âyete “*dünya malını*

tercih ettim” anlamı vermekle birlikte zikrin ikinci namazı olduğu görüşüne katılmaz. Ona göre bir peygamberin ikinci namazını geçirmesi düşünülemez. (Sâbûnî,1997: III/53)

4.1.2. Güneşin/Atların Gözden Kaybolması: Zamirlerin Mercii Meselesi.

Âyette gözden kaybolan ya da perdenin arkasına gizlenen açıkça belirtilmemiştir. Müfessirlerin bir kısmı توارت / tevârat kelimesindeki zamirin, daha önce geçen العشي / el‘aşıyyi kelimesin işaretiyle güneşe râcî olduğunu belirtirken (Mukâtil, 1423h: III/644; Ferrâ, ts: II/404; Ebu Ubeyde, 1381h: II/181; Tusterî, 1423h: I/132; İbn Kuteybe, 1978: I/79; Zeccâc, 1988: IV/330; Mâtûrîdî, 2005: VIII/ 625; Beyzâvî, 1418h: V/29) diğer bir kısmı bir önceki âyette açıkça zikredilen الصافنات /es-safinât kelimesi varken mukadder bir kelimeye râcî olmasını mümkün görmez. (Râzî, 1470h: XXVI/390) Taberî, İbn Mesud, (ö. 32/652-53) Katade ve Süddî’nin güneşin battığı görüşünde olduklarını bildirmekle birlikte kendisi bu görüşe pek meyretmez. (Taberî, 2000: XXI/194) Râzî güneşi hareket ettirenin Allah olduğunu, dolayısıyla “getirin” değil, “getir” denmesi gerektiğini ifade eder. Ayrıca o “Böyle bir şey olsaydı herkes buna şahit olmuş olurdu” diyerek bu görüşü kabul etmez. (Râzî, 1470h: XXVI/390-391)

Buradaki örtü ile ilgili de çeşitli görüşler vardır. Gizlenenin güneş olduğunu kabul edenler bu örtünün dağ, (Mukâtil, 1423h: III/644) veya gece (Nesefî, 1998: III/155) olduğunu söylemişlerdir. İbn Ebî Hâtim (ö. 327/938) Ka’b’dan örtünün yeşil yakuttan bütün yaratıkları kapsayan bir örtü olduğu görüşünü nakleder. (İbn Ebî Hâtim, 1419h: X/324) Gözden kaybolanın atlar olduğunu söyleyenler de perdenin dağ, ahırın duvarları, (Nehhâs, 1421h: III/321) ahırın içi ve toz bulutu olarak belirtmişlerdir.(Ebû Hayyân, 1420h: IX/154; Kutubî, 964: XV/195)

Onu/onları bana getirin ifadesindeki zamirin güneşe râcî olmasını mucize olarak görenler de vardır. Hz. Ali de kılamadığı bir ikinci namazı için Hz. Peygamberin isteğiyle güneş battıktan sonra geri gelmiştir. Ancak bu rivâyetler aklen ve naklen pek isabetli görülmemiştir. Râzî (ö. 606/1210) ise güneşi hareket ettirenin Allah olduğunu bildirerek, “getirin” değil, “getir” demesi gerektiğini ve böyle bir şeyin olması halinde herkesin şahit olacağını söylemektedir. (Râzî, 1470h: XXVI/390-391) Nesefî (ö. 710/1310) ise kelimeye “Güneşi geri getirin” anlamı verenler ve güneşin getirilmesine şükür için de Hz. Süleyman’ın atları kestiğini ifade edenler vardır. (Nesefî, 1998: III/155)

4.1.3. Atların Kesilmesi Ya Da Okşanması.

مسح /Meseha eli bir şey üzerinde gezdirmek ve ondaki izi kabetmek demektir. (Râgıb, 1412h: 767) Kelimesinin kesmek anlamına gelebilmesi için destekleyici bir kelimeye daha ihtiyaç duyduğu anlaşılmaktadır. Nitekim müfessirler söz konusu kelimenin kesmek anlamını ifade ettiğini delillendirmek için kelimenin yanına علاوته /alavetehü /باسيف /bisseyfi gibi kelimeler getirmektedirler. (Râgıb, 1412h: 767) Mukâtil Hz. Süleyman’ın kendisine sunulan bin atla meşguliyetinden ötürü ikinci namazını kılamadığını, sonra da bu atları geri çağırıp, dokuz yüz tanesinin ayaklarını ve boyunlarını vurduğunu, bu gün insanların elindeki atların da kalan yüz attan ibaret olduğunu bildirmektedir. (Mukâtil, 1423h: III/644) Müfessirlerin ekseriyeti kelimenin kesmek anlamına geldiğini bildirmişlerdir. (Ferra, ts: II/405; Ebu Ubeyde, 1381h: II/182; İbn Kuteybe, 1978: I/379; İbn Ebî Hâtim, 1419h: X/ 324) Atları kesmenin caiz olup olmaması da ihtilafli bir mevzudur. Âyete “Atların bacaklarını ve boyunlarını kesmeye başladı” diyenler tabii olarak atları kesmenin ve etini yemenin caiz olduğunu söylemektedirler. (Mâverdî, ts: V/94; Vâhidî, ts: I/926) Zeccâc, günahı tevbenin daha büyük bir günahla yapılamayacağını belirterek Allah mübah kıldığı için Hz. Süleyman’ın atları kestiğini ifade eder. (Zeccâc, 1988: IV/330)

Taberî meseha kelimesine Katâde, Hasan (ö. 110/728) ve Süddî'nin kesti, İbn Abbas'ın sevgi ile bacıklarını ve boyunlarını sıvazladı anlamı verdiğini bildirmektedir. Taberî İbn Abbas'ın görüşünün âyetin yorumuna daha uygun olduğunu Hz. Süleyman'ın atların ayaklarını kesmek suretiyle onlara azab etmesinin ve malı sebepsiz yere telef etmesinin mümkün olmadığını bildirir. (Taberî, 2000: XXI/194) Ayrıca atların kesilmesini mekruh görenler su ile ve eli ile meshetti derler. (Zeccâc, 1988: IV/330)

Mâturîdî'ye göre çoğunluğun görüşü Hz. Süleyman'ın günahına kefarete olsun diye atları kesmesidir. Buna göre iki durum ortaya çıkar: Birincisi bizde caiz olmasa da onun şeriatında caiz olmasıdır. Tıpkı Hz. Süleyman'ın Hüdhüd'ü göremeyince cezalandıracağını söylemesi gibidir. İkincisi bu fiilin öldürmenin yasaklanmasından önce olmasıdır. Mâturîdî âyetin hakiki anlam dışında atların kesilmesinden, insanlara teslim edilmesinden ya da sevgiyle onları sıvazlamaktan kinaye olarak da kullanılmış olabileceğini belirtir. (Mâturîdî, 2005:VIII/ 626) Mâturîdî meseha kelimesinin kesmek anlamını tercih etmiştir. (Mâturîdî, 2005:VIII/ 626)

Taberî'den sonra eserinde Hz. Süleyman'ın atların ayaklarını ve boyunlarını okşadığı görüşünü savunan Nehhâs'tır. (ö. 338/950) Bununla birlikte Nehhâs atları öldürmeye izin verildiği için onları kesmiştir görüşünü de zikreder. (Nehhâs, 1421h: III/321) Ardından Cessâs (ö. 370/981) da İbn Abbas'ın görüşü olan atların sevildiği görüşünü savunur. Cessâs atların kesilmesini de caiz görür ancak bu görüşte olanların atların etlerinin yenmesinin mübah olduğuna delil getirmeleri gerektiğini çünkü atları telef etmenin ve bu şekilde Allah'a ibadet etmenin caiz olmadığını bildirir. (Cessâs, 1405h: V/257-258)

Semerkindî (ö. 373/983)) ise genel görüşe katılır. Hz. Süleyman'ın atların boyun ve ayaklarını savaşta kullanmak maksadıyla işaretlediği görüşünü isabetli görmeyerek “*Buna o zaman caizdi Allah rızası için dünya malından vazgeçmiştir*” diye cevap verilebileceğini söyler. (Semerkandî, ts: III/167) İbn Arabî (ö. 543/1148) de ayakların damgalama mekanı olmadığı gerekçesiyle bunu doğru bulmaz. (İbn Arabî, 2003:IV/68)

Begavî (ö. 516/1122) atları kurbanlık hayvanlardan farklı görmez. Ona göre Hz. Süleyman atları kurban etmiş ve etlerini de tasadduk etmiştir. Begavî'ye göre atların ayaklarının tozlarının temizlenmesi zayıf bir ihtimaldir. (Begavî, 1420h: IV/68) Zemahşerî (ö. 538/1144) de Hz. Süleyman'ın Allah'a yakınlık için atları kestiğini bildirmektedir. (Zemahşerî, 1407 h: IV/93)

Râzî Hz. Süleyman'ın, güneş batıncaya kadar atlarla meşgul olup namazı kaçırdığı farzedildiğinde bu işin büyük bir günah ve ileri derecede bir suç olacağını dolayısıyla bu duruma uygun olarak tevbe etmesi, yalvarıp yakarması gerektiğini bildirir. Fakat o bunu yapmayarak kızgın bir şekilde suçu atlara bularak onları getittirip ayaklarını ve boyunlarını kesmiştir. Râzî bu söz ve davranışın kötü kimselere bile yakışmazken masum bir peygamber için nasıl mümkün olabileceğini söyler. (Râzî, 1470h: XXVI/390-391)

Râzî meseha kelimesinden kesme anlamı çıkamayacağını da şöyle delillendirir: a) Kesti anlamına gelseydi Mâide sûresindeki *وَامْسَحُوا بُرُوسَكُمْ* “Başlarınızı mesh edin” (Maide 5/6) âyeti de kesmek anlamına gelebilirdi. Hâlbuki ki böyle diyen yok. Tabirde kılıç kullanılsa bile kesme anlamı şart değildir. Kılıç olmayınca zaten kesme anlamına gelmez. b) Kelimeye kesti anlamı verenlere göre Hz. Süleyman namazı terk etmek, namazı unutacak kadar dünya sevgisine sahip olmak, tevbe etmemek, Allah'a onları bana getirin diye hitap etmek ve suçsuz hayvanları kesmek gibi hatalar işlemiştir. Peygamberlerin ismet sıfatını en katı biçimde

savunan müfessirlerden biri olan Râzî Hz. Süleyman'ın bu hataları işlemesinin mümkün olamayacağını savunur.

Râzî'ye göre *"Ey Rabbimiz hesap gününden evvel, bizim amel defterimizi acele ver"* (Sâd 38/16) diye son derece ileri giden müşriklere *"Ey Muhammed, onların beyinsizliklerine sabret ve kulumuz Davud'un halini an (düşün)"* diye Hz. Dâvûd ve akabinde Hz. Süleyman'ın kıssası anlatılmıştır. Bu övgünün arkasından onların faziletleri, güzel ahlakları ve sabırları gelmelidir. Uygun düşen de budur. Onların büyük günahlara yeltenmeleri kelamın gelişine uygun düşmez. (Râzî, 1470h: XXVI/391) Râzî kendi görüşünün doğruluğunu ispatlamak için Kur'an'ın onların söylediğine delalet etmediğini ve peygamberlerin ismet sıfatına işaret eden pek çok delil olduğu gerekçesini ileri sürer. (Râzî, 1470h: XXVI/392)

Atların kesildiğini savunan müfessirler özellikle Râzî'den sonra atların sevildiği görüşüne de değinmektedirler. (İbn Kesir, 1999: VII/65-66; Beyzâvî, 1418h: V/29; Nesefî, 1998: III/155) Ebussuûd (ö. 982/1574) her iki görüşü de vermekle birlikte tercihini atların kesilmesinden yana kullanır. (Ebussuûd, ts: VII/226) İlk dönem tefsirlerinde ağırlıklı görüş atların kesildiği yönünde olmasına rağmen son dönemde atların kesilmeyip ayaklarının ve boyunlarının sıvazlandığı görüşü hakimdir. Bu müfessirlerden Merâgî (1883-1952) savaşta düşmana karşı en büyük yardımcı oldukları için Hz. Süleyman'ın onları sevdiğini bildirmektedir. (Merâgî, 1946: XXIII/119)

Ebû Hayyân Hz. Süleyman'ın atların boynunu ve ayaklarını sevgiyle okşadığını belirttiikten sonra Sa'lebî'den naklettiği, atların savaş için işaretlendirildiği görüşünün cumhura nispet edilen, atların boğazlanması görüşünden peygamberlerin makamına daha çok yakıştığını ifade etmektedir. (Ebû Hayyân, 1420h: IX/154) Bursevî'ye (ö.1137/1724) göre Hz. Süleyman sehven ve unutarak namazı geçirmiş ve Allah'ın rızasını umarak atları kurban etmiştir. (Bursevî, ts: VIII/28) Bu açıklamaya göre Hz. Süleyman her iki durumda da kınanacak bir iş yapmamıştır.

İbn Hazm (Ö. 456/1064) meseha kelimesinin anlamını sıvazlamak, okşamak olarak kabul eder. مسحاً فقط. Âyetin zahirinden anlaşılan budur. Kestiğine ve namazı geçirdiğine dair âyette bir işaret yoktur. Bu konuda Rasûlullah hariç kimsenin sözüne de ihtiyaç yoktur. (İbn Hazm, ts:IV/ 16)

Cürcânî (ö. 816/1413) ise namazı geçirdiğine dair işaret yok, olsa bile bilerek değil unutarak geçirmiştir. Unutmanın da sorumluluğu yoktur, günah değildir, değerlendirmesinde bulunur. Cürcânî'nin böyle bir değerlendirmede bulunmasında ismet inancının etkisi açıktır. Ona göre احببت / ehbebtü de mübalağa vardır. Kişi bir şeyi sever ama onu sevmeyi sevmez. Sever sevmeyi de sever bu sevgide kemaldır, zirvedir. سقاه عن العيمة / ani'-zikri terkibi tıpkı سقاه عن العيمة / şiddetli susuzluktan dolayı ona su içirdi, cümlesindeki gibi "zikri sebebiyle" demektir. Yani o dünyalık için değil dini için malı sevmiştir. Nitekim atlar dünya malı biriktirmek için değil dini yaymak içindir. Cürcânî meseha kelimesinin kılıç ile kullanılması halinde kesme anlamına gelebileceği aksi takdirde kesme anlamı verilemeyeceğini ifade etmektedir. (Cürcânî, 1907: 274)

İbn Âşûr'a (1879-1973) göre meseha kelimesinin hakiki manasının "el ile bir şeyin üzerindeki toz, su vs yi silmek", mecazen "kesmek" anlamına gelir ki o zaman da bir karine olması gerekir. مَسَحَ بِالسَّيْفِ ibaresi de bir şeyi kestikten sonra kılıçtaki kanı silmekten mülhem olabilir. Ayrıca "sildi" ve "sıvazladı" diyenler bunu, peygamberlik makamına daha münasip gördükleri için söylemektedirler. (İbn Aşur, 1984: XXIII/257)

Zuhaylî (1932-2015) meselenin kıssacıların anlattığı şekilde Hz. Süleyman'ın at sevgisini namaza tercih etmesinin, atlarla uzun süre meşgul olup namazı geçirmesinin ve atları kesmesinin mümkün olmadığını belirtmektedir. O bu anlatılanların Yahudi israiliyyatı olup peygamberlikle bağdaşamayacağını ifade etmektedir. (Zuhayli, 1418h: XXIII/198)

Mevdûdî (1903-1979) Kur'an'da kılıçla dokundu ibaresinin olmadığını belirtir. Ona göre Kur'an'da olmayan ifade biçimleriyle âyetlere anlam vermek ancak siyak sibak uygunsa, Kur'an'ın başka yerinde bir karine varsa, sahih bir hadis ve ya güvenilir bir kaynaktan bilgi varsa mümkündür. (Mevdûdî, 1987: V/71) Dolayısıyla Mevdûdî atların bacaklarının ve boynunun okşamasını âyetin siyak ve sibakına daha uygun bulur. (Mevdûdî, 1987: V/72)

Bunların yanı sıra atları katletmenin Hz. Süleyman'ın peygamber kişiliği ile bağdaşamayacağı, bir peygamberin Allah'ı unutacak kadar kendisini mal sevgisine kaptırması, çok sayıda atı katledecek kadar insafsız olması ve kendi suçunun bedelini masum hayvanlara ödeyecek kadar adaletten uzak olmasının düşünülemeyeceği de ifade edilmiştir. (Karaman&Çağrııcı&Dönmez&Gümü, 2014: IV/580-581) Ayrıca Allah Hz. Süleyman'ın şahsında mala diğer insanlardan daha farklı bakabileceğimizi ve elde edilen malın Allah'ın rızasını kazanmaya vesile edinebileceğimizi bizlere göstermektedir. (Durmuş, 2008: 65)

Neticede Hz. Süleyman'ın iki hata işlemiş olma ihtimali mevcuttur. Bunlardan birisi Hz. Süleyman'ın mal sevgisi yüzünden Allah'ı zikretmekten geri kalmasıdır. Diğer bir ifadeyle Hz. Süleyman kendisine arzedilen atlarla meşgul olmuş ve ikinci namazını geçirmiştir. Hz. Süleyman'ın ismet sıfatı gereği bu büyük hatadan kurtarmak için kimi müfessirler namazı bilerek değil unutarak kaçırdığı, namazın farz bir namaz değil nafîle bir namaz olduğu, hatta mutad olarak yaptığı bir vird olduğu söylenmiştir.

İkinci hata ihtimali ise atların kesilmesidir. Bunun suçsuz bir hayvanın cezalandırılması ve malın telef edilmesi olarak görülmesine mukabil, ismet düşüncesinin de etkisiyle o dönemde at etinin helal olduğu ve dolayısıyla at kesmenin de mübah olduğu yorumları yapılmıştır. Bunlara ilaveten Hz. Süleyman'ın, Allah'a yaklaşmak için zikrine mani olan bu engeli kurban etmek suretiyle ortadan kaldırdığı ve fakirlere tasadduk ettiği ifade edilmiştir.

4.2. Hz. Süleyman'ın İmtihanı

Hz. Süleyman kendisinden hemen önce anlatılan babası Hz. Dâvûd'un imtihan edildiği gibi imtihana tabi tutulmuştur. Yine babasının meselesinde olduğu gibi ilgili ifadeler son derece vecizdir. İmtihan sebebi ve imtihan edildiği şey hakkında sarîh bir bilgi de mevcut değildir.

4.2.1. Ceset

Kur'an'da Hz. Süleyman'ın imtihan edildiği şeyin tahtına atılan bir ceset olduğu ifade edilmekle birlikte o cesetin mahiyeti hakkında hiç bir bilgi yoktur. İlk müfessirlerden Mukâtil'in konu ile ilgili yaptığı nakiller ve yaptığı yorumlar hemen bütün tefsir kitaplarında tekrar etmiştir. Bu bilgileri şöyle özetleyebiliriz: Hz. Süleyman yirmi yıl hüküm sürmü, bir müddet hükümlü elinden alınmış, daha sonra yirmi yıl daha hüküm sürmüştür. Buradaki hükümlülüğünün elinden alınmasına sebep olan imtihanı ya da tahtın üzerine atılan ceset ise cinlerden birisi ya da İblis'in torunu olan bir şeytandır. Hz. Süleyman tuvalete gittiğinde ya da hanımlarına yaklaşmak istediğinde krallığının sembolü /gücü olan yüzüğünü daima güvendiği bir cariyesine vermektedir. Yine bir gün tuvalete gitmek istediği bir zamanda yanına Sahr adındaki cin gelmiş, Hz. Süleyman da cariyesi zannederek yüzüğü ona vermiştir. Sahr da yüzüğü denize atıp tahta oturmuştur. Hz. Süleyman bundan sonra kimseyi kendisinin Süleyman olduğuna inandıramamıştır. Kırk gün sonra deniz kenarında kendisine sadaka

olarak verilen balığın karnında yüzüğünü bulmuş ve tekrar tahta oturmuştur. Bir başka rivâyete göre Hz. Süleyman savaşıta öldürdüğü bir kralın kızı hoşuna gitmiş ve onunla evlenmiştir. O kadın ise öldürülen babasını unutamamış, onun suretine benzer bir heykel yaptırarak zamanla ona tapınmaya başlamıştır. (Mukâtil, 1423h: III/644,645. Ferra, ts: II/405; İbn Kuteybe, 1978: I/379)

Taberî de Mukâtil'in açıklamalarına ek olarak Sahr adında bir cinin Hz. Süleyman'ın kılığına girdiğini, Hz. Süleyman'ın şeytana *"İnsanları nasıl aldatıyorsunuz?"* diye sorup onun da *"Yüzüğünü ver göstereyim."* diye vevap verdiğini ve yüzüğü alınca da denize attığını bildirir. (Taberî, 2000: XXI/196-197)

Zeccâc'ın naklettiğine göre Hz. Süleyman'ın bir oğlu vardı. Hz. Süleyman'ın ölümüyle rahata kavuşacağını düşünen şeytanlar *"Eğer o yaşarsa bize rahat yok"*. dediler. Oğlu için endişelenen Hz. Süleyman onu bulutlara çıkardı. Orada öldü ve kürsünün üstüne ölü olarak atıldı. Zeccâc Hz. Süleyman'ın yasak olmasına rağmen İsrailoğulları dışında bir kadınla evlenmesini de imtihan vesilesi olarak zikreder. (Zeccâc, 1988: IV/331-332)

İbn Ebî Hâtim kendisinden önceki bilgileri tekrar eder. İlâveten Allah mülkü Hz. Süleyman'a geri vermeyi murat ettiğinde insanların kalbine bu şeytanı inkar duygusu verir. İnsanlar Hz. Süleyman'ın hanımlarına farklı/ters bir durum olup olmadığını sorarlar. Onlar da Hz. Süleyman'ın daha önce yapmadığı şekilde hayızlı oldukları halde kendilerine yaklaştığını söylemişlerdir. Böylece şeytan fark edildiğini anlamıştır. İnsanlar sihir kitabı yazıp Hz. Süleyman'ın tahtının altına gömdüler, sonrada *"işlerini sihirle yürütüyor"* demek için yazdıklarını halka okudular. (İbn Ebî Hâtim, 1419h: X/3242)

İbn Ebî Hâtim Hz. Ali'den de yüzükle ilgili bir rivâyet aktarır. (İbn Ebî Hâtim, 1419h: X/3242) İbn kesir bu rivâyetlerin tamamının israiliyyat olduğunu ve en çirkininin de İbn Ebi Hâtim'in rivâyetleri olduğunu belirtir. (İbn Kesir, 1999: VII/65-66) Mâturîdî *"Hz. Süleyman'ın ne işle imtihan edildiğini tam bilemeyiz, onun için zikretmeye gerek yoktur. Peygamberler en ufak şeyden dolayı kınanabilir ve cezalandırılabilirler. İmtihan edildi, kaybetti, mülkü alınarak cezalandırıldı ya da mülkü alınarak imtihan edildi."* demektedir. (Mâturîdî, 2005: VIII/ 626-627)

Nehhâs Hz. Süleyman'ın yüz hanımla birlikte olacağı ve her birinin bir mücahit doğuracağı ile ilgili hadisi nakleder. Bundan sonra bu hadis pek çok müfessir tarafından zikredilir. (Nehhâs, 1421h: III/321; Mâverî, ts: V/95-96; Begavî, 1420h: IV/72; Zemahşeri, 1407 h: IV/93; Beyzâvî 1418h: V/29-30; Nesefi, 1998: III/155-156) Semerkandî bu rivâyetlerin Kab ve Vehb b. Münebbihten geldiğini belirtir ve şeytanın Müslümanları hakimiyetine almasının kabul edilemez olduğu söyler. (Semerkandî, ts: III/167; Sa'lebî, 2002: VIII/199)

Semerkandî'ye göre ölüm meleği Hz. Süleyman'ı ziyaret eder. Hz. Süleyman melekten korkan oğlunu rüzgar vasıtasıyla bulutlara çıkarır. Daha sonra çocuğun eceli gelir, ölür ve tahtının üzerine atılır. Buna delil ise ceset kelimesinin mevt gibi yemeyen içmeyen anlamına gelmesidir. (Semerkandî, ts: III/168) Sa'lebî (ö. 427/1035) de bütün hikayeyi özetlemiştir. (Sa'lebî, 2002: VIII/202)

Eserinde tasniflere bolca yer veren Mâverî (ö. 450/1058) Hz. Süleyman'ın imtihanı için şu ihtimalleri sıralar: a)Hayızlı iken hanımlarına yaklaşması. b)Hanımlardan birisinin kavmi ile kendi kavmi arasındaki husumette haksız bir şekilde hanım tarafı lehine hüküm vermesi. c) İnsanların davalarıyla üç gün ilgilenmeyeceğini söylemesi. d) Hanımlardan birisinin ölen

babasının timsaline tapması. e)Hz Süleyman'ın yüzüğü şeytana kaptırması f) Hz. Süleyman'ın bin hanımıyla yatacağını ve her birinden bir mücahit doğacağını söylemesi. (Mâverdî, ts: V/95-96.)

Mâverdî tahtın üzerine atılan ceset için de şöyle söyler: a)Hz. Süleyman'ın hastalanması. b) Çocuğunun öldürülmesinden endişelenip bulutlara çıkarması ve çocuğun ölü olarak tahtın üzerine bırakılması. c) Yarım/kötürüm çocuk dünyaya gelmesi. d) Yüzüğü şeytanlara kaptırmasıyla mülkünü kaybetmesi. (Mâverdî, ts: V/96)

Zemahşerî çocuğun bulutlara çıkartılması hikayesi ile Hz. Süleyman'ın bir gecede yetmiş hanımıyla yatacağı bilgisinin doğru olabileceğini söyler ve diğer görüşlere pek itibar etmez. Zemahşerî Hz. Süleyman'ın çocuğu adına Allah'a tevekkül etmediği için tevbe ettiğini bildirir. (Zemahşeri, 1407 h: IV/93) Özellikle bu iki rivâyet dışında olup önceki müfessirler tarafından pek eleştirilmeyen bilgiler bundan sonra Yahudi uydurması olarak telakki edilmiştir. (İbn Kesir,1999: VII/69; Beyzâvî 1418h: V/29-30; Nesefi, 1998: III/155-156; Merâgî 1946: XXIII/121; İbn Aşur 1984: XXIII/260)

Râzî kendi zamanına kadar söylenen bütün sözleri özetleyerek imkansızlığını ispata çalışmış ve akabinde de kendi görüşünü belirtmiştir. Ona göre Allah, başına gelebilecek bir belâyı bekleme ve musallat kılma gibi şeylerle, Hz. Süleyman'ı imtihan etmiştir. O da bu korkunun şiddetinden dolayı taht üzerine atılmış olan zayıf bir ceset gibi olmuştur. (Râzî, 1470h: XXVI/392-394)

İbn Kesir (ö. 774/1373) Hz. Süleyman'ın tahtına bırakılan ceset ile ilgili “*Bütün bunlar İbn Abbas'ın rivâyet ettiği, Hz. Süleyman'ın peygamberliğini kabul etmeyen Yahudilerin yalanlarıdır. En çirkini de hanımları ile ilgili olanlarıdır.*” der. (İbn Kesir,1999: VII/69) Beyzâvî (ö. 685/1286) “*O zaman caizdi.*” diyerek, Hz. Süleyman'ın şeytanlardan bir hanımının ölen babasının heykelini yapmasını istemiş olabileceğini söyler. (Beyzâvî 1418h: V/29-30) Nesefi Zemahşeri ile benzer açıklamalarda bulunur. (Nesefi1998: III/155-156) Hz. Süleyman'ın sadece hastalanmasının doğru olabileceğini söyleyenler de vardır. (Merâgî 1946: XXIII/121; Abbâs, 2010: 655.

Meseleye ismet prensibi çerçevesinde bakıp ilgili yorumlara “makama yakışmayan hurafeler” diyen İbn Âşûr mezkur hadis ile bu âyetin tefsirini zorlama olarak görür. Gerekçesi ise Hadisi rivâyet eden zevatın hadisin söz konusu âyeti tefsir ettiğini söylememiş olmalarıdır. (İbn Aşur 1984: XXIII/260)

Mevdûdî Zemahşerî'nin ihtimal olarak gördüğü iki rivâyeti de doğru bulmaz. Ona göre çocuğun bulutlara çıkartılması Kur'an'a aykırıdır. Mevdûdî, Hz. Süleyman'ın 70, 90, 99 ve 100 hanımla yatması hadisinin sened olarak tenkit edilemeyeceğini ancak aklen kabul edilemez olduğunu vurgulamakta ve Hz. Peygamber'in bunu Yahudiler'e istinaden anlatmış olabileceğini söylemektedir. (Mevdûdî,1987: V/75) Mevdûdî Râzî'nin Hz. Süleyman'ın hastalandığı görüşünü de Kur'an'a aykırı bulur ve cesedin başkası olması gerektiğini belirtir. Mevdûdî mevzu bahis âyetlerin Kur'an'ın en müşkil yeri olduğunu ve sarîh tefsir yapılamayacağını söyler. Ayrıca o ceset meselesine İsrailoğulları'nın tarihini göz önüne alarak değerlendirir ve Hz. Süleyman'ın zürriyeti boyunca mülkünün devam etmesini istemiş olabileceğini söyler. Nitekim oğlu zayıf kalmış ve saltanatı devam ettirememiştir. (Mevdûdî, 1987: V/76)

Diyanetin tefsirinde olayın mahiyetinden ziyade mesajı ön plana çıkartılmaktadır. Allah'ın övdüğü, yakınlık ve mülk verdiği bir peygamber dahi bazı imtihanlardan geçebilir. Manevi mertebesi ve dünyadaki gücü ne olursa olsun Allah'ın yardımına, lütfuna ve affına muhtaçtır. (Karaman&Çağrııcı&Dönmez&Gümüş, 2014: IV/582)

4.2.2. İstiğfar

Hız. Süleyman'ın ne ile imtihan edildiği, nasıl bir hata işlediği ve ne için Allah'tan bağış dilediği açık olmayınca tabii olarak müfessirlerden bir birinden farklı yorumlar gelmiştir. Bazı müfessirler Hız. Süleyman'ın kendisine sunulan atlardan dolayı istiğfar ettiğini belirtirken(Nehhâs, 1421h: III/321) bazıları da Hız. Süleyman'ın öldürüleceğinden korktuğu için çocuğunu bulutlara çıkartması ve hanımlarıyla birlikte olup her birinin bir mücadele hamile kalması meselelerinde Allah'a tevekkül etmemesinden dolayı istiğfar ettiğini söylerler. (Mâturîdî, 2005: VIII/ 626-627; Zemahşeri 1407 h: IV/93; Nesefi, 1998: III/155-156)

Mâturîdî ve Zemahşerî peygamberlerin dünyalık bir şey isteyecekleri zaman önce istiğfar etmelerinin adetleri olduğunu ifade etmektedirler. (Mâturîdî, 2005:VIII/626-627; Zemahşeri 1407 h: IV/9) Ebussuûd peygamberlerin sünneti olduğu üzere Hız. Süleyman'ın dini işleri öncelediği için dünyalık isteğinin önüne istiğfarı getirmiştir. Ebussuûd ayrıca Hız. Süleyman'ın kendisine verilen mülkün bir başkasına verildiği takdirde Allah'ın emirlerini gözetemeyeceğinden korkarak böyle demiş olabileceğini belirtir. (Ebussuûd ts: VII/227)

4.2.3. Mülk İsteme

Hız. Süleyman'ın imtihan edilmesi sonrası af dilemesi ve akabinde kendisinden sonra kimsenin elde edemeyeceği bir mülk istemesi ile ilgili müfessirler farklı yorumlar yapmışlardır. Mukâtil Hız. Süleyman'ın zaten mülkü olduğunu, tekrar mülk istemesinin de bir sonraki âyetin işaretiyle daha fazlasını arzulamak anlamına geldiğini belirtmektedir. (Mukâtil, 1423h: III/646) İmtihan olarak ya da imtihan sonrası mülkün Hız. Süleyman'ın elinden alındığını savunanlar bunu öncelikle “mülkün bir daha elinden alınmayacağı” şeklinde yorumlamışlardır. (Taberî, 2000: XXI/199; Mâturîdî, 2005:VIII/626-628) Çoğunluk ise bu âyeti “başla kimsenin elde edemeyeceği” şeklinde yorumlamıştır. (Taberî, 2000: XXI/199; Zeccâc 1988: IV/333) Bunların dışında affedildiğine, (Zeccâc 1988: IV/333; Mâturîdî, 2005:VIII/626-628; Vâhidî, ts: I/926) peygamberliğine, (Mâturîdî, 2005:VIII/626-628) peygamberliğin ve mülkünün geri verildiğine (Zeccâc 1988: IV/333) delalet etmesi için böyle bir mülkü istemiş olabileceği söylenmiştir.

Mâturîdî farklı bir yorum olarak Hız. Süleyman'ın maksadının “*güzel bir şekilde anılmayı istemek*” olabileceği te'vilini yapmaktadır. (Mâturîdî, 2005:VIII/626-628) İbn Âşûr ise Hız. Süleyman'ın zaten var olan mülkün devam etmesini istemiş olabileceği görüşündedirler. (İbn Aşur 1984: XXIII/262) Alûsî Cubbaî'den peygamberlerin ancak Allah'ın izin vermesinden sonra bir şeyler isteyeceği görüşünü nakleder. (Alusi, 1415h: XII/193)Mevdûdî ise bu durumun İsrailoğullarının tarihi göz önüne alarak değerlendirildiğinde Hız. Süleyman'ın zürriyeti boyunca mülkünün devam etmesini istemiş olabileceğini belirtir. (Mevdûdî, 1987: V/76)

Netice itibariyle Kur'an'da Hız. Süleyman'ın imtihanı ve tahtı üzerine atılan ceset hakkında ayrıntılı bilgi mevcut değildir. Yukarıda da geçtiği gibi ilk dönem tefsir kitapları imtihanın ve cesedin mahiyetiyle ilgili israilî bilgilerle doludur. Çoğu yalan ve iftira olan bu bilgilerin peygamberlik makamıyla uyuşmadığı da açıktır. Nitekim söz konusu atların kesildiği görüşünde olan birçok müfessir dahi ilgili rivâyetleri ismet prensibiyle açıkça çeliştiğini

belirterek reddetmişlerdir. Ancak ilk dönem müfessirlerinde bu rivâyetlerin aktarımında ismet prensibinin etkisini görmek pek mümkün değildir.

Mâturîdî, Zemahşerî, Râzî ve İbn Kesîr rivâyetleri ilk tenkit eden müfessirlerdir. Rivâyetlerin tamamen reddi yanında rivâyetlerden vaz geçemeyip İsmet sıfatı sâikiyle yorumlayanlar da vardır. Hz. Süleyman'ın bir hanımının isteği üzerine ölen babasının heykelini yapması için şeytanlara emir vermesi rivâyetinin “o zaman caizdi” diye yorumlanmasını ve babasının heykeline tapan hanımından Hz. Süleyman'ın haberinin olmamasının belirtilmesini bu yorumlar arasında sayabiliriz. Ayrıca Hz. Süleyman'ın masum kabul edilmesinden hareketle, istiğfar etmesinin her hangi bir hatadan değil de her zaman ve özellikle de dünyalık bir şey istemelerinden önce bütün peygamberlerin adetleri olduğu üzere istiğfar etmeleri gibi değerlendirilmiştir. Hz. Süleyman'ın kimsenin elde edemeyeceği mülkü talep etmesini de yine aynı sâikle düşmana galip gelmek için, peygamberliğine ve affına delil olması için diye yorumlanmıştır.

5. SONUÇ

Peygamberler insanlar arasından seçilen ve ilahi terbiyeden geçen üstün niteliklere sahip, Allah'ın elçileridir. Dolayısıyla onların vahyin tebliği hususunda hata etmeleri mümkün değildir. Ayrıca itikadî mezheplerin ittifakıyla yüz kızartıcı fiillerden, küfür ve şirke düşmekten de uzaktırlar. İnsanlara ilahi buyrukları ulaştıran, onları açıklayan ve yaşantısıyla da örnek olan peygamberlerin bu vazifelerine hâlel getirecek fiil ve davranışlardan korunmuş olmaları tabii bir durumdur. Ancak insan olmaları hasebiyle unutma, yanılma ve bazı hatalar işlemeleri Kur'an'ın da işaretiyle imkân dâhilindedir. Ne var ki peygamberlerin bu tür yanlışlarının geçtiği âyetlerin hemen akabinde ilahi uyarı, pişmanlık, tevbe ve Allah'ın mağfireti gelmektedir. İşte ismet sıfatı çerçevesinde ele aldığımız Hz. Süleyman ile ilgili iki mesele bu kabildendir. Tevrat'a göre Hz. Süleyman babası Dâvûd gibi siyasi olarak başarılı bir kral olmakla birlikte ahlaki zaafları olan, nefesine hâkim olamayan ve büyük günah işleyen bir kimsedir. Kur'an'a göre ise yine babası gibi Allah'a çokça ibadet eden, Allah'ın hikmet, nübüvvet ve krallık verdiği, cinleri, şeytanları, kuşları ve dağları da kendisine hizmet ettirdiği örnek bir şahsiyettir.

İsmet prensibi ile ilişkisinden ötürü ele aldığımız iki meselenin ilk kısmı olan atların Hz. Süleyman tarafından kesilip kesilmediği tefsirlerde tafsilatlı bir şekilde ele alınmıştır. Daha ilk dönemden itibaren “Hz. Süleyman atların ayaklarını ve boynunu kesti” ve “Hz. Süleyman atların ayaklarını ve boynunu okşadı” diye temel iki görüş belirlemiştir. Atların kesilmesi anlayışına paralel olarak önceki âyetler Hz. Süleyman'ın malı çok sevmesi, onunla meşgul iken güneşin batması ve namazı kılamaması şeklinde anlamlandırılmıştır. Diğer görüşle doğru orantılı olarak da ilgili âyetlerin anlamı Hz. Süleyman'ın Allah'ı anmaya sebep olduğu için malı çok sevmesi ve kendisine arz edilen atların koşarak gözden uzaklaşması şeklindedir.

Birinci görüş şu açılardan eleştirilmiştir: a) İlgili rivâyetlerin çoğunluğu israiliyyat kökenlidir. Tevrat Hz. Süleyman'ın savaş için hazırladığı at ve at arabalarından bahsedip atların kesilmesi meselesine hiç değinmemiş olsa da şifahi kültürdeki ilgili bilgiler Müslüman olan Yahudi kökenli sahabiler aracılığıyla ilk müfessirler tarafından kaynaklara geçmiştir. b) İlgili âyetteki zamirden daha önce zikri geçmeyen Güneşin kastedilmesi Arapça dil kurallarına aykırıdır. Ayrıca meseha kelimesi yalın olarak kullanıldığında “kesti” manasını içermemektedir. c) Hz. Peygamber'e örnek gösterilip hikayesine övgüyle başladıktan sonra Hz. Süleyman'ın namazı geçirdiğinin, masum atları kesip etlerini telef ettiğinin söylemesi düşünülemez. d) Hz. Süleyman bir peygamber olarak dünya malına aşırı derecede düşkün olamaz, suçsuz hayvanları öldüremez, malı telef edemez ve özellikle de farz bir ibadeti bilerek terk eylemez.

Diğer bir ifadeyle bu zikredilenler peygamberlerin ismetiyle bağdaşmaz. e) Âyetlerde Hz. Süleyman'ın bu olaydan sonra istiğfarından ya da tevbesinden basedilmemektedir. Dolayısıyla ilgili âyetlerden namazın geçirilmesi ve atların kesilmesi anlamını çıkarmak pek isabetli gözükmemektedir.

Birinci görüşte olanlar atların kesilip telef edilmesi eleştirilerine yine ismet prensibini gözeterek, o dönemde at etinin helal olduğu, dolayısıyla atları kesmenin hatta kurban etmenin mübah olduğu, bu işi Allah'ın izniyle yaptığı ve etleri tasadduk ettiği şeklinde cevaplar vermişlerdir. Ayrıca zikirden kastın nafil namaz olduğu, farz kabul edilse de unutarak geçirdiği dolayısıyla da sorumlu tutulamayacağı şeklinde de yorumlar yapılmıştır.

İkinci mesele ise Hz. Süleyman'ın tahtına bırakılan bir ceset ile imtihanıdır. Buradaki rivâyetlerin Tevrat'ta zikredilmemekle birlikte israiliyattan olduğu açıktır. İlgili rivâyetlerde geçen Hz. Süleyman'ın, şirke rıza göstermesi, şeytanın onun kılığına girmesi, imtihan edildiği yüzüğünü şeytana kaptırıp bir müddet mülkünü kaybetmesi ve halk tarafından aşağılanması gibi bilgiler ismet sıfatıyla bağdaşmayacağı gerekçesiyle tenkide tabi tutulmuştur. Ancak IV. asra kadar ilgili rivâyetler herhangi bir eleştiri söz konusu değildir. İlk kez Mâturîdî Hz. Süleyman'ın ne ile imtihan edildiğinin tam olarak bilinemeyeceğini söyleyerek bu tür bilgilere itibar etmemiştir. Daha sonra Zemahşerî sadece çocuğun bulutlara çıkartılması ile Hz. Süleyman'ın bir gecede yetmiş hanımıyla yatacağı bilgisinin doğru olabileceğini söyler. Râzî ve daha sonrasında ise ilgili rivâyetler özellikle ismet inancına aykırı olduğu gerekçesiyle şiddetle tenkit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Abbas, Fadl Hasan, *Kasasü'l-Kur'âni'l-Kerîm*, Dârü'n-Nefâis, Amman 2010.
- Ahfeş, Ebu'l-Hasan, *Meâni'l-Kur'an*, Mektebetü'l-Hancı, Kahire 1990.
- Alûsî, Şihâbüddîn, Mahmud b. Abdillâh, *Rûhu'l-meânî fî tefsîri'l-Kur'âni'l-azîm*, Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, Beyrut 1415h.
- Begavî, Muhyissünne Ebû Muhammed el-Hüseyn b. Mesûd, *Meâlimü't-Tenzîl*, Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabiyyi, Beyrut 1420h.
- Beyzâvî, el-Kâdî Nâsiruddîn Ebû Saîd Abdullah b. Ömer, *Envâru't-tenzîl ve esrâru't-te'vîl*, Thk. Muhammed Abdurrahman el-Mer'âşlî, Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabiyyi, Beyrut 1418h.
- Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail, *el-Câmiu's-sahîh*, 2. Baskı. Çağrı Yayınları, İstanbul: 1401/1981.
- Bulut, Mehmet, "İsmet", *DİA*, C. XXIII, S.134-136, İstanbul 2001.
- Bursevî, İsmail Hakkı, *Rûhu'l-beyân*, Dâru'l-Fikir, Beyrut trs.
- Cessâs, Ahmed b. Ali Ebû Bekr er-Râzî, *Ahkamü'l-Kur'an*, İhyâi't-Turâsi'l-'Arabî, Beyrut 1405h.
- Cevherî, Ebu Nasr İsmail b. Hammâd, "Asm". *es-Sihâh tâcü'l-lüga ve sihâhü'l-Arabiyye*. Dâru'l-İlmi'l-Melayî, Beyrut 1987.
- Cürcânî, Ebû'l-Hasen Ali b. Muhammed b. Ali es-Seyyid eş-Şerîf el-Hanefî, Şerhu'l mevâkıf, Mısır 1907.
- Durmuş, Zülfikar, "Sâd 30-33. Âyetler Bağlamında Hz. Süleyman -Klasik Tefsirlere Elestirel Bir Yaklaşım"- *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 18, 2008,s.47-65.
- Ebu Hayyân Muhammed b. Yusuf, *el-Bahru'l-muhît*. Dâru'l-Fikr, Beyrut 1420h.
- Ebüssuûd, b. Muhammed el-İmâdî, *Tefsîru Ebissuûd, İrşâdü'l-akli's-selîm ilâ mezâyâ'l-Kitâbi'l-kerîm*, Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabî, y.y, trs.
- Ebû Ubeyde Me'mer b. el-Müsennâ, *Mecazü'l-Kur'an*, Mektebetü'l-Hancı, Kahire 1381h.
- Ferâhîdî, Halil b. Ahmed, *Kitabu'l-ayn*, Dâru ve Mektebu'l-Hilâl, y.y, trs.
- Ferrâ, Ebû Zekeriyâ Yahyâ b. Ziyad, *Meâni'l-Kur'ân*. Dâru'l-Mısriyye. Mısır trs.

- Fîrûzâbâdî, Mecduddin Ebû Tâhir Muhammed b. Yakub. *Tenvîru'l-mikbâs min tefsiri İbn Abbas*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Lübnan, trs.
"Asm". *el-Kâmûsu 'l-muhît*, Müessesetü'r-Risâle, Beyrut 2005.
- İbnü'l-Arabî, el-Kâdî Muhammed b. Abdillâh Ebû Bekr, *Ahkâmu'l-Kur'an*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Beyrut 2003.
- İbn Âşûr, Muhammed Tahir b. Muhammed, *et-Tahrîr ve't-tenvîr*, ed-Dâru't-Tûnisiyye, Tunus 1984.
- İbn Atiyye, Ebû Muhammed Abdulhak, *el-Muharreru'l-vecîz fî tefsîri'l-Kitabi'l-azîz*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Beyrut 1422h.
- İbn Babeveyh, Şeyh Sadûk Ebû Ca'fer el-Kummî, *el-İ'tikadat fî dini'l-imamiyye*, Daru'l-Müfid, Beyrut 1993.
- İbn Ebî Hâtim, Ebû Muhammed Abdurrahman b. Muhammed, *Tefsîru'l-Kur'âni'l-Azîm*, thk. Es'ad Muhammed el-Tayyib, Mektebetü Nezzâr Mustafa, Suud 1419h.
- İbn Hazm el-Endelusi, Ebu Muhammed Ali, *Kitabu'l-Fasl fî'l-Milel ve'l-Ehvai ve'n-Nihal*, Mektebetü'l-Hancî, Kahire trs.
- İbn Kesîr, Ebu'l-Fidâ İsmail, *Tefsîru'l-Kur'ani'l-Azîm*, 1999.
- İbn Kuteybe, Ebû Muhammed Abdullah b. Müslim, *Garîbu'l-Kur'an*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmî, Mısır 1978.
- İbn Manzûr, Ebû'l-Fadl Muhammed b. Mürekkem, *Lisânü'l-Arab*, Dârü Sâdır, Beyrût 1414.
- Kadı Abdulcebbar, *Şerhu'l-Usuli'l-Hamse*, Mektebet-ü Vehbe, Kahire 1996.
- Kurtubî, Ebû Abdillâh Muhammed b. Ahmed, *el-Câmi' li-ahkâmi'l-Kur'an*, Dâru'l-kütübi'l-Misriyye, Kahire 1964.
- Kuşeyrî, Abdulkerîm, el- *Letâifu'l-İşârât*, Thk. İbrahim Besyûnî, Mısır trs.
- Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed b. Muhammed b. Mahmûd Semerkandî, *Te'vilâtü ehli's-sünne*, Thk. Mecdi Bâsellûm, Dâru'l-Kütübü'l-İlmiyye, Beyrut 2005.
- Mâverdî, Ebu'l-Hasan Ali b. Muhammed, *en-Nüketü ve'l-uyûn*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Lübnan trs.
- Merâgî, Ahmed b. Mustafa, *Tefsîru'l-Merâgî*, Mısır 1946.
- Mevdûdî, Ebû'l-A'lâ. *Tefhîmü'l-Kur'an*, (Çev. Heyet), İnsan Yayınları, İstanbul 1991.
- Mukâtil b. Süleyman, Ebu'l-Hasan. *Tefsîru Mukâtil*, Thk. Abdullah Mahmud Şahâte, Dâru İhyâi't-Turâs, Beyrut 1423h.
- Nehhâs, Ebû Ca'fer Ahmed b. Muhammed, *İ'râbu'l-Kur'an*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Beyrut 1421h.
- Nesefî, Ebû'l-Berekât Abdullah b. Ahmed, *Medârikü't-tenzîl ve hakâiku't-te'vîl*, Dâru'l-Kelimi't-Tayyib, Beyrut 1998.
- Öztürk, Mustafa, *Tefsirde Ehl-i Sünnet ve Şia Polemikleri*, Ankara Okulu, Ankara, 2012.
- Râgıb, Ebu'l-Kasım Huseyn b. Muhammed el-İsfehânî, "Asm", *el-Müfredât fî garîbi'l-Kur'an*, Dâru'l-Kalem, Beyrut 1998.
- Râzî, Ebû Abdillâh Muhammed b. Ömer Fahreddîn, *Mefâtihu'l-gayb*, Dâru İhyâi't-Türâsi'l-Arabiyyi, Beyrut 1470h.
- İsmetü'l-enbiyâ*, Mektebetü'l-Hancî, Kahire 1986.
- Sâbûnî, Muhammed Ali, *Safvetü't-Tefâsîr*, Kahire 1997.
- Sâbûnî, Nûreddin, *Mâturîdiyye Akaidi*, (Trc. Bekir Topaloğlu), Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 1979.
- el-Müntekâ min ismeti'l-enbiyâ*, Dâr İbn Hazm, Beyrut 2014.
- Sa'lebî, Ebû İshâk Ahmed b. Muhammed b. İbrâhîm, *el-Keşfu ve'l-Beyân an Tefsîri'l-Kur'an*. Thk. Ebû Muhammed b. Âşûr, Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabiyyi, Beyrut, 2002.
- Sinanoğlu, Mustafa, "Kelamcıların İsmet Anlayışının Kur'an Açısından Değerlendirilmesi", *Dini Araştırmalar* C. III, S. 8, Eylül-Aralık 2000, s. 163-188.

- Şahin, Necati, *Peygamberlik ve İsmet Sıfatı* (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya 2006.
- Şeyh el-Müfid Muhammed b. Muhammed b. En-Nu‘man el-Bağdâdî, *en-Nüketü'l-i'tikadiyye*, Kum 1413h.
- Tashih-u i'tikadi'l-imamiyye*, Kum 1413h.
- Taberî, Ebû Ca'fer Muhammed b. Cerîr, *Câmi'u'l-beyân fî te'vîli'l-Kur'ân*, Müessesetü'r-Risâle, y.y, 2000.
- Tirmizi, *Nevâdiru'l-usûl fî ehâdisi'r-resûl*, Dâru'l-Celîl, Beyrut trs.
- Ünverdi, Veysi. “Mu‘tezile’de Peygamberlerin İsmeti” *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, C. XV, S.1, 2015, 79-107.
- Vâhidî, Ebu'l-Hasan Ali b. Ahmed, *el-Vesît fî tefsîri'l-Kur'âni'l-mecîd*, Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, Lübnan trs.
- Zeccâc, Ebû İshâk İbrâhîm b. es-Serî b. Sehl, *Meâni'l-Kur'ân ve i'râbuhu*, Âlemu'l-Kütüb, Beyrut 1988.
- İsmetü'l-enbiyâ*, Mektebetü'l-Hancî, Kahire 1986.
- Zemahşerî, Ebü'l-Kasım Mahmud b. Ahmed, e *el-Keşşâf, an hakâiki gavâmidî't-tenzîl*, Darü'l-kitabî'l-arabî, Beyrut 1407 h.
- Zuhaylî, Vehbe, *et-Tefsîru'l-münîr*, Dâu'l-Fikir, Şam 1418h.

TÜRKİYE CEZAYİR DIŞ TİCARETİNİN MEVCUT DURUMU VE GELECEĞİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Abdulahkem GOUNDEUZ

T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZET

Dış ticaretinin merkezinde Avrupa ve Çin olan Cezayir ile Türkiye arasındaki mevcut dış ticaret hacmi değerlendirildiğinde; doğalgaz ve petrol ürünleri yoğunluklu ihracatı olan Cezayir'in gıda ürünler, demir ve demirden imal mamuller, araba, araba parçaları ve taşıma araçları yoğunluklu bir ithalat yapısının varlığı görülmektedir. Türkiye Cezayir arasındaki dış ticaretin bu ürünler bazında hali hazırda 2016 rakamları itibarıyla Türkiye lehine bir dış ticaret dengesinin oluştuğu ve bu ticaretin yapılan anlaşmalarla devamlılığının sağlanabileceği görülmektedir. İki ülke arasındaki dış ticaret mukayeseli olarak değerlendirildiğinde, daha yüksek hacme sahip olan İspanya-Cezayir dış ticareti ile benzer nitelikte bir dış ticaret ilişkisinin Türkiye-Cezayir arasında olduğu görülmektedir. Ancak özellikle petrol ve araba ticaretinin hacimsel olarak İspanya-Cezayir dış ticaretinin miktarını artırdığı görülmektedir. Buna bağlı olarak Türkiye-Cezayir dış ticaret ilişkisinde bir gelişme seyrinin varlığı, Cezayir'in 2017 itibarıyla uygulamaya soktuğu ekonomik gelişim programlarının tüm ülkelerle olan dış ticaretini ve ithalat ürünlerinde ihtiyaç listesinde yer alan kalemleri farklılaştırdığı görülmektedir. Sanayisini ve milli üretimini geliştirerek petrol ve doğalgaz piyasalarında yaşanan fiyat dalgalanmalarından daha az düzeyde etkilenmek çabasında olan Cezayir ile yapılacak olan dış ticaret ilişkilerinin bu temelde şekillendirilmesi, Cezayir'e yapılacak olan yatırımlar ve ikili ithalat-ihracat ilişkilerin karşılıklı olarak artırılması suretiyle Türkiye-Cezayir arasında uzun vadede sürdürülebilir bir dış ticaret yapısının kurulması mümkün olacaktır. Ayrıca, yenilenebilir enerji kaynakları alanında da Cezayir'e yatırım yapılabileceği gibi bu alanda da dış ticaret uygulamaları geliştirilebilme imkanı mevcuttur. Bunların yanı sıra, Türk ekonomisinin Cezayir aracılığı ile Kuzey Afrika'ya açılması yönünde yapılacak olan faaliyetlerin de yine bu iki ülke dış ticaretinin şekillenmesinde göz önünde bulundurulması önemli pozitif sonuçlar doğurabilecektir.

GİRİŞ

Türkiye Cezayir ilişkilerinin geçmişi yaklaşık 500 yıl öncesine dayanmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde İspanyollarla savaşa konu olmuş olan Cezayir, Barbaros Hayrettin Paşa (Hızır Reis) döneminde donanmanın fethettiği (1525) Kuzey Afrika ülkeleri içerisinde yer almaktadır. 1830 yılına kadar Osmanlı İmparatorluğu yönetiminde kalmış olup; bu tarihten sonra Fransız sömürmesine girmiştir. Cezayir, bağımsızlığını 1962 yılında kazanmış ancak geçen yaklaşık 200 yıllık sömürge dönemi ve sonrasında sosyal, ekonomik ve kültürel hayat Fransa'nın etkisinde şekillenmiştir. Cezayir, yabancı yatırımcıların bakış açısıyla Afrika pazarına giriş kapısı olarak görülmekte ve bu şekilde değerlendirilmektedir. Ancak, ülkenin 2009 yılından petrol krizinden etkilenmesi ve ülkede yaşanan siyasi istikrarsızlık yabancı yatırımların ülkeye girişini olumsuz olarak etkilemiştir. Avrupa firmaları ve ABD orijinli yatırımlar ülkenin dış ticaret sıralamasında ilk iki sırada gelirken; Türkiye'de yatırım olarak ülkede varlığını yükseltmeye çalışmaktadır. Her iki ülkenin dış ticaretlerinin şekillenmesinde uyguladıkları dış ticaret politikaları belirgin bir rolü olmakla birlikte bulundukları coğrafik konumun da bu hususta etkileri tartışılmazdır. Günümüzde ülkeler dış ticaretlerinin şekillenmesinde bu iki unsur belirleyicilik ihtiva etmekle birlikte coğrafi koşullara ilişkin engellerin veya mesafelerin aşılması noktasında karşılıklı politikalar çözüm üretebilmekte ve uzak mesafeli ülkeler de yoğun bir biçimde karşılıklı ticaret yapabilmektedirler. Bu noktada ihtiyaçlar belirleyicilik arz etmektedir. Nitekim dünyanın en büyük enerji ithalatçısı konumunda olan Japonya'nın (2011 yılında yaşadığı büyük felaketin etkileri göz ardı edilmek suretiyle değerlendirildiğinde) gaz ihraç eden ülkelere deniz yolu ile yoğun bir enerji ithalatı yaptığı ve buna karşın ihraç ettiği teknoloji ile de dış ticaret açığını dengede tutabildiği dikkate alındığında coğrafi konumun ikinci üçüncü planlara düşebilme ihtimalinin varlığı da ifade edilebilecektir. Ne var ki enerji fiyatlarının dış ticaret açığında önemli bir belirleyici olması, bu konuda verilecek tüm örnekler için göz ardı edilemeyecek bir etki olarak değerlendirilmelidir.

Türkiye ile Cezayir arasındaki dış ticaretin yapısı, her iki ülkenin dış ticaret politikalarına bağlı olarak şekillenmekte; 1980 sonrasında dışa açık ekonomi politikalarını benimseyen Türkiye'nin halen bu yaklaşımını devam ettirdiği ve buna karşın ihracatının %95'ini petrol ve petrol ürünleri üzerinden yapan Cezayir'in ise milli ekonomisini daha çok milli kaynaklarla kalkındırma ve yapılandırma yönünde hareket etme eğilimine girdiğini görebilmekteyiz. Bu iki yapının birbirleri ile uyumluluğunun hangi yollarla sağlanabileceği, bu çalışmanın temel odağı olup, Cezayir'in hem ihracatında hem de ithalatında büyük paya sahip olan İspanya ile olan dış ticaret ilişkileriyle karşılaştırmak suretiyle Türkiye Cezayir dış ticareti için bir perspektif oluşturulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte hali hazırda var olan iki ülke arasındaki ticaret; bir yanda petrol ve doğalgaz ihracatçısı olan Cezayir ile diğer yanda sanayileşmekte olan Türkiye arasındaki dış ticaretin uzun vadede dengeli bir yapıya ulaşmasının mümkün olup olmayacağı ve hali hazırda Cezayir lehine olan dış ticaret açığının uzun vadede kapatılmasının ihtimalleri değerlendirilecektir.

Bu çalışmanın mukayese ve değerlendirme kısmını teşkil eden sonuç bölümünde dikkate alınan veriler, Ekonomik Karmaşıklık İndeksi* (Economic Complexity Index-ECI) doğrultusunda uyumlaştırılmış (harmonised) verilerden oluşturulmuş olan oranlardan ve 2016 yılı Türkiye, Cezayir dış ticaret rakamları ile birlikte karşılaştırma verisi olarak İspanya-Cezayir dış ticaret rakamlarından oluşmaktadır. Bu doğrultuda, Observatory of Economic Complexity (OEC) tarafından yayınlanan yıllık ve ürün bazlı verileri çalışmaya kaynak teşkil etmekte ve bu verilerin dış ticaret literatürü doğrultusunda yorumlanması suretiyle sonuca ulaşılması hedeflenmiştir.

1. Cezayir Ekonomik Yapısı ve Dış Ticaret

Cezayir'in ülke ekonomisini en önemli düzeyde olumsuz olarak etkileyen temel husus, uzun yıllar sömürge altında yaşadıkdan sonra ülkenin sosyal ve iktisadi dönüşümünün henüz sağlanamamış olmasıdır. Sömürge yönetiminde faaliyet gösteren ekonomik yapı doğrultusunda şekillenen ülkede, sosyal ve iktisadi örgütlenmede tekeller kurmak ülke ekonomisinin önemli problemleri içerisinde yer almaktadır. Cezayir, bağımsızlığını kazandığı günden bu yana bu problemlerin düzeltilmesi için; milli servetin geri kazanılması, sanayi işletmelerinin ve finans sektörünün millileştirilmesi, ulusal para ve döviz akışında hakimiyetin sağlanması ve dış ticaretin kontrol altında tutulması gibi faaliyetler üzerinde yoğun çaba sergilemektedir (WEB-1). Harcanan bu çabalar neticesinde ise bir dizi uygulamalar harekete geçirilmekte ve bunlar içerisinde son dönemde dış ticarete ve finans trafiğinde yapılan uygulamalar doğrudan ithalatı ve ithalatçı ülkelerin Cezayir'e ilişkin politikalarını etkilemektedir.

Ülkenin gelişmişlik düzeyi doğrudan ülkenin ekonomisi ve ekonomik yapısını etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Cezayir sanayi ve tarım ürünleri açısından coğrafi koşullar ve siyasi karışıklıklar nedeni ile halen gelişmekte olan bir ülke sınıfındadır. Cezayir halkının üretim araçlarını daha az kullanmaya ihtiyaç duyduğu tarım ve hayvancılığa yönelmektedir. Cezayir'de tarım ürünü olarak, buğday, üzüm, arpa, hurma ve sebze gelmektedir. Bunun yanı sıra hayvancılıkla uğraşan halk coğrafi özellikleri sebebiyle göçebe olarak yaşamaktadır (WEB-1).

Ülke tarım temelli olarak faaliyet göstermesine rağmen bu sektörde verimsizlik söz konusudur. Bu bağlamda devlet temelli kalkınma planları ile tarım alanında yaşanan sorunlar çözülmeye çalışılmıştır. Sanayi ve tarım temelli ülke ekonomik gelişim planları, dış bağımsızlık özelinde de şekillenmektedir (Boucha, 2005:19).

Cezayir yer altı kaynakları olarak oldukça zengin sayılabilecek bir ülkedir. Başlıca Demir, fosfat, kurşun, çinko, kükürt, civa ve kömür madenlerinin de işletildiği Cezayir'de petrol, tabii gaz ve diğer

* Ekonomik Karmaşıklık indeksi, "Ekonomik üretim yapılarının yetkinliği, gelişmişlik, rekabetçilik ve dolayısıyla büyüklük durumu için bir gösterge olan "ekonomik karmaşıklık", bir ülkenin üretim yelpazesinde ne kadar farklı bilgi ve yetkinlik kullanılarak oluşturulmuş ürünler olduğuyla ilgilenen, aslında ülkelerin ekonomik üretim yapılarının bileşenleri olan bilgi ve yetkinliği ölçmeyi hedefleyen bir metodoloji. Harvard Üniversitesi akademisyenleri Ricardo Hausmann ve César Hidalgo tarafından 2000'lerin sonlarında geliştirilmiş olan bu yöntemin, bir ülkenin ihraç ürünleri gamının üretim yapısını yeterince yansıttığı varsayılmakta ve bu düzeyler birer endeks olarak hesaplanmaktadır. Bu konuda geniş bilgi için bkz. Simge Seven, "Ekonomik Karmaşıklık Nedir?", <http://www.dogrulukpayi.com/bulten/ekonomik-karmasiklik-nedir>, Erişim Tarihi:13.09.2017

madenlerden elde edilen gelir sanayi ve tarıma sermaye olarak kullanılmaktadır. Ancak Cezayir sanayisi ve üretim araçlarının gelişmişlik seviyesi sebebiyle yer altı kaynaklarının çıkarılması, işlenmesi ve satılması diğer gelişmiş ülkelerin elindedir. Cezayir büyük doğal gaz yataklarına ve diğer hidrokarbonlara sahip madencilik açısından gelişme potansiyeli yüksek bir ülkedir. Hidrokarbonlar sektörü ülkenin ihracat gelirlerinin %98'ini ve GSYİH'nın %46'sına yakınına sağlamıştır. Hidro karbonlar dışındaki imalat sanayiinin GSYİH içindeki payı, yaklaşık % 5 civarındadır (<http://www.mfa.gov.tr/sub.tr.mfa>, 2016). Ancak ülkenin içinde bulunduğu dar boğaz maden kaynaklarından yeterli ölçüde yararlanması noktasında engelleyici bir özellik taşımaktadır. Bu durum, Türkiye açısından doğrudan yabancı yatırım olarak değerlendirilebilecek potansiyele sahip olup aynı zamanda dış ticaret dengesinin oluşturulmasında ve iki taraf için karşılıklı ticaret unsuru olarak ele alınmasında fayda olacak niteliktedir.

1986 yılında tüm dünyayı etkileyen petrol krizi Cezayir'i de etkilemiş olup; dış borçlar hızlı bir biçimde artmıştır. Serbest piyasa ekonomisine geçip, dış borç yükünden kurtulmak isteyen hükümet IMF ile kapsamlı bir ekonomik plan uygulamaya başlamıştır. Bu bağlamda özellikle Fransa'ya karşı dış borçlarını yeniden yapılandıran Cezayir, hükümet politikalarına bu planı yansıtamamıştır. Bu bağlamda ülkenin dış borç devir oranı 1990'lı yılların başında çok yüksek seviyelere ulaşmıştır (Bouyacaub, 1997:77). Dış borç ödemeleri 2003 yılından sonra bir düzene oturmuş ve 2007 yılında 5 milyar dolar civarına indirilebilmiştir (KPMG, 2009:9).

Uluslararası Para Fonu (IMF)'nin 2017 yılındaki ekonomik verileri baz alındığında ülkenin gayrisafi yurt içi hasılasının 173.947 milyon USD olduğu, kişi başına düşen gayri safi yurt içi hasılasının 2016 yılı için 3.966 USD olduğu ve büyüme oranının da %1,39 olduğu görülmektedir (WEB-2).

Cezayir yüz ölçümü 2,4 milyon kilometrenin üzerinde olan bir ülke olmasına rağmen dağ ve çöl ağırlıklı arazi kullanılabilir tarım alanlarını yaklaşık olarak 8 milyon hektar ile sınırlamıştır. Bu bağlamda ancak ülkenin %3'lük bir kısmı tarıma elverişli olup; kıyı bölgeler tarım için elverişlidir. Ancak kontrolsüz şehirleşme tarım alanlarının kullanım potansiyelini negatif yönlü etkilemektedir. Ekilebilir alanların yüzde otuzundan fazlası kamu mülkiyetinde olmakla birlikte, ileri tarım ve sulama teknikleri ile geliştirilebilecektir (Chabaca, 2004:4). Türkiye'nin bu duruma karşın Cezayir ile işbirliği geliştirmesi mümkün olmakla birlikte teknoloji ve know-how ihracatı da yine bu alan için Türk yatırımcıların yönelebileceği alanlar içerisinde değerlendirilmelidir.

1980'li yıllar ile birlikte Cezayir'de sanayileşme çalışmaları gerçekleştirilmiş olmakla birlikte, bu çalışmaların başarıya ulaştığı söylenemez. Verimsiz sanayi yapılanması sonrasında kamu sektörü üretimi azalırken; borçlar ve aşırı personel istihdamı sorun yaratmaktadır. Ülkede sanayi %75 oranında kamu ve %25 oranında özel sektöre aittir. Sanayinin farklı alanlara yayılması, kamudan tasfiyesi ve özelleştirme çalışmaları ülkede devam etmektedir. Sanayi sistemindeki temel problem, 1980 yılında ülke ekonomisinden GSYH payı %18 olan bu kolun giderek düşmesi ve 2007'de %7'lik oranda kalmasıdır (Bouzidi, 2008:2).

Ülkede 2006-2007 yıllarında yeni bir sanayi stratejisi programı geliştirilmekle birlikte, uygulanma aşamasında sorunlar devam etmektedir. Yüksek büyüme potansiyeli taşıyan sektörler olarak demir döküm, metalürji, petrokimya, gübre gibi alanlarda yatırım teşvik edilmektedir. Komşularına göre ülkenin geride olduğu yenilenebilir enerji, otomobil, bilgi ve iletişim teknolojisi gibi alanlarda ise gelişmek için kamu ve özel sektör ortaklıkları teşvik edilmektedir (Anima, 2010: 23). Bu anlamda Türkiyeli yatırımcıların Cezayir'de faaliyet gösterdikleri ve bu yatırımların Türkiye'nin Cezayir'e ihracatında önemli etkisinin olduğu görülmektedir.

Cezayir, Afrika'daki petrol üreticisi ülkeler arasında 3. Sırada yer alırken, petrol rezervleri bakımında dünya sıralamasında 15. Sırada yer almaktadır. Üretim açısından petrolde 18. Sırada yer alan ülke, ihracat açısından ise 12. Sırada gelmektedir. Doğalgaz açısından de zengin yataklara sahip olan ülke bu alanda dünyanın 7. Büyük rezerve sahip olan ülkesidir. Üretimde 5. Sırada, ihracatta ise 3. Sırada gelen ülke, Avrupa'ya gaz sağlayan en büyük 3. Tedarikçidir. Ülke hırdokarbür konusunda da tekel olup; Cezayir Ulusal Şirketi SONATRACH aracılığı ile petrol ve doğalgazın taşınma ve dağıtımını

organize etmektedir (KMPG, 2009:37). 2016 yılında Cezayir'in doğalgaz ihracatı toplam ihracatı içerisinde %39, ham petrol ihracatı %38 ve rafine petrol ihracatı da %17 (5,6 milyar dolar) civarındadır. Ham petrol ve rafine petrol arasındaki bu dikkat çekici oran değerlendirildiğinde, Cezayir'in petrol rafinesi konusunda üretim miktarına göre oldukça düşük düzeyde bir potansiyelinin varlığından söz edilebilecektir. Buna karşılık rafine petrol ihtiyacının %47 (2,38 milyar dolar)'sini ABD'den ithal etmiş, %20'sini Brezilyadan ve %57'sini de İtalya'dan ithal etmiştir. İspanya ise %4'lük dilim ile beşinci sırada yer almaktadır. Amerika'dan yapılan rafine petrol ithalatına karşılık bu ülke ile Cezayir arasında rafine petrol ticareti konusunda dikkat çekici bir ilişkinin varlığı da görülmektedir. ABD'nin rafine petrol ithalatının %5,6'sının (2,3 milyar dolar) ve ham petrol ithalatının da %0,8'sinin (930 milyon dolar) Cezayir'den olduğu görülmektedir. Öte yandan ABD'nin 2016 yılı rafine petrol ithalatının 69 milyar dolar düzeyinde olduğu dikkate alındığında (WEB-3). Cezayir'den alınan miktarın satılan miktar ile fiyat bazında denk olduğu ancak miktar bazında Cezayir'in petrol rafinesi noktasında gelişmesiyle birlikte petrol ihracatından elde edeceği gelirlerin daha da yükseleceği söylenebilecektir.

Cezayir ekonomisinin hidrokarburlara bağımlı bir yapıya bürünmesi ve yukarıda izah edildiği gibi ham petrol karşılığında rafine petrol alımı yoluna gitmesi işsizlik oranlarında da etki konusu olabilmektedir. Çünkü sektörün işleyişi itibarıyla yüksek istihdama ihtiyaç duymaması ve ekonominin bu sektöre bağımlı olması yerli halkın yaşam standartlarını negatif yönlü olarak etkilemektedir. Cezayir, gümüş, fosfat, uranyum, alüminyum, çinko, volfram gibi yer altı kaynaklarına sahip olup; sadece enerji kaynaklı maden ve yer altı kazılarının yapılması madencilik sektörünün gelişimini olumsuz etkilemiştir. Bazı bölgelerde altın, elmas ve değerli taşlar açısından maden arama çalışmaları yapılmakla birlikte, sektörde kapasite kullanımının düşük düzeyde olduğu görülmektedir. 2001 yılında kabul edilen madencilik yasası ile birlikte sektörde yerli ve yabancı yatırımlar teşvik edilmekte ilerleyen dönemde sektörün büyümesi beklenmektedir (The Report Algeria, 2010).

Cezayir'de inşaat sektörü 2003 yılından itibaren genişlemeye başlamıştır. Cezayir'de karşılaşılan önemli sorunlardan biri olarak ise konut açığı görülmektedir. Dünya ve Cezayir incelendiğinde ev başına dünyada en fazla kişinin düştüğü ülke olduğu bilinmektedir. Bu nedenle inşaat sektöründe büyüme gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlere göre talebin karşılanabilmesi ve konut açığının giderilmesi için Cezayir'de on yıl içerisinde 175.000 yeni konut inşaat edilmesi gerekmektedir (T.C. Dış İşleri Bakanlığı, 2016).

Cezayir'de modern bir bankacılık ve finans anlayışından bahsedilmesi mümkün değildir. Bankaların devlete bağlı olarak faaliyet göstermesi özellikle ekonominin gelişimi önünde temel bir engel oluşturmaktadır. Devlet egemenliğindeki yapılanmanın finansal sektörün yaklaşık olarak %95'ini kontrol etmesi sistemi yavaşlatmaktadır. Merkez bankasına banlı olarak 6 devlet, 1 kamu bankası ve 1 özel bankadan oluşan finansal sistem, devlet bankacılığını BNA (Banque national d'Algérie), BEA (Banque extériuere d'Algérie) ve CPA (Crédit populaire d'Algérie) olmak üzere üç kurumun sorumluluğuna bırakmıştır. Bunun dışında ticari nitelik taşıyan BAD (Banque algérienne de développement) ve ulusal tasarruf bankası olan CNEP (Caisse nationale d'épargne et de prévoyance). 1980'li yıllarla birlikte bankacılık sektöründe merkezi yapının kırılması amacı ile sektör bazlı bankalar faaliyete geçmiştir. 1982'de BADR'yi (Banque de l'agriculture et du développement rural) ve 1985'te BDL'yi (Banque de développement local) açılmış olup; şu an ülke içerisinde bankalar Citigroup, Societe Generale, BNP Baribas ve HSBC faaliyet göstermektedir (Subaşı, 2011:5). Buna karşın Cezayir'in son dönem finans akışına ilişkin yasaklayıcı tutumu, bankacılık sektörünün de gelişimini engellemektedir.

Cezayir'in para piyasaları açısından temel sorunu para piyasasının şeffaf olmamasıdır. Bu bağlamda sabit döviz kuru uygulaması, ülkeye giren dövizin kontrolü gibi devlet denetim noktaları kayıt dışı ekonominin gelişimine neden olmaktadır. Bu bağlamda kayıt dışı işlemler aratarken, sermaye piyasası hacmi düşük kalmaktadır. Menkul kıymetler borsası ile ülkede 1999'dan beri işlem görmektedir. Doğrudan hisse senetleri ile ilgili çalışmalar yapan borsa, "Borsa Operasyonlarını Düzenleme ve Gözetim Komisyonu – La Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations en Bourse (COSOB)" yatırımcılar açısından çok cazip görülmemektedir (The Report Alegria, 2010).

Cezayir’de posta ve telefon bağlamında ciddi alt yapı sorunları mevcuttur. Bu bağlamda ilk etapta mevcut telefon sisteminin modernleşmesi hedeflenmekte olup; alt yapı çalışmaları devam etmektedir. Postaneler dışında yerel telefonculuk işletmeler uluslararası telefon görüşmesi için alan sağlamaktadır. Otelcilik sektörünün gelişmesine bağlı olarak uluslararası iletişim oteller üzerinden sağlanabilmektedir. Ulusal yayın sistemi, üç radyo kanalı ve bir televizyon kanalı içerir. Bu televizyon yayını ülkenin en uzak köşelerine ulaşacak şekilde genişletilmektedir (Subaşı, 2011:5). Cezayir’de gelişmiş bir telekomünikasyon ağının varlığından bahsedilememektedir, bu durum kitle iletişiminin, bilgi teknolojilerinin ve telefonla iletişimin gerçekleşmesini olumsuz etkilemektedir. Bu durum da Türk yatırımcılar için değerlendirilebilir bir alan olarak göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim Türkiye GSM şirketlerinin dünya çapında nitelikli yapısı dikkate alındığında Cezayir’de bu yönde yapılacak bir yatırım için yeterlilik ve rekabet edebilirlik konusunda imkân bulunduğu söylenebilecektir.

Cezayir’in Cezayir, Oran, Bejaia, Arzew ve Annaba bölgelerinde toplam 9 adet liman bulunmaktadır. Bu durum ülkenin deniz ulaşımı ve ticareti açısından gelişmesine imkan sağlamakla birlikte, Limanlarda yetersiz yatırımdan dolayı hizmet kalitesi düşük ve iş maliyetleri yüksektir. Bu bağlamda deniz ticareti ve ulaşımına yönelik olarak son dönemlerde çalışmalara hız verilmiştir. 2005 yılından itibaren ise demiryolu harcamalarına ağırlık verilen sistem içerisinde Devlet demiryolları şirketi, Societe nationale de transport ferroviaire (STNF), tarafından işletilen yaklaşık 4.200 kilometrelik hattın modernize edilmesi için çalışmalar sürmektedir. Metronun başkentte işleyişe sokulması için de çalışmalar yapılan ülkede karayolu hala temel ulaşım aracıdır. Ülkedeki kara yollarının kalitesizliği tahminlere göre günde 10 kişinin ölümüne yol açmaktadır. Kazaların devlete yılda yaklaşık olarak 10 milyar dolarlık bir yük getirmektedir. Bu bağlamda, karayollarının yetersizliğinin giderilmesi noktasında inşaat çalışmalarına başlanmıştır. Hava yolları ile ilgili olarak bağımsızlık öncesi dönem boyunca ülkenin verdiği mücadelede çok sayıda hava korsanlığının yaşanması 60 adet küçük havalimanının doğru biçimde kullanılmamasına yol açmıştır (Subaşı, 2011:5). Türkiye’nin gemicilik alanındaki “know-how”ının bu bağlamda dikkate alınması, Cezayir’de Türk üreticiler için yeni pazarlar anlamı taşıyacaktır. Bu yönde yapılacak olan yatırımlar sadece Cezayir ile sınırlı kalmayıp aynı zamanda Afrika kıtasına da gemi üretimi konusunda yayılma imkanı doğacaktır.

Cezayir’in ticaret alanında ortaklık yaptığı başlıca ülkeler, Çin, Fransa, İtalya, İspanya olup; ihracat işlemi en fazla Mineral yakıtlar-yağlar, anorganik kimyasallar, gübreler, şeker ve mamulleri, organik kimyasallar alanında gerçekleşirken, ithalat alanında ise Makineler, kara ulaşım taşıtları, elektrikli-elektronik aletler, hububat, demir-çelik sektörü ön plana çıkmaktadır (Türkiye Dış İşleri Bakanlığı, 2016).

Yabancı yatırımcılar açısından Cezayir Afrika’ya açılan bir kapı olarak görülmekte ve bir çok yatırımcı da bu sebeple Cezayir pazarına girmektedir. Fakat Cezayir’de yaşanan siyasi olaylar nedeniyle yabancı sermaye yatırımları gitgide ülkede azalmaktadır. Bu nedenle Cezayir’de yabancı yatırımların arttırılabilmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Önümüzdeki dönemde Avrupalı yatırımcıların 100 projesi ilk sırada yer almaktadır. ABD’li firmaların projeleri de buna yakın durumdadır. Bu bağlamda Türkiye’nin hükümetler düzeyinde yapacağı anlaşmalar Cezayir pazarı için büyük önem taşımakta ve Afrika pazarına giriş noktasında dış ticaret politikaları doğrultusunda Cezayir ile iş birliği geliştirilmeli ve var olanlar iyileştirilmelidir.

Tablo 1: Cezayir'in İthalatında yer Alan Başlıca Ürünler (2015-2016)

GTİP	Mal Tanımı	İthalat Tutarı (USD)
1001	Buğday ve mahlût	1.946.782.000
8703	Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar	1.773.556.000
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	1.514.601.000
3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar	1.304.472.000
7214	Demir veya alaşımsız çelikten çubuklar	1.223.868.000
8517	Telefon cihazları, ses görüntü veya diğer bilgileri	1.166.688.000
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	925.429.000
402	Süt ürünleri; yumurtalar; tabii bal; diğer yenilenebilir	824.420.000
8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz tribünleri	738.523.000
1005	Mısır	690.511.000

Kaynak: (World Trade Organisation; World Bank, 2016)

2015-2016 yıllarında Cezayir'in ithalat kalemleri incelendiğinde, özellikle buğday ve yan ürünlerinin 2 milyon dolara yakın ithalat payı ile en fazla ithal edilen ürünler olduğu görülmektedir. Bu kalemin dışında, motorlu taşıtlar, petrol yan ürünleri, ilaç sanayisi ürünleri, telefonlar, süt ve hayvancılık ürünleri, uçak yakıtı ve mısır ülkenin dışardan en fazla satın aldığı ürünler olmuştur. Bu durum İspanya ve Türkiye perspektiflerinden değerlendirildiğinde;

Tablo 2: Cezayir'in 2016 yılı İhracatının Kalemlere Göre Yüzdelik Dağılımı

30,0 milyar USD toplam ihracatının 2016 yılı dağılımı	
Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	39,30%
Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	37,80%
Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen diğer ürünler	16,90%
Azotlu mineral veya kimyasal gübreler	1,50%
Yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının...	1,30%
Susuz(saf) amonyak veya amonyanın sulu...	1,10%
Kamış veya pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz	0,80%
Tabii kalsiyum fosfatlar; tabii alüminyum	0,20%
Siklik hidrokarbonlar	0,10%
Hurma, incir, ananas, avokado armudu, guava armudu	0,10%

Kaynak: (Comscore, 2017)

Tablo 2'de görüldüğü üzere 2016 yılında Cezayir'in diğer ülkelere gerçekleştirdiği ihracatın %40'lık bir kısmına yakınına petrol gazları ve diğer karbonlar oluşturmuştur. İkinci ve üçüncü kalemden de petrol gazları ile ilintili diğer ürünler yer alırken; azotlu mineraller ve diğer maden ürünleri sırası ile ihracat payları yüksek ürünlerdir.

OEC verilerine göre Cezayir, 2016 yılında ihracatının %39'unu oluşturan doğalgazın %39'unu İtalya, %23'ünü İspanya, %14'ünü Fransa ve %11'ini de dördüncü sırada olan Türkiye'ye ihraç etmiştir. Bu tablodan anlaşılabileceği üzere Cezayir'in Akdeniz'deki en yakın Avrupa ülkeleri ile ithalat bağlamında önemli bir ilişkisi söz konusu olmakla birlikte akabinde Türkiye ile ithalat anlamında da önemli bir ilişkisinden söz edilebilecektir. Nitekim, Türkiye'nin doğalgaz temini noktasında komşu ülkeler olan Rusya, İran, Azerbaycan gibi alternatifleri olmasına karşın Cezayir ile bu noktada önemli bir ticari ilişkisinin varlığından söz edilebilecektir. Öte yandan, Türkiye'nin 2016 yılında ithal ettiği doğalgazın %32'lik dilimi Cezayir'den karşılanmış ve bu diğer ülkeler içerisinde birinci sırada yer almıştır. İkinci sırada %19 ile Rus doğalgazının varlığı dikkate alınırsa doğalgaz ihracatında Türkiye, Cezayir'in önemli bir pazarı konumundadır. Öte yandan, mukayese açısından İspanya'nın Cezayir'den ithal ettiği petrol oranı dikkate alındığında %58'lik bir oranla ilk sırada yer almaktadır. İspanya'nın ikinci sırada yer alan doğalgaz ithalatçısı olan Nijerya'dan ise toplam ihtiyacının yalnızca %13'ünü bu ülkeden karşılamıştır. İspanya ve Türkiye bu bağlamda Cezayir için benzer nitelikteki iki pazar durumundadır. Dolayısıyla Cezayir dış ticareti bu ikili için benzer nitelikte şekillenebilecektir. Öte yandan İspanya, 6'ncı sıradaki ham petrol ithalatçısı konumundadır. 2016 yılında Cezayir'in ham petrol ithalatının %6.5'lik dilimi İspanya'ya yapılmıştır. Türkiye'nin Cezayir'den ham petrol alımı bulunmamaktadır.

Üçüncü olarak Cezayir'in ithalatının ana kalemi olan rafine petrol için ise durum benzer niteliktedir. İspanya, Cezayir'den rafine petrol ithal eden ülkeler arasında %4'lük dilim ile beşinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin ise rafine petrol konusunda en büyük tedarikçileri sırası ile Rusya, Hindistan ve İsrail'dir. Bu noktada İspanya Türkiye'ye göre müşteri anlamında daha avantajlı konumdadır.

Cezayir'in 2016 ithalat rakamları incelendiğinde ise Türkiye'nin Avrupa ülkeleri ile mukayese edilebilir bir ticaretinin varlığı görülmektedir. En büyük ithalat kalemleri içerisinde yer alan otomobiller için İspanya'dan yapılan ithalat %13 düzeyinde iken Türkiye'nin otomobil üreticisi olmamasına rağmen yaptığı ihracat oranı Cezayir ithalatının %3,1'ine karşılık gelmektedir. Öte yandan, birinci sırada %33'lük dilim ile Romanya'nın olduğu düşünüldüğünde Türkiye'nin bu anlamda önünde değerlendirebileceği bir potansiyelin varlığı ve yabancı yatırımların bu yönde artması ile birlikte Cezayir pazarına otomobil ihraç etme düzeyinin yükseleceğini söylemek mümkün olacaktır.

Diğer taraftan yine Cezayir'in ithalat hacmi içerisinde önemli bir yer tutan demir boruların %57'si Çin tarafından ihraç edilmekle birlikte Türkiye toplam ithalatının %0,45'ini karşılamaktadır. İspanya'nın bu ürün için Cezayir'e ihracat oranı ise Cezayir'in ithalatının %0,70'ine karşılık gelmektedir. Öte yandan ham demir çubuk ithalatında Cezayir Türkiye'den %1,6 oranında ithalat yapmakla birlikte İspanya'dan yapılan ithalat oranı ise %27 düzeyindedir.

Tarım ürünleri bağlamında Cezayir'in ithalatı irdelendiğinde ise birinci sırada yer alan buğday ithalatının başta Fransa olmak üzere Kanada, Meksika, Almanya gibi ülkelere sağlandığı görülmektedir. Türkiye'nin tarım potansiyeli dikkate alındığında bu alanda Cezayir pazarında yer almaması kayıp olarak nitelendirilmelidir. İkinci sırada yer alan mısır ithalatında Cezayir Güney Amerika ülkeleri ile tedarik sağlamak ve bu ürün grubunda da yine dünyanın birinci sırada yer alan üreticilerinin varlığı görülmektedir.

Cezayir'in Türkiye'den ithal ettiği ürünler içerisinde yer alan elektrikli transformatörler de birinci ithalatçısı Çin ve Hindistan (%14) iken üçüncü sırada Türkiye (%13) yer almaktadır. İspanya bu ürün grubu için %5,1'lik dilimi karşılamaktadır.

Netice itibarıyla Cezayir'in ithalatında Türkiye'nin önemli bir tedarikçi olabilecek potansiyeli olmakla birlikte hali hazırda daha ön sıralarda yer alan Avrupalı tedarikçiler ile rekabet edebilmesi için ürün potansiyelini ve fiyat politikasını şekillendirmesinin gerekliliği kendini göstermektedir.

2. Cezayir-Türkiye Ticari İlişkilerinin Mevcut Durumu

Türkiye dış ticaret olarak birçok dünya örgütüne ve organizasyonuna bağlı olarak bunlardan en önemlisi Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması'dır (GATT). Türkiye bu anlaşmaya 1951 yılında imza atmıştır. Ayrıca Türkiye Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) kurucu üyelerindendir. Türkiye bu anlaşma ve DTÖ haricinde Ekonomik İşbirliği Örgütü (EİÖ), Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Örgütü (UNCTAD), Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİÖ), Dünya Gümrük Örgütü (DGÖ), Milletlerarası Ticaret Odası (MTO), D-8 ve benzeri diğer organizasyonlar içinde katılımı ve üyelikleri bulunmaktadır. (WEB-4). Tüm bu organizasyon ve kuruluşlar Türkiye'nin dış ticaret ve ekonomi büyüklüğü etkinleştirmektedir. Türkiye'nin uluslararası organizasyonlara ve kuruluşlara üyelikleri ihracat alanında yeni gelişmeler sağlamıştır.

Türkiye, 35 ülke ile Ticaret, 39 ülke ile ÇVÖA ve 61 ülke ile de YKTKA imzalamıştır. Yapılan bu anlaşmalar iki ülke arasında ekonomik işbirliğini en kolay ve düzenleyici şekle getirmek içindir. Bunun dışında teknolojik, ekonomik, zirai, teknik gibi pek çok alanda daha anlaşmalar gündeme gelmektedir. Bu üç farklı anlaşma dışında daha önceki dönemlerde daha faal olarak kullanılan "Karma Ekonomik Komisyon (KEK)"ları mevcuttur. Eş başkan şemasıyla oluşturulan KEK, iki ülke bakanlarının eş başkan olmasıyla hızlı sorun çözme, karar alma ve yetki bakımından kolaylıklarla, çok kısa zamanda sorunların çözülmesine katkıda bulunuyordu. Sonra ki dönemlerde faaliyetleri azalmaya başlamış şu an da daha az sayıda faal olarak komisyon kullanılmaktadır. (T.C. Dış İşleri Bakanlığı, 2016).

2014 yılından günümüze kadar geçen süreçte Cezayir'in dış ticaret yapısı incelendiğinde, temel ticari partnerlerinin ithalat ve ihracat bağlamında OECD ülkeleri olduğu görülmüştür. Avrupa birliğine bağlı ülkelerin Cezayir'in toplam ithalatındaki payı % 50,5 olup toplam ihracatındaki payı % 64,3'dür. Avrupa Birliği ülkeleri arasında Cezayir'in ihracat yaptığı ülkeler genel itibariyle ilk üç sırayı Fransa, İtalya ve İspanya (son yıllarda Çin İspanya'yı ilk üç dışında bırakmıştır) yer almaktadır. Buna karşın ithalatında ise sırası ile ilk üç ülke yine benzer şekilde Fransa, İtalya ve İspanya da yer almaktadır. Cezayir'in Avrupa Birliği'ne bağlı ülkelerden ihracatı 2014 yılında %1,8 oranında gerilerken; ithalat oranı ise aynı dönem içerisinde %2,6 oranında artmıştır. AB ülkeleri hariç OECD ülkeleri arasında Cezayir ile dış ticaret ilişkileri sürdüren ülkeler arasında; Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye'nin istatistiki olarak önemli değerlere ulaşmıştır. 2014 yılı içerisinde Cezayir'in ABD'ye ihracatı % 21,5'lik azalmaya karşın; toplam ihracat oranının %7,4'üne ulaşmıştır.

Türkiye Cezayir ihracat rakamlarına yönelik olarak 2014 yılı içerisinde Türkiye-Cezayir ihracatı incelendiğinde %4,1'lik bir artış gösterdiği ve toplam ihracat içerisindeki payının % 1,32 olduğu görülmektedir. Aynı dönem içerisinde Cezayir-Türkiye ithalatı ise % 15,7 oranında artmış ve toplam ithalat payı içerisinde Türkiye'nin aldığı pay %1,09 olmuştur.

2013-2014 yılları arası dönemde Türkiye'nin Cezayir'e olan ihracatında işlenmiş sanayi ürünlerinin gelişme gösterdiği görülmektedir. Bu alan alt sektörler göre değerlendirildiğinde, Otomotiv Sanayi ürünlerinde bir düşüş yaşandığı, buna karşılık "Diğer Elektriksiz Makinalar"da % 50,5 oranında, "Elektrikli Makine ve Cihazlar"da % 10,5'lik artış olduğu gözlemlenmiştir. Düşüş yaşanan diğer alt sektörler ise "Diğer Giyim Eşyası"nda % 2,2'lik daralma ve "Demir ve Çelik" ürünlerinde % 24,6'lık bir azalma oranı göze çarpmaktadır. Otomotiv sektöründeki azalma temel olarak araç kredilerinin tüm dünyada düşmesi ile paralellik göstermekte olup; demir-çelik sektörü ise ülkenin Avrupa Birliği ile gerçekleştirdiği Serbest Ticaret anlaşmasına bağlı olarak vergilerin gümrüklerde azaltılması ile ilintilidir (WEB-5).

Tablo 3: 2013-2014 Yılları Aralığında Sektörel Bazda Cezayir-Türkiye Dış Ticareti (1000 Dolar)

	2013		2014	
	İHRACAT	İTHALAT	İHRACAT	İTHALAT
Sektör	\$ / Bin	\$ / Bin	\$ / Bin	\$ / Bin
1- TARIMSAL ÜRÜNLER	140.150	158	142.850	822
2- MADENCİLİK ÜRÜNLERİ	87 902	2.261.771	46 058	2.611.517
3- SANAYİ	1.773.381	20.824	1.884.166	29.582
i-Demir ve çelik	225 309		169 862	
ii-Kimyasallar	131.746	17.950	146.002	23.920
iii-Diğer yarı mamuller	194 746	1 934	254 640	3 584
iv- Makinalar ve ulaşım araçları	865.408	890	879.091	989
v- Dokumacılık ürünleri	130 986	1	134 725	110
vi- Hazır giyim	139 670	6	136 611	42
vii - Diğer tüketim malları	85 516	44	163 236	937
4- DİĞER ÜRÜNLER	745	621	10 399	471
TOPLAM	2.002.178	2.283.374	2.083.473	2.642.391

Kaynak: (Kayseri Ticaret Odası Raporu, 2015)

Aynı periyot içerisinde, tarım ürünleri ihracatının %2'ye yakın bir artış gösterdiği görülmektedir. Tarım ürünlerinin alt kategorileri olarak ise; "Hububat ve Mamulleri", "Meyve, Sebze ve Mamulleri" ve Diğer Gıda Maddeleri" kategorilerinin ihracat açısından değer taşıdığı ve ön plana çıktığı görülmektedir. İhracat açısından Türkiye-Cezayir dış ticaretinde en önemli daralma madencilik ve bu alana bağlı alt dallar arasında yaşanmıştır. Demir dışı metallerde hiç ihracat yapılmazken, bu nedenle alandaki ihracat kapasitesi % 47,6 oranında azalma göstermiştir. 2014 yılında; Cezayir'den Türkiye'ye yapılan ithalat oranları incelendiğinde ise temel kalemin madencilik ürünleri olduğu görülmektedir. Bu kaleminde %15,5 oranında bir artış yaşanırken; alt alan olarak Petrol, gaz ve doğalgazın ithalatın temelini oluşturduğu görülmektedir. Sanayi ürünlerinde de Cezayir'den Türkiye'ye olan ihracat artış göstermiş olup; bu alanda % 42,1'lik bir yükseliş meydana gelmiştir. Aynı periyot içerisinde Türkiye'nin Cezayir'den ithal ettiği ürünler arasında Diğer kimyasallar ve tarım ürünleri kalemi de önemli artışlar göstermiştir (WEB-5).

Türkiye'nin Cezayir'den ithalatında ilk sıralarda ham madde niteliğindeki ürünler ilk sıralarda gelmektedir. Ham madde niteliğindeki bu ürünlere örnek olarak; petrol gazları ve petrol yan ürünleri ve çeşitli madenler verilebilir. Bu kalemlerin dışında sabunlar, elektrikli makine ve cihazlar, sabunlar, plastik parçaları, hurda eşya, koyun ve kuzu derileri, hurma, incir, avakado gibi tarımsal ürünlerin Cezayir'den Türkiye'ye ithal edildiği görülmektedir.

Öte yandan Türk yatırımcıların Cezayir'de madencilik, otomotiv, inşaat, demir çelik üretimi gibi alanlarda varlığı da söz konusu olmakla birlikte bu faaliyetlerin Türkiye ihracatından pay alması da kaçınılmazdır (WEB-6).

SONUÇ

Cezayir Afrika kıtasında Sudan'dan sonra en büyük yüz ölçümüne sahip olan ikinci ülkedir. Kuzeybatı Afrika içerisinde coğrafi konumu ve bir parçası olduğu Mağrip birliği sayesinde tüm Orta Afrika'ya açılan bir kapı özelliği göstermektedir. Türkiye son dönemlerde Cezayir dış ticaretinde önemli bir yer elde etmiştir. Cezayir'in uyguladığı liberal ekonomik politikalar vergilendirme işlemlerini de değiştirmiştir. 2000 yılı sonrası bazı değişikliklere gitmesi Cezayir-Türkiye ilişkilerini pozitif yönlü olarak etkilemiştir. İthalat bağlamında vergilendirme değişikliklerine rağmen ülkede hala gümrük vergileri yüksek değerlerde seyretmektedir. Bu bağlamda yerli yatırımcıyı çekmek için dış yatırıma vergilendirme oranının yüksek tutulması; yabancı yatırımcıyı olumsuz etkilese de Türkiye-Cezayir ilişkileri gelişmektedir (WEB-5). Özellikle 2000'li yıllardan itibaren imzalanan ticareti gelişme anlaşmaları çerçevesinde Cezayir ve Türkiye dış ticaretinin ülkede yaşanan yasal bir takım mevzuat sorunlarına, bankacılık ve finans problemlerine rağmen ilerlediği görülmektedir.

Günümüzde Türkiye-Cezayir ilişkilerinin mevcut durumu ve Pazar yapısı incelendiğinde, ülkede özellikle ekonomik açıdan liberalleşme politikalarına bağlı olarak tüketim düzeyinin yükselmesi ve güvenliğin sağlanması ile beraber Cezayir hem konum hem de yapı olarak Türkiye için cazip bir Pazar haline gelmiştir. BOTAŞ ile SONATRACH arasında 1995 yılında imzalanan ve yıllık minimumda 4 milyar metreküplük doğalgaz alımını öngören 20 yıllık sözleşme ile özellikle ticari ilişkilerin ciddi bir canlanma içerisine girdiği görülmüştür. Türkiye ve Cezayir dış ticaret ilişkilerinin potansiyelinin artmasına temel olan nedenler arasında kültürel, dinsel ve tarihi yakınlık ilk sıralarda yer almaktadır. Bu avantajlara ek olarak bavul ticaretinin iki ülke arasında yaygınlaşması sonucu düşük kaliteli malların pazarda yaygınlaşması sonucu Türkiye için dezavantajlı bir algı olmuştur. Bu durum özellikle tekstil ilişkilerinin geliştirilmesi için bir dezavantaj meydana getirmektedir. Türkiye'nin ülke olarak başarı gösterdiği alanlardan bir diğeri de turizm ve otelcilik sektöründe ihtiyaç duyulan hizmet alt yapısıdır. Cezayir'in ülke olarak turizm kaynaklarından daha fazla yararlanmak istemesi, inşaat ve hizmet sunumu açısından ülkeyi Türk yatırımcılar için cazip bir pozisyona sokmaktadır. Gıda sektöründe ithalata halkın yaşamını sürdürmesi için ciddi ölçüde ihtiyaç duyan Cezayir bu açıdan da Türkiye ile ihracat-ithalat ilişkilerini geliştirme potansiyeline sahiptir. Cezayir ilaç ve medikal malzeme açısından da ciddi ölçüde dışa bağımlı bir ülkedir ve Türk-Cezayir ticaret ilişkileri açısından bu alanda da yatırımlar yapılabilir. İmalat sanayisi içerisinde ise yedek parçadan ekipmana, elektronik ev eşyası parçalarından otomotiv sanayisi parçalarına kadar Türkiye ile ilişkilerini geliştirme potansiyeline sahip çok sayıda alanda ihtiyaç içerisinde (WEB-5).

Bu ilişkilerin geliştirilmesinde rekabetin tartışılma bir geçek olduğu ve müteakabiliyet (karşılıklılık) ilkesinin de önemli belirleyiciler arasında yer alacağı göz ardı edilmemelidir. Dış ticarete aynı alanda faaliyet gösteren veya aynı ürün ihracatçıların birbirlerine göre mukayeseli bir üstünlük sağlamalarından bahsedilebilecektir. Dinamik bir süreç olan mukayeseli üstünlük ülke ekonomisini düşük katma değerli mallar ihraç eden konumundan yüksek katma değerli ürünler, teknoloji, nitelikli emekle üretilen mallar ihraç eden bir ülke konumuna taşıma sürecidir. Bu noktada da şüphesiz ki hem dış ticaret politikalarında hem de sanayi, hizmet ve üretim politikalarında bu doğrultuda bir revizyon kaçınılmaz gereklilik olacaktır. Başka bir bakış açısıyla artan büyümeye ek olarak tarımsal üretimin ekonomide payını kaybetmesi ve hizmetler sektörünün yanı sıra imalat sanayinin de ekonomideki ağırlığının armasıyla birlikte yapısal değişimlerin bu sektörleri de şekillendireceği sonucu ortaya çıkacaktır. Öte yandan, sadece ülke için toplam ihracata sanayi payının artması ile birlikte bu ürünlerin ihracatı da yeniden şekillenecektir. Türkiye'de seksenler itibarıyla, Güneydoğu Asya'da daha

öncelerde başlamış olan bu dönüşüm sürecinde mukayeseli üstünlüğün ekonomide başarılması neticesinde ülkelerin de mukayeseli üstünlükleri değişim sergileyecektir. Bu anlamda Çin örneği, mukayeseli üstünlük açısından teknolojinin özümzenmesi ve büyümenin hazmedilmesi anlamında belirgin özellikler sergilemektedir. Bu ülkeler, dönüşüm sürecinde maliyeti düşük emek yoğun üretimden bilgi ve teknoloji yoğun üretime hızlı ve başarılı bir biçimde geçerek pazardaki üstünlüklerini de sağlamlaştırmışlardır (Das, 1998).

Mukayeseli üstünlük ilkesinden hareketle Türkiye'nin Cezayir pazarında uzun soluklu ve dengeli bir dış ticaret zemini oluşturmasında bilgi-teknoloji yoğun üretime ağırlık vermesi gerektiği söylenebilecektir. Öte yandan bir işletmenin uluslararası pazarda sağlayacağı üstünlüğün fiyat/maliyet avantajı ile sağlanıp sağlanamayacağı konusunda Ricardo'nun "evet" yanıtı ele alındığında günümüzde bu "evet" in de kısmen önemini yitirdiğini söylemek mümkün olacaktır. Nitekim tüketim pazarında "Çin Malı" algısını bu itibarla değerlendirildiğinde, fiyat avantajının artık fiyat/kalite mukayesesine dönüşmek suretiyle etkisini azalttığı söylenebilecektir. Öte yandan, 1990'larda Türkiye'nin Rusya ile yaptığı bavul ticaretinin Çin'e kaymasında da bu durumun varlığından söz etmek mümkündür.

Cezayir pazarında Türk ekonomisinin mukayeseli üstünlüğü, gerek Cezayir'in ithalat kalemleri gerekse son dönemlerde uyguladığı dış ticaret politikaları dairesinde değerlendirildiğinde fiyat/kalite mukayesesinin önemli bir unsur olduğu görülmektedir.

Öte yandan, Türk yatırımcıların Cezayir pazarında varlığı ve doğrudan yatırımların iki ülke dış ticaretinin şekillenmesinde büyük önem taşıyacaktır. Önümüzdeki yıllarda Avrupa menşeli sanayi, tarım, teknoloji gibi alanlarda 100 projenin onaylandığı ve bunlar içerisinde Türkiye'nin yer almaması bu noktada üzerinde durulması gereken bir husus olarak değerlendirilmektedir.

Ayrıca, uzun vadede her iki ülke dış ticaret dengesinin sağlanmasında karşılıklılık ilkesi dikkate alındığında yüksek maliyetli enerji ithal eden Türkiye'nin buna karşılık teknoloji ve hizmet ihraç etmesi mümkün ve olasıdır. Ayrıca, iki ülke arasındaki dini, kültürel ve tarihsel bağlar da dikkate alındığında bu iki ülkenin dış ticaretinde üretim, teknoloji ve hizmet kalitesinin belirleyiciliğinden söz etmek mümkündür. Hali hazırda Cezayir lehine olan dış ticaret dengesinin bu şekilde devamlılığı Türk ekonomisi açısından uzun süreli sürdürülebilir olmamakla birlikte bu dengenin iki taraflı olarak sağlanması da mümkün olacaktır. Cezayir'e yapılacak madencilik, sanayi, gemi üretimi, liman işletmeciliği ve gelişmekte olan ekonomisine katkı sağlayacak yüksek kapasiteli yatırımlarla dış ticaretin geliştirilmesi mümkün olmakla birlikte bu ülkenin Kuzey Afrika'nın kapısı niteliğinde olması itibarıyla sunulan hizmet ve ürünler aynı zamanda bu pazara da açılabilir.

Cezayir, yaklaşık 40 milyonluk nüfusu ile tekil bir pazar olarak düşünülmemeli; Magrib ülkelerinin en büyüğü ve Kuzey Afrika'nın giriş kapısı olması itibarıyla sahip olduğu bu coğrafik avantajı da pazara ek olarak dikkate alınmalıdır. Öte yandan üretim sanayiine ağırlık verme düşüncesiyle şekillenen yeni dış ticaret politikaları da değerlendirilmeli ve Cezayir'de yapılabilecek olan doğrudan yatırımlar değerlendirilmek suretiyle dış ticaretin Cezayir ve üzerinden Afrika'ya yönlendirilmesinde yeni yöntemler geliştirilmesi halinde dış ticaret dengesini sağlayabilecek nitelikte bir ithalat-ihracat ilişkisi tesis edilmesi mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aktan, O. (2002). Atatürk'ten Günümüze Türkiye Ekonomisi. Ankara: Hacettepe Yayınları.
- Anima Investment Network, (2010) "La Carte des Investissements en Méditerranée. Guide Sectoriel des Politiques Publiques Pour L'Investissement en Méditerranée." Etude No 7.
- Arıman, A. (2008). Türkiye'de Yabancı Yatırımlar. İstanbul.
- Bouacha, N. (2005) *Le Phénomene de Privatisation en Algérie*,
- Bouyacoub, A. (1997) *L'Economie Algérienne et le Programme d'Ajustement Structurel*,
- Bouzidi, A. (2008) *Industrialisation et Industries en Algérie*,
- Chabaca, M.N. (2004) "L'Irrigation Gravitaire par Micro-raie en Algérie. Propositions pour une Amélioration de la Pratique ou une Modernisation de la Technique. Quelles Alternatives ?", *Projet INCO-WADEMED Actes du Séminaire Modernisation de l'Agriculture Irriguée Rabat*,
- Çarıkçı, E. (1996). Türkiye'de İç ve Dış Ekonomik Gelişmeler. Ankara: Adem Yayıncılık
- İTO (2002). Dış Talebe Bağlı Ekonomik Büyümeye Geçişte Mikroekonomi Politikaları, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları
- KPMG Algérie SPA, (2009) Guide Investir en Algérie.
- MGEME (2009) *Cezayir Ülke Raporu*, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müstesarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
- Pata, U. K. (2017). Türkiye'de Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkileri: Toda- Yamamoto Nedensellik Analizi (1971-2014). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31(1).
- Seven S., "Ekonomik Karmaşıklık Nedir?", <http://www.dogrulukpayi.com/bulten/ekonomik-karmasiklik-nedir>, Erişim Tarihi:13.09.2017
- Subaşı, E., (2011), *Cezayir Ülke Raporu*, T.C. Başbakanlık Dış Ticareti Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara.
- Şahin, H. (2007). Türkiye Ekonomisi. Bursa, Ezgi Kitabevi.
- WEB-1: <http://www.mfa.gov.tr/sub.tr.mfa>, 2016, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- WEB-2:<https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2017/06/01/Algeria-2017-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-and-Statement-by-the-44960>, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- WEB-3:OECD, atlas.media.mit.edu, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- WEB-4: <http://www.invest.gov.tr/>, 2016, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- WEB-5: "Cezayir Ülke Raporu", 2015, <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-022048>, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- WEB-6: <https://www.myfikirler.org/cezayirde-ticaret-yapmak.html>, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- World Trade Organisation; World Bank, 2016
- Yurttañçıkmaç, Z. Ç., Azgün, S. (2017). Türkiye ve Komşu Ülkeler Arasında Endüstri İçi Ticaretin Düzeyi ve Sektörel Rekabet Gücü (1995-2015). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31(3).