1.INTERNATIONAL BUSINESS AND SOCIETY CONFERENCE

IBSCO 2024

FULL TEXT BOOK

3 – 4 MAY 2024
KYRENIA – CYPRUS

EDITORS:
Prof. Dr. Hakan CANDAN
Dr. Ali ŞEN

SERPA PUBLISHING HOUSE

KONYA

1.INTERNATIONAL BUSINESS AND SOCIETY CONFERENCE

SERPA CONFERENCES 2024 FULL TEXT BOOK

3 – 4 May 2024 Cyprus Science University – Cyprus

Sürdürülebilir Eğitim Araştırma ve Uygulama Derneği Yayınevi

Yayınevi Sertifika No: 76125

Fevzi Çakmak Mah. Medcezir Caddesi Dış Kapı No:8 Konya Ticaret Merkezi B Blok İç Kapı No:131 Karatay Konya / Türkiye

Publication Date: 01 July 2024

serpaconferences@gmail.com

www.serpaconferences.com

e-ISBN: 978-625-98301-2-4

CONGRESS HONORY COMMITTEE

Prof. Dr. Lale Ayşegül BÜYÜKGÖNENÇ

Rector of Cyprus Science University

Prof. Dr. Mehmet GAVGALI

Rector of Karamanoğlu Mehmetbey University

Prof. Dr. Metin AKSOY

Rector of Selcuk University

CONGRESS ORGANIZING COMMITTEE

Prof. Hakan Candan, Türkiye

Prof. Nattaphon Rangsaritvorakarn, Thailand

Prof. Rukiye Kilili, Northern Cyprus

Dr. Abdurrahman Gümrah, Türkiye

Dr. Mehmet Ali Canbolat, Türkiye

Dr. Selman Arslanbaş, Northern Cyprus

Dr. Tuğrul Günay, Northern Cyprus

Lect. Pınar Barut, Northern Cyprus

Dr. Renata Orlowska, Poland

Dr. Javier Casanoves, Spain

Dr. Sayed Elhoushy, United Kingdom

Dr. Ummu Ajirah Abdul Rauf, Malaysia

Dr. Tarittawan Chareanporn, Thailand

Dr. Farruh Akchayev Shavkatovich, Uzbekistan

Dr. Vakhtang Chkareuli, Georgia

Dr. Kubilay Özer, Türkiye

Dr. Gulina Yusupova, Uzbekistan

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Nejla Canbulat Şahiner, Türkiye

Prof. Ayşe Sonay Kurt, Türkiye

Prof. Maqsuda Xajieva Sultanova, Uzbekistan

Prof. Dedhy Sulistiawan, Indonesia

Prof. Ahmet Burhan Çakıcı, Türkiye

Prof. Usmonjon Qosimov, Uzbekistan

Prof. Nattaphon Rangsaritvorakarn, Thailand

Prof. Cusup Pirimbayev, Kyrgyzstan

Prof. Furqat Toshboyev Eshboyevich, Uzbekistan

Prof. Bülent Darıcı, Türkiye

Prof. Sardor Khodjaniyazov, Uzbekistan

Prof. Muratbek Kocobekov, Kyrgyzstan

Prof. Sefa Usta, Türkiye

Prof. Baxti Ochilova Murodovna, Uzbekistan

Dr. Renata Orlowska, Poland

Dr. Feliza Arni Rudiawarni, Indonesia

Dr. Sadullaev Toir, Uzbekistan

Dr. Ahmet Alper Sayın, Türkiye

Dr. Javier Casanoves, Spain

Dr. Sayed Elhoushy, United Kingdom

Dr. Muhammet Mustafa Pepe, Türkiye

Dr. Zezeng Li, United Kingdom

Dr. Umarkhodjaeva Muyassar Ganienva, Uzbekistan

Dr. Alper Yusuf Köroğlu, Türkiye

Dr. Ummu Ajirah Abdul Rauf, Malaysia

Dr. Cunus Ganiev, Kyrgyzstan

Dr. Tahir Dağcı, Türkiye

Dr. Mazzlida Binti Mat Deli, Malaysia

Dr. Esra Yıldız, Türkiye

Dr. Silvi Asna Prestianawati, Indonesia

Dr. Ainul Huda Binti Jamil, Malaysia

Dr. Tarittawan Chareanporn, Thailand

Dr. Pınar Yeşilçimen, Türkiye

Dr. Samatthachai Yamsa-ard, Thailand

Lec. Sarutanan Sopanik, Thailand

Dr. Ali Şen, Türkiye

Dr. Lahcene Makhloufi, Thailand

Dr. Tsotne Zhghenti, Georgia

Dr. Fazilat Ibragimova Erkinovna, Uzbekistan

Dr. Abdullah Badem, Türkiye

CONTENTS

ÖRGÜTLERDE YOL AYRIMI: LİYAKAT VE SADAKAT TARTIŞMALARI 1

KURUMSAL AİDİYET BİLİNCİNİN ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 12

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIKTA SOSYAL MEDYANIN YENİLİKÇİ ROLÜ 21

THE IMPORTANCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN BRAND EQUITY 30

DEZENFORMASYON ARACI OLARAK YAPAY ZEKÂNIN TOPLUMSAL ETKİLERİ 43

HAVACILIKTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN TÜRKİYE HAVACILIK SEKTÖRÜNE YANSIMALARI 52

D-8 ÜLKELERİNİN LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİ VE TÜRKİYE AÇISINDAN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ 64

BAUMAN'A GÖRE KÜRESEL YASALAR VE GÜVENLİK 78

1979 İRAN İSLAM DEVRİMİ SONRASI: İRAN-ABD İLİŞKİLERİ ve İRAN'IN NÜKLEER TEKNOLOJİSİ 88

ADNAN BİNYAZAR'IN DEDE KORKUT'TAN ÖYKÜLER ADLI ESERİNDE YER ALAN BİBLİYOTERAPİK UNSURLARIN BELİRLENMESİ 99

"ÇİZGİLİ PİJAMALI ÇOCUK" KİTABININ YAŞAM BECERİLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ 115

İLK TÜRK YEMEK KİTABI MELCEÜ'T-TABBAHİN'DE BULUNAN TATLILAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 128

OSMANİYE MUTFAK KÜLTÜRÜNDE YÖRESEL BİR İMGE: SACDA ETLİ KÖMBE 142

COMPARATIVE ASSESSMENT OF REGULATORY STANDARDS GOVERNING ALGORITHMS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND DEPLOYMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE 154

ÖRGÜTLERDE YOL AYRIMI: LİYAKAT VE SADAKAT TARTIŞMALARI

Ercan YAVUZ[1] Aleyna LALE[2]

ÖZET

Bu araştırma örgütlerde liyakat ve sadakat konularındaki dengeyi kavramayı amaçlar. Meritokrasi, örgütsel sadakat ve örgütsel adalet kavramları arasındaki bağlantılar incelenerek, bu faktörlerin birbirleriyle etkileşimi ve örgüt üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Çalışmada örgütlerin, liyakat ve sadakat arasında bir denge kurarak uzun vadeli başarıya ulaşma taktikleri üzerinde durulmuştur. Liyakati öne çıkararak örgütte adaleti sağlamak ve çalışanların sadakatinin güçlendirilmesi önerilir. Bu denge, örgütlerin rakiplerine karşı üstünlük kurabilmesi ve sürdürülebilir başarı elde etmesi için kritik öneme sahiptir.

Bu çalışmada öncelikli olarak konuyla ilgili meritokrasi kavramı ve ilkeleri, örgütsel sadakat kavramı, örgütsel sadakatin örgütler için önemi, örgütsel adalet kavramı ve alt boyutları gibi kavramlar hakkında literatür taraması yapılmıştır. Meritokrasi ve sadakat arasındaki ilişki, meritokrasi ve adalet arasındaki ilişki, adalet ve sadakat arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu araştırma, nitel bir desen benimseyerek oluşturulmuştur. Nitel araştırmalarda genellikle, mülakat, gözlem, doküman analizi gibi yöntemlerle veri toplanır. Nitel araştırmalar, algılar ve olaylar göz önünde bulundurulup, gerçekçi bir bakış açısı sunarak konuyu bütünüyle ele alır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Liyakat, Meritokrasi, Örgütsel Sadakat, Örgütsel Adalet

CROSSROADS IN ORGANIZATIONS: DEBATES ABOUT MERIT AND LOYALTY

ABSTRACT

This research aims to understand the balance between merit and loyalty in organizations. The connections between the concepts of meritocracy, organizational loyalty and organizational justice are examined, and the interaction of these factors with each other and their effects on the organization are discussed. The study focused on the tactics of organizations to achieve long-term success by establishing a balance between merit and loyalty. It is recommended to ensure justice in the organization and strengthen the loyalty of employees by emphasizing merit. This balance is critical for organizations to establish superiority over their competitors and achieve sustainable success.

In this study, first of all, a literature review was conducted on concepts such as the concept and principles of meritocracy, the concept of organizational loyalty, the importance of organizational loyalty for organizations, the concept of organizational justice and its sub-dimensions. The relationship between meritocracy and loyalty, the relationship between meritocracy and justice, and the relationship between justice and loyalty have been examined. This research was created by adopting a qualitative design. In qualitative research, data is generally collected through methods such as interviews, observation, and document analysis. Qualitative research addresses the subject in its entirety, taking into account perceptions and events and presenting a realistic perspective.

Keywords: Organizational Merit, Meritocracy, Organizational Loyalty, Organizational Justice.

[1] Doç. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0003-3696-4832, eposta: ercan.yavuz@hbv.edu.tr
[2] Yüksek Lisans Öğrencisi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, ORCID: 0009-0009-2326-626X, eposta: aleyna.lale@hbv.edu.tr

1. GİRİŞ

Meritokrasi ve örgütsel sadakat kavramları, modern toplumların ve iş dünyasının temel dinamikleri arasında önemli bir yer edinmiştir. Meritokrasi, insanların yeteneğine ve liyakatine göre yönetilen bir toplum düzenini yansıtır. İş dünyasında kişilerin yetenekleri ve performanslarını baz alarak değerlendirilmesini vurgular. Örgütsel sadakat ise çalışanların bağlılık ve sadakat duygularını örgütleriyle sürdürme eğilimini yansıtarak, örgütsel başarı ve uyumu etkileyen kritik bir unsurdur.

Meritokrasi kavramı, Latince kökenli "meritum" ve Yunanca kökenli "kratein" kelimelerinin birleşimi ile oluşmuş olup yetenek ve yeterliliğe dayalı bir yönetim biçimini ifade eder (Leblebici 2008: 105). Sosyolog Michael Young (1958) tarafından ilk defa ortaya atılan meritokrasi, özellikle adaletli bir yönetim anlayışının ancak yetkin bireylerin üst düzey yönetim pozisyonlarına gelmeleriyle mümkün olabileceği düşüncesini içermektedir. Young'a göre, teknolojik gelişmelerle birlikte doğuştan gelen ayrıcalıkların yerini teknik becerilere sahip bireylerin alması, meritokrasinin temelini oluşturur. Demokratik toplumlarda, herkesin eşit fırsatlara sahip olması, özellikle teknolojiye adaptasyon ve kullanma yeteneği ile ilişkilendirilerek, meritokratik bir düzenin toplumsal adaleti sağlayacağı öne sürülmüştür (akt. Sever, 2021: 1481).

Örgütsel sadakat kavramı, bireylerin örgütleriyle duygusal anlamda bir bağ kurma ve örgüte yönelik bağlılık duygusunu gösterme meyilliğini ifade eder. Sadakat, örgüt içerisinde uyumu arttırır ve aynı zamanda çalışanların motivasyonuna etkisi olan önemli bir faktördür. Araştırmacılar, sadık çalışanların örgütlerine daha fazla katkı sağlayabildiklerini, uzmanlık alanlarını paylaştıklarını ve mevcutta olan kaynakları koruduklarını belirtmişlerdir. Örgütsel sadakat, çalışanların işlerine ve örgüt kültürüne entegre olmasıyla veya kurum içinde bir bütünlük sağlamasıyla örgütsel başarıyı etkileyen mühim bir unsurdur.

Çalışmada, meritokrasi ve örgütsel sadakat kavramları, alt boyutları ve ilkeleriyle beraber detaylı bir şekilde ele alınacaktır. Her iki kavramın toplumsal ve iş dünyası bağlamındaki rolleri, etkileri ve önemli unsurları, literatürdeki öne çıkan görüşler ve araştırmalar ışığında incelenerek, bu iki kavramın birbiriyle olan ilişkilerine bakılacak ve önemli bağlantıları ortaya çıkarılacaktır. Ayrıca, günümüzdeki iş dünyasında ve toplumun yapısında meritokrasi ve örgütsel sadakatin nasıl bir yol aldığı, hangi faktörlerin etkisi altında kaldıkları ve gelecekteki olası gelişmeleri ele alınarak ayrıntılı bir araştırma sunulmaya çalışılacaktır.

Bu çerçevede, meritokrasi ve örgütsel sadakat kavramlarının anlamı, tarihsel süreç içindeki evrimleri, günümüzdeki rol ve anlamları, bu kavramlara dair kaynaklardaki temel bakış açıları ve ortaya konulan neticeler ele alınacaktır. Ayrıca, bu iki kavramın iş dünyasındaki etkileşimleri, birbirleriyle olan ilişkileri ve günümüz iş ortamında bu kavramlara nasıl bir anlam yüklenip uygulamaya konulduğu detaylı bir şekilde araştırılacaktır. Örgütsel sadakat ve meritokrasi, bireylerin iş ortamındaki deneyimlerini ve örgütleriyle olan ilişkilerini etkileyen temel faktörler olarak anlaşılacak ve günümüzdeki iş dünyasının karmaşık sürecinde nasıl bir yer tuttukları anlaşılmaya çalışılacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Meritokrasi Kavramı

Literatür incelendiğinde, Meritokrasi kavramı Latince kökenli bir kavramdır. Kavram Latince meritum ve Yunanca kratein kavramlarının birleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Kavramın açılımı ise Meritum yeterliliği, kratein ise gücü ifade etmektedir. Kavramın tarihsel süreç dikkate alınarak incelenmesi durumunda ise gücü elinde bulunduran soylular, asiller ya da devlet bürokrasisi içerisinde yer alan mevkii sahibi bürokratların halktan farklı olarak elinde bulundurdukları yetki ve güç kullanma ayrıcalığını ifade etmektedir (Leblebici, 2008: 105).

Meritokrasinin ilk defa nerede bahsedildiği incelendiğinde kavramın, sosyolog Michael Young'ın "Meritokrasinin Yükselişi" adlı eserinde kullanıldığı görülmektedir. Bu eserinde Young, Meritokrasi kavramını açıklarken örgütlerde adaletli bir yönetim anlayışının, ancak üst yönetimin baskıcı tutumundan vazgeçerek yasal veya bürokratik yetkisini adil bir şekilde kullanmasıyla meritokrasi anlayışının benimsenmesinin mümkün olabileceğini ileri sürmüştür. Young bu eserinde toprağa dayalı veya toplum içindeki statüye dayalı olarak gelişen kast sistemlerinin yerini üretimde makineleşme arttıkça, doğuştan kazanılan soyluluğun, asilliğin yerini teknik becerisi yüksek makinaları kullanabilen veya tasarlayabilen bireylerin ayrıcalıklı bir pozisyon edinmelerinin mümkün olabileceğini ileri sürmüştür. Demokratik toplumlarda doğuştan kazanılan ayrıcalıklardan ziyade teknolojik çevreye uyum sağlayabilen ve teknolojiyi kullanma becerisi kazanan bireyler "fark" meydana getireceklerdir. Öte yandan iktidarın veya gücün ayrıcalığını kullananlar yeni oluşan ekonomik çevreye uyum sağlamakta zorlanacaklardır (Yücel, 2020: 18).

Meritokrasi, örgütlerde doğuştan kazanılan ayrıcalığın yanı sıra yöneticilerin bürokratik yapı içerisindeki pozisyonlarının, onların kendilerini bürokratik elit veya yönetici elit olarak görmeleri durumunda yönetimin alt kademelerinde bulunanları veya iş görenleri küçümsemeleri durumunu da kapsayan bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Meritokrasi kavramı bugün ise yetenekli, becerikli, dolayısıyla nitelikli bireyleri, vasıfsız olan bireylerden ayırt etme ve iş gören seçiminde onlara öncelik tanıma, uygun pozisyonlarda istihdam etme ve başarılı oldukları zaman gerek motive edici ödüller verme gerekse terfi ettirme gibi unsurları içeren bir kavrama dönüşmüştür (Scully, 2015: 3). Meritokrasi, TDK (2024) sözlüğüne göre şu şekilde tanımlanmıştır; ''Bireylerin yetenek ve üstünlüğüne dayanan yönetim biçimi.'' Meritokrasi, çalışma hayatında terfi edebilmek için oluşturulan kriterlerin gösterilen çabayla ve liyakat anlayışıyla ilişkilendirilmektedir. Meritokrasi, bireyin örgüt içerisinde yetenekleri, gösterdiği zihinsel veya fiziksel çabası işe yönelik taşıdığı ahlak anlayışı onun örgüt içerisindeki pozisyonunu şekillendirmede önemli bir yere sahip olduğunu gösterir.

Bazı araştırmacılar (Braga, 2020; Grund, 2018; Joosse, 2017) meritokrasi kavramını temelini Eflatun'un ideal devlet anlayışıyla ilişkilendirmekte ve aristokrasi kavramına dayandırmaktadır. Aristokrasi; erdemli ve bilge kişilerin yönetici olmasını savunan bir görüştür. Buna bağlı olarak toplum veya örgütleri yönetecek kişilerin filozofların arasından seçilmesi ya da yöneticilerin yönetici olduktan sonra entelektüel bir bilgi edinerek filozof düzeyine ulaşmasını savunmaktadır. Aristo, aristokrasi kavramını ileri sürmüş ve toplumu ancak filozoflar sınıfının yönetmesini savunmuştur. Bu yönüyle aristokrasi ve meritokrasi birbirinden önemli ölçüde farklılaşır. Meritokrasi "Eşitlik" ilkesine uygun olarak nitelikli

herkesin yönetici olabileceğini ileri sürerken aristokrasi ise filozof sınıfından yönetici seçilmesini savunur. Meritokrasi kavramı evrensel bir değer olan eşitlik kavramıyla yakından ilişkilidir. Hayatın tüm evrelerinde meritokrasi kavramı eşitlik ilkesinin uygulamaya geçirilmesi olarak yorumlanabilir (Sever, 2021: 1482).

2.1.1. Meritokrasinin İlkeleri

Meritokrasinin ilkeleri: Eşitlik ilkesi, yarışma ilkesi, kariyer ilkesi, güvence ilkesi, adil ve yeterli ücret ilkesi ve hizmet içi değerlendirme ilkelerini kapsamaktadır (Yücel, 2020: 19).

Eşitlik İlkesi: Örgütlerde hem iş gören seçim sürecinde hem de iş gören bir örgütün üyesi olduktan sonraki dönemi ifade eden bir ilkedir. Çalışma hayatında evrensel bir nitelik taşıyan bu ilkenin önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmakta ve gereken önem verilmeye çalışılmaktadır. Uluslararası genel kabul görmüş normların yanı sıra ulusal normlarda da eşitlik ilkesine sürekli vurgu yapıldığı görülmektedir. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, Dünya Çalışma Örgütü'nün hükümleri, ikili ve çok taraflı uluslararası anlaşmalar eşitlik ilkesine öne çıkarmaktadır. Ulusal normlara bakıldığında da eşitlik ilkesine sıkça atıfta bulunulmaktadır (Yücel, 2020: 19-20).

Yarışma İlkesi: Meritokratik yönetim, bireyin doğuştan edindiği nitelikleri değil, sonradan kazandığı yetenek, bilgi ve başarıları önde tutan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, herkesin eşit olanaklara sahip olmasını amaçlar. Liyakati temel alarak yönetilen ülkelerde, fırsat eşitliği tarafsız bir yarışma ilkesiyle desteklenir. Mesleğe başlamadan önce kişiler arasında eşitlikçi bir yarışma sınavı yapılır ve işin amacına uygun ihtiyaçları en iyi karşılayan aday seçilir. Bu prensip, Max Weber'in bürokrasi modelinde vurgulanmıştır. Devlet memurları, ırk kast, dil veya sınıf gibi subjektif kriterlere göre değil, başarı ve liyakate dayalı objektif kriterlere göre seçilir. Bu yaklaşım, herkesin adil bir yarışma ile eşit şartlarda rekabet etme şansına sahip olduğu bir ortam oluşmasına sebep olur. Personel alımı ve yükselme süreçlerinde yarışma ilkesine uygunluk önemlidir. Makul bir süre önce adaylar için duyuru süreci başlamalı ve başvuru şartlarıyla iş gereksinimleri arasında uyumluluk olmalıdır. Sınav tarafsız bir şekilde değerlendirilmeli, sonuçların bildirilmesi için uygun bir süre kararlaştırılmalı ve itiraz süreci adil bir şekilde sürdürülmelidir. Çalışanların yükselmesi için sınavlar uygulanmalıdır. Bu ilke, meritokratik yapı içerisinde sıklıkla uyulmayan bir ilkedir. Yazılı sınavlara ilave olarak uygulanan veya somut verilere dayalı olmayan sınavlar, yarışma ilkesinin kötüye yönelik kullanımına neden olabilir. Uygulanan mülakat tekniğinde ise komisyonun takdir yetkisi kısıtlanmalı ve sınav değerlendirmelerine yapılan itirazlar için somut bilgiler işlenmelidir (Yücel, 2020: 20-21).

Kariyer İlkesi: Meritokratik yapının etkili bir şekilde işlemesi için işe alım sürecinden sonrası da özenle planlanmalıdır. Liyakat sisteminin esas ilkelerinden birisi kariyer ilkesidir. İşe alınan donanımlı, verimli olan çalışanın işten ayrılmamasını sağlamak için terfi alma hakkının verilmesi mühimdir. Kariyer ilkesi, personelin görevde yükseleceğini, bu sebeple de mali ve sosyal haklarının artacağını bilmesini sağlar, böylece personelin mesleğine olan mesuliyetini ve ilgisini artırır. Meritokratik sistem içinde kariyer ilkesi, istihdam edilen çalışanın görevinde en üst mertebeye kadar çıkabilmesine olanak tanıyan bir anlayışı ifade eder. Memurluğu kendine bir meslek olarak belirleyen birisi, bu anlayışla emekli olmaya karar verene kadar görevini icra edebilir (Yücel, 2020: 21).

Adil ve Yeterli Ücret İlkesi: Memurluk, uzmanlık gerektiren bir meslek olduğu için mesleğe başlayacak kişilerin belirli bir uzmanlık seviyesine sahip olması beklenir. Kamu idareleri, özel sektör kuruluşlarıyla (özellikle sağlık sektöründe) uzman personel istihdamında rekabet içerisindedir. Kamu yönetimi, vasıflı iş gücüne sahip olabilmek için işe alınacak çalışana, özel sektörde verilen sosyal haklar ve mali haklardan çok daha fazlasını veya en azından eş değer olacak şekilde sunmalıdır. Bu ilke, işe alım esnasında memurluğu çekici kılar ve "eşit işe eşit ücret" ve icraata göre ücretlendirme, kurumun içerisinde denklik, hakkaniyet ve çalışma barışını sağlar. Ücretlerin performans koşullarına dayalı olması, verimliliği artırmaya katkı sağlayacaktır. Anayasamızda adil ücret ilkesi bir hak olarak tasvir edilmiştir (Anayasa 55. madde). Meritokratik bir yapıda kamu çalışanına eşitlikçi ve yeterli bir ücret ödemesi yapılmalı, iktisadi güçlükler göz önünde bulundurulmalı, ekonomideki fiyat artışları çalışanların aylıklarına yansıtılmadır. Adil ücret uygulamasında benzer işleri yapan çalışanlar arasında ücreti belirlerken dengesizlik yapılmamalıdır. Kamu personelinin yeterli ücret alamaması, usulsüzlüklere yol açabilmektedir. Bu nedenle devlet memurlarının yeterli ücret alabilmesi, usulsüzlüklere yol açmamak açısından önemlidir. Adil ücret politikası, personel arasında huzursuzluk yaratmamak ve performansı olumsuz etkilememek adına "eşit işe eşit ücret" anlayışını içermelidir. Eşdeğer işler yapan kamu çalışanlarına aynı ücret ödenmelidir. Adil bir şekilde dağıtılmayan ücretler sebebiyle, vasıflı çalışanların özel sektörü tercih etmeye öncelik vermesine sebep olabilir, bu da kamu çalışanı alımlarında nitelikli iş gücü oluşturmayı zorlaştırabilir (Yücel, 2020: 22-23).

Güvence İlkesi: Kamu personelinin verimli ve daima bir hizmet sunabilmesi için mesleki ortamının güvenli bir şekilde oluşturulmuş olması önemlidir. 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu (DMK)'nun 18. maddesi, devlet memurunun işinin sonlandırılmaması ve haklarının elinden alınamamasını belirtmektedir, bu da liyakati temel alan bir sistemin işleyişi için önemlidir. Güvence ilkesi, çalışanın baskı altında hissetmeden verimli bir şekilde görevini icra etmesine olanak sağlar. Güvence ilkesi, makamda kalma ve hizmette kalma güvencesiyle ortaya çıkar. Makam güvencesi, belirli kadrolarda görev alan çalışanın önceden kararlaştırılmış durumlar yaşanmadan görevinden alınmamasını içerir. Hizmette kalma güvencesine bakacak olursak geçerli bir gerekçe olmadan çalışanın haklarına ve mevkisine dokunulmamasını sağlar. Bu ilke aynı zamanda kamu görevlisinin ülkede siyasi ortamın değişkenliğine karşı kendini örgütte güvende hissetmesine ve tarafsız davranış sergilemesine imkan tanır. Güvence ilkesi, memurluğun bir meslek olması ve kariyer ilkesinin bir parçası olmasıyla ilişkilidir. Memurluk mesleğini tercih edecek kişilere çalışma hayatları boyunca güvence verilmesi, bu mesleği tercih etmelerine olanak sağlar. Bu ilke, memurlara yargı yoluna başvurma hakkı tanıyarak adil bir süreci destekler. Meritokratik bir sistemde kamu çalışanlarının, idarenin keyfi uygulama ve politik zorlamalarından korunması gerekir ancak güvencenin dengeli olması önemlidir; fazla olması başına buyrukluğa, az olması ise mağdurluğa yol açabilir. Kendini güvende hisseden çalışan, kamu hizmetini verimli bir şekilde yerine getirecektir (Yücel, 2020: 23-24).

Hizmet İçi Değerlendirme İlkesi: İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, kamu hizmeti kavramında yaşanan değişimler ve gelişmeler, etkili ve verimli bir kamu hizmetinin sunulabilmesi için etkili bir yönetimin ve vasıflı devlet memurlarının yetiştirilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu ihtiyaç, kamu görevlilerinin sürekli geliştirilmesi ve hizmet içinde değerlendirilmesi ile karşılanabilir. Hizmet içi değerlendirme ilkesi, iki önemli ayağa dayanmaktadır. İlk olarak, istihdam edilen çalışana hizmetin gerektirdiği nitelikleri

kazandırabilmesi için hizmet içi eğitim verilmesi; ikinci olarak, liyakat ve kariyer ilkeleri göz önünde bulundurularak kamu görevlisinin hizmet içinde değerlendirilerek yükselmesine olanak sağlamaktır. 657 sayılı DMK'nin 214. maddesi, hizmet içi değerlendirmenin eğitim kolu ile ilgilenir. Bu hususa göre hizmet içi eğitimin maksadı, devlet memurlarını yetiştirerek verimliliklerini artırmak ve daha ileri görevlere hazırlamaktır. Türkiye'de devlet memurlarının hizmet içi eğitimi, "Devlet Memurları Eğitimi Genel Planı"na göre, kamu kurumlarının şahsen sağladığı eğitim planları doğrultusunda gerçekleştirilmektedir. Hizmet içi değerlendirme, liyakat esası içinde devlet memuruna gereken bilgi ve birikimi kazandırmaktadır. Fakat bu ilke, yalnızca teknik bilgi ve birikimleri artırmakla kalmamalıdır. Hizmet içi eğitimde modern yaklaşım; kamu personelinin bilgi ve birikimini artırmanın yanı sıra mesleksel yeteneklerini geliştirmeyi, değişimlere hemen adapte olmalarını ve teknolojik ilerlemelerin takip edilerek çağın gerisinde kalmamalarını sağlamayı hedeflemelidir. Bu ilkenin gereği olarak ilerleme kaydeden kamu görevlilerinin yükselmesi için gerekli ayarlamalar yapılmalıdır (Yücel, 2020: 25).

2.2. Örgütsel Sadakat Kavramı

"Sadakat," Arapçadan Türkçeye geçen bir kelime olup, ahlaki açıdan aidiyet yükümlülüğünü ve güvenilir olma durumunu ifade eder. Etimolojik olarak, Hint-Cermen kökenli "meşe ağacı" sembolü olan "dereu" kelimesinden türemiştir. Almanca karşılığı "treue" olan "sadakat," kuvvetliliği ve dayanıklılığı ifade eden bir terimdir ve aynı anlamıyla Latinceden çevrilebilir (Serin, 2021: 3).

Ahlaki bir kural olarak sadakat: Sadakat bağı, açık veya üstü kapalı olarak verilen bir sözle oluşturulabilir. Bu söz, ahlaki bir yükümlülük taşır ve sözü veren tarafından istek olmaksızın yerine getirilmelidir. Jasper, sadakatin tarihsel bir süreç olduğunu savunur. Taraflardan biri sözünü tutmak için bir süreç gerektirir. Sadakat fikri, bu süre zarfında diğer tarafın sözünü tutacağına olan inanca dayanır. Belirli bir eylemi gerçekleştirmek için verilen sözün tutulabilmesi için belirli bir tavır biçiminin sürekli devam ettirilmesi gereklidir. Çünkü sadakat, uzun süreli bir eylemin değiş tokuşuna dayanır. Taraflar, bu süreç boyunca verilen sözün sürekli olarak tutulacağına dair bir bakış açısı birliği içindedirler (Serin, 2021: 3).

Hukuki bir kavram olarak sadakat: Sadakat, ahlaki bir kavramdan evrim geçirerek hukuki bir nitelik kazanan bir süreç içinde ortaya çıkmıştır. Hukuki bir kavram olarak, sadakat içyapı düşünce tarzına uygun bir karakter özelliği sergilememektedir. Hukuk açısından, sadakat somut yükümlülükler şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Sadakat, örgütsel bağlılık ve kişisel bağlılık arasındaki güçlü bağları ifade eder. Örgütsel sadakat, örgüt içinde duygusal bir bağlılık olarak tanımlanabilir ve çalışanın örgütüne duyduğu bağlılık, savunma ve övgü içerir. Sadakat, örgüt içinde uyumu, iş birliğini ve takım ruhunu artırıcı bir rol oynar. Örgütsel sadakatin varlığı, çalışanların örgütlerine karşı bağlılık gösterme, dış tehditlere karşı savunma yapma ve örgütlerinin çıkarlarını koruma eğiliminde olma durumunu içerir. Sadakat, örgütün genel başarısına katkıda bulunacak bir davranış biçimidir. Örgütsel sadakat, çalışanların örgütlerine karşı duydukları güçlü bir bağlılığı ifade eder. Bu bağlılık, bireyin örgütünün amaçlarına uyum sağlama ve özveride bulunma isteğini içerir. Sadakat, psikolojik ve davranışsal bir durumu temsil eder ve örgütün isteklerine öncelik tanımayı gerektirir (Serin, 2021: 4-7).

2.2.1. Örgütsel Sadakatin Örgütler İçin Önemi

Sadık bir personel, kurum değerleri, hedefler ve vizyonlarına derin bir bağlılık ve güçlü bir öz oluşturmaktadır (Ali, vd., 1997: 260-270, akt. Serin, 2021: 7). Sadakat oluşturmada etkili olan personel, mesleki sorumluluklarında daha fazla çaba harcayarak kendilerini geliştirme yolunda adımlar atmaktadır. Ancak, çalışma tatmini genellikle işin belirgin özelliklerine karşı gösterilen olumlu bir tepki iken, personelin sadakati daha genel bir kurumsal bağlılığı ifade etmektedir (Israeli ve Barkan, 2003: 23-39). Çalışma tatmininin kurumsal sadakat üzerinde önemli bir etkisi olduğunu belirten Chen (2001: 650-660)'in araştırmasına göre, sadakat gösteren personelin kuruma destek sağlamak adına uzmanlık alanlarını paylaştıkları, sorunları çözdükleri, moral ve motivasyonu artırdıkları, mevcut kaynakları korudukları görülmektedir. Sadık çalışanların kurumsal hedeflere inandıklarını, yoğun çaba harcayarak kurum başarısına katkı sağladıklarını ve üyeliklerini sürdürmek konusunda dayanıklı olduklarını ifade etmektedirler. İdareci ve personel arasındaki ilişkinin, örgütsel sadakatin sağlanmasında önemli bir faktör olduğu vurgulanmaktadır (Mowday vd., 1979: 224-247). French ve Synder (1959: 118-149)'e göre, yöneticilerin personel sadakatini kazanmaya çalıştıklarında birlikte daha üretken çalışma potansiyeli oluşturabilecekleri düşünülmektedir. Blau ve Scott (1962: 141-145)'un hizmete yönelik sektördeki çalışmalarında, personelin üretkenliğinin yüksek oranda sadakatle ilişkili olduğu belirtilmiştir. Okul idarecileri üzerinde yapılan araştırmalarda da personel sadakati ile okul birleşimi arasında olumlu bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışanın mesleğine adanması, duygusal bağlılık ve kuruma olan bağlılığın devamlılığı, kurumların varlıklarını sürdürmeleri ve çalışma performansları açısından önemli görülmektedir.

2.3. Örgütsel Adalet Kavramı

Örgütsel adaletle alakalı araştırmalar, Adams'ın Eşitlik Kuramı'yla doğmuştur. Bu kurama göre, kişilerin iş başarısı ve tatmin düzeyi, çalıştıkları ortamdaki algıladıkları eşitlik ya da eşitsizlikle ilgilidir. Eşitlik Kuramı, çalışanların kendi çabalarıyla elde ettikleri kazanımları, benzer durumda olan bireylerin diğer örgütlerde elde ettiği kazanımlarla karşılaştırdıklarını belirtir. Bu karşılaştırma sonucunda, bireyler örgütleri, yöneticileri ve işleriyle ilgili tutumlar geliştirirler. Bu noktada, bireyin örgütündeki adalet algısı önemlidir. Örgütsel adalet geniş bir anlamda, çalışanın örgütünde saptadığı faaliyetlerle ilgili adalet algısını ifade eder. Çalışanlar, bulunduğu örgütte kendilerini ve diğerlerini karşılaştırma eğilimindedir. Örgütteki herkese aynı kuralların uygulanmasını, eşit işe aynı ödeme yapılmasını, izinlerde herkesle eşit haklara sahip olmayı ve sosyal imkanlardan eşit bir şekilde yararlanmayı umarlar. Fakat adalet algısı sadece edinilen kazanımların karşılaştırılmasıyla sınırlı kalmaz. Örgütteki kuralların genel yapısı ve bunların uygulamada nasıl şekillendiğine ilave olarak bireyler arasındaki etkileşim de adalet algısının odak noktasını oluşturur (Eker, 2006: 1).

2.3.1. Örgütsel Adalet'in Alt Boyutları

Dağıtım Adaleti (Distributive Justice): Dağıtım adaleti, kaynaklar ile ödüllerin eşit bir şekilde paylaşılmasıyla ilgilenir. Çalışanlara maaş, ödüller, terfi gibi kaynakların tarafsız ve eşit bir şekilde dağıtılıp dağıtılmadığını değerlendirir (Eker, 2006: 12-15).

İşlemsel Adalet (Procedural Justice): İşlemsel adalet, ödül dağıtımına yönelik kararların alınmasında kullanılan yöntemlerin hakkaniyetini ölçer. İşlemlerin apaçık, çelişmesiz ve katılımcı bir şekilde yönetilmesi işlemsel adaletin temelidir (Eker, 2006: 16-20).

Kişiler Arası Adalet (Interpersonal Justice): Kişiler arası adalet, bireyler arasındaki ilişkilerin adalete uygun olup olmadığını değerlendirir. Yöneticilerin, iş arkadaşlarının ve diğer çalışanların birbirlerine karşı adil davranıp davranmadığına odaklanır. Dağıtım adaletiyle ilişkilidir (Eker, 2006: 23).

Bilgisel Adalet (Informational Justice): Bilgisel adalet, iletişim süreçlerinin adil olup olmadığıyla ilgilenir. Çalışanlara sağlanan bilgilerin doğru, açık ve zamanında olup olmadığına odaklanır. Kişilere, işlemlerin yapılışı veya kazanımların dağıtımı hakkında bilgilendirme yapılması, bunların izah edilmesidir. İşlemlerin gerçekleştirilme yöntemi veya kazanımların paylaşımı hakkında bilgilendirilmesi, çalışanlara, kişilere açıklamalarda bulunmayı içerir (Eker, 2006: 24).

3. YÖNTEM

Bu araştırma, nitel bir yöntem benimseyerek sürdürülmüştür. Nitel araştırmalarda genellikle, mülakat, gözlem, doküman analizi gibi yöntemlerle veri toplanır. Nitel araştırmalar, algılar ve olaylar göz önünde bulundurulup, gerçekçi bir bakış açısı sunarak konuyu bütünüyle ele alır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu araştırma, örgütlerde liyakat ve sadakat konularındaki dengeyi anlamayı amaçlamaktadır.

4. KAVRAMLAR ARASI İLİŞKİLER

4.1. Meritokrasi ve Sadakat Arasındaki İlişki

Meritokrasi örgüt içinde liyakatin öne çıkarıldığı bir sistemdir. Amacı ortamda rekabet oluşturmaktır. Çalışanların performanslarına, etkinliğine göre pozisyonlandırmayı hedefler (Yücel, 2020: 18). Örgütsel sadakat ise bireylerin örgütlerine olan bağlılıklarını ifade eder (Serin, 2021: 5). Meritokratik bir sistemde liyakatin öne çıkarılmasıyla bireylerin örgüte duydukları güven artırılabilir. Liyakatin önde olduğu bir ortamda kişiler, örgütlerinin aldığı kararların objektif ve adaletli olduğuna inanabilirler. Bu da örgütsel sadakati kuvvetlendirir. Meritokrasi ve örgütsel sadakat arasında pozitif bir bağlantı bulunabilir. Bir örgüt, liyakati teşvik ederken aynı zamanda çalışanlarının örgüte bağlılık duygularını güçlendirmeye çalışmalıdır. Dengeli bir yaklaşım sergilemek, uzun vadeli örgüt başarısında etkili olacaktır.

4.2. Meritokrasi ve Adalet Arasındaki İlişki

Meritokrasi örgüt içinde liyakate dayalı bir yükselme sistemini ifade eder. Bu, bireylerin işlerindeki performanslarına, başarılarına ve yeteneklerine bağlı olarak terfi almalarını sağlar (Yücel, 2020: 18). Ancak, meritokratik bir yönetimde örgütsel adalet, değerlendirme süreçlerinin apaçık ve objektif olmasını gerektirir. Her çalışanın eşit fırsatlarda olması, değerlendirmelerin doğruluğu ve nesnellik, örgütsel adaletin esas faktörleridir.

Örgütsel adalet, çalışanların örgütte özellikle terfi, ödül ve ceza gibi kariyerle alakalı kararlarda hakkaniyetli bir şekilde muamele gördüğünü hissetmelerini sağlamak için önemlidir (Eker, 2006: 1). Liyakate uygun yönetilen sistemde örgütsel adaletin sağlanması, çalışanların işlerinde daha istekli olmalarını, işlerine olan bağlılıklarını artırmalarını, örgüte

duydukları güvenlerini artırmalarını ve genel olarak örgüt içerisinde daha etkin olmalarını sağlayabilir.

4.3. Adalet ve Sadakat Arasındaki İlişki

Bir çalışan, kendisine örgüt ortamında adil davranıldığını hissettiğinde örgüte olan sadakati artabilir. Çalışanlar, örgüt içinde adaletli davranıldığına inandıkları taktirde, örgütleri için daha fazla gayret edebilir ve işlerine ekstra bağlılık gösterebilirler. Meslekte yükselme ve ödüllendirmede tarafsız bir yol alındığında, çalışanlar verdikleri çabaların karşılığını aldığını düşündüğünde örgüte olan bağlılıkları artar (Serin, 2021: 5). Ayrıca örgütte adaletin eksik veya olmadığı durumlarda, çalışanlar üzerinde örgütlerine olan memnuniyetsizlik ve güvensizlik artabilir. Bu husus, örgütsel sadakatte azalma olmasına yol açabilir ve çalışanlarda motivasyon kaybına sebep olabilir. Çalışanların örgüte bağlılıklarında devamlılık sağlayabilmek için adil bir örgüt ortamı oluşturmak gereklidir.

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Adalet kavramı, örgütlerdeki yönetim anlayışını ve sosyal bağlantıları etkileyen mühim bir etkendir. Örgütün adalet algısı, çalışanların motivasyonu, ilgisi ve verimi üzerinde etkili olabilir. Meritokrasi, bireylerin yeteneklerine ve üstünlüklerine bağlı olarak yönetildiği bir anlayıştır. Çalışanların vasıflarına ve başarılarına göre terfi etmelerini teşvik eder. Eşitliği vurgulayan bu sistem, liyakata uygun olarak bireylerin öne çıkarılmasını vurgular. Örgüt içerisinde meritokratik bir yapının oluşturulmasıyla eşitlikçi tarafsız bir yönetim ortamı elde edilir. Bireylerin kabiliyetleri ve gayretleri doğrultusunda ödüllendirilmesi meritokrasinin temel gayesidir. Örgütsel sadakate bakıldığında kavram, çalışanların ve örgütleri için pozitif bir tavır yansıtmalarını örgüte olan bağlılıklarını göstermelerini açıklar. Sadık çalışanlar, örgütlerine duygusal bir bağlılık sergileyerek, örgüt misyonları yönünde çaba harcar ve örgütleri için uzun vadeli olacak şekilde sadakat gösterir. Meritokratik bir yönetim, örgütsel sadakatin artmasına yardımcı olur, çünkü örgütte liyakate dayalı meslekte yükselme ve ödüllendirme olduğu için çalışanlar adaletli bir ortamda olduklarını hisseder. Örgütsel adalet kavramı ise örgüt içindeki adalet anlayışını vurgular. Dağıtım adaleti, kişiler arası adalet, işlemsel adalet ve bilgisel adalet gibi alt boyutları bulundurur. Meritokratik bir yönetim, dağıtım adaletini vurgular çünkü liyakate dayalı olarak ödüllerin dağıtılması önemlidir. İşlemsel adalet, terfi ve ödüllerin adil bir şekilde belirlenmesiyle ilgilenir. Kişiler arası adalet, çalışanlar ve yöneticiler arasındaki ilişkilerin adil olup olmadığıyla ilgilenir. Bilgisel adalet ise çalışanlara doğru ve zamanında bilgi sağlanmasını içerir. Meritokrasi, örgütsel adaletin boyutlarını destekleyerek örgüt içerisinde adil bir ortamın sağlanmasına katkı sağlayabilir. Bu kavramlar birlikte değerlendirilirken, örgütlerin kendine özgü yapıları ve kültürleri unutulmamalıdır. Kavramlar arasındaki ilişki karmaşık olabilir ve liderlik tarzı, örgüt kültürü gibi etmenler bu ilişkilere reaksiyon gösterebilir. Uzun vadeli başarı sağlamak için, örgütlerin liyakata dayalı bir yönetimi teşvik etmeleri ve örgüte adaleti kazandırmaları bir hayli mühimdir.

Ele aldığımız bu konu örgüt yönetimleri için önemli bir mesele olarak karşımıza çıkar. Liyakat ve sadakat arasında bir denge kurmak, örgütlerin sağlığı ve başarısı için en yerinde strateji olacaktır. Örgüt yönetiminde liyakati desteklerken aynı zamanda çalışanların örgüte bağlılığını sağlamlaştırmak, uzun vadeli başarıyı sağlamak için kritik bir etmendir. Örgütler, eşit ve tarafsız bir değerlendirme süreciyle liyakati öne çıkararak çalışanların sadakatini

sağlamak için örgütsel adaleti ve duygusal bağlılığı önde tutmalıdır. Örgütler, ilerideki liderlik ve yönetim stratejilerini saptarken liyakat ve sadakat dengesini göz önünde bulundurarak örgüt kültürlerini sağlamlaştırmalı ve çalışanlar arasında adaletli bir ortam yaratmalıdır. Bu denge, örgütlerin sürdürülebilir başarı elde edebilmesi ve rakiplerine karşı üstünlük kurabilmesi için kritik öneme sahiptir.

KAYNAKÇA

Blau, P. ve Scott, R. W. (1962), "Formal Organizations" San Francisco, Chandler Publishing Company, (141-145).

Braga, P. (2020). Narrative Rhetoric in Representing the British Aristocracy. The British Aristocracy in Popular Culture: Essays on 200 Years of Representations, 218-255.

Chen, Z. (2001). "Further İnvestigation of The Outcomes of Loyalty To The Supervisor: Job Satisfaction And İntention to Stay", Journal of Managerial Psychology, Vol: 16, Issue: 8, (650-660).

Eker, G. (2006). "Örgütsel Adalet Algısı Boyutları ve İş Doyumu Üzerindeki Etkileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Y. L. Tezi, İzmir.

French, J. R. P. ve Snyder, R. (1959). "Leadership ve Interpersonal Power" in Dorwin Cartwright, Studies in Social Power, Ann Arbor, Institute for Social Research, University of Michigan, (118-149).

Grund, F. J. (2018). Aristocracy in America: From the Sketch-book of a German Nobleman. University of Missouri Press.

Israeli, A. A. ve Barkan, R. (2003). "The İmpact of Social Events on Employee Satisfaction: A Case Study", Journal of Human Resources in Hospitality ve Tourism, Vol: 2, Issue: 2, (23-39).

Joosse, P. (2017). Max Weber's disciples: Theorizing the charismatic aristocracy. Sociological Theory,35(4), 334-358.

Leblebici, D. N. (2008). Ağustos. Yönetim Bilimi Açısından Klasik Dönemi Hatırlamaya İlişkin Bir Çalışma. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (21), 99-118.

Mowday, R. T., Steers, R. M. ve Porter, L. W. (1979). "The Measurement of Organizational Commitment", Journal of Vocational Behavior, Vol: 14, (224-247).

Scully, M. A. (2015). Meritocracy. Wiley Encyclopedia of Management, doi:10.1002/9781118785317.weom020075.

Serin, S. K. (2021). Örgütsel Sadakate İlişkin Nitel Bir Çalışma, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Y.L. Tezi, Burdur.

Sever, H. (2021). Meritokrasi ve Örgütsel Adalet İlişkisinin Kamu Çalışanları Açısından İncelenmesi, İşletme Araştırmaları Dergisi, 13 (2), 1480-1490.

TDK (2024). Türkçe Sözlük. Erişim Tarihi: 29 Ocak 2024. https://sozluk.gov.tr/

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yücel T. (2020). Meritokrasiyi Kısıtlayan Kayırmacılığın Bir Türü Olarak Nepotizm: 1982 Anayasası'nın 10. ve 70. Maddeleri Kapsamında Bir Değerlendirme, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Y. L. Tezi, Eskişehir.

KURUMSAL AİDİYET BİLİNCİNİN ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Rıfat İRAZ[1] Tuğba KAYIKCIOĞLU[2]

ÖZET

Kurumsal aidiyet bilincinin örgütsel değişim algısı üzerindeki etkisini tespit edebilmek adına nakliyeciler kooperatifine kayıtlı 146 katılımcı ile yürütülen bu çalışma nicel araştırma deseninde tasarlanmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesi, tanımlayıcı istatistik, korelasyon analizi ve regresyon analizi ile gerçekleştirilmiştir. Analiz bulgularına göre nakliyeciler kooperatifine kayıtlı olan şoförlerin kurumsal aidiyet bilinçlerinin örgütsel değişim algısı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Araştırma değişkenlerinin farklı örneklem ve illerde tekrar ele alınıp araştırma sonuçlarının karşılaştırılarak değerlendirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Aidiyet, Örgütsel Değişim, Nakliyeciler

THE EFFECT OF CORPORATE LOYALTY CONSCIOUSNESS ON EMPLOYEES' PERCEPTION OF ORGANIZATIONAL CHANGE

ABSTRACT

In order to determine the effect of corporate belonging awareness on organizational change, this study, which was carried out with 146 participants registered in the transporters' cooperative, is in a quantitative research design. Evaluation of the obtained data was carried out with descriptive statistics, correlation analysis and regression analysis. According to the analysis findings, it has been determined that the corporate belonging awareness of the drivers registered in the transporters' cooperative has no effect on the perception of organizational change. It is recommended that the research variables be reconsidered in different samples and provinces and the results of the research should be compared and evaluated.

Keywords: Corporate Belonging, Organizational Change, Transporters

[1] Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İİBF, Konya, Türkiye, rifat@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2774-8428

[2] Doktorant, Selçuk Üniversitesi, SBE, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Konya, Türkiye, tgb.kayikcioglu@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7292-6054

1. GİRİŞ

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, küresel rekabetin artış göstermesi, her geçen gün çevresel koşullarda ortaya çıkan farklılıklaşma, değişimi zorunluluk haline getirmiştir. Çağımızın sihirli sözcüklerinden biri olan değişim; yenilik, gelişme, örgüt geliştirme, büyüme gibi kavramları içine alan ve bu unsurlarla yakından ilişkili olan geniş kapsamlı bir olgudur (Kır, 2014: 5-8). Yaşadığımız çağa ayak uydurmak durumunda kalan gerek bireyler gerekse örgütler değişime ihtiyaç duymaktadır. Sürekli değişim halinde olan çevre ile örgüt daima etkileşim içindedir. Bu nedenle örgütler çevreye uyum sağlamak dolayısıyla değişime gitmek zorundadır (Polat, 2003: 1). Örgütlerde yaşanan değişim sadece çevreye uyum sağlamak için değil aynı zamanda örgütün bulunduğu pozisyonda çekici kuvvet halini alma isteğinden dolayı da olabilir. Bu gibi nedenler, örgütlerin değişim çabasına girmesinde etkilidir (Çapraz, 2009: 3). Örgüt üyeleri olan işgörenlerin ve de yöneticilerin örgütsel değişimi görmezden gelmemeleri, değişimi benimsemeleri ve kabullenmeleri açık sistem olarak faaliyet gösteren örgütlerin başarılı olmasında önemli bir husustur.

Başarılı bir örgütsel değişim için öncellikle iş görenin, bulunduğu örgütü benimsemesi ve kendini örgüte ait hissetmesi gereklidir. Aidiyet duygusu yükseldikçe çalışanların örgütün yapacağı değişiklikleri olumlu karşılaması beklenmektedir. Çalışanların değişimi algılama düzeyleri değişim sürecini olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkileyecektir. Bu bağlamda bu çalışmada, çalışanların örgütsel değişim algısı üzerinde kurumsal aidiyet bilincinin etkisinin olup olmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma da öncelikle konuyla ilgili temel kavramlara ve literatür araştırmasına değinilmiş ve ardından analizden elde edilen bulgulara ve sonuç kısmına yer verilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kurumsal aidiyet kavramının ne olduğunu açıklamadan önce aidiyet kavramını açıklamada fayda görülmektedir. Kelime anlamı "mensubiyet" ya da "ait olma hali" şeklinde açıklanan aidiyet kavramı (Keskin & Pakdemirli, 2016: 2580), kişinin kendini ayrılmaz bir parçası olarak hissettiği bir sisteme veya bir çevreye kişisel katılımı olarak tanımlanmaktadır (Hagerty vd., 1992: 172). Aidiyet, kişiyi sarmalayan çevre ile kurulan ve kişinin aile, etnik köken gibi bilinçsiz veya eğitim, meslek gibi bilinçli tercihleri ile şekillenen, güncellenen ve değişkenlik içeren bir durumdur (Keskin & Pakdemirli, 2016: 2580). Dâhil olmak, içerilmek gibi duygular ile adeta insan olmanın gereğini ifade eden bu kavram aynı zamanda ait olunan şeye ilişkin bir bütünleşme çabası olarak da tanımlanmaktadır (Alptekin, 2011: 20).

Kurumsal aidiyet kavramı ise, bir iş görenin kendisini içinde bulunduğu örgüt ve bu örgütün amaçları ile özdeşleştirmesi ve örgütün üyesi olarak kalma arzusunun derecesidir (Kavak, 2020: 119). Chow ve Hau (1994: 3)'a göre kurumsal aidiyet, bireyin belirli bir örgütle özdeşleşmesi ve örgüte katılımının göreceli gücüdür. Lyman Porter (1968)'e göre ise kurumsal aidiyet, iş görenin örgüt adına yüksek düzeyde çaba sarf etmeye istekli olması, örgütte kalma konusunda güçlü bir istek duyması ve örgütün temel amaç ve değerlerini kabul etmesidir (akt.: Buchanan, 1974: 533). Kurumsal aidiyet, iş görenin çalıştığı örgüte yönelik tutum ve davranışları ile hissettiği aidiyetin gücünü ve örgüte duyumsadığı sadakati içine alan çok yönlü bir kavramdır (Kavak, 2020: 120). Kurumsal aidiyet duygusu; örgütsel bağlılık ve örgütsel sadakat olarak iki farklı alt bileşenden oluşmaktadır. Öncelikle bireyde çalıştığı örgüte karşı bağlılık duygusu gelişmekte ve sonra bağlılık duygusu uzun süre sonunda

sadakate dönüşmektedir. Her iki durum arasındaki ortak nokta ise, her ikisinin de bir nesne ya da kuruma aidiyet içermesidir (Koç, 2009: 201-208).

Tabatabaee ve arkadaşlarına (2016) göre kurumsal aidiyetin; kabul, uyum ve içselleştirme olmak üzere üç aşaması bulunmaktadır. İlk aşamada kişi, bulunduğu örgüte ait olmaktan gurur duymaktadır. Sonraki aşamalarda ise kişi, örgütsel değerleri kendi değerleriyle uyumlu olarak görmektedir. Son aşamalarına ulaştığında ise kişi, örgütü koruyan güvenilir bir birey haline gelmektedir (Tabatabaee vd., 2016: 184). Kişide aidiyet duygusu arttıkça daha fazla örgütün yararına çalışmakta ve bu durum örgütün lehine sonuçlanmaktadır. Aidiyet duygusu düşük bireylerde ise işe geç kalma, devamsızlık, performans düşüklüğü gibi örgütün aleyhine neden olan durumlarla karşılaşılmaktadır (Öztop, 2014b: 305). Dolayısıyla kişide bulunan kurumsal aidiyet duygusunun düzeyi ile örgütün yararına davranışlarda bulunması arasında doğru bir orantının olduğunu söylemek mümkündür.

Son yıllarda teknoloji ve iletişim alanında yaşanan hızlı gelişmeler sonucu ortaya çıkan küreselleşme sürecinde çağa ayak uydurmak ve geri kalmak istemeyen bireyler ya da örgütsel yapılar kendisini değiştirmek durumundadır. Çünkü yaşamanın tek yolu değişime uyum sağlamaktan geçmektedir. Bu anlamda "değişim" çağın en önemli ve kaçınılmaz bir olgusudur. Gerek toplumsal yapıda gerek ekonomi de ve teknolojik alanda sürekli gelişme ve değişme yaşanması örgütsel değişimi zorunluluk haline getirmiştir (Tunçer, 2013: 893; Yenipınar, 2021: 38). Bir örgüt için değişim sadece zorunluluktan ibaret değildir. Aynı zamanda örgütün devamlılığını ve gelişimini sağlayan önemli ve etkili bir süreçtir (Güçlü & Şehitoğlu, 2006: 249).

Örgütsel değişim, dinamik ve belirsiz ortamların ortaya çıkardığı ihtiyaç ve zorunlulukları, örgütün yetenekleri ile eşleştirmeyi amaçlayan sürekli bir deney ve uyum sürecidir (Burnes, 1996: 14). Örgütler için değişimin kaçınılmaz bir olgu olduğunu düşünen Drucker (2011) her örgütün değişimi kendi yapısı içine yerleştirmesi gerektiğini ve örgütlerin yaptıkları her şeyi terk etmeye hazır olması gerektiğini belirtmiştir (Gürbüz, 2020: 16). Örgütsel değişimin temel amacı, örgütün bulunduğu çevrede devamlılığını sağlayabilmek veya varlığını güçlendirmek ya da yeni bir aşama ve gelişme imkânı sağlayacak türden değişiklikleri gerçekleştirmektir (Tunçer, 2013: 896). Örgütlerin mevcut süreçlerinde işlevsel yeteneği arttırma süreci olarak da ifade edilebilen örgütsel değişim, var olan süreçleri yenilemek, bozulmayı engellemek ve gelişmelere yanıt verebilmek amacıyla yapılmaktadır (Boz, 2021: 37). Örgütsel düzeyde yapılan değişim, örgütteki mevcut yapının değişen ve gelişen koşullara göre yeniden oluşturulması, örgütün hedefleri, yapılan işlerin, görev ve sorumlulukların bu yeni yapılanmaya göre geliştirilmesi ve düzenlenmesi olarak ele alınabilir (Karakuş & Yardım, 2014: 23). Bir örgütü değişime iten unsurların farkında olmak, değişimin ne zaman yapılması gerektiğini belirlemek açısından önemlidir (Öztop, 2014b: 302).

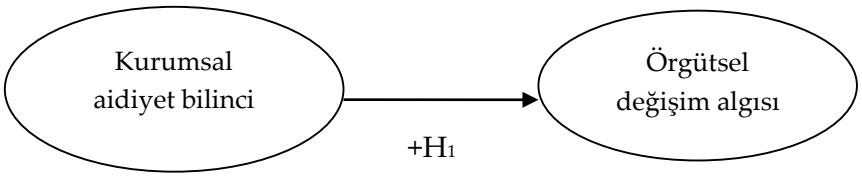
Literatürde kurumsal aidiyetin ve örgütsel değişimin birçok değişkenle ilişkisinin incelendiği çalışmalar mevcuttur. İç hizmet kalitesinin iş gören performansı üzerindeki etkisinde kurumsal aidiyetin aracılık rolü üstlendiği (Seyhan, 2021), iş motivasyonu ile kurumsal aidiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu (Altunkaya, 2019), tükenmişliğin ve iş doyumunun kurumsal aidiyete etki ettiği (Ertutar, 2021; Konak, 2019; Tarhan, 2021), örgütsel gurur ile kurumsal aidiyet arasında pozitif yönlü yüksek bir ilişki olduğu (Demir, 2022) literatürde karşılaşılan araştırma bulguları arasında yer almaktadır. Öte yandan bilgi ataleti (Yenipınar, 2021), örgütsel bağlılık (Zadeoğluları, 2010) ve örgüt kültürü eğilimi (Gürbüz, 2020) ile

örgütsel değişim algısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu, algılanan örgütsel değişimin iş doyumu ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde belirsizliğin aracılık rolü üstlendiği (Karakuş & Yardım, 2014) diğer araştırmacılar tarafından tespit edilmiştir. Literatür incelemesi sonucunda kurumsal aidiyet bilinci ile örgütsel değişim algısı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmanın mevcut olduğu görülmüştür (Öztop, 2014b). Araştırma kamu çalışanlarına yönelik gerçekleştirilmiş, sonucunda ise çalışanların kurumsal aidiyet bilincinin örgütsel değişim algısı üzerinde etkili olduğu saptanmıştır.

Bu araştırma ise özel sektör çalışanlarına yönelik gerçekleştirilmiş olup, çalışanların örgütsel değişim algıları üzerindeki kurumsal aidiyet bilincinin etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda ise araştırmanın hipotezi şu şekilde belirlenmiştir:

H_1: Kurumsal aidiyet bilincinin çalışanların örgütsel değişim algısı üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır.

Belirlenen hipotezden hareketle araştırmanın modeli Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE EVRENİ

Nicel bir araştırma şeklinde hazırlanan bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket formunun ilk kısmında katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 soru yer almaktadır. İkinci kısmında ise katılımcıların kurumsal aidiyet bilincini ölçmeye yönelik 5 soru, değişim algılarını ölçmeye yönelik ise 18 soru bulunmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 22 istatistik programında analize tabi tutulmuştur.

Anket formunda ilk olarak katılımcıların kurumsal aidiyet bilincini ölçümlemek için Öztop (2014a)'un "Kamu Çalışanlarının Örgütsel Değişim Yönetimi Uygulamalarına Yönelik Algısı" isimli doktora tez çalışmasından alınan "Kurumsal Aidiyet Ölçeği" kullanılmıştır. 5 maddeden oluşan ölçek 5'li Likert tipte, "(5) Kesinlikle katılıyorum, (1) Kesinlikle katılmıyorum" dereceli şekli ile kullanılmıştır.

Araştırmada katılımcıların değişimi algılama düzeylerini ölçümlemek amacıyla "Örgütsel Değişim Algısı Ölçeği" kullanılmıştır. Dunham vd. (1989) tarafından geliştirilen, Bingül (2006) tarafından Türkçeye uyarlanan ölçek 18 madde ve 3 boyuttan oluşmaktadır. Ölçekteki sorular 5 maddeli Likert tipte "(5) Kesinlikle katılıyorum, (1) Kesinlikle katılmıyorum" şeklinde kullanılmıştır. Ölçekteki; 2, 3, 5, 6 ve 8. maddeler ters kodlanmış ifadelerden oluşmaktadır.

Araştırmanın evrenini ise Adana ilinde faaliyet gösteren bir nakliyeciler kooperatifi oluşturmaktadır. Örneklem hesabı yapılmamış olup kooperatife üye olan 171 şoför araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Araştırmaya katılmak istemeyen ve geçersiz form dolduran katılımcılar elendikten sonra 146 katılımcı ile araştırma yürütülmüştür.

4. ANALİZ VE BULGULAR

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların tümünün erkek ve çoğunluğunun evli olduğu, lise düzeyinde eğitim aldıkları, 51'den fazla yaş grubunda oldukları, mevcut işyerinde 5 yıldan az çalıştıkları ve 16 yıl ve üzerinde iş deneyimine sahip oldukları görülmüştür.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri Tablosu (N=146)

Demografik Özellikler	Sayı (%)	Demografik Özellikler	Sayı (%)
Yaş		**Eğitim Düzeyi**	
18-25	5 (3,4)	Ortaokul ve altı	56 (38,4)
26-30	11 (7,5)	Lise	89 (61,0)
31-35	28 (19,2)	Lisans	1 (0,7)
36-40	19 (13,0)	Lisansüstü	0 (0,0)
41-45	18 (12,3)	**Mevcut işyerinde çalışma süresi**	
46-50	30 (20,5)	5 yıldan az	106 (72,6)
51'den fazla	35 (24,0)	5-10 yıl	30 (20,5)
		11-15 yıl	5 (3,4)
		16 yıl ve üzeri	5 (3,4)
Cinsiyet		**Toplam iş tecrübesi**	
Kadın	0 (0)	5 yıldan az	21 (14,4)
Erkek	146 (100)	5-10 yıl	40 (27,4)
Medeni Durum		11-15 yıl	36 (24,7)
Evli	107 (73,3)	16 yıl ve üzeri	49 (33,6)
Bekâr	39 (26,7)		

Ölçeklerin güvenilirlik analizleri için Cronbach Alpha değerleri baz alınmış olup Tablo 2'deki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 2. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Ölçek/Alt Boyut	Cronbach Alpha Değeri	Madde Sayısı
Örgütsel Değişim Algısı Ölçeği	,948	18
Bilişsel Boyut	,867	6
Duygusal Boyut	,837	6
Davranışsal Boyut	,839	6
Kurumsal Aidiyet Ölçeği	,827	5

Tablo 2'de görüldüğü üzere Örgütsel Değişim Algısı Ölçeğinin değeri 0,948 (18 madde) olarak bulunmuştur. Ölçeğin Bilişsel alt boyutunun değeri 0,867 (6 madde), Duygusal alt boyutunun değeri 0,837 (6 madde), Davranışsal alt boyutunun değeri ise 0,839 (6 madde) olarak bulunmuştur. Kurumsal Aidiyet Ölçeğinin ise Cronbach Alpha değeri ise 0,827 olarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda bulunan ölçek toplamları ve alt boyutlarının yüksek düzeyde -Cronbach Alpha değerinin en az 0,70 olması gerekir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 317)- iç tutarlılığa sahip oldukları tespit edilmiştir.

Araştırma hipotezini test etmeden önce boyutlar arasındaki ilişkileri inceleyebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen bir analiz türüdür. Korelasyon katsayısı (r) ise, iki değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi vermektedir. Farklı yaklaşımlar olmakla birlikte korelasyon katsayısı (r);

- 0±,0,30 arasında ise zayıf ilişki
- 0,30±0,70 arasında ise orta ilişki
- 0,70±1 arasında ise kuvvetli ilişki şeklinde yorumlanabilmektedir (Gürbüz, 2021. 28-33).

Korelasyon analizi bulgu sonuçları Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Bulguları

	1	2	3	4	5
Örgütsel Değişim	1	,940**	,955**	,933**	-,007
-Bilişsel		1	,856**	,797**	-,012
-Duygusal			1	,848**	-,010
-Davranışsal				1	,003
Kurumsal Aidiyet					1

**Korelasyon, p<0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 3'te görüldüğü üzere kurumsal aidiyet ölçeği ile örgütsel değişim ölçeği ve alt boyutları arasında herhangi bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu aşamadan sonra araştırma hipotezinin test edilebilmesi için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz bulguları Tablo 4'teki gibidir.

Tablo 4. ANOVA[a]

Model		**Sum of Squares**	**df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	Regression	,004	1	,004	,007	,933[b]
	Residual	87,601	144	,608		
	Total	87,605	145			

a. Dependent Variable: Örgütsel değişim ölçek
b. Predictors: (Constant), Kurumsal aidiyet ölçek

Tablo 4'te görüldüğü üzere kurumsal aidiyet bilincinin örgütsel değişim algısı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir (p>0,000). Bu durumda H_1 reddedilmiştir. Diğer bir ifadeyle "Kurumsal aidiyet bilincinin çalışanların örgütsel değişim algısı üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır." hipotezi kabul edilmemiştir.

5. SONUÇ

Adana ilinde nakliyeciler kooperatifine kayıtlı 146 katılımcı ile yürütülen bu çalışmada, çalışanların kurumsal aidiyet bilincinin örgütsel değişim algısı üzerinde etkisinin olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada verilerin değerlendirilmesi, tanımlayıcı

istatistik, korelasyon analizi ve regresyon analizi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları neticesinde katılımcıların tümünün erkek ve çoğunluğunun evli olduğu, lise düzeyinde eğitim aldıkları, 51'den fazla yaş grubunda oldukları, mevcut işyerinde 5 yıldan az çalıştıkları ve 16 yıl ve üzerinde iş deneyimine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Öncelikle bağımsız değişken olan kurumsal aidiyet ile bağımlı değişken olan örgütsel değişim algısı arasında ilişki olup olmadığı korelasyon analizi ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan analizde söz konusu iki değişken arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu aşamadan hemen sonra araştırmanın asıl amacı olan H_1 hipotezini test edebilmek adına tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz bulguları sonucunda nakliyeciler kooperatifine kayıtlı olan şoförlerin kurumsal aidiyet bilinçlerinin örgütsel değişim algıları üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Bu bulgu sonucunda araştırmanın "Kurumsal aidiyet bilincinin çalışanların örgütsel değişim algısı üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır." hipotezi kabul edilmemiştir. Öztop (2014b) ise farklı kamu kurumlarında çalışanlarla yürüttüğü araştırmasında çalışanların kurumsal aidiyet bilinci yükseldikçe örgütsel değişim algılarının da olumlu yönde geliştiği, çalışanların kurumsal aidiyet bilincinin örgütsel değişim algısı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Her iki çalışmada sonuçların farklılık göstermesinin nedeni araştırma yapılan kurumların kamu ve özel sektör ayrımından ya da sektör farklılığından dolayı olabilir. Araştırma değişkenlerinin farklı örneklem ve illerde tekrar ele alınarak sonuçların karşılaştırılmalı bir şekilde değerlendirilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Alptekin, D. (2011), "Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.

Altunkaya, G. (2019), "Motivasyon ve Örgütsel Aidiyet İlişkisi: Batman Üniversitesinde Bir Araştırma", Batman Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Batman.

Bingül, B. (2006), "Study to Investigate The Relationship Between Crises And Openness to Change In Organizations", Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Boz, N. (2021), "Örgütsel Hafıza ve Örgütsel Değişim İlişkisine Yönelik Bir Araştırma", Pamukkale Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

Buchanan, B. (1974), "Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations", *Administrative Science Quarterly, 19*(4), 533-546.

Burnes, B. (1996), "No Such Thing As… A "One Best Way" To Manage Organizational Change", *Management Decision, 34*(10), 11-18.

Chow, I. ve Hau, S. (1994), "Organizational Commitment And Career Development of Chinese Managers in Hong Kong And Taiwan", *International Journal of Career Management, 6*(4), 3-9.

Çapraz, B. (2009), "Örgütsel Değişim: Çok Boyutlu Bir Model Önerisi", Ege Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

Demir, T. G. (2022), "Öğretim Elemanlarının Görüşlerine Göre Örgütsel Gurur ve Kurumsal Aidiyet İlişkisi", Ankara Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Dunham, R. B., Grube, J. A., Gardner, D. G., Cummings, L. L. ve Pierce, J. L. (1989). *The Development of An Attitude Toward Change Instrument*. Annual Academy of Management Conference, Madison.

Ertutar, M. (2021), "Sosyal Hizmet Merkezlerinde Çalışan Meslek Elemanlarının İş Doyumu ve Kurumsal Aidiyet Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Samsun İli Örneği", Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas.

Güçlü, N. ve Şehitoğlu, E. T. (2006), "Örgütsel Değişim Yönetimi", *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*(13), 240-254.

Gürbüz, S. (2020), "Örgüt Kültürü ve Örgütsel Değişim Algısı Arasındaki İlişkide Gelişime Açıklığın Düzenleyici Rolü: Üniversitelerde Bir Araştırma", Başkent Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Gürbüz, S. (2021), *Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri,* (2. ed.), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri,* (2. ed.), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hagerty, B. M. K., Lynch-Sauer, J., Patusky, K. L., Bouwsema, M. ve Collier, P. (1992), "Sense of Belonging: A Vital Mental Health Concept", *Archives of Psychiatric Nursing, 6*(3), 172-177.

Karakuş, Ş. ve Yardım, M. (2014), "Algılanan Örgütsel Değişim, Belirsizlik, İş Doyumu ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkiler", *İş ve İnsan Dergisi, 1*(1), 21-31.

Kavak, O. (2020), "Karanlık Üçlü Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Siyaset ve Kariyer Planlamaya Etkisinde Örgütsel Aidiyetin Aracı Rolü", Kafkas Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kars.

Keskin, R. ve Pakdemirli, M. N. (2016), "Mesleki Aidiyet Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme, Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9*(43), 2580-2587.

Kır, A. (2014), "Örgütsel Değişim ve Öğrenen Örgütler Arasındaki İlişkinin Ölçülmesine Yönelik Bir Otel İşletmesinde Araştırma", Dumlupınar Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Koç, H. (2009), "Örgütsel Bağlılık ve Sadakat İlişkisi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(28), 200-211.

Konak, C. (2019), "Tükenmişlik Sendromunun Örgütsel Aidiyete Etkisi: Otomotiv Sektöründe Uygulama", Bahçeşehir Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Öztop, S. (2014a), "Kamu Çalışanlarının Örgütsel Değişim Yönetimi Uygulamalarına Yönelik Algısı", Süleyman Demirel Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.

Öztop, S. (2014b), " Kurumsal Aidiyet Bilincinin Çalışanların Örgütsel Değişim Algısı Üzerinde Etkisi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19*(1), 299-316.

Polat, E. (2003), "Örgütsel Değişim ve Örgütsel Değişimde Örgüt Kültürünün Yeri ve Önemi", Yıldız Teknik Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Seyhan, M. (2021), "İç Hizmet Kalitesinin İşgören Performansı Üzerindeki Etkisinde Kurumsal Aidiyetin Aracı Rolü", *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD), 13*(25), 413-428.

Tabatabaee, S. M., Koohi, A., Ghandali, A. ve Tajik, T. (2016), "The Study of Relationship between Organizational Culture and Organizational Belonging in Employees of Varamin County Office of Education", *International Education Studies, 9*(5), 183-192.

Tarhan, M. F. (2021), "İş Doyumunun Örgütsel Aidiyete Etkisinin Değerlendirilmesi (NpİstanbulBeyin Hastanesi Örneği)", Üsküdar Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Tunçer, P. (2013), "Değişim yönetimi", *International Journal of Social Science, 6*(2), 891-915.

Yenipınar, O. Ç. (2021), "Bilgi Ataletinin Örgütsel Değişim Üzerine Etkisi: Konya İmalat Sanayinde Bir Uygulama", Necmettin Erbakan Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Zadeoğluları, S. (2010), "Örgütsel Değişime Açıklık ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi", Dokuz Eylül Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIKTA SOSYAL MEDYANIN YENİLİKÇİ ROLÜ

Havva Divit KAYA[1]

ÖZET

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin 21. yüzyılın başlarında en çok bütünleştiği alanlardan/araçlardan biri, sosyal medyadır. Sosyal medya ortam ve araçları ile halkla ilişkiler faaliyetlerinin hem ulaştığı kişi ve kurum sayısı artmış hem de halkla ilişkiler süreci için yeni bir ortamın/kanalın varlığı söz konusu olmuştur. Sosyal medyanın halkla ilişkiler sürecinde olumlu etkileri kadar olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Özellikle belirli bir takipçi sayısına sahip olan sosyal medya kullanıcılarının amatör bir şekilde gerçekleştirdiği tanıtım faaliyetleri, halkla ilişkilerin profesyonel yapısına zarar verebilmektedir. Bu bildiri çalışmasında halkla ilişkiler ve reklamcılık alanları ile sosyal medya arasındaki ilişki irdelenmiştir. Çalışmada, sosyal medyanın halkla ilişkiler ve reklamcılık sürecindeki rolüne yönelik tartışmalar derlenmiştir. Teorik değerlendirmelerin derlenmesi ile elde edilen veri setine göre günümüzde sosyal medyanın halkla ilişkiler sürecindeki rolü, dikkat ve temkinle ele alınmasını gerektirmektedir. Bir diğer ifadeyle sosyal medya, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarını daha fazla kişiye erişme ve hedef kitleye ulaşma boyutlarıyla olumlu etkilemesine rağmen kullanıcıların amatörce/profesyonel ilke ve beceriden mahrum bir şekilde halkla ilişkiler ve reklamcılık yapmaları, sosyal medyanın bu alanları olumsuz etkilemesine neden olabilmektedir. Bu noktada, sosyal medyadaki halkla ilişkiler ve reklamcılık yürütücülerinin mesleğin gerektirdiği profesyonel kodları ve sorumluluğu, "ekonomik çıkarların" ardında bırakması başlıca sebeplerden biri olarak gösterilebilir. Belirtilenler doğrultusunda, sosyal medyanın halkla ilişkiler ve reklamcılık alanları için taşıdığı potansiyel noktalar iyi belirlenmeli ve sosyal medyanın ilgili iki alana verebileceği zararlar göz ardı edilmemelidir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Reklamcılık, Sosyal Medya Çalışmaları, İletişim Çalışmaları

THE INNOVATIVE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING

ABSTRACT

One of the areas/tools where public relations activities have been most integrated in the early 21st century has been social media. With the social media environment and tools, the number of people and institutions reached by public relations activities has increased and there has been the existence of a new environment/channel for the public relations process. Social media has negative effects as well as positive effects in the public relations process. Amateur promotional activities, especially by social media users with a certain number of followers, can harm the professional structure of public relations. In this study, the relationship between public relations and advertising and social media was examined. In this study, discussions on the role of social media in the public relations and advertising process were compiled. According to the data set obtained by compiling theoretical evaluations, the role of social media in the public relations process today brings with it a situation that needs to be handled with caution. In other words, although social media positively affects the fields of public relations and advertising in terms of reaching more people and reaching the target audience, the fact that users engage in public relations and advertising in an amateurish/professional manner devoid of principles and skills may cause social media to negatively affect these areas. At this point, one of the main reasons is that public relations and advertising executives on social media leave the professional codes and responsibility required by the profession behind economic interests. In line with what has been stated, the potential points of social media for the fields of public relations and advertising should be well determined and the damages that social media can cause to the two related areas should not be ignored.
Keywords: Bibliotherapy, Children's Books, Psychological Structure, Early Childhood

[1] Öğr. Gör. Dr. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, h.kaya@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2036-3971

1. GİRİŞ

Yeni iletişim teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetlerinde yeni bir dönemin/seviyenin başlamasını sağlamıştır. Bu noktada, yeni iletişim teknolojilerinden etkilenen sadece halkla ilişkiler ve/veya reklamcılık olmamış; birçok kurum, kuruluş gibi birçok alan doğrudan veya dolaylı olarak değişim/dönüşüm yaşamıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin halkla ilişkiler ve reklamcılık alanındaki değişim/dönüşüm pratiğinde sosyal medya oldukça önemli bir rol üstlenmiştir. Bir diğer ifadeyle sosyal medya, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı için yeni bir soluk getirmiş ve ilgili iki alanın günümüzdeki pratiklerine yönelik etkili bir araç ve alan olmuştur.

Sosyal medyanın halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı için önemli bir alan/araç olmasının temelinde hem yeni iletişim teknolojileri hem de sosyal medyanın kendisine özgü özellikleri ve işlevleri yatmaktadır. Sosyal medyanın halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetlerindeki dönüşümde en belirgin özelliklerinden biri "etkileşim" olmuştur. Kurum ve/veya hizmetlerine yönelik bilişsel, duygusal ve davranışsal açılardan olumlu bir tavır inşa etmek isteyenler, sosyal medyanın etkileşim özelliğini kullanarak hedef kitleyle çift yönlü bir iletişim kurma imkânı elde etmiştir. Elbette etkileşim özelliği, hedef kitleden geri bildirim almayı da güçlendirmiştir. Diğer yandan, sosyal medyada hedef kitleye yönelik bilgiler elde etme ve hedef kitleyi bilgilendirme açılarından da yeni bir boyut söz konusu olmuştur. Günümüzde geleneksel halkla ilişkiler faaliyetlerinden farklı olarak hedef kitle algoritmalar aracılığıyla birçok açıdan tanımlanabilmektedir. Bu tanımlama ise halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetlerinin daha güçlü ve etkili yapılmasını sağlamaktadır. Sosyal medya, halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetlerinde, "birçok içeriği, içeriklerin uygulanma şeklini ve bu uygulamalardan sorumlu olan uzmanları da" etkilemiştir. Özellikle bazı amatör kullanıcıların belirli ücret/çıkar karşılığında algı ve tutum inşa etmeye çalışması ve ürün veya hizmet tanıtımı yapması halkla ilişkiler ve reklamcılık profesyonellerini olumsuz etkileyebilmektedir. Mesleki açıdan gelenekselden dijitale geçiş sürecinde olan halkla ilişkiler ve reklamcılığın bu noktada, birçok kurumsal özelliği ve etik kuralları tartışmaya açılmaktadır.

Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sosyal medyanın yenilikçi rolünü konu edinen bu çalışma, teorik bir çerçeveyle inşa edilmiştir. Literatür taramasının kullandığı bu çalışma, sosyal medyanın hangi özellikleri ve işlevleriyle halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yenilikçi bir niteliğe büründüğünü ortaya koyduğu için önem arz etmektedir. Birçok araştırmanın literatür ve uygulama bölümlerine vurgu yapılan bu çalışma "giriş, teorik çerçeve ve sonuç" bölümlerinden oluşmaktadır. Genel bir giriş ardından, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sosyal medyanın rolü başlığına yer verilmiştir. Bu başlık, aynı zamanda çalışmanın da teorik çerçevesinin merkezi niteliğindedir. Teorik çerçevenin ardından, çalışma genel bir değerlendirme niteliğinde sonuç kısmıyla tamamlanmıştır.

2. HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIKTA SOSYAL MEDYA

Halkla ilişkiler, bir tanıma ve tanıtma süreci (Gürüz, 2004), ürün/hizmet farkındalığı inşa etme, ürüne/hizmete karşı olumlu tutumlar geliştirme ve hedef kitleyi harekete geçirmek için gerçekleştirilen bir disiplin (Theaker, 2006) şeklinde ifade edilmektedir. Halkla ilişkiler aynı zamanda kurum kültürünü yayma, kurum imajı oluşturma ve kurumun mesajlarını etkin bir şekilde hedef kitleye aktarmaya ve hedef kitleden gelen mesajı doğru şekilde açmaya yönelik iyi niyetli çabalardır (İşler vd., 2013: 180). Sosyal medya ise dijital ortamda zaman ve mekân sınırlaması olmadan kullanıcıların sosyal bağlantılarını görünür kılmak adına hikâyelerini ve tecrübelerini paylaştıkları araç ve ortamları kapsamaktadır (Erdoğan & Akbulut, 2015). Bir

diğer ifadeyle sosyal medya, bireylerin iletişim sağlayabildikleri ve kendilerine sosyal ortam oluşturabildikleri bir sistemdir (Tezcan, 2017: 49). Halkla ilişkiler ve reklamcılıkta kullanılan sosyal medya platformlarıyla "sosyal ağ siteleri, bloglar, mikrobloglar, içerik paylaşım siteleri, sosyal işaretleme siteleri, wiki, podcast, RSS ve forumlar" ifade edilmektedir (Yeniçıktı, 2016: 95). Sosyal medyanın temeli, internet teknolojileri aracılığıyla bireyin diğer birey(ler) ve grup(lar)la olan etkileşimidir. Bu etkileşim, sosyal medyanın "her an her yerde ulaşılabilmesini, en kolay, ucuz ve en etkili toplumsal ağ" olmasını sağlamaktadır (Tezcan, 2017: 49). Ayrıca sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşıma olanak tanıması vb. açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir (İşler vd., 2013: 180).

Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, tüm iletişim faaliyetlerinde olduğu gibi halkla ilişkileri de etkilemiştir (Aslan, 2011: 52). Halkla ilişkiler teori ve uygulamasının geldiği son nokta bakımından ortaya çıkan yeni anlayış, örgütlerle paydaşları arasında diyaloğa dayalı iletişimi merkeze alan karşılıklı anlayış, güven ve desteğin geliştirilip sürdürülmesidir. Küresel düzeyde kitleler tarafından yaygın bir şekilde kullanılan sosyal medya araçları, diyaloğa ve etkileşime dayalı bir iletişim ortamını halkla ilişkilerin hizmetine sunmaktadır. Örgütlerin stratejik bir iletişim anlayışı olarak benimseyip kullanması durumunda sosyal medya araçları diyaloğa dayalı halkla ilişkilere önemli katkılar sağlayacak bir ortam oluşturmaktadır (Türkal & Güllüpunar, 2017: 591). Bir diğer ifadeyle günümüzde pek çok resmi ve özel kurum tarafından sosyal medya platformları "pazarlama, reklam, tanıtım ve halkla ilişkiler" amaçlı kullanılmaktadır. Özellikle, her geçen gün etkisini arttıran rekabet ortamında paydaşlarıyla çift yönlü iletişim kurma ihtiyacı duyan özel şirketler, sosyal medya platformlarına yoğun olarak halkla ilişkiler amaçlı yönelmişlerdir (Işık vd., 2017: 41). Vurgulamak gerekirse modern toplumlarda hem bireylerin hem de kurumların hedeflerine doğru yönelmesinde önemli bir rol oynayan sosyal medya, hem kişisel yaşam biçimi olarak hem de kuruluşların aktivitelerini hedef kitlelerine ulaştırabilmesinde temel araç haline gelmiştir. İletişim teknolojilerindeki (internet, akıllı telefon gibi) hızlı değişmeyle birlikte insanların birbirleriyle ya da kuruluşlarla etkileşime girme şekli de değişmeye başlamıştır. Facebook, Twitter ya da Instagram gibi sosyal medya araçları sayesinde kuruluşlar sahip oldukları hedef kitle dışında yeni ve farklı hedef kitlelere ulaşma imkânı bulmaktadır (Yeniçıktı, 2016: 92).

Halkla ilişkiler sürecinde sosyal medyanın yenilikçi rolü, sosyal medya kullanımında karşılaşılan özellikler ve işlevlerle ilgilidir. Öyle ki sosyal medyanın "etkileşim, geri bildirim alma, anlık tepki ölçme" gibi birçok özelliği halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında önemli birer avantaja dönüşebilmektedir. İşler vd. (2013)'ne göre, bilgi teknolojilerinin gelişimiyle birlikte halkla ilişkilerde kullanılan araçlar da değişmeye ve gelişmeye başlamıştır. İnternet teknolojisi kullanılarak "sosyal etkileşim" sağlanan ortamlar şeklinde tanımlanan sosyal medya bu araçlardan biridir (İşler vd., 2013, s.180). Önemli iletişim ortamlarından biri olan sosyal medya, kurumların kurumsal reklamlarını hedef kitleye ulaştırabilecekleri üst düzey etkileşime sahip bir mecra haline gelmiştir. Simetrik etkileşim sağlayan sosyal medya, kurumsal reklam mesajlarının etkinliğinin arttırılması açısından uygun olabilir ve kurumların iyi niyetine olumlu katkılar sağlayabilir (Aktan & Özüpek, 2015: 197).

Tezcan'a göre halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinin temelinde hedef kitlenin analizinin iyi yapılması yatmaktadır. Hedef kitleye doğru analiz yapıldığında, kitle için belirlenen stratejiler daha etkili olmaktadır. Analiz doğrultusunda yapılan çalışmalar, hedef kitlede ve paydaşlarda güven oluşturma çabaları için zemin hazırlamaktadır. Gelişen

teknolojiyle birlikte yüz yüze iletişim yerine haber alma isteğini sosyal medya üzerinden yapmaktadır. Bu sebeple, sosyal medya hedef kitleye en ucuz, etkili, hızlı ve "geri bildiriminin" anında ulaşılabildiği bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır (Tezcan, 2017, s.51).

Tezcan'ın görünür kıldığı "geri bildirim" noktasını Öztürk detaylandırmaktadır. Öztürk'e göre, bir kurum veya kuruluşun sürekli güncel tutulan, hedef kitlenin geri bildirimine imkân sağlayan ve aktif kullanılan bir web sitesine sahip olması ve sosyal medya uygulamalarını aktif kullanarak hedef kitleleriyle karşılıklı etkileşime girmesi halkla ilişkilerin diyalog bağlamı (diyaloğa dayalı halkla ilişkiler) açısından çok önemli avantaj sağlamaktadır. Halkla ilişkiler faaliyetleri temelde kuruluş ile hedef kitle arasında karşılıklı iyi niyet ve anlayışın tesis edilmesini hedeflerken klasik yöntemlerle diyaloğun kurulması zahmetli ve zaman alıcı olmaktadır (Öztürk, 2023: 389).

Köksal ve Özdemir ise sosyal medyanın halkla ilişkiler faaliyetleri sürecindeki "bilgi alma ve bilgi verme" fonksiyonunu ön plana çıkarmaktadır. Yazarlara göre sosyal medya, halkla ilişkiler faaliyetlerinde hedef kitleye yönelik bilgi elde etme ve hedef kitleye bilgi verme noktalarında etkili bir alandır. Kurumlar satış kaygılarının dışında, bireylerle sosyal ilişkiler kurma ve geliştirme, kurumla ilgili bilgiler paylaşma, tüketici şikâyetlerinden haberdar olma ve çözümler geliştirmek için ilgili birimleri "haberdar etmede" sosyal medya ortamından yararlanmaktadırlar. Facebook, YouTube ve Bloglarda yayınlanan mesaj veya videolara yazılan mesajlar halkla ilişkiler etkinlikleri için muhatabını anlamada büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Yazılan mesajları cevaplama ve sorunları çözme veya çözecek birimleri harekete geçirme yoluyla sosyal medya halka ilişkiler etkinliklerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Köksal & Özdemir, 2013: 332-333).

Aslan (2011: 55-63)'a göre sosyal medya, halkla ilişkiler faaliyetlerini "kurumsal itibar, marka yönetimi, kriz yönetimi, kurumsal iletişim" boyutlarında etkilemektedir. "Kurumsal itibar"; gerçekler ve algılamanın bir kombinasyonudur. Kurumsal itibarın rasyonel ve duygusal boyutları vardır. Rasyonel boyut o kuruluşa dair geçmişten gelen bilgi ve kanaatlere, duygusal boyut ise kuruluşla ilgili beklentilere ve duygusal bağlara işaret etmektedir. "Markalaşma"; piyasaya yeni çıkan bir ürün veya hizmetin tanınma, bilinir hale gelme ve sunulduğu pazar tarafından kabul edilme sürecidir. Markalaşma, bir ürün, hizmet veya bir kişinin bilinme, tanınma aşamasıdır. Günümüz dünyasında "kriz yönetimi"ni sosyal medya kavramından bağımsız düşünmek imkânsızdır. İnternet gerek krizlerin patladığı, gerekse krizlerin önlendiği yer olarak kriz yönetiminin tam kalbine oturmuş durumdadır. İşletmelerin kurumsal itibarlarını ve imajlarını korumak ve yükseltmek için çalışma ve harcamada yapmak zorunda olmaları günümüz iş dünyasının bir gerçeğidir. Tüm bu çabaların yanında, kriz anında kriz yönetimi ve iletişimi için ekstra bir çaba gösterilmesi gerekmektedir. Bu çaba sayesinde kriz etkin bir şekilde yönetilebilir ve en az hasarla atlatılabilir; ayrıca krizdeki fırsat değerlendirilebilir. "Kurumsal iletişim" sürdürülebilir kalkınma ilkeleri yaklaşımıyla şirketin performansının arttırılması ve toplum tarafından beğenilen ve takdir edilen bir kurum haline dönüşmesine yönelik alanların bütününü kapsayan bir iletişim ve ilişki yönetimi disiplinidir. Sosyal medyanın yaygın bir şekilde kullanılmasıyla kurumsal iletişim de kolaylaşmıştır. Tüm sosyal paydaşlarla gerektiği gibi iletişime geçmenin en kolay ve sağlıklı yolu sosyal medyadır. Şirketin tüm hedef kitlelerinin aktif olarak kullandığı internet ortamı, iki yönlü iletişimi mümkün kılması açısından vazgeçilmezdir. Gerek iç gerekse dış hedef kitlelere istenildiği zaman ulaşabilecek olması, sosyal medyanın kurumsal iletişimde sağladığı en önemli avantajdır (Aslan, 2011: 55-63). Bir diğer ifadeyle markaların imaj ve kurum kimliğini, kurumsal güvenirliliği destekleyerek tanıtım çalışmalarına katkı sunmaları, hedef kitleleriyle

etkili ve hızlı iletişim sağlamaları nedeniyle dijital halkla ilişkiler aracı olarak sosyal medyayı sıkça kullandığını söylemek mümkündür (Özkan & Övür, 2022: 38; Ismail vd., 2015: 117).

Belirtilen özelliklerin ve boyutların yanı sıra sosyal medyanın halkla ilişkileri yeni bir seviyeye taşıdığına yönelik araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin Zafarmand ile Vujnovic & Kruckeberg'e göre halkla ilişkiler faaliyetleri, internet ve diğer teknolojik gelişmeler ve globalleşme sürecinden etkilenerek hızlı bir şekilde değişmektedir. Değişim ticari, siyasi, kültürel, sosyal alanlarda kendini göstermektedir. Bir diğer ifadeyle artık birçok işlem internet ortamında yapılıyor. Gerek bu işlemleri yapanlar gerekse de bu işlemler ve yapıldığı ortam/kurumlar halkla ilişkiler kitlesinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Üstelik bu büyük kitle her geçen gün ortamın hızı ve global olması gibi avantajlara daha çok alışmaktadır. Bu durum da halkla ilişkiler uzmanlarını faaliyetlerini bu sanal ortama taşımak zorunda bırakmış ve halkla ilişkiler kavramının yanı sıra Halkla İlişkiler 2.0 (PR 2.0) kavramının doğmasına yol açmıştır. PR 2.0, halkla ilişkiler faaliyetlerinin yapılış şeklinde değişiklikler oluştururken anında cevap vermeyi, iki yönlülüğü, hızı daha çok canlandırmayı ve internet ortamında zaman geçiren insanlara daha çok ulaşma imkânı sağlamaktadır (Zafarmand, 2010: 49, 51-52; Vujnovic & Kruckeberg, 2020).

Halkla İlişkiler 2.0, bir açıdan sosyal medya içerisindeki pazarlama şekillerini de kapsamaktadır. Askeroğlu'na göre sosyal medya, "veri tabanlı pazarlama, viral pazarlama, medya yakınsaması" gibi boyutlarıyla halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında ilgi gören bir alan/araç olmuştur (Askeroğlu, 2010: 61-62). Bu boyutları değerlendirmek gerekirse veri tabanlı pazarlama ile tüketicilerin ve/veya hedef kitlenin bilgilerinin elde edilmesi ifade edilmektedir. Bir diğer ifadeyle şirketler gerek kendilerinin elde ettiği gerekse diğer şirketlerden aldığı/satın aldığı bilgileri bir veri tabanında birleştirerek projelerini daha etkili gerçekleştirebilmektedir. Bu noktada, "viral pazarlama ve medya yakınsaması" kavramları görünür olmaktadır. Viral pazarlama, internet iletişimi odaklı gerçekleştirilen ürün ve hizmet tanıtımlarını kapsarken, medya yakınsaması ise yeni iletişim teknolojilerinin birlikte kullanılabilmesi şeklinde belirtilebilir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri ve sosyal medya arasındaki ilişkide önemli aktörlerden biri de halkla ilişkiler uzmanlarıdır. Halkla ilişkiler uzmanları, hedef kitlelerine iletişim teknolojilerinin işaret ettiği bu yeni ortamlarda ulaşma faaliyetleri içerisine girmişlerdir (Aslan, 2011: 52; Phillips & Young, 2009). Quesenberry'e göre halkla ilişkiler uzmanları, özellikle sosyal medyada müşteri katılımı ve savunuculuğu oluşturmanın zorluklarını ve fırsatlarını ele alabilecek donanıma sahip olmalıdır. Çünkü halkla ilişkiler mesleği, çoğunlukla "katılım, hikâye anlatımı ve sohbetle" ilgili olmuştur (Quesenberry, 2020: 44). Diğer yandan halkla ilişkiler ve reklamcılık yöneticileri, etik uygulamalara ilişkin kuralların değiştiğini iddia etmektedir. Kimi yöneticiler kişisel sorumluluğu etik olarak algılarken, kimisi de etik kararlar vermenin yayıncıların ya da tüketicilerin sorumluluğunda olduğunu öne sürerek kişisel çıkarı gözeten bir tutum benimseyebilmektedir. Ortaya çıkan bu tutum sosyal medyadan birçok açıdan etkilenen halkla ilişkiler, reklamcılık ve pazarlama uygulamalarının daha fazla etik eğitimine ve profesyonellik ve erdemli davranışa ilişkin, aynı zamanda sınırları zorlayan stratejilere uygulanabilecek kadar esnek olan daha karmaşık bakış açılarına olan ihtiyacı artırmaktadır (Schauster & Neill, 2017: 45).

Halkla ilişkilerle birlikte reklam ve pazarlamanın optimum etkisini geliştirmek için birçok sosyal medya uygulaması ön plana çıkmaktadır. Tüketici ihtiyaçlarına ve bunların markalarla olan ilişkilerine değer vermenin giderek artmasıyla birlikte, müşteri önceliği birinci kıstas

halini almıştır. Bu durum, sanal alanın pazara yayıldığı ve müşteri katılımını teşvik ettiği modern dünyada firmaların dijital uygulamalar aracılığıyla benimsediği stratejilerin hayati önem taşıması anlamına gelmektedir (Joshi vd., 2023: 11). Burada önemli olan reklamcılık açısından geleneksel medya reklamlarından artık çok az etkilenen internet ortamındaki tüketici kitlesine doğrudan ulaşmak, halkla ilişkiler açısından ise karşılıklı iletişim oluşturma ve firmaya ait mesajların hedef kitle katkısının gerçekleşmesidir. Bu iki pazarlama iletişimi aracı, sosyal medyayı kullanarak işletme, ürün ve markaya ilişkin mesajları ve pazarlama faaliyetlerini etkin ve etkileşimli bir biçimde uygulayacakları yeni bir mecra kazanmışlardır (Çelik, 2014: 40-41). Bu doğrultuda, sosyal medyada ister online olsun ister offline olsun halkla ilişkiler mesajlarının ve reklam uygulamalarının etkin bir şekilde yayılabileceği iletişim kanalları olarak değerlendirilmelidir (Çelik, 2014: 37). Çelik'in belirttiği iletişim kanalları, promosyon kampanyalarının kurumsal uzun vadeli başarısı ve pazarlama iletişiminin entegrasyonu, internet kullanımı da dahil olmak üzere bilgi iletişim teknolojilerinin etkin kullanımından etkilenmektedir. Günümüzde, pazarlama sürecinde internetin uygulanması ucuzdur, anında uluslararası erişim, gerçek zamanlı geri bildirim sağlamakta ve milyonlarca kişiye ulaşma imkânı tanımaktadır (Papasolomou & Melanthiou, 2012: 319; Davis, 2013; Seitel, 2017).

Bu bölümde belirtilen genel değerlendirmeye ek olarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarında sosyal medyanın yenilikçi rolüne odaklanan bazı çalışmalara yer vermek konu bütünlüğü açısından önem arz etmektedir. Wright, çalışmasında sosyal medya ile geleneksel ana akım/geleneksel medyanın birbirini tamamladığını göstermektedir. Ayrıca blogların ve sosyal medyanın ortaya çıkışının, kuruluşların özellikle dış izleyicilerle iletişim kurma biçimini değiştirdiğinin altını çizmektedir. Bu noktada özellikle blogların ve sosyal medyanın kuruluşları eleştirilere daha hızlı yanıt vermeye teşvik ederek iletişimi daha anlık hale getirdiği vurgulanmaktadır (Wright, 2008: 1).

Wright ve Hinson'a göre teknolojik gelişmeler, halkla ilişkileri dramatik biçimde değiştirmeye devam etmektedir. Yapılan çalışmanın bulguları, bu değişikliklerin iç iletişimden ziyade dış iletişimde daha belirgin olduğunu göstermektedir (Wright & Hinson, 2009a: 1). Bir diğer araştırmalarında Wright ve Hinson'a göre kuruluşlarının genel halkla ilişkiler çabalarında çeşitli sosyal medyanın ne kadar önemli olduğu sorulduğunda, katılımcılar "arama motoru pazarlamasının" en önemli olduğunu ve ardından "blogların, sosyal ağların, video paylaşımının ve forumların veya mesaj panolarının" önemini sıralamıştır (Wright & Hinson, 2009b: 1).

Olayinka & Ewuola'ya göre ise anlık mesajlaşmayı, sosyal işaretlemeyi, fotoğraf paylaşımı yapmayı mümkün kılan sosyal medya platformları, halkla ilişkiler uygulayıcılarının nasıl iletişim kurduğu üzerinde büyük ve önemli bir etkiye sahip olmuştur. Sosyal medya, halkla ilişkiler bilgisine etki ederek, insanlarla ilişkileri geliştirerek, halkla ilişkiler araç ve yöntemlerine ilişkin en son yenilikler hakkında bilgi paylaşarak halkla ilişkiler hedeflerine ulaşmayı artırmış ve aynı zamanda halkla ilişkiler alanındaki kişilerin tutumlarını şekillendirmeye yardımcı olmuştur (Olayinka & Ewuola, 2019: 65).

Şu ana kadar açıklanmaya çalışıldığı üzere sosyal medya halkla ilişkiler ve reklamcılık alanındaki yenilikçi rolü bazı özellikler ve işlevler çerçevesinde teorik ve uygulamalı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu olumlu özelliklerine, sunduğu fırsatlara karşın sosyal medyanın bazı olası riskleri de görmezden gelinemez. Öztürk'e göre de sosyal medya platformları bunca önemli ve faydalı özelliği bulunmasının yanı sıra bazı riskleri de içinde barındırmaktadır.

Çünkü bu ortamlarda var olabildiğiniz ve bilgiyi kontrol edebildiğiniz sürece başarılı olmanız mümkün olabilir. Bu ortamlarda olumlu bir geri dönüş, destekleyici özellikte bir kullanıcı yorumu işletmeyi yüceltebileceği, satış rakamlarını artırabileceği gibi tam tersi bir durumda ise imajın olumsuz etkilenmesi, itibarın kaybedilmesi ve satış rakamlarında azalmaların da yaşanabilmesi mümkündür (Öztürk, 2023: 399). Laurie'ye göre sosyal medya popülaritesinin ve dolayısıyla sosyal medya pazarlamasının hızla büyümesi, uygun öğretim stratejisi açısından bir zorluk yaratmaktadır. Teknolojideki ilerlemeler net terminolojinin önünde yarışmaktadır. Halkla ilişkiler ve reklamcılığın tanımları daha fazla dijital etkinliği kapsayacak şekilde genişletilmektedir. Bu da sektörde ve akademik alanda kafa karışıklığına neden olmaktadır (Laurie, 2024: 45). Ilıcak Aydınalp'e göre ise sosyal medyada tüketici tarafından üretilen halkla ilişkiler içerikleri karşımıza çıkmaktadır. Tüketiciler akla gelebilecek her konuda istedikleri içerikleri, istedikleri biçimde ve zamanda üretebilmekte ve milyonlarla ifade edilebilecek kadar çok kişiye ulaştırabilmektedir. İçeriğin doğru ya da yanlış olması tüketicileri çok fazla ilgilendirmemektedir. Asıl büyük sorun ise bu içeriklerin denetlenmesi noktasındadır ve herhangi bir denetimin söz konusu olmadığı çok açık bir gerçektir. İçeriğin anında değiştirilebilmesi, silinebilmesi, içerik yönetiminin anlık olması işleri daha da karıştırmış, karmaşık hale getirmiştir. İşte bu noktada halkla ilişkiler uzmanlarının görevleri daha da zorlaşmaktadır. Çünkü bu denetimsiz ortam kurumu ilgilendiren her türlü zararlı içeriği saf dışı bırakmak, sildirmek ve kurumun lehine olan içeriklerin tüketicilere ulaşmasının takip edilmesi sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu da sosyal medyanın getirdiği zaman ve iş konusunda halkla ilişkiler uzmanlarına ekstra yük, zaman, enerji ve kaynak harcaması anlamına gelmektedir (Ilıcak Aydınalp, 2013: 5).

3. SONUÇ

Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sosyal medyanın yenilikçi rolünü konu edinen bu çalışma, teorik çerçevede önemli verileri ve bulguları görünür kılmıştır. Öncelikle, birçok alan gibi halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı da yeni iletişim teknolojileri ve yeni medyadan etkilenmiştir. Yeni medya alanlarından biri olan sosyal medya, bu noktada ilgili iki alan için birçok avantajı beraberinde getirmiştir. Bu noktada vurgulanması gereken ilk nokta, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarının sosyal medya uygulamalarının/ortamlarının özellikleri çerçevesinde bir yol izlemesi olmuştur. Bir diğer ifadeyle halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı dijitalleşirken sosyal medyanın özelliklerinin etkisi altında kalmıştır. Bu noktada, "etkileşim, anlık bildiri, geri bildirim, haber/bilgi alma, haber/bilgi verme" gibi temel sosyal medya özellikleri, halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetlerinde altı çizilen noktaları ifade etmektedir.

Literatür taramasıyla elde edilen bilgilerde ön plana çıkan bir diğer nokta ise, sosyal medyaya dönüşüm sürecinde olan halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının "geleneksel versiyonlarına" tehdit olarak algılamaması olmuştur. Öyle ki, literatür taramasında incelenen çalışmalarda sosyal medya dışlanmamış, alana olası katkıları kabul edilmiş ve sosyal medya, geleneksel halkla ilişkiler ve geleneksel reklamcılığı destekleyici bir çerçevede değerlendirilmiştir. Böylesi bir dijitalleşme sürecinde, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarının sosyal medyanın potansiyel özelliklerinden faydalanması mesleki anlamda önemli bir durumu ifade etmektedir. Çünkü halkla ilişkiler ve reklamcılık alanları, milyonlarca kullanıcısı olan bir alanı/aracı görmezden gelir ise mesleki açıdan bir hataya düşmüş olabilir ve ciddi bir zararla karşılaşabilir.

KAYNAKÇA

Aktan, E. & Özüpek, M. N. (2015). Corporate advertising at the age of social media. İçinde, H*andbook of Research on Effective Advertising Strategies in the Social Media Age* (ss. 197-212). IGI Global Publications.

Askeroğlu, O. (2010). *Pazarlama odaklı halkla ilişkiler uygulamalarında sosyal medyanın rolü* (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi.

Aslan, P. (2011). *Halkla ilişkilerde yeni eğilimler: Sosyal medya*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi.

Çelik, S. (2014). Sosyal medyanın pazarlama iletişimine etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, *3*(3), 28-42.

Davis, A. (2013). *Promotional cultures: The rise and spread of advertising, public relations, marketing and branding*. Polity Publications.

Erdoğan, Balkaş E. & Akbulut, T. N. (2015). Van depreminde kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları ve sosyal medya kullanımı üzerine bir durum saptaması (onurair örneği). Mehmet Gökhan Genel (Edt.), İçinde, Yeni medya araştırmaları 1: Güncel tartışmalar ekseninde. (ss. 89-104), Ekin Yayınevi.

Gürüz, D. (2004). Halkla İlişkiler ve tanıtım faaliyetlerinin etkinliğinde izlenim (imaj) yönetimi (kurum imajından kişisel imaja)" *2. International Symposium Communication in The Millennium* (ss. 789-801).

Ilıcak Aydınalp, Ş. G. (2013). Sosyal medyaya halkla ilişkiler perspektifinden eleştirel bir bakış. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, *3*(4), 1-37.

Ismail, T. A., Ahmad, J. H. & Malaysia, U. S. (2015). Public relations vs advertising. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, *31*(2), 117-130.

Işık, M., Karaca, M., İspir, İ., Çakı, G. & Yıldırım, L. N. (2017). Sosyal medya platformlarının halkla ilişkiler amaçlı kullanımı: Bankalar üzerine inceleme. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, *2*(2), 41-51.

İşler, D. B., Çiftçi, M. & Yarangümelioğlu, D. (2013). Halkla ilişkiler aracı olarak: Sosyal medyanın kullanımı ve yeni stratejiler. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, *5*(1), 174-185.

Joshi, M., Manna, A., Ajotikar, V. M., Ramaswamy, V. R. & Borah, P. (2023). Role of social media strategies with advertising, public relations and campaigns in customer revolution. *International Journal of Professional Business Review*: Int. J. Prof. Bus. Rev., *8*(4), 19.

Köksal, Y. & Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *18*(1), 323-337.

Laurie, S., Mortimer, K., Holtz, M. & Little, B. (2024). Enhancing students' understanding of social media marketing and the use of advertising and public relations terminology within IMC: A participatory action research project. *Journal of Marketing Education*, *46*(1), 45-56.

Olayinka, A. P. & Ewuola, P. O. (2019). Impact of social media on public relations practice. *IJRDO-Journal of Social Science and Humanities Research*, *4*(5), 65-85.

Özkan, S. & Övür, A. (2022). Türk kahvesi markalarının dijital halkla ilişkiler bağlamında sosyal medya kullanımı. *Beykoz Akademi Dergisi*, *10*(1), 38-57.

Öztürk, S. (2023). E-ticaret şirketlerinin diyalogsal halkla ilişkiler kapsamında sosyal medya kullanımı. *Mavi Atlas*, *11*(2), 389-402.

Papasolomou, I. & Melanthiou, Y. (2012). Social media: Marketing public relations' new best friend. *Journal of Promotion Management*, *18*(3), 319-328.

Phillips, D. & Young, P. (2009). *Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media*. Kogan Page Publishers.

Quesenberry, K. A. (2020). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Rowman & Littlefield Publishers.

Schauster, E. & Neill, M. (2017). Have the ethics changed? An examination of ethics in advertising and public relations agencies. *Journal of Media Ethics, 32*(1), 45-60.

Seitel, F. P. (2017). *The practice of public relations*. Pearson Publications.

Tezcan, E. T. (2017). Bir halkla ilişkiler uygulama alanı olarak sosyal medya kullanımı: Change.org zeytin hayattır imza kampanyası incelemesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, *1*(1), 47-52.

Theaker, A. (2006). *Halkla ilişkilerin el kitabı*. İstanbul: Mediacat Yayınları.

Türkal, İ. & Güllüpunar, H. (2017). Diyalogsal halkla ilişkiler bağlamında sosyal medya kullanımı: Türkiye'de ilk 100'de yer alan şirketler üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, *5*(2), 591-618.

Vujnovic, M. & Kruckeberg, D. (2020). Global advertising and public relations. Global communication: A multicultural perspective, 325-343.

Wright, D. K. & Hinson, M. D. (2008). How blogs and social media are changing public relations and the way it is practiced. *Public Relations Journal*, *2*(2), 1-21.

Wright, D. K. & Hinson, M. D. (2009a). Examining how public relations practitioners actually are using social media. *Public Relations Journal, 3*(3), 1-33.

Wright, D. K. & Hinson, M. D. (2009b). An updated look at the impact of social media on public relations practice. *Public Relations Journal*, *3*(2), 1-27.

Yeniçıktı, N. T. (2016). Hakla ilişkiler aracı olarak Instagram: Sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, *9*(2), 92-115.

Zafarmand, N. (2010). *Halkla ilişkiler alanında yeni mecra ve uygulamaların yeri ve önemi: sosyal medya ve PR 2.0*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

THE IMPORTANCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN BRAND EQUITY

Hatice GÖZEN[1]

ABSTRACT

Todays, when we look at the development stages of society, we have moved from the industrial society to the information society stage. In this new economy, information is the most important element for businesses to be competitive. With the development of communication technologies, customers can obtain information quickly, easily with the lowest cost. So, customers have become more and more powerful. It is inevitable for businesses to follow these changes closely in the market and adapt themselves to these changes. Marketing science constantly develops dynamically with these changes and develops new marketing strategies. Digital marketing is one of them. Digital marketing is carrying out marketing activities through digital channels in order to create, promote and add value to customers, businesses and stakeholders. Digital marketing channels are social media, e-mail, content and search engine optimization. Today, more than half of the world's population of 8 billion actively uses social media. Considering the time spent on social media, social media platforms are the most important tools for effective communication with customers. The importance of social media, Philip Kotler re-created the components of the traditional marketing mix (4P) as the digital marketing mix (4C) with digitalization. Promotion has been replaced by 'chat' with social media in exchange for digital marketing. Keeping, catching and establishing long-term profitable relationships with customers depends on the successful implementation of social media marketing.

Production is almost no longer a problem for businesses with the advancement of technology. But as the differences between products have decreased, the similarity of products has become a problem. Differentiation of products is only possible by being a brand. Creating a strong purchase motivation for consumers depends on brand equity. Brand equity is the set of values that the brand name and symbol add to the product. Brand equity elements are brand loyalty, brand awareness, perceived quality and brand associations. The elements of brand equity are consumer-based and abstract concepts. Brand equity increases brand value in business. The most valuable assets that businesses have are their strong brands. Because businesses with strong brands create successful brand equity and have loyal customers. Loyal customers are an indicator of the continuity of the business's future revenue stream. Brands create value not only for business but also for customers. While brands protect consumers from risks, they offer functional, emotional and also symbolic benefits.

Today, businesses need to understand the importance of social media marketing in creating brand equity and quickly implement strategies in this direction. Brand equity depends on a long-term process that requires investment and labor. In this long-term journey, social media can contribute to establish and maintain interactive, effective, trust-based and warm relationships with the customer.

Keywords: Brand Equity, Social Media Marketing, Digital Marketing, Brand Loyalty.

[1] Öğr. Gör. Dr. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Konya / TÜRKİYE, htgozen@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4329-091X

1. DIGITAL MARKETING

The first rule in marketing is to present the right offer at the right time and in the right place. Today, customers are online: hanging out on social media, trying to stay updated on news sites and blogs, and searching online when they need it. Digital marketing puts you on the same channels so the best prospects is to get to know better, and even ask questions to learn more about companies, products or services. (DigitalMarketer, 2023a). The accessibility and mobility of technologies influence consumer habits and contribute to the transformation of classical business models. Digital transformation can be described as the ability of consumers and individuals to adapt to technologies. Digital transformation also affects the development and implementation of digital marketing tools (Kotane et al., 2019).

Digital marketing has been defined as "a technology-enabled process that adapts the process by which businesses collaborate with customers and partners to jointly create, communicate, deliver and add value." (Kannan and Li, 2017). Alternative terms for digital marketing are often used as 'online marketing', 'internet marketing' or 'web marketing'. The basic concept of digital marketing is based on the inbound marketing approach or often called the customer-centric approach. Digital marketing is the process of marketing goods or services using digital technologies in a targeted, measurable and interactive manner. This process aims to reach, convert and retain potential customers. The main goal is to promote brands, shape preferences and increase sales through various digital marketing techniques (Todor, 2016, 52). Digital marketing is the act of promoting and selling products and services by utilizing online marketing tactics such as social media marketing, search marketing and email marketing. A strong digital presence is the benefit of digital marketing. And also other benefits of digital marketing (DigitalMarketer, 2023a):

- It will make it easier to raise awareness and increase participation both before and after sales.
- It will help turn new buyers into loyal fans by buying more often.
- It will initiate word of mouth marketing and social sharing and all the benefits that come with them.
- The buyer journey by presenting the right offers at the right time and in a short time.

Digital marketing channels refer to Internet systems that can simultaneously create, promote and deliver value from producers to consumers. The number of options and decisions required when choosing a digital channel strategy is increasing in the wake of the digital age. Email, social media and SEM (search engine marketing) each include countless tactical options and variations, including search engine optimization (SEO) and pay-per-click (PPC) advertising. Additionally, new social media platforms are introduced and the digital landscape is constantly changing (Key, 2017). Digital marketing strategy has eight steps (DigitalMarketer, 2023b):

Step 1: Awareness: Here the person notices you. After all, no one inherently knows who Apple or Amazon is. At some point they have to notice these companies so they can become customers.

Step 2: Engagement: Engaging is where start talking to potential customers. So, engaging through types of content that entertain, inform, or both. For example; A new mother watches a Johnson & Johnson YouTube video showing how to bathe baby.

Step 3: Subscribe: Here, the person gives the customer their contact information, thus allowing to contact them again in the future.the customer Most often, this transaction is something called an exchange, sometimes referred to as “ethical bribery.

Step 4: Convert: As long as the subscribers you acquired in step engaging, some of them will be ready to increase their commitment level. The key to success at this stage is to use what we call “entry point offers.” These offerings are designed to deliver tremendous value to the new customer without requiring them to make much of an "initial" investment.

Step 5: Excite: At this point, new customer has completed a transaction with customer. And the transaction goes well, ensuring that the excitement of the purchase turns into goodwill and trust.

Step 6: Ascend: The bullish phase is where your customer will be ready to buy more and more often. Then, once customer purchases this core offer, it's time to offer them other related offers. For example; A woman who owns a new Mercedes buys an unlimited car wash package for $40 a month instead of paying separately for each car wash.

Step 7: Advocate: An advocate is someone who speaks positively about the brand. An advocate is someone called a "passive promoter." They may not actively promote business, but they will respond positively to a question about company or brand.

Step 8: Promote: Promoters are people who actively strive to spread the word about brands, products, and services. In some cases, promoters may simply have had a great experience with company and want to share that story with their friends and family.

The strength of a digital marketing channel strategy is the ability to reach the target audience with extremely sharp and relevant content, measure the effectiveness of efforts, and make iterative changes in real time by receiving instant feedback (Key, 2017).

2. SOCIAL MEDIA MARKETING

Social media includes more common social networking sites such as LinkedIn, Facebook, YouTube; It has also become a general term covering blogs (such as WordPress, Blogger) and micro-blogging platforms (such as Twitter and Snapchat). Social media is defined by content that is easily shared among a group of connected users, often in text, photo, and/or video format. Once content creation and management decisions are made, decisions about how content will be distributed become crucial. Generally, the goal is to disseminate information among as wide a range of users as possible, both within and across social media platforms. The uniqueness of social media marketing is the two-way communication that marketers can use to listen and respond to their network base. Another goal is to create word-of-mouth effects that generate personal recommendations within the network by promoting user-generated content (Key, 2017).

Four stages for a successful social media cycle (DigitalMarketer, 2023c):

1. Listening: Social listening involves monitoring and responding to customer service and reputation management issues on the social web. Like any marketing strategy, to start with target audience. That's why social media marketing starts with listening. They share their experiences with products. They talk about what said or did. When doing social listening, you focus on 5 key pieces of information.

In particular, pay attention to these 5 things; brand, topics related industry, competitors, influencers and public figures in the company

2. Influencing: Establishing authority on the social web often occurs through the distribution and sharing of valuable content. At this stage, company wants to guide and influence followers' opinions, attitudes, and behaviors. In the social interaction phase of the social success cycle, these are possible:

- Increasing engagement with brand and content.
- Starting conversations around topics related to business.
- Increasing traffic to website.
- Increasing awareness of products and offers.
- Growing the retargeting list.

3. Networking are about finding and associating authoritative and influential individuals and brands on the social web. It can be helpful to think of social networking like a live event; the only difference is that the interactions are online rather than face-to-face. After all, networking is networking, no matter where (or how) it happens. And this can lead to deep and lasting relationships with your followers and potential partners.

4. Selling: Generating leads and sales from existing customers and potential customers via the social web. Finally, once companies listen to prospects, establish authority in their field, and build a strong network can start putting offers in front of people and converting them. What should good social selling look like?

In short, they can use tunnels.

Social media are online tools of communication, collaboration and development among interconnected and interdependent people, communities and organizations, powered by technological capabilities and mobility. Social media are socially enabled online channels, there are many tools within each channel. Part of the complexity of social media comes from the existence of so many channels and tools that are constantly new. Four domains of social media channels are social community, social publishing, social entertainment and social commerce. Some explanation about these domains (Tuten, 2024):

- Social communities describe social media channels that focus on collaborative activities in which people participate with others who share the same interest or identity. Channels in the social community space include social networking sites, message boards and forums. All emphasize individual contributions, communication and conversation, and collaboration within the context of community.
- Social publishing is the production and publishing of content for distribution through social publishing sites. Social publishing sites help distribute content to an audience while also enabling audience participation and sharing.
- The field of social entertainment encompasses events, performances and activities designed to provide pleasure and entertainment to the audience, and these experiences are lived and shared using social media. The distinction between the social publishing and social entertainment fields is in orientation: between information sharing and entertainment sharing.
- The fourth area is social commerce. Social commerce is the use of social media in online shopping, buying and selling of products and services. Social commerce encompasses

> social shopping, social marketplaces, and hybrid channels and tools that enable shared participation in the purchasing decision. Thus, social commerce enables both buyers and sellers to actively participate in the marketing and sales of products and services within their networks (Ralphs, 2011).

Social media offers a very specific platform to get to know as individuals rather than as a general audience of consumers. This is a big advantage. Social media works best for two primary purposes: impulse buys and branding.

In the digital economy, customers are socially connected through horizontal community networks. Today communities are new segments. Unlike segments, communities are naturally created by customers, and the boundaries of these communities are determined by the customers themselves. Customer communities are closed to spam and irrelevant advertising. In fact, they will oppose any attempt by any company to break into these networks. Brands need to ask permission to engage with a community of customers (Gildner, 2019). Today, customers have the opportunity to easily evaluate and even closely follow each company's brand positioning promise in digital marketing. With this transparency and the rise of social media, brands can no longer make false, unverifiable promises. The proliferation of social media allows customers to respond to the messages. Social media also allows customers to chat about these messages with other customers (Kotler et al., 2017). Social media has changed customers' approach from companies for their expectations. Many customers believe that social networks are about more than ads and expert opinions. Purchasing decisions are now shaped not only by individual preferences but also by the desire for social approval. Social media also increases expectations. Customers expect to reach customer service via social media and receive instant answers. People are already social beings. However, social media has taken people tendency to socialize even further (Kotler et al., 2021). Social media is a tool that allows consumers to share text, images, audio and video information with each other and with companies. Social media allows marketers to establish a public voice and presence on the web and strengthen other communication activities. With their daily pace, they can encourage companies to stay innovative and relevant. Social media has three main platforms; online communities and forums, bloggers, and social networks such as Facebook, Twitter, and YouTube (Kotler and Keller, 2012).

According to data from the United Nations World Population Estimates, there are currently 8.08 billion people living in the world.

At the beginning of 2024, the number of unique mobile phone users was determined to be 5.61 billion. According to the latest data from GSMA Intelligence, 69.4% of the world's population now uses a mobile device, representing an increase of 138 million people (+2.5 percent) from the global total since the beginning of 2023. More than 66% of all people in the world now use the internet, and the latest data puts the global user total at 5.35 billion. Internet users increased by 1.8% over the last 12 months, with 97 million new users added since the beginning of 2023. Kepios analysis shows that active social media user IDs have surpassed the 5 billion mark; the latest user figure equates to 62.3% of the world's population The world spends a huge amount of time using social media; The latest research from GWI reveals that the “typical” social media user now spends an average of 2 hours and 23 minutes a day using social media. Percentage of active social media users (aged 16-64) in June 2024 and their favourite social media platforms; Instagram: 16,5%, Whatsapp: 16,1%, Facebook: 12,8%, Wechat: 12,8% and Tiktok: 7,4% and so (Datareportal, 2024).

Social media marketing involves a company attempting to use social media to persuade consumers that its products or services are valuable. Social media marketing is marketing using online communities, social networks, blog marketing and more.

Significantly different from traditional marketing strategies, Social Media Marketing offers three distinct advantages. Firstly, it allows marketers to not only present products/services to customers but also gives them the opportunity to listen to customers' complaints and suggestions. Second, it makes it easier for marketers to identify diverse peer groups or influencers, who in turn can become brand advocates and help the brand grow organically. And third, this is all done at almost zero cost compared to traditional customer outreach programs because most social networking sites are free.

Social media marketing plays an important role in marketing, as the primary role of marketing is to inform consumers about the company's products. What social media offers (Neti, 2011)?

- Social media can be used to provide an identity about companies and the products or services they offer.
- Social media helps build relationships with people who may not be knowledgeable about the product or service and shares the values that companies represent.
- Social media makes companies real to consumers. If they want people to follow them, they not only talk about the latest product news but also share their personality.
- Social media can be used to associate with peers who serve the same target market.
- Social media can be used to provide the communication and interaction consumers.

3. BRAND EQUITY

Brand equity is a set of assets or liabilities associated with a brand's name and symbol that add to or subtract from the value provided by a product to a business or its customers. The main asset categories are; brand awareness, brand loyalty, perceived quality and brand associations. First, brand equity is a set of assets. Therefore, managing brand equity involves investment to build and develop these assets. Second, each brand equity asset creates value in very different ways. Third, brand equity creates value for both the customer and the business. The association of the brand with its name and symbol is necessary for assets or liabilities to form the basis of brand equity (D. Aaker, 1996a).

Brand equity encompasses the effects of marketing that are uniquely attributed to the brand. For example, while certain results arise from marketing a product or service with a relevant brand name, these results do not occur if the same product or service does not carry a brand name (Keller, 1993). Customer-based brand equity is defined as the differential impact of brand information on customer response to the marketing of the relevant brand. Thus, brand equity is conceptualized from the perspective of the individual consumer and customer-based brand equity will arise when the customer feels close to the brand and has some strong, unique and positive brand associations in its prior thought (Kamakura and Russell, 1993).

Ways to ensure brand equity; It is possible to realize positive brand evaluations with a quality product, to have an impact on consumer purchasing behavior by encouraging accessible brand attitudes, and to establish a relationship with the consumer by developing a consistent brand image (Farquhar, 1989). There are five important features in defining brand equity. First, brand equity is expressed as consumer perceptions and not as any objective element. Second, brand equity is expressed as a global value associated with a brand. Third, the global value associated

with the brand consists of both the physical aspects of the brand and the brand name. Fourth, brand equity is not absolute and will depend on the competition in the environment. Finally, positive results of financial performances will be realized through brand equity. In light of these features, brand equity can be defined as the increase in the perceived benefit and desirability that a brand gives to a product. The superiority of a product carrying a brand over other brands in general is the consumer's perception (Lassar et al., 1995).

Brand equity can be defined as the "added value" that the relevant brand gives to the product. The product provides functional benefits (such as life insurance, toothpaste, a car). On the other hand, a brand is like a sign, name, symbol or design that extends the value of the product beyond its functional purpose. Depending on your perspective; The brand can add additional value to the business, trade or the customer itself (Farquhar, 1989). Brand equity can be defined as the incremental cash flows accruing to branded products, beyond the cash flows that may arise from the sale of unbranded products. Brand names add value to the manufacturer, investor, retailer or customer through brand equity. While manufacturers and retailers focus on the strategic functions of brand equity, investors are interested in the financial gains of brand equity (Cobb-Walgren et al., 1995, 25-40). Businesses try to ensure that their brands are preferred by investing and spending on both product diversity and marketing campaigns. In this context, the concept of brand value is explained as the success of ensuring consumers' preferences and loyalty. Brand value, which is also expressed in the literature with concepts such as brand equity, brand capital, is an undeniably important concept for the existence of the brand, which is one of the most valuable building blocks of the marketing field (Şahin et al., 2018).

Benefits of Brand Equity

With marketing activities, differences will emerge as added value. These added values will create brand equity and vary according to brands. Achieved brand equity will also provide benefits to businesses. Therefore, the importance of the concept of brand equity in marketing and strategies for businesses will increase even more. Branding and brand management have clearly become an important management priority for all types of organizations. Their importance can be summarized in four dimensions in terms of brand positioning and values, integrated marketing, evaluating brand performance and growing the brand (Keller and Lehman, 2006):

In terms of brand positioning and values:

- Brands have personalities and core types are found across products and extend widely across countries/cultures.
- Customers have a variety of relationships with brands.
- Product experiences are multisensory and affect brand equity in different ways.
- Corporate and brand reputation are interact.

In terms of integrated marketing:

- Brands consist of multiple brand elements that can play different roles.
- A range of elements can be used to evaluate the capabilities of various brand elements.
- Meaning and language are important in brand names.
- Brand equity is increasingly determined by external activities under the direct control of businesses.

In terms of evaluating brand performance:

- Brand equity at the customer level can be characterized in terms of awareness, associations, attitudes, engagement and effectiveness.
- Qualitative research approaches can complement quantitative research approaches to provide useful information about brands.
- At the product-market level, brand equity increases communication and channel effectiveness and reduces own price sensitivity.
- Brand equity at the product-market level provides additional extra value compared to a generic.
- Brands constitute a significant part of the market value of businesses.
- Brand equity measures may relate to stock price and value.
- Brand equity is closely linked to customer equity.

In terms of growing the brand:

- Compatibility is an important determinant of expansion success.
- Expansions have a positive impact on the parent brand in case of success and a negative impact only when the expansion is closely related to the parent brand and is of poor quality.

Dimensions that Create Brand Equity: Brand associations, brand awareness, brand loyalty and perceived quality will be examined as elements that constitute brand equity.

Brand Associations

Customer-based brand equity occurs when the customer feels close to the brand and feels unique and strong associations in their memory. Brand associations are conceptualized according to their type (level of abstraction and qualitative nature), their properties, favorability and strength, and in terms of relevance, competitive overlap (identification and uniqueness) in terms of their relationship with other associations. Customer-based brand equity occurs when the consumer is aware of the brand and has positive and strong associations. Creating brand equity requires creating a familiar brand name and a positive brand image with strong, positive associations.

Brand Awareness

Achieving brand awareness and clarity is an important issue. When a purchasing decision is made, the connection between the product needed and the brand should be established and the brand should be triggered. This can only be achieved when the brand becomes clear, by seeing the brand on the packaging or by remembering the brand when meeting the need. Marketing communication provides importance here in establishing a connection with the brand in case of need (Elliott et al., 2001).

Brand awareness refers to customers' ability to remember and recognize a brand. Brand awareness is more than just the fact that customers know a brand name and have seen it before, perhaps even multiple times. Brand awareness also involves associating the brand (brand name, logo, symbol, etc.) with certain associations in memory. In particular, creating brand awareness allows customers to understand the product category in which the brand competes. There should be clear links to other products. However, on a broader, more abstract level, building brand awareness also means ensuring customers know what needs the brand is

designed to meet through these products. A highly salient brand is one that has both depth and breadth of brand awareness and customers always make adequate purchases. So they always consider the various environments in which the brand can be used or consumed (Keller, 2001).

Brand Loyalty

Brand loyalty is an important consideration when valuing a brand because loyalty translates into a profit stream. For example, a loyal customer base can be expected to generate a predictable flow of sales and profits. Additionally, focusing on brand loyalty is often an effective way to manage equity. Customer satisfaction and repurchase patterns are often indicators of a healthy brand, and programs to improve these will increase brand strength. The existence of a brand equity creates value in different ways. Brand loyalty, which can reflect a range from habitual buyer to satisfied buyer, to those who love the brand, to those who are truly loyal, creates value mainly by reducing marketing costs. It can be stated that retaining existing customers is much less costly than attracting new ones (D. Aaker, 1992).

Brand loyalty can be defined as a deeply committed behavior to continually repurchase or repossess a preferred product in the future, despite situational influences and marketing efforts that have the potential to cause behavioral change (Oliver, 1997). Brand loyalty ensures that consumers routinely purchase a brand and do not switch to another brand. Therefore, as consumers remain loyal to the brand, brand value will increase (Yoo et al., 2000). In brand loyalty definitions, the attitudinal perspective is emphasized, although the customer's actual loyalty to the brand is based on behavior in purchasing preferences. However, we conceptualized brand equity based on consumer perceptions rather than behavior. Thus, brand loyalty is also based on attitudinal perspective and consumer perception (Pappu et al., 2005).

Perceived Quality

There are differences between objective quality and perceived quality. "Objective quality" is the term used in the literature to describe the actual technical superiority or excellence of products. The term “objective quality,” as used in the literature, refers to measurable and verifiable superiority over some predetermined ideal standard or standards. In contrast, perceived quality is (1) distinct from objective or actual quality, (2) a higher level of abstraction rather than a specific attribute of a product, (3) a global evaluation that is in some cases as an attitude, and (4) often a whole consumer's perception for a brand. It is a judgment made within the entire set of emotions and thoughts that one knows. Perceived quality is defined as the consumer's judgment about the superiority or excellence of a product (Zeithaml, 1988).

Perceived quality is viewed as a distinct entity from brand associations for several reasons. Perceived quality has become an important business driver for businesses and can motivate programs designed to improve brand equity (Aeker, 1992).

4. SOCIAL MEDIA MARKETING IN BRAND EQUITY

To achieve the ultimate goal of high brand equity, brand marketers need to focus on providing positive psychological emotions, especially in terms of the fit and sense of control between the self-concept and the brand user image. In this context, brand marketers should develop their social media communication strategies by responding to consumers' comments effectively and

efficiently. The large number of consumer-brand activities occurring on social media sites can greatly hinder the provision of direct individual responses, but new technologies such as AI chatbots exist to make it easier for brands to manage consumer-brand interactions. Social media provides a community-building platform where consumers can follow brands' fan pages, either autonomously or with encouragement from marketers. More importantly, following or engaging with brands' fan pages implies that consumers are willing to accept information from brands and communities and also share experiences with others. In this way, social media offers marketers the opportunity to better identify and engage current and potential consumers. Currently, social media platforms such as YouTube, Instagram, and TikTok are among the most recognized platforms to achieve desired marketing results. Social media marketing could promote the development of self-concordance and consumer empowerment. These two psychological responses represent key drivers for reinforcing positive brand experience, ultimately leading to brand equity (Moedeen, et al., 2023).

The study found that product promotion activities on social media are much more effective and can persuade consumers if these activities are initiated and delivered by regular members of the network. But if these activities are artificially produced and considered a commercial expression, they lose credibility and become Annoying, contributing to negative opinions about advertising value. Second, for promotional marketing of the same product, informal source disparagement was identified as an important determinant in the consumer persuasion process. Third, this research recognized that the context of the message launched on any social network, rather than the content, has more value in persuading consumers to form a positive attitude towards advertising (Shareef, et al., 2019).

The brand page admin should respond quickly to any questions submitted by consumers, ensuring they do not cause any dissatisfied experience. Next, organizations must provide accurate, informative and synchronized information about products or services showcased on social media platforms. Any inaccurate and untimely information may dissatisfy customers and therefore damage the brand image. The findings of this study showed that perceived social media marketing activities have a significant positive impact on consumer-based brand equity, which is consistent with past studies (İsmail, 2017). However, this relationship is indirect, which propagates the idea that such activities are stimuli that will activate consumers' internal states, which will subsequently trigger certain responses. Findings - Results showed that perceived social media marketing methods have a significant positive impact on brand equity (Koay, et al., 2020).

Findings reveal that a product's utility value and hedonic value on social media has a positive impact on brand experiences. Results also show that the effect of hedonic values on brand experiences is higher than the effect of utility value. Utility value and hedonic value influence the brand experience, which in turn affects brand loyalty, trust, and customer equity. Moreover, this study also provides practical insights into ways to increase brand equity in the social media context. In today's marketing world, brand social media platforms provide customers with venues to facilitate interactions, collaborate, and share content and information with the brand and other users (Yu, and Yuan, 2019).

Social media and advertisements are perceived as important branding factors among medical tourists. First, the findings suggest that practitioners should allocate sufficient resources to advertising and social media communications to enhance their hospital's brand image. Hospitals should take full advantage of advertising and social media to create a positive brand

image using a variety of advertising and social media strategies. This includes spicing up advertising content, incorporating live chat features to make communication more interactive, making it more personal and persuasive, sharing professional opinions from doctors and other medical professionals online, using hospital website addresses and web links. In fact, building relationships with other medical professionals should be an important part of an online hospital branding strategy, as seen by the significant influencer role of user-generated social media in this study. To achieve these communication partnerships, it is recommended that hospitals develop teams with sufficient competence to manage social media profiles and online communication platforms. Hospitals' social media experts should have a broad range of knowledge, from general touristic to specific technical and medical information. Medical tourists should be provided with assistance to find necessary information and to communicate in real time with hospitals and other interested parties when necessary (Cham, et al., 2021).

The rise of social media has affected the relationship between consumers and celebrities and the nature of celebrity promotions. Through social media, consumers can form even stronger connections with celebrities because the ability and frequency of celebrities to communicate with their fans has increased dramatically. Many marketers are turning to traditional celebrities and new social media influencers to spread awareness of their products in less obtrusive and more reliable ways. At the same time, consumers are increasingly turning to social channels to learn about new products. This has led to significant growth for both traditional celebrity and influencer promotions. The study shows that parasocial interactions fully mediate the relationship between social media interaction and celebrity attachment, that celebrity attachment affects purchase intention directly and indirectly through both brand credibility and brand attractiveness (Cheng, 2020).

5. CONCLUSION

Digital marketing is carrying out marketing activities through digital channels in order to create, promote and add value to customers, businesses and stakeholders. Digital marketing channels are social media, e-mail, content and search engine optimization. Today, more than half of the world's population of 8 billion actively uses social media. Considering the time spent on social media, social media platforms are the most important tools for effective communication with customers. Brand equity is the set of values that the brand name and symbol add to the product. Brand equity elements are brand loyalty, brand awareness, perceived quality and brand associations. Brand equity is "added value" that the relevant brand gives to the product. The product provides functional benefits. On the other hand, a brand is like a sign, name, symbol or design that extends the value of the product beyond its functional purpose. Depending on your perspective; The brand can add additional value to the business, trade or the customer itself. Brand equity can be defined as the incremental cash flows accruing to branded products. Brand names add value to the manufacturer, investor, retailer or customer through brand equity. The positive effect of social media on brand equity elements has been mentioned in some of the studies above. With increasing competition conditions, businesses demand to keep and increase their customers. This can be possible by being in continuous relation with customers and reaching them in a short time. In this study, the importance of digital marketing and social media is emphasized in order to be in communication with customers closely. Brand equity can be achieved in the business and sustainability can be ensured in the business through social media and digital marketing. Proposal to businesses is that it can be easier to keep customers, to increase market share and

reach positive and negative customer feedback very quickly through digital marketing and social media channels. By following this path, they can be able to increase brand loyalty, brand awareness, perceived quality and brand associations and therefore brand equity.

REFERENCES

Aaker, Davit A. (1992). The value of brand equity. Journal of Business Strategy, 13(4), 27-32.

Aaker, Davit A. (1996a). Building Strong Brands. New York: The Free Press.

Cham, T., Lim, Y. & Sigala, M. (2021). Marketing and social influences, hospital branding, and medical tourists' behavioural intention: Before- and after-service consumption perspective Int J. Tourism Res., 1–18.

Cheng, E. & Labrecque, L. (2020). Celebrity endorsement in social media contexts: understanding the role of parasocial interactions and the need to belong Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics. https://www.emerald.com/insight/0736-3761.htm /, Accessed: 05.05.2024).

Datareportal (2024). https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report/, Accessed: 05.05.2024)

DigitalMarketer (2023a). https:/./www.digitalmarketer.com/digital-marketing/, Accessed: 12.05.2024)

DigitalMarketer (2023b). https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/digital-marketing-strategy/, Accessed: 12.05.2024).

DigitalMarketer (2023c). https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/social-media-marketing-strategy//, Accessed: 12.05.2024).

Elliott, Rosenbaum R., Percy, L. & Pervan, S. (2011). Strategic Brand Management. New York: Oxford University Press.

Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. Journal of Advertising Research, 30, 7-12.

Gildner, Gil & Anya (2019). Becoming a Digital Marketer. Baltika Press, U.S.A.

Ismail, A. R. (2017). The influence of perceived social media marketing activities on brand loyalty", Asia Pacific Journal of Marketing & Logistics, Vol. 29 No. 1, pp.129-144.

Kamakura, Wagner A., & Russell, Gary J. (1993). Measuring brand value with scanner data. Journal of Marketing, 10, 9-22.

Kannan P. K. & Li H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 34, 22-45.

Keller, Kevin L. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer- based brand equity. Journal of Marketing, 57, 1-22.

Keller, Kevin L. (2001). Building customer-based brand equity: A Blueprint for creating strong brands. Marketing Science Institute, Report Summary 1(107), 1-32.

Keller, Kevin L. & Lehmann R. Donald (2006). Brands and branding: Research findings and future priorities. Marketing Science, 25 (6), 740-759.

Key T.M. (2017). Domains of digital marketing channels in the sharing economy. Journal of Marketing Channels, 24 (1,2), 27-38.

Koay, K., Ong, D., Khoo, K. & Yeoh, H. (2020). Perceived social media marketing activities and consumer-based brand equity. Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics. https://www.emerald.com/insight/1355-5855.htm/, Accessed: 05.05.2024).

Kotane I., Znotina D. & Hushko S. (2019). Assesment of trends in the application of digital marketing. Preiodyk Naukowy Akademii Polonijnej, 2, 33-34.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0. Wiley. U.S.A.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0. Wiley. U.S.A.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012), Marketing Management. Pearson Education. Printed by Courier/Kendallville. U.S.A.

Lassar, W., Mittal, B. & Sharma, A. (1995). Measuring customer-based brand equity. Journal of Consumer Marketing, 12(4), 11-19.

Moedeen, S., Cheng, E., Alryalat, M., Tan, G., Cha, T., Ooi, K. & Dwivedi, Y. (2023). Social media marketing in the digital age: Empower consumers to win big? /https://www.emerald.com/insight/1355-5855.htm /, Accessed: 12.05.2024)

Neti, S. (2011). Social media and its role in marketing. PG Centre, Lal Bahadur College, Warangal, 1(2)

Oliver, Richard L. (1997). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. New York: McGraw-Hill.

Pappu, R., Quester, Pascale G. & Cooksey, Ray W. (2005). Consumer-based brand equity: improving the measurement. Journal of Product & Brand Management, 14(3), 143–154.

Şahin, E., Şahin, İbrahim E. & Kara Sümeyya N. (2018). Türkiye'de gıda sektöründe faaliyette bulunan markalar üzerine bir etkinlik ve verimlilik analizi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 21(2), 323-335.

Shareef, M., Mukerji, B., Dwivedİ, Y., Rana, N. & İslam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. Journal of Retailing and Consumer Services (46), 58–69.

Todor R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences, 9(58), 52-58.

Tuten, T. L. (2024). Social Media Marketing. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Yoo, B. & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. Journal of Business Research, 52(2001), 1-14.

Yu, X. & Yuan, C. (2019). How consumers' brand experience in social media can improve brand perception and customer equity. Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics. www.emeraldinsight.com/1355-5855.htm /, Accessed: 05.05.2024).

Zeithaml, A.V. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value : A a means- end model and synthesisof evidence. Journal of Marketing, 52 (3), 2-22.

DEZENFORMASYON ARACI OLARAK YAPAY ZEKÂNIN TOPLUMSAL ETKİLERİ

Serhat BEKAR[1] Murat SAĞLAM[2]

ÖZET

Bilgi ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler, kullanıcılar tarafından üretilen içerikte artış ve internetin merkeziyetsiz yapış ile birlikte; herhangi bir denetime tabi tutulmadan içeriğin yayılmasını sağlamaktadır. Dünya üzerindeki milyarlarca internet kullanıcısının özellikle sosyal medya platformları aracılığıyla, sınırsız içeriğe gerçek/uydurma bakılmaksızın çok hızlı bir şekilde ulaşmasına zemin hazırlamaktadır. Böylece pek çok kullanıcı kullanıcının yoğun bir şekilde dezenformasyona maruz kalmaktadır. Diğer taraftan makine öğreniminin bilgi işlemede kullanılmaya başlanması ile birlikte, insanlığı manipüle edebilen yapay zekâ ile oluşturulan içerikler de dikkate değer bir şekilde dezenformasyon artışlarına neden olmuştur. Yapay zekânın kullanıldığı içeriklerde dezenformasyona neden olması pek çok hukuki, toplumsal ve etik sorununu beraberinde getirmiştir. Bu nedenle ilerleyen süreç sosyal medya platformlarının ve devletlerin bu noktada çeşitli önlemler almasını gerektirmiştir. Ayrıca çevrimiçi ortamda taciz ve istismar, düşünce ve basın özgürlüğü, insan haklarının çiğnenmesi gibi problemler meydana gelmektedir. Kamuoyuna bilgi akışını sağlayan kitle iletişim araçlarının; gündemi belirlemek isteyen güç sahiplerinin medya araçlarını kendi çıkarları doğrultusunda kullanmak istemesi politik açıklamalara neden olmaktadır. Diğer taraf ise çevrimiçi ortamda bilgiye ulaşmak, içerik oluşturmak ve tartışmalara katılma konusunda fırsatlar sunmaktadır. Bu durum noktada özellikle sosyal medya platformları üzerinden (X, Instagram, Facebook, Twitch, Kick, vb.) hem güç sahiplerinin hem de bireysel kullanıcıların gündeme ilişkin dezenformasyon yaratacak bilgileri servis etmelerine neden olmaktadır. Dezenformasyonun giderek yaygınlaşması gerçeklerin çarpıtılmasına, kimin ne söylediğinin bilinmemesine, eleştiri yapanların engellenmesine ve manipülasyon gibi olayların makine öğrenmesi ile birlikte yapay zekâ araçları vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın amacı yapay zekâ ile dezenformasyon yaratılmasının neden olduğu toplumsal etkilerdir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, veriler literatür taraması yöntemi ile elde edilmiştir. Buna göre güç sahibi aktörlerin yapay zekâyı amaçlarına ulaşabilmek adına istedikleri gibi kullanabildikleri böylece içeriklerin bağlamından koparıldığı, meşruluğun sorgulandığı, eleştiri yapılmasının engellendiği, kamuoyunun manipüle edilmesi gibi sonuçlarla karşı karşıya kalındığı görülmüştür. Yapay zekânın dezenformasyon üretilmesine karşı olumsuz yanları olsa da; çarpıtılmış bilginin tespit edilmesine şeklinde olumlu yönleri de bulunmaktadır. Çalışmada yapay zekâ destekli içerik üretimi sonucu, üretilen dezenformasyonun toplumsal sonuçlarına genel bir çerçevede değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Yapay Zekâ, Sosyal Medya, Siyaset, Toplum

SOCIAL IMPACTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A DISINFORMATION TOOL

ABSTRACT

With the developments in information and information technologies, the increase in user-generated content and the decentralized structure of the internet; It allows the content to be disseminated without being subject to any control. It paves the way for billions of internet users around the world to access unlimited content very quickly, regardless of whether it is real or made-up, especially through social media platforms. Thus, many users are exposed to intense disinformation. On the other hand, with the use of machine learning in information processing, content created with artificial intelligence that can manipulate humanity has also caused a remarkable increase in disinformation. The fact that artificial

[1] Dr. Öğr. Üyesi. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Erbaa Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, serhat.bekar@gop.edu.tr, Tokat / Türkiye
[2] Doç. Dr. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Yeni Medya Bölümü, murat4081@hotmail.com, Karaman / Türkiye

intelligence causes disinformation in the content used has brought about many legal, social and ethical problems. For this reason, the progress has required social media platforms and states to take various measures at this point. Additionally, problems such as harassment and abuse, freedom of thought and press, and violation of human rights occur online. Mass media that provide information flow to the public; The fact that those in power who want to set the agenda want to use media tools in line with their own interests causes political statements. The other side offers opportunities to access information, create content and participate in discussions online. This situation causes both power holders and individual users to serve information that will create disinformation regarding the agenda, especially through social media platforms (X, Instagram, Facebook, Twitch, Kick, etc.). The increasing spread of disinformation is achieved through machine learning and artificial intelligence tools, such as distortion of facts, not knowing who said what, blocking of critics, and manipulation. The aim of the study is the social effects caused by the creation of disinformation with artificial intelligence. In the study where qualitative research method was used, data were obtained by literature review method. Accordingly, it has been observed that powerful actors can use artificial intelligence as they wish to achieve their goals, resulting in contents being taken out of context, legitimacy being questioned, criticism being prevented, and public opinion being manipulated. Although artificial intelligence has negative aspects against producing disinformation; It also has positive aspects such as detecting distorted information. In the study, the result of artificial intelligence-supported content production was evaluated within a general framework of the social consequences of the disinformation produced.

Keywords: Disinformation, Artificial Intelligence, Social Media, Politics, Society

1. GİRİŞ

Yapay zekâ ile üretilen dezenformasyon herhangi bir denetim mekanizmasıyla karşılaşmadan çevrimiçi ortamda kullanıcılara gerçeğe benzer şekilde içerikler sunmaktadır. Diğer taraftan yapay zekâ sistemlerinin kullanmış olduğu algoritmalar aracılığıyla kullanıcı ilgisini çeken içerikler ile adeta kuşatılmakta ve gerçek içerikler yerine uydurulmuş, gerçek dışı bilgilerle karşılaşmaktadır. Böylece kullanıcı ona sunulan bilgiye, aslında dezenformasyona güvenmekte; gerçek bilgiyi aramada engellerle karşılaşmakta, ulaşamamakta, elde edilen bilgiye güven duymamaktadır. Bazı kurum, kuruluş ve kişilerin gerçeği yanlış olarak kabul etmesi, ifade ve bilgi özgürlüğüne ciddi oranda zarar vermektedir. Dezenformasyon sorunu öncelikle bilginin toplumu manipüle etmesi için kasıtlı bir şekilde kullanılması; daha sonrasında ise bilginin yayılmasında modern yöntemlerden faydalanılması anlamına gelmektedir.

Makine öğreniminin bilgi işlemede kullanılması, toplumun manipüle edilmesinde yapay zekâ ile oluşturulmuş dezenformasyonun hızlı bir şekilde artmasına ve yayılmasına neden olmuştur. Dezenformasyonun neden olduğu bireysel ve toplumsal belirsizlikler (Akhtar vd., 2022) siyasi kararlardan iş yaşamına, özelden kamu kurumlarına kadar pek çok sistemsel süreci olumsuz etkilemiştir. Yanı sıra kullanıcı özgürlüğü, mahremiyet, bilgi edinme, özerklik, gerçek seçenekler arasında tercih, demokrasiye sahip çıkılma gibi birçok önemli değer üzerinden etik ve insan hakları konularında kaygı duyulmasına yol açmıştır (Bontridder ve Poullet, 2021). Bu noktada dezenformasyon herhangi bir toplumda siyasi, ekonomik ve kültür öğelerini potansiyel anlamda dönüştürebilecek böylece demokratik toplumların temel ilkelerini aşındırılmasıyla önemli ve büyük sorunlara neden olabilecektir (Montoro-Montarosso vd., 2023).

Yapay zekânın kullanıldığı dezenformasyon içeriklerin: siyasi, etik ve toplumsal sonuçlara neden olması konunun üzerinde durulmasını gerektirmiştir. Bu noktada mevcut dezenformasyon sorununa çevrimiçi taciz, basın özgürlüğü, insan hakları ve etik sorunları başlıkları üzerinde sınıflandırılmıştır. Sonuç olarak bireylerin ve devletlerin yaratmış olduğu dezenformasyonun toplumda giderek yaygınlaştığı görülmüştür.

2. DEZENFORMASYON

İnternetin hızlı bir şekilde yayılması ve günlük hayatın vazgeçilmez araçlarından biri haline gelmesi; artan bilgi yığını ile birlikte dezenformasyonun ortaya çıkması ve yaygınlaşmasına da neden olmuştur. Toplumu ilgilendiren pek çok olayın çevrimiçi ortamda, web sitelerinde, sosyal medya ortamlarında 'doğru olmayan bilgiler sorunu' ortaya çıkmaya başlamıştır. Kullanıcılar kendilerini bilerek ya da bilmeyerek dezenformasyon yapan kişiler olarak bulabilmektedir. Örneğin, sosyal medya platformlarından X üzerinde dezenformasyon oluşturmak isteyen bir kullanıcının, gündemde ilgisi bulunan bir gönderiyi seçerek, takipçi sayısını dikkate almaksızın hashtag aracılığıyla paylaşması, sürecin dezenformasyona dönüşmesine neden olmaktadır. Hashtag'in popüler ve katılımın da yoğun olması gerçek dışı haberlerin daha fazla kullanıcıya erişmesine neden olmaktadır. Böylece istenmeyen kitlesel hareketlerin gerçekleşmesine neden olunmaktadır.

Dezenformasyonun tüm bilim dalları açısından kapsayıcı özellikler sergilediğini ifade eden Yoloğlu (2017) kavramı; kasıtlı olarak yanlış bilginin yayılması olarak ifade eden gören Erdoğan, vd., (2022)'ne ek olarak 'yanlış bilginin kasıtsız sunulması'nı dezenformasyonun tanımına dahil etmiştir. Yoloğlu (2017: 10) kitle iletişimi çerçevesinde kavramı tanımlayarak:

"dezenformasyon, enformasyonun değiştirilmesi, çevrilmesi, çarptırılması, saptırılması, suistimal edilmesi suretiyle politik amaçlarla kamuoyu düşüncesinin manipüle (yönlendirilmesi) edilmesidir." şeklinde ifade etmiştir. Erdoğan, vd. (2022: 12) dezenformasyonu, bilgi düzensizliği ve post-truth dönemin koşulları çerçevesinde dezenformasyonu yayan aktörlerin sayısının arttığını belirterek: "Bunlar arasında en çok dikkat çekenler bağımsız troller, profesyonel troller, botlar, siborglar, sahte haber siteleri, komplo teorisyenleri, partizan medya, siyasetçiler ve yabancı hükümetler olarak sıralanabilmekte." ifadesinde bulunmuştur. Dezenformasyon kavramı, bilginin belirli bir yönde kötü niyetli olma ve zarar verme amacıyla çarpıtılmasını içermektedir. Bahsedilen eylemler arasında komplo teorileri, dedikodular ve söylentiler aracılığıyla hedef alınan kişi, kitle, kurum ve devlet yıpratılmak hedeflenmektedir. Böylece dezenformasyonun "üretilen bilginin zarar verme motivasyonuyla üretilmesi" şeklinde bir özelliğinin bulunduğu ifade edilebilir.

1950'lerden itibaren dezenformasyon ve yalan haber yaygın olarak kullanılmaktadır (Taylor, 2016; Manning ve Romerstein, 2004). Özellikle siyasal çerçevede etkili olabilmek için bireyler, kitleler ve hükümetler vatandaşlarının uyumlarını sağlayabilmek için kamuoyuna sahte bilgiler servis edilmiştir. Dezenformasyon siyasiler tarafından onlarca yıl boyunca rakiplerine karşı bir güç unsuru olarak kullanılmıştır. Bu konuda önemli bir örnek olarak II. Dünya Savaşı'nda müttefik kuvvetlerince organize edilen ve yürütülen Koruma Operasyonu gösterilebilir. Soğuk Savaş dönemi sonuna kadar olan süreçte halkı ve hükümeti yanlış yönlendirmek için sahte, tahrif edilmiş bilgiler, gizli radyo istasyonları ve gazetelerde yayımlanan makaleler sıkça kullanılmıştır. Başka bir örnekte ise 1980'li yıllarda yoğun bir şekilde gerçekleşen, halkı HIV/AIDS'in ABD hükümetince gerçekleştirilen biyolojik bir silah olduğuna inandıran INFEKTION Operasyonu ile dezenformasyon yaratılmıştır (Boghardt, 2009). Çevrimiçi ortamda dezenformasyon yeni bir kavram olmamakla birlikte; teknolojideki gelişmeler ve yapay zekâ, dezenformasyon oluşumunu ve yayılmasını geliştirmiştir. Batılı ülkelerde seçim süreçleri üzerine yapılan araştırmalarda dijital devrimle birlikte, demokrasi ve siyasal yaşam üzerinde önemli etkilere sahip olduğu görülmüştür. Örneğin, 2016 yılında gerçekleştirilen ABD başkanlık seçimlerinde yapay zekâ ve algoritmaların kullanılması dezenformasyon yaratılması adına önemli sonuçlar doğurmuştur. Bu şekildeki siber faaliyetlerin, kamuoyu tercihlerinin oluşmasında etkili olduğu görülmüştür (İldem, 2021: 2).

3. YAPAY ZEKÂ

İnsanlık tarihinde yaşanan değişimler, teknoloji ve ona bağlı olaylar etrafında oluşmuştur. En önemli teknolojik gelişmelerden birisi olarak (Say, 2018: 12) görülen yapay zekâ; üretim biçimleri, iş modelleri, ekonomik sistemler, insan ilişkileri gibi pek çok önemli değişikliğe temel oluşturmuştur. Yapay zekâ çeşitli bilim dalları ile ilişki içinde bulunduğundan üzerinde anlaşılan bir tanımı bulunmamaktadır. Ancak farklı alanlardan gelen bilim insanlarının üzerinde durduğu 'insan', 'zekâ' ve 'makine' üçgeninde kavramın şekillendiği söylenebilir. Edward Fredkin dijital fiziğin öncülerinden biri ve bilgisayar uzmanı olarak, insanlık tarihi için üç önemli olayla birlikte anılmaktadır. Bunlardan ilki evrenin oluşumu, ikincisi yaşamın başlangıcı ve üçüncüsü ise yapay zekânın doğmasıdır (Roston, 2019).

Kavram için yapılan tanımlamalardan birinde yapay zekâ, insan üretimi makinelerin insan zekâsına benzer şekilde işlev göstermesi, şeklinde ifade edilmiştir. Yapay zekânın insan zekâsından temel farkı ise yapay olmasıdır. İnsan beyni, doğal bir zekâ ile çalışırken aynı şekilde kendi öz farkındalıkları ve duygusal boyutları bulunmaktadır. Başka bir tanımda

Russel ve Norvig (2009) yapay zekâyı, insanların biyolojik beyinleriyle gerçekleştirmiş olduğu düşünme, öğrenme, problem saptama-çözme, iletişim kurma, algılama ve karar verme vb. insan zekâsına özgü yeteneklerinin makinalara aktarılması ve taklit ettirilmesi biçiminde ifade etmiştir. Nabiyev (2012: 25) ise yapay zekâyı bir bilgisayarın ya da bilgisayar denetimli makinenin genellikle insana özgü nitelikler olduğu varsayılan akıl yürütme, anlam çıkartma, genelleme ve geçmişteki deneyimleri öğrenme şeklinde performans isteyen süreçlerin yerine getirilmesi yeteneği olarak tanımlanmıştır.

Yapay zekâ programları günümüzde kullanıcıların birçok bilişsel yeteneğini tahmin edebilmekte, bazılarını tümü ile otomatik bir hale getirebilmekte hatta bazı becerilerde insanları aşabilmektedir (Nilsson, 2018: 601). Özellikle modern dönemle birlikte oyunlar, robotlar, nesnelerin interneti, navigasyonlar, iş uygulamaları, çeviri araçlar, ses ve yüz tanımalar vasıtasıyla otomatikleştirilmiş alışverişler şeklinde uygulamalar, yapay zekânın ilerlemesinde önemli aşamalar olarak değerlendirilmiştir. Ancak yapay zekânın gelişiminin devam ettiği göz önünde bulundurulduğunda, gelişiminin yarısına dahi gelinmediğini söyleyenler bulunmakta ve bu görüşe sahip olanların sayısı, kullananların sayısı ile birlikte artış göstermektedir. Kelly (2017: 51) yapay zekâyı kullanan insanların sayısının arttıkça yapay zekânın kendisini daha da geliştirerek kapasitesinin artacağını belirtmektedir. Yapay zekânın özelliklerinin artmasıyla birlikte kullanıcı sayısının artacağı bir süreç ile karşı karşıya kalınacaktır.

Herhangi bir yapay zekâ programı ile birlikte ortalama bir haberciden daha fazla bilgiye erişilmektedir. Yapay zekâ tarafından yazılan hikâyeler, verilen cevaplar, oluşturulan içeriklerin bir insan tarafından oluşturulup oluşturulmadığı dahi tam olarak bilinememektedir. Böylece yapay zekânın erişmiş olduğu verilerden, çeşitli yazılı ve görsel haberler üretilmektedir. Yapay zekâ geçmişteki verileri analiz ederken saniyeler içerisinde milyarlarca veriye ulaşmakta ve dünyadaki gelişmelerden habercilerden daha fazlasını bilmektedir. Fakat yapay zekâ, kendisi için kodlananlar doğrultusunda bir içerik üretmektedir. Ayrıca yapay zekânın üretmiş olduğu bir haber, editörler kontrol ettikten sonra yayına girmektedir. Fakat rutin haberlerin basit bir dilde ve kısa bir geçerliliği bulunan, güncelliğini yitirmesi mümkün olmayan haberlerin tamamen yapay zekâ ile insan müdahalesi olmadan üretilmekte ve servis edilmektedir. Örneğin, üzüm sirkesinin yararları hakkında bir haberin ya da ilginç mimarisi olan bir yerleşim yerinin belirtildiği haberler görsellerle birlikte bir yapay zekâ programı ile basit, anlaşılır ve mantıklı bir formatta hazırlanabilmektedir. Yapay zekânın üretmiş olduğu içerikler belli bir zamana kadar haberci kadar etkili bir dille yazılmamıştır. Haberler kimi zaman hesap hatalarını, yazım hatalarını veya mantık hatalarını beraberinde getirmiştir. Bu noktada editörler devreye girmiş ve yapay zekânın üretmiş olduğu içeriklerdeki hataları düzeltip yayına hazır hale getirmişlerdir. Bu durum göstermektedir ki yapay zekânın otonom bir şekilde, önemli olan haberleri, araştırma gerektiren haberleri, mükemmel olarak üretmesi ve kendi kendine yayınlayabilmesi için yeterli düzeye gelmesini beklemek gerekmiştir.

4. DEZENFORMASYON ARACI OLARAK YAPAY ZEKÂNIN TOPLUMSAL ETKİLERİ

Yapay zekânın bilgi aktarımında kullanılırken; bir yandan üretilen bilginin dezenformasyon yaratması toplumsal açıdan bir takım sonuçlar doğurmaktadır. Çevrimiçi ortamda haberlerin yapay zekâ ile üretilmesinde algoritmaların kullanılması, haber üretiminin McDonaldlaşmasına neden olmaktadır. Burada kastedilen algoritmalar tarafından oluşturulan içeriğin son derece basit olduğunun görülmesidir. Böylece içerikte nitelik geri

plana itilmekte ve nicelik ön plana çıkartılmaktadır. Bu durum okuyucunun beklentilerini ve memnuniyetini göz ardı etmektedir. Fakat içerik ve haber üreten kuruluşların asıl görevi ise nitelikli içeriğin oluşturulmasıdır. Burada niteliğin düşük fakat 'bol miktarda', 'hızlı' ve 'basitleştirilmiş' içeriğin ön plana çıkartıldığı üretime vurgu yapılmaktadır. Haberler de okuyucular tarafından yüzeysel bir şekilde okunup tüketilen otomatlar olarak görülmektedir.

Teknoloji günlük hayatın her alanına sirayet etse de pek çok kullanıcı yanlış çalışma, teknik bir arızaya sebebiyet verme gibi durumları göz önünde bulundurmakta ve teknolojiye tam olarak güvenmemektedir. Çevrimiçi ortamda web siteleri ve sosyal medya üzerinden çekilen verilerin, yapay zekâ aracılığıyla gerek izinsiz bir şekilde işlenmesi gerekse de doğruluğu teyit edilmeden kullanılması gizlilik ve hukuki konularda sorunlar yaşanmasına neden olabilmektedir. Siber saldırılar, deepfake ile yüz ve ses değiştirme teknolojileri ile üretilen on binlerce kurmaca videonun dolaşımda olduğu düşünüldüğünde otomatik olarak içerik üretebilen yapay zekâ teknolojilerinin dezenformasyon yaratacak içerikler üretmesine neden olabilmektedir.

İçerik üretiminde metinlere yazar tarafından kazandırılan derinlik ve analiz yeteneği, içeriği oluşturanın isminin bulunması, okur ve yazar arasında insani bir diyalog, sıcak bir iletişim kurulmasını sağlamaktadır. İçeriklerin yapay zekâ ve algoritmalar tarafından üretilmesiyle birlikte haberler ruhsuzlaşmakta; insani ve insan odaklı olmayan yüzeysel bir habercilik pratiği meydana gelmektedir. Haberlerin takip edilmesi yalnızca olayı öğrenmek için değil; aynı zamanda kullanıcı beğenmeyi, takip etmeyi, iletişim kurabilmeyi istemektedir.

Yapay zekâ teknolojinin hayatımıza girmesi ile birlikte etik konusu da tartışmaya açılmıştır. Dijital ortamda verilerin toplanması ve yapay zekâ tarafından işlenerek kullanılması etik kuralları ve ahlaki boyutlarının değerlendirilmesini beraberinde getirmiştir (Şahin, 2021: 104-105). Yapay zekâda şeffaflık ve güvenirlik konularındaki tartışmalar uzun zamandır sürmektedir. Yapay zekâ veri havuzundaki bilgilerle birlikte öğrenmeye devam etmekte ve ön yargıların pekişmesine temel oluşturmaktadır. Kullanıcılar ilgi alanlarını, kişisel bilgilerini çevrimiçi ortamda paylaşarak verilerin havuzda birikmesine katkı sağlamaktadır. Toplanan bu verilerin tam olarak ne şekilde kullanıldığı ise bilinememektedir (Şahin, 2021: 114). Çözüm konusunda yapay zekâ ile oluşan sorunlar ve ön yargıların önüne geçebilmek adına Google, Amazon, Microsoft gibi teknoloji şirketleri etik kodlar hazırlamışlardır. 2018 yılında Microsoft'un yapay zekâ ile ilgili etik kodlar hazırladığı ayrıca Almanya'da Facebook tarafından yapay zekâya bağlı "Etik Araştırma Birimi" kurulmuştur (Vincent, 2019). Alınacak önlemlerin nasıl olması gerektiğinin yeterince belirtilmediği, bu durumun yalnızca teknolojik açıdan değil; toplumsal açıdan da değerlendirilmesi gerektiği üzerinde durulmalıdır. Ancak uygulamalar yapay zekâ konusundaki etik tartışmaları dindirmemiş, yöneticilerin etik ihlaller konusunda önlemler almalarını gerektirmiştir.

Open AI firmasının 2022 yılının son çeyreğinde erişimine açtığı Chat-GPT'nin kullanım alanı çok geniş olmakla birlikte programlama ve yazılım işleri ile bir film ve tiyatro senaryosu dahi yazabilmektedir. Tüm bunların ötesinde Chat-GPT, bir insanla konuşur gibi mesajlaşabilmekte ve gerçek anlamda kaliteli cevaplar ve öneriler verebilmektedir (OpenAI, 2023). Diğer taraftan örneğin Chat-GPT'den finansal yatırım tavsiyesi istediğinizde, bu komutu reddetmektedir (Finansgündem, 2022). Kötü niyetli insanlara karşı örneğin, bir internet sitesini ele geçirmek veya virüs bulaştırmak gibi kötü amaçlı yazılım üretmek istediğinizde, program buna izin vermemektedir (Deger, 2023). Bir başka örnekte ise bu programlarda, kan, öldürmek, tecavüz, cinsellik, çıplaklık vb. birçok kelimenin kullanımı

yasaktır. Fakat bilişim teknolojilerine hâkim birçok kişinin bu yasakları aşması durumu olacaktır.

Yapay zekâ ile oluşturulan çeşitli videolar, fotoğraflar Deepfake teknolojisi kullanılarak, herhangi bir insanın yüzünün birkaç farklı açıdan yapay zekâ programlarına yüklenmesiyle cinsel, kriminal, vb. suç içeren videolar üretilebilmektedir. Örneğin, ABD'de ünlü bir çevrimiçi yayıncı olan QTCinderella takma adlı Blaire isimli bir kadının yüzü, çeşitli yetişkin sitelerinde kullanılmış ve bu videolar hızla yayılmıştır. Bunun gibi birçok şikâyet söz konusu olmuştur (Ekpunobi, 2023). Etik olmayan bir durum olan bu örnek olaylar, yapay zekâ ile üretilen içeriklerin yaratmış olduğu dezenformasyon gerçekliğinin sorgulanmasına neden olmuştur.

5. SONUÇ

İçeriklerin yanlış veya doğru olmayan bir şekilde oluşturulması ile ortaya çıkan dezenformasyon; toplumsal ölçekte etik, siyasi ve sosyal problemlere neden olmaktadır. Günümüzde yapay zekânın pek çok alanda kullanılması ile içerik üretiminde de kendisine alan açmıştır. Yapay zekâ ile otonom bir şekilde oluşturulan içerikler, kişilerin kendi sorunlarını çözmesinin de ötesinde dezenformasyona neden olmaktadır. Gelişmiş yapay zekâ özellikleri ilk başta avantajlı olduğu birçok nokta bulunsa da kontrol edilmesinde bir noktadan sonra güçleşmiş ve kötü niyetli olarak kullanılmıştır. Bu durumun bir sonucu olarak etik, siyasi ve sosyal bağlamda birçok probleme neden olmaktadır. Bu problemlerin başında ise insan müdahalesini etkisiz kılan dezenformasyon içerikleri yer almaktadır. Yapay zekâ: büyük veriyi gözetlemesi, depolama, ağ trafiği ve işlem hacminin artması ile birlikte oluşan iş yükünün hafifletilmesinde önemli bir görevi yerine getirmektedir. Bu nedenle verinin bilgiye dönüştürülmesinde yapay zekânın gücünden etkin bir şekilde yararlanılmaktadır. Fakat ister kullanıcılar tarafından isterse de otonom bir şekilde kendi kendine neredeyse herhangi bir denetime bağlı kalmadan hareket eden yapay zekâ, çeşitli toplumsal problemleri beraberinde getirmiştir.

Bilgiye erişim ve toplumsal etkileşim son çeyrek yüz yıllık süreçte bilim kurgunun önüne geçerek günlük hayatın vazgeçilmezleri arasında yer almıştır. Dijitalleşmenin getirisi olan dönüşümler demokratik sistemler başta olmak üzere birçok yapıyı etkilemiştir. Yaşanan değişim ve dönüşümler beraberinde ortak iyiyi yaratmaya çalışırken; diğer taraftan da gelişmiş teknolojilerin yarattığı risklere karşı güvenilir yapılar henüz oluşmamıştır. Yaşamın her alanına dokunan teknoloji, toplumları kendisine bağımlı hale getirmiş ancak dezenformasyona karşı da açık tehdit olarak hedef olmuştur. Objektif bir şekilde medyadaki dezenformasyonla mücadelede yapay zeka sistemlerinin adaptasyonu; yasa yapıcılar, dijital platformlar, teyit platformları, bireysel kullanıcılar, ilgili diğer paydaşların tek veya mutlak bir çözüm olmasa da değişime açık ve kompleks bir yapı sunmuştur. Bu anlamda yapılacak düzenlemelerde yapay zekânın kullanıcı deneyimlerini ve yeni nesil dezenformasyonu anlamasını gerektirmiştir. Dezenformasyondan korunma noktasında en etkili çözümün tüm bireylerin yüksek eğitim, donanım ve bilinç düzeyinin artırılması ile aşılacağı varsayılmaktadır.

KAYNAKÇA

Akhtar, P., Ghouri, A. M., Khan, H. R., ul Haq, M. A., Auan, U., Zahoor, N., Khan, Z. & Ashrar, A. (2022). Detecting fake news and disinformation using artifical intelligence and machine learning to avoid supply chain distruptions. *Annals of Operations Research*, 327, 633-657.

Boghardt, T. (2009). Soviet Bloc intelligence and its AIDS disinformation campaign. *Studies in Intelligence, 53*(4), 1-24.

Bontridder, N. & Poullet, Y. (2021). The role of artificial intelligence in disinformation. Data & Policy, 3, 1-21.

Deger, C. (2023.01.14). Yapay Zekayı Kötü Yola Düşürdüm!. https://www.youtube.com/watch?v=FM16zBMAHK0&t=384s (E.T.: 28.04.2024)

Ekpunobi, A. (2023.02.02). *The AI Deepfake Horror Story: QTCinderella & Atrioc*. https://www.youtube.com/watch?v=lmggRY4P5bI&t=232s (E.T.: 20.04.2024)

Erdoğan, E., Uyan Semerci, P., Eyolcu Kafalı, B. & Çaytaş, Ş. (2022). İnfodemi ve Bilgi Düzensizlikleri: Kavramlar, Nedenler, Çözümler. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Finansgündem. (2022.12.15). Chat GPT, Yatırım Tavsiyesi Vermeyi Reddediyor. https://www.finansgundem.com/haber/chat-gpt-yatirim-tavsiyesi-vermeyi-reddediyor/1709334 (E.T.: 21.04.2024)

İldem, T. (2021). Dezenformasyona Karşı Toplumsal Dayanıklılık. İstanbul: Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi- EDAM.

Kelly, K. (2017). Büyük Teknolojik Dönüşüm: Geleceğimizi Şekillendirecek 12 Teknolojik Kuvvet (Çev. Ümit Şensoy) İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları.

Manning, M. J. & Romerstein, H. (2004). Historical Dictionary of American Propaganda. Greenwood Publishing Group.

Montoro-Montarroso, A., Canton-Correa, J., Rosso, P., Chulvi, B., Panizo-Lledot, A., Huertas-Tato, J., Calvo-Figueras, B., Rementeria, M. J. & Gomez-Romero, J. (2023). Fighting disinformation with artifical intelligence: Fundamentals, advances and challenges. Profesional de la Informacion, 32(3), 1-16.

Nabiyev, V. (2012). Yapay Zeka: Derin Öğrenme - Stratejili Oyunlar Örüntü Tanıma - Doğal Dil İşleme. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Nilsson, N. J. (2018). Yapay Zekâ Geçmişi ve Geleceği (Çev. Mehmet Doğan). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

OpenAI. (2023.12.16). Introducing ChatGPT Plus. https://openai.com/blog/chatgpt-plus (E.T.: 12.04.2024)

Roston, H. (2019). Science and Religion: An Introduction for Youth. Elm Hill.

Russel, S. & Norvig, P. (2009). Artificial Intelligence: A Modern Approach. California: Pearson.

Say, C. (2018). 50 Soruda Yapay Zeka. İstanbul: Bilim ve Gelecek Kitaplığı.

Şahin, Z. B. (2021). Yapay zeka uygulamalarının etik bağlamında değerlendirilmesi. F. Zengin ve B. Kapır (Ed.), *Yapay Zeka ve Medya* (ss. 103-128) İstanbul: Doruk.

Taylor, A. (2016). Before 'fake news,' there was Soviet 'disinformation'. The WashingtonPost. https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/11/26/before-fake-news-there-was-soviet-disinformation/ (E.T.: 28.04.2024)

Vincent, J. (2019). "The Problem With AI Ethics" https://www.theverge.com/2019/4/3/18293410/ai-artificial-intelligence-ethics-boards-charters-problem-big-tech (E.T.: 24.04.2024)

Yoloğlu, N. (2017). Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliş. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies, 2*(1), 8-15.

HAVACILIKTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN TÜRKİYE HAVACILIK SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

Ahmet Alper SAYIN[1] Mustafa ÜLKER[2] Galip Afşın RAVANOĞLU[3]

ÖZET

Sanayi devrimi ile birlikte oluşan kentleşme ve endüstriyelleşme ile doğal kaynaklar hızla tüketilmeye başlanmıştır. Sanayileşme ile ortaya çıkan çevre kirliliği gibi etkenlerin ekosistem üzerinde oluşan olumsuz etkileri olmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı bu etkenlerle birlikte oluşmaya başlamıştır. Havacılık sektörü oluşumundan bu yana sürekli olarak gelişmekte ve büyümekte olan bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişme ve büyüme ile birlikte çevresel, sosyal ve ekonomik sıkıntıların baş göstermesi özellikle son yıllarda küresel havacılığın gündemi haline gelmiştir. Bu noktada havacılıkta sürdürülebilirlik alanında önemli atılımlar yapılmaya başlanmıştır. Sürdürülebilirliğin en önemli konusu çevresel alanlarda yapılan çalışmalar olsa da sosyal ve ekonomik alanlarda da önemli atılımları olmaktadır. Havacılık sektöründe küresel anlamda özellikle ICAO ve IATA gibi havacılığın önemli kuruluşları sürdürülebilir havacılık alanında ülke ve işletmelere yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada havacılık sektöründe sürdürülebilirlik ve önemine, çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarına, günümüze kadar yapılan önemli adımlara ve Türkiye'de bu alanda yapılan çalışmalara bakılmıştır. Havacılık sektörünün gelişen yapısı küresel alanda önemli bir role sahiptir. Bununla birlikte sürdürülebilirlik alanında özellikle çevresel faktörler açısından olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu etkilerin en önemli parçaları ise CO_2 gazları ve gürültü kirliliği olarak karşımıza çıkmaktadır. ICAO ve IATA gibi örgütlerin önderliğinde sürdürülebilir havacılık alanında önemli atılımlar yapılmakta ve geliştirilmektedir. Türkiye'nin sürdürülebilirlik havacılık alanında geri planda kaldığı ve gelişmekte olduğu görülmektedir. Özellikle THY'nin bu alanda önemli atılımlar yaptığı, bazı havaalanlarının bu konu üzerinde yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı geniş bir alan kapsadığı ve uzun vadeli bir çalışma gerektirdiği için ülke bazlı çalışmalar gerektiren bir konudur. Günümüz teknolojilerini etkin bir şekilde kullanıp, yenilenebilir enerji kaynaklarına daha fazla yönelinmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Havacılık, Sürdürülebilirlik, Türk havacılık sektörü

SUSTAINABILITY IN AVIATION AND REFLECTIONS OF SUSTAINABILITY ON THE TURKISH AVIATION SECTOR

ABSTRACT

With the urbanization and industrialization that occurred with the industrial revolution, natural resources began to be consumed rapidly. Factors such as environmental pollution resulting from industrialization have negative effects on the ecosystem. The concept of sustainability began to emerge with these factors. The aviation industry has been a constantly developing and growing sector since its formation. With this development and growth, environmental, social and economic problems have become the agenda of global aviation, especially in recent years. At this point, important breakthroughs have begun to be made in the field of sustainability in aviation. Although the most important issue of sustainability is the studies carried out in environmental fields, there are also important breakthroughs in social and economic fields. In the aviation sector, globally important organizations of aviation, especially ICAO and IATA, assist countries and businesses in the field of sustainable aviation. In this

[1] Doç. Dr. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ahmetalpersayin@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2086-6763

[2] Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ulkerz1.802@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1698-3772

[3] Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, afsinravanoglu@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5485-4384

study, sustainability and its importance in the aviation industry, its environmental, social and economic dimensions, the important steps taken to date and the studies carried out in this field in Turkey are examined. The developing structure of the aviation industry has an important role in the global arena. However, it has negative effects in the field of sustainability, especially in terms of environmental factors. The most important parts of these effects are CO_2 gases and noise pollution. Under the leadership of organizations such as ICAO and IATA, important breakthroughs are being made and developed in the field of sustainable aviation. It is seen that Turkey remains behind and is developing in the field of sustainability aviation. It is observed that Turkish Airlines, in particular, has made significant breakthroughs in this field and some airports are focusing on this issue. Since the concept of sustainability covers a wide area and requires a long-term study, it is a subject that requires country-based studies. It has been concluded that today's technologies should be used effectively and more attention should be paid to renewable energy sources.

Keywords: Aviation, Sustainability, Turkish aviation industry

1. GİRİŞ

Toplumların ulaşmaya çalıştığı öncelikli hedeflerden biri, çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan sürdürülebilir olmaktır. Sürdürülebilirliğin en yaygın tanımı, Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre, sürdürülebilir kalkınma, "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma" şeklinde tanımlanmaktadır (Rodoplu ve Erdoğan, 2022: 3).

Sürdürülebilirlik kavramı, dünya kaynaklarının uzun dönemde tükenme endişesiyle ortaya çıkmış olup, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Roma Kulübü bildirgesiyle ön plana çıkmıştır. Yenilenebilir olmayan enerji kaynaklarının ve diğer doğal kaynakların tükenmesi ile çevre kirliliği, uluslararası iş birliğini gerektiren ve insanlığın tüm eylemleri için sınırlayıcı olması gereken sorunlar olarak öne çıkmaktadır (Alpman ve Göğüş, 2017: 2).

Sürdürülebilir kalkınma, sanayi devrimi ile başlayan ve halen devam eden, hammaddelerin işlenmesinde ekonomik fayda öngören ancak çevresel ve sosyal gelişmelere engel olan bir kavram olarak görülmüştür. 1968 yılında kurulan ve merkezi İtalya'nın başkenti Roma'da bulunan Club of Rome, insanlık, yaşam, ekonomi ve güvenli bir gelecek üzerine raporlar yayınlamıştır. Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'ne yaptırılan bir çalışmada ekonomi, çevre ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ortaya çıkararak sanayi sektörünün dikkatini çevre sorunlarına çekmiştir. Ancak, 20. yüzyılın başlarında kurulan derneklerin ve toplulukların temel amacı, insanların doğaya olan etkilerini en aza indirgemek hatta önlemektir (Duran, 2018: 3-4).

Hızla büyüyen nüfusun etkisiyle insanların sosyal ve ekonomik faaliyetleri artmış, ulaşım talebinin sürekli bir şekilde artmasına neden olmuş ve bunun sonucunda çevreye zarar vermeye başlamıştır. Bu durum, insanlığın kaynakları aşırı bir şekilde tüketmesine ve gelecek nesiller için kaynakların azalmasına yol açmaktadır. Sürdürülebilir gelişme ise doğal kaynakların akılcı yöntemlerle kullanılmasını hem bugünkü hem de gelecek kuşakların hak ve yararlarının göz önünde bulundurulmasını amaçlayan çevreci bir dünya görüşüdür. Bu tanım, ulaşım sektöründe düzenlemelerin yapılmasını gerektirmektedir. (Çelik, 2021: 15).

2. HAVACILIKTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ÖNEMİ

Sürdürülebilir havacılık kavramı geniş kapsamda tartışılmaktadır. Bu konunun en belirgin görüşü "sürdürülebilir havacılık", teknolojik gelişmeleri ve uluslararası emisyon ticareti anlaşmalarını destekleyen uygulanabilir politikaların bir kombinasyonu olarak değerlendirilmektedir. Bu alandaki görüşler, yalnızca bilimsel bilginin farklı şekillerde yorumlanmasına veya politika araçlarının farklı şekillerde değerlendirilmesine değil, aynı zamanda farklı etik ve ideolojik inançlara, risk algılamalarına ve teknolojiye yönelik farklı tutumlara ve gelecek vizyonlarına dayanmaktadır (İğci, 2022: 149).

Havacılık sektörü, sürdürülebilir bir çevre ve toplum için en etkili olabilecek sektörlerden biri olmakla birlikte, sürdürülebilir gelişme hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır. Sürdürülebilir havacılığı sağlamak için Kyoto protokolü, birleşmiş milletler iklim değişikliği çerçeve sözleşmesi, hava taşımacılığının geleceği raporu ve enerji dosyası gibi politikalar belirlenmiş ve yasal çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. 1996 yılında OECD'nin düzenlediği Kanada Hükümeti'nin ev sahipliği yaptığı "Sürdürülebilir Ulaştırmaya Doğru" konferansı, sürdürülebilir ulaşım kavramının şekillendiği bir platform olmuştur. Bu konferansta, sürdürülebilir ulaşımın önemi vurgulanmış ve ulaşım sektöründe sürdürülebilirliği sağlamak için atılabilecek adımlar incelenmiştir. Özellikle, hızla gelişen sivil havacılık sektörünün

sürdürülebilir bir şekilde büyümesi için stratejiler tartışılmış ve sürdürülebilir havacılık kavramı bu bağlamda ele alınmıştır.

Yeşil Gökyüzü (Green Skies) Kuruluşu, dünya çapında havacılığın çevresel etkileri üzerine farkındalığı artırmak ve bilgi paylaşımını teşvik etmek amacıyla çalışan aktif bir Avrupa kuruluşudur. Bu kuruluş, gürültü azaltımı ve iklim değişikliği gibi konularda çalışmalar yapmaktadır. 2008 yılında Kuzey Amerika'da çevresel sorumluluk ve daha iyi havacılık uygulamaları konulu geniş bir konferans düzenlemiştir. Ulaştırma ve havacılık sektöründe sürdürülebilirlik yaklaşımlarındaki gelişmeler, diğer sektörlerde olduğu gibi 1970'lerden itibaren önemli çevre konferansları, çevre programları ve organizasyonlar sayesinde sağlanmıştır (Oto, 2011: 23-24).

Küresel havacılık pazarı, 2010 yılından COVID-19 salgını öncesine kadar sürekli büyüyen ve kar üreten bir sektördü. 2015'ten önce elde edilen gelirler, ortalama sermaye maliyetlerini aşmıştır. Ancak, 2020 yılında COVID-19 salgını yaşanmış ve ticari havacılık tarihindeki en zorlu krize neden olmuştur. Bu kriz havayolları, havalimanları ve hava yolculuğu deneyiminde değişikliklere yol açmıştır. Bu dönemde köklü değişimler yaşanırken devletlerin bu dönüşüme nasıl yanıt vereceği havacılık sektörünün sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, havacılık sektörünün sürdürülebilirliğini değerlendirmek için geliştirilen metodolojiler daha kritik bir hale gelmiştir. Örneğin devletlerin geçmişte yaptığı havayollarının serbestçe faaliyet gösterebilmesine izin veren anlaşmalar ve ülkeler arası hava yolu trafiğinin ve ağlarının artırılmasını teşvik eden politikalar, havacılık sektöründeki değişimin yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Havacılık alanında karbon ayak izini azaltmak ve çevre kirliliğini önlemek amaçlı yeşil girişimler pazarlanmaktadır. Bunun en önemli örneğini Federal Havacılık İdaresi (FAA) yapmıştır. Uçakların sera gazı emisyonunu azaltmaya yönelik politikaları zorunlu hale getirmiştir. Ulaşım sektöründeki fosil yakıt kullanımı, havacılık sektöründe önemli bir çevre sorunu haline gelmektedir. İnsan ve çevre sağlığına olumsuz etkileri olmakla birlikte kaynakların tükenmesi, iklim ve küresel sıkıntıları da doğurmaktadır. Bu durum işletme ve ülkelerin bu sorunlar için çözüm üretmesi gerekliliğini oluşturmaktadır (Topçu, 2023: 20-21).

3. HAVACILIKTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BOYUTLARI

Sürdürülebilirlik; ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç farklı boyutta ele alınmaktadır. Her bir boyutun kendine özgü bir önemi vardır ancak genellikle çevresel boyut daha çok bilinir ve işletmeler tarafından daha fazla uygulanır. Bunun nedeni, hükümetlerin uluslararası anlaşmalara katılarak çevresel boyutta yasal düzenlemeler getirmeleridir. Sürdürülebilirlik konusunun zorunlu hale gelmesi, işletmelerin konuya duyarlılıklarını ve uygulamalarını geliştirmesine neden olmaktadır. Ekonomik sürdürülebilirlik, işletmelerin varlıklarını ve karlılıklarını sürdürebilmek amacıyla ele alınan bir kavramdır ve önemsenerek uygulanmaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik boyutu ise genellikle büyük işletmeler tarafından daha fazla anlaşılan ve uygulanan bir konudur (Karakus vd. 2018: 173).

3.1. Ekonomik Sürdürülebilirlik

Ekonomik sürdürülebilirlik; işletmenin iş uygulamalarının ekonomik durum üzerindeki etkisini ifade etmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik, işletmenin büyümesine, ekonominin büyümesine ve onu desteklemeye katkıda bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle, işletmenin çevredeki sisteme onu zenginleştirecek şekilde sağladığı ekonomik değere odaklanır ve gelecek nesilleri destekleme yeteneğini teşvik eder (Alhaddi, 2015: 8).

Ekonomik sürdürülebilirlik, üretimdeki engelleri kaldıran, mal ve hizmet üretiminin devamlılığını önemseyen ve borçların yönetilebilir düzeyde sürdürülebilirliğini değerlendiren bir tanımlamayı içermektedir. Hammadde tedarikçilerinden nihai tüketiciye kadar olan süreçlerin tamamında sürdürülebilir faaliyetlerin yürütülmesi gerekmektedir. Sadece kar elde etmeye odaklanmak, ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaz. Örneğin, biyodizel yakıtının kullanımında, yakıtı oluşturan tarım ürünlerinden başlayarak tüketiciye ulaştırılmasına kadar geçen süreçte kullanılan ekipmanların sürdürülebilir olması, yakıt tüketimini azaltarak ekonomik sürdürülebilirliğe destek olacak ve karbon salınımını azaltacaktır (Başakcı, 2023: 17).

Havacılık endüstrisinde, ileri teknoloji gerektiren uçak piyasasına giriş yüksek maliyetlidir bu da pazar giriş bariyerini yükseltir. Uçak üreticilerinin AR-GE çalışmaları, havacılık endüstrisi piyasasındaki rekabet dengelerini değiştirebilmektedir. Ürün farklılaşması düzeyi, yalnızca müşteri tercihleri ve dışsal etkenler tarafından değil, aynı zamanda şirketlerin sunduğu ürünlerin özellikleri, çeşitliliği ve kalitesi tarafından da belirlenmektedir. İşletmeler; uzmanlık, araştırma, teknoloji ve pazarlar için üniversitelerle veya daha büyük firmalarla iş birliği yapmalıdır; çünkü yalnızca teknolojik yenilik kapasitesine sahip olmak, bir işletmeye tam bir pazar hakimiyeti sunmamaktadır (Tokel, 2023: 68).

3.2. Sosyal Sürdürülebilirlik

Sosyal sürdürülebilirlik; emeğe, sermayeye ve topluma faydalı ve adil iş uygulamalarının yürütülmesini ifade etmektedir. Buradaki fikir, bu uygulamaların topluma değer sağlaması olmaktadır. Bu uygulamalara örnek olarak adil ücretler ve sağlık sigortası sağlanması verilebilir. Bunun dışında topluma karşı iyi olmanın ahlaki yönünün göz ardı edilmesi ve sosyal sorumluluğun göz ardı edilmesi performansı kötü yönde etkileyebilmektedir (Alhaddi, 2015: 8).

Sosyal sürdürülebilirlik, bireylerin insanca yaşama, insanca çalışma, adil kaynak paylaşımı ve eşit fırsatlara erişim hakkını içermektedir. Eğer fırsat eşitliği sağlanamazsa, toplumsal huzur ve refahtan bahsetmek olanaksızdır. Bu tür dengesizlikler ekonomik faaliyetlerde istenmeyen sonuçlara yol açabilmektedir. İşletmeler sosyal sürdürülebilirlik kapsamında, faaliyet gösterdikleri bölgelerde ve toplumlar için yarattıkları faydaya odaklanmalıdır. Bununla birlikte, çalışanlara sağladıkları refah ile sundukları mal ve hizmetin güvenliğini de garanti etmelidirler (Duyguvar, 2018: 58).

İşletmelerin topluma karşı sorumlulukları sadece mali açıdan şeffaf olmayı değil, aynı zamanda toplumla iletişim kurarak bilinçlilik düzeyini artırmayı amaçlayan çeşitli faaliyetleri ve etkinlikleri de içermektedir. Bu tür faaliyetler, toplumun sektörü benimsemesine ve desteklemesine yardımcı olabilirken şirketlerin eşitlik, etik ve dürüstlük ilkelerine dayalı itibarlı bir kurum kültürü oluşturarak gelecek nesillere aktarılmasına da katkı sağlayacaktır.

Havacılık sektöründeki işletmeler, müşteri taleplerini karşılamak için AR-GE faaliyetlerine ve yenilikçi çözümlere odaklanarak müşterilerine katma değer sağlamakla sorumludurlar. İş ortamında hızla ilerleyen ve devamlı değişen teknolojik gelişmeler, iş gücünün yıpranmasına neden olabilmektedir. Teknoloji sadece ekonomik verimliliği artırmakla kalmaz, aynı zamanda işletmelerin faaliyet şekillerini de değiştirebilir. İşletmeler müşterileri, çalışanları, yatırımcıları ve tedarikçileri ile kurdukları sağlam kurumsal iletişimler aracılığıyla şirketlerini dönüştürmeye yönelik geliştirme çalışmalarını sürdürmektedirler. Havacılık sektörü eşitlik

sağlanması, bireylerin ve toplumun sosyal mutluluk düzeylerinin artırılması ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesinde etkili bir rol oynamaktadır (Tokel, 2023: 66).

3.3. Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevresel sürdürülebilirlik, her türlü faaliyetin gelecek nesiller için çevrenin korunması ve kaynakların verimli kullanılması konularına odaklanması anlamına gelmektedir. Bu kavram küresel ısınma, ekolojik sorunlar, atık yönetimi, kirlilik ve emisyon kontrolü gibi konuları içinde bulundururken aynı zamanda doğal kaynakların kalitesi ve miktarı, çevre, enerji ve kaynak kullanımındaki tasarruflar, alternatif enerji üretimi gibi konuları da kapsamaktadır. Çevresel sürdürülebilirliği sağlamak için, çevre yönetimi sistemleri ve yeşil tedarik zinciri uygulamaları gibi yaklaşımların araştırmaları giderek artmaktadır. Bu yönetim uygulamaları, temel olarak çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunurken dolaylı yoldan maliyetleri azaltmaya ve sosyal performansı artırmaya da yardımcı olmaktadır (Duyguvar, 2018: 58).

Hava taşımacılığı sektörü, havayolu taşımacılığına olan talebin artmasıyla sürekli olarak gelişmeye devam etmektedir. Bu taşımacılık şekli, küresel ekonomiye ve bölgelerin sosyal ve kültürel gelişimine katkıda bulunmasına rağmen, çevresel etkileri nedeniyle havaalanlarının gelişimini engelleyebilmektedir. Özellikle iklim değişikliği üzerindeki olumsuz etkileri ve yenilenemeyen kaynakların kullanımı nedeniyle, hava taşımacılığı çevresel sürdürülebilirlik açısından eleştirilen bir ulaşım yöntemidir. Çevresel etkileri en aza indirmek amacıyla havacılık sektöründe, uçak tasarımından havalimanlarının tasarımı, inşaatı ve işletilmesine kadar her alanda önemli çabalar sarf edilmektedir. Havacılık sektörüyle ilgili en önemli çevresel sorunlar; hava kirliliği, gürültü ve havacılıkta alternatif yakıt kullanımı olarak karşımıza çıkmaktadır (Karakus vd., 2018: 173).

4. ULUSLARARASI SİVİL HAVACILIK TEŞKİLATI (ICAO)

Hava taşımacılığı gibi, çevresel etkilerin egemen devletlerin sınırları içinde etkin bir şekilde kontrol altına alınamadığı sektörler için ulusal hedeflerin ve azaltma/sınırlama taahhütlerinin uygulanması zorlu bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Ulusal hedefler ve azaltma/sınırlama taahhütleri, uluslararası havacılık emisyonlarını açıkça kapsamamaktadır. Bu sektördeki bilgi sağlama görevi ise düzenli olarak Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü'ne (ICAO) verilmiştir (İğci, 2022: 160).

ICAO'nun sürdürülebilirlik alanında başlıca hedefleri; küresel sivil havacılık faaliyetlerinin olumsuz çevresel etkilerini, uçak motor salınımı ve uçak gürültüsünü olabildiğince en aza indirmektir. Bu hedefler doğrultusunda yeni veya yenilenmiş yöntemler kullanmakta ve havacılık alanındaki diğer uluslararası kuruluşlarla iş birliği yapmaktadır. Bu çalışmaları BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC) kapsamında gerçekleştirmektedir (Oto, 2011: 68).

Havacılık endüstrisi, yer hizmetlerinden uçuş operasyonlarına kadar sera gazı emisyonlarına neden olan bir sektördür. ICAO'nun 2016 yılında düzenlediği 39. kurul toplantısında, bu konuya odaklanarak uluslararası uçuşların tamamını kapsayan CORSIA Programı'nın aşamalı olarak uygulanmasına karar verilmiştir. Bu program, 2020'den itibaren 2050'ye kadar olan süreçte havacılık kaynaklı karbon emisyonlarını 2005 seviyelerinin yüzde 50'sine düşürmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda, dört ana başlık üzerinde durulmaktadır.

- Sürdürülebilir düşük karbonlu alternatif yakıtların kullanımını içeren teknoloji
- Uçuş operasyonlarının verimliliğini artıran önlemler

- Altyapı iyileştirmeleri, modern hava trafik sistemleri
- Kalan emisyonların telafisi için küresel piyasa temelli tek bir pazarın oluşturulması.

Bu program ilk aşamada gönüllü olan ülkelerde uygulanmaya başlanmıştır. Seçilen ülkeler arasında Türkiye'nin bulunduğu havacılık faaliyetlerin yaklaşık %74 üne tekâmül eden 83 ülke bulunmaktadır. CORSIA'nın 2035 yılına kadar raporlar hazırlaması ve 2035 yılında sonlandırılması planlanmıştır (Temel, 2022: 21).

5. ULUSLARARASI HAVA TAŞIMACILIĞI BİRLİĞİ (IATA)

IATA, 1945 yılında kurulan bir havayolu endüstrisi kuruluşudur ve temel amacı emniyetli, güvenli ve ekonomik hava taşımacılığını sağlamaktır. Havayolu taşımacılığı talebindeki artış, IATA'nın faaliyetlerinde büyümeye yol açmıştır. (Oto, 2011:70).

IATA, sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik hedeflerinin eşit derecede önemli olduğunu vurgulamakta ve sürdürülebilir kalkınma için bu üç boyuttaki hedeflerin dengelenmesini amaçlamaktadır. Havacılığın yenilenebilir olmayan kaynakları tüketmesi, iklim değişikliğine ve yerel gürültü sorunlarına neden olması gerçeğine rağmen, aynı zamanda küresel toplumun sürdürülebilir kalkınmasına büyük katkı sağladığına inanmaktadır. Bu doğrultuda IATA hem sürdürülebilir kalkınma hem de çevre sorunları üzerine çalışmalar sürdürmekte ve çalışmalarını Air Transport Action Group (ATAG) ve ICAO gibi havacılık örgütleri ile birlikte yürütmektedir (Temel, 2022: 20).

6. TÜRKİYE HAVACILIK SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

6.1. Türk Hava Yolları

Ekonomik boyut

Havacılık sektörünün dünya çapındaki büyüklüğü, küresel gayri safi milli hasılanın (GSMH) %3,4 ile %3,5 arasında değişen bir oranında seyretmektedir. Türkiye'nin havacılık sektörünün GSMH'ya katkısı incelendiğinde, yıllar içinde %3 ile %4 arasında değişen bir oranın korunduğu görülmektedir. Ancak, 2020 yılında Covid-19 pandemisinin etkisiyle keskin bir düşüş yaşanmıştır. 2021 yılı raporunda bu veriye yer verilmemiştir.

Türk Hava Yolları'nın (THY) uçuş noktaları ve sefer sayıları her yıl artarken, taşınan yolcu sayısında değişkenlikler yaşandığı gözlemlenmektedir. 2014 yılında 48 ülkeye sefer düzenleyen THY, 2021 yılında bu sayıyı 46 ülkeye çıkarmıştır. 2014 yılında 16 ülkeye sefer düzenleyen şirketin, 2021 yılında 26 ülkeye sefer düzenlediği görülmektedir. 2021 yılında THY'nin taşıdığı yolcu sayısının yaklaşık olarak 1 milyon 110 bin olduğu belirlenmiştir.

THY'nin kamu finansmanına katkısı yıllar içinde artış göstermiştir. Ancak, 2020 yılında Covid-19 pandemisi nedeniyle keskin bir düşüş yaşanmıştır. 2021 yılında ise tekrar artışa geçildiği gözlemlenmektedir. İstihdama katkı açısından da sektör genelinde ve THY özelinde olumlu bir eğilim görülmektedir, sektörün istihdama katkısı yıllar içinde sürekli artmıştır.

Türk Hava Yolları'nın istihdama katkısı 2020 yılına kadar artış göstermiş ancak 2020 yılında azalma eğilimine girmiştir. THY'nin Türkiye ihracatına katkısı ise yıllar içinde artış ve azalışlar göstermiştir, ancak 2018, 2019 ve 2020 yılları için bu veriler sunulmamıştır. Türkiye turizmine katkı açısından, hava taşımacılığı kullanan turistlerin oranı incelendiğinde %70 ile %77 arasında artış ve azalışlar olduğu gözlemlenmektedir (Karakuş, 2023:98).

Çevresel boyut

THY, ürün ve hizmet faaliyetlerini gerçekleştirirken sürdürülebilirlik ilkelerine dikkat etmektedir. Bu kapsamda çevresel etkileri en aza indirmek ve sürekli iyileştirme gibi hedefler doğrultusunda ilerlemektedir.

Çevresel etkiler, Çevre Boyutları ve Etkileri Listesi kullanılarak tanımlanmakta ve sınıflandırılmaktadır. Bu etkiler, belirlenen Çevre Politikası ilkeleri kapsamında yönetilmektedir. Mevcut ve potansiyel etkilerin yönetim süreci, uluslararası standartlarda sağlanmaktadır. Bu standartlar arasında 2013 yılından bu yana uygulanan ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Standardı ve 2020 yılından itibaren ise IATA çevre değerlendirme programı uygulamaya başlamış ve ıenva programı sertifikası almıştır. Bu sertifikayı alan ilk havayolu şirketi olmuştur.

Şirket, çevre yönetim faaliyetlerinde yasal düzenlemelere uyumu ön planda tutmaktadır. Bu kapsamda, faaliyetlerin sadece ilgili yasal düzenlemelere değil, aynı zamanda şirketin gönüllü olarak kabul ettiği taahhütlere de uygun şekilde yürütülmesi için takip ve kontrol faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (investor.turkishairlines.com).

Sosyal boyut

-Emniyet yönetim sistemi

Türk hava yolları, emniyet yönetim sistemi konusunda sektör içinde lider ve yol gösterici olma hedefi taşımaktadır. Pandemi dönemi sonrası normalleşme sürecinde uçuş emniyetini artırmak amacıyla sivil havacılık otoriteleri ile iş birliği devam etmiş, yer ve bakım emniyetine yönelik sistemsel düzeltmeler gerçekleştirmiştir. Bununla birlikte, operasyonel hizmet karşılayıcılarının performansını değerlendirme sürecinde yapılan düzeltmeler sonucunda, tedarikçi seçiminde daha yüksek emniyet ölçülerine uyan işletmelerle çalışma fırsatı elde sağlanmıştır. Uçak sayısının hızla artmasına paralel olarak uçuş öncesi, uçuş sırası ve uçuş sonrasında olabilecek her türlü güvenlik riskinin önlenmesi amacıyla kararlı adımlar atılmıştır.

-Emniyet Risk Yönetimi

Türk Hava Yolları, 2005 yılından bu yana IOSA Programı'na katılarak 2022 yılındaki denetimini başarıyla tamamlamıştır. Şirket, 2024 yılında yapılacak olan IOSA denetiminde de başarılı olmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte dış denetimlerin yanı sıra Kalite Güvence Başkanlığı tarafından planlı veya plansız iç denetimler düzenlenerek Emniyet Yönetim Sistemi'nin etkinliği değerlendirilmektedir.

-Uçuş Güvenliği

Uçuş güvenliğinin en üst seviyede sağlanması, ilgili bireylerin bilgi düzeyinin ve farkındalığının sürekli olarak artırılmasına ile orantılıdır. Bu çerçevede, şirket içinde çalışanlara yönelik uçuş güvenliği bilgilendirme ve iletişim çalışmaları, şirket içi araştırmalar ve eğitim programları düzenlenmektedir.

-İş Devamlılığı

Geniş bir coğrafyada önemli bir fiziki operasyon yürüten havayolu şirketleri için, uçak filosunun sürekli uçuşa elverişliliğini sağlamak iş devamlılığı açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, Türk hava yolları, sivil havacılık genel müdürlüğü onayıyla sürekli

uçuşa elverişlilik ve bakım kuruluşu olarak belgelendirilmiştir. THY, işletme ruhsatlarında (AOC) belirtilen tüm uçakların sürekli uçuşa elverişlilik ve bakım yönetimi faaliyetlerini titizlikle yerine getirmektedir. Bu çerçevede, filodaki hava araçları, işletim ömürleri boyunca her an geçerli uçuşa elverişlilik gerekliliklerine uygun ve güvenli işletim için uygun durumda olacak şekilde korunmaktadır.

-Dijital dönüşüm

Türk Hava Yolları, dijital dönüşüm alanında insan gücünü azaltarak, robotik sistemlerle daha fazla katma değer katmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, 2022 yılında bir dizi proje geliştirilmiştir. Şirket, iş süreçlerini inceleyerek geliştirmeyi amaçlayan robotik süreç otomasyon (RPA) çalışmaları yürütmektedir. Bu çerçevede, insanlar tarafından gerçekleştirilen işler, "metal yaka" olarak adlandırılan altı farklı robot kullanılarak çalışanların daha yaratıcı süreçlere yönlendirilmesi hedeflenmektedir

Müşteri memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti konusunda Türk Hava Yolları düzenli olarak anketler düzenlemekte ve uçak içi eğlence sistemi üzerinden de araştırmalar yürütmektedir. Ayrıca, düzenli aralıklarla yapılan Müşteri Deneyimi Yürütme Kurulu toplantılarında ve Müşterinin Sesi Raporları aracılığıyla Üst Yönetim ile de sonuçları paylaşmaktadır. Bu anket ve toplantıların geri bildirimleri üzerine müşteriye daha iyi hizmet verebilmek için gerekli çalışmalar yürütmektedir. 2022 yılı müşteri memnuniyeti oranı %83 olarak görülmüştür (cdn.turkishairlines.com).

6.2. Sürdürülebilir Havalimanlarının Ön Şartları

Sürdürülebilirlik kavramı her kurum, şirket ve kişi için farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Her birimin kendi ölçütleriyle bu kavramı değerlendirmesi anlaşılabilir bir durumdur. Ancak, bu tanımların herkes tarafından kabul edilebilir olması önemlidir. Airports Council International (ACI), sürdürülebilirliği, "Havalimanlarının ekonomik gücünü, işletme verimliliğini, doğal kaynakların korunmasını ve sosyal sorumlulukların bütünsel bir yaklaşımla yönetilmesini" şeklinde tanımlamaktadır. Airports Cooperative Research Program (ACRP) ise sürdürülebilirliği, "Havalimanlarının yönetimini içeren çeşitli uygulamaları kapsayan geniş bir konsept" olarak tanımlamaktadır.

Türkiye'nin önde gelen havalimanı işletmecilerinden TAV, sürdürülebilirliği raporunda, çevrenin korunması ve sosyal gelişime katkı sağlama amacıyla uzun vadeli fayda yaratmayı vurgulamaktadır. Şirket ekonomik, çevresel ve sosyal etkilerin yönetimini içeren üçlü yaklaşımı benimseyerek, faaliyetlerini bütüncül bir çerçevede ele aldığında kurumsal yaratıcı gücünü geliştireceğine inanmaktadır (Dalkıran, 2018: 91).

6.3. İstanbul Havalimanı (İGA) Sürdürülebilirlik Çalışmaları

İGA Sürdürülebilirlik planlarının önemli bir parçası olan 2030 hedefleri, daha adil, sağlıklı ve sürdürülebilir bir dünya ve mobilite sektörü için attığı adımların ana hatlarını çizmektedir. Bu hedeflerin ana başlıkları şunlardır:

- Enerji verimliliğini arttırmak ve karbon ayak izini azaltmak.
- Atık yönetimini iyileştirmek ve atık miktarını azaltmak.
- Su kullanımını optimize etmek ve su kaynaklarını korumak.

- Çevresel etkileri azaltmak için inovasyona yatırım yapmak.
- Sosyal sorumluluk projeleri ve toplumsal katılımı arttırmak.
- Enerji, emisyon azaltımı yenilenebilir enerji kullanımı elektrikli araç kullanımı
- Malzemeler ve su, suyun verimli kullanımı sürdürülebilir malzemelerin kullanımı.
- Tesisler, yenilenebilir enerji kullanımı yağmur suyu toplama sistemleri kullanımı atık toplama ve ulaşım kaynaklı emisyonların azaltımı.
- Süreçler, dijital, robotik ve otomatize süreçlerin artırımı iş kazalarının önlenmesi.
- Çalışanlar, cinsiyet eşitliğini destekleyen, çeşitlilik ve kapsayıcılık ilkeleri ile oluşturulmuş iş gücü çalışan refahını, gelişimini destekleyici uygulamaların artırımı sürdürülebilirlik kültürünün oluşturulması.
- Topluluk, sosyal yatırım programı ile dezavantajlı grupların, bölgesel kalkınmanın, kadınların, gençlerin, girişimciliğin desteklenmesi havacılığın çevresel etkisini azaltacak uygulamaların desteklenmesi.
- İga art ile sanatın desteklenmesi.
- Havacılık / mobilite hizmetleri, emisyonsuz havacılığa destek olan uygulamaların desteklenmesi mobilite entegrasyonu havacılık becerilerinin geliştirilmesi atık suyun yeniden kullanımına imkân sağlayacak uygulamaların geliştirilmesi atık azaltımı ve geri dönüştürülen atık oranı artırımı; bu konuda bilinç yaratılması.
- SAF (Sustainable Aviation Fuel) hizmetleri için gerekli uçtan uca altyapının oluşturulması; havayolları ve yakıt üreticilerinin SAF hedeflerine uygun şekilde altyapının geliştirilmesi.
- Vertiport ve/veya benzeri taşıma/entegrasyon seçeneklerinin bulunması.
- Havacılık becerilerinin erişilebilir ve yeterli olması.
- Multimodal ulaşım araçlarının havalimanı/şehir bağlantısını güçlendirecek şekilde geliştirilmesi; havacılık seyrüsefer yolcu güvenliği ve konforu, uçuş güvenliği ve operasyonel emniyet unsurları içinde yenilikçi hareketlilik konseptine yönelik operasyonel yönetmeliklerin ve regülasyonların geliştirilmesine katkıda bulunmak.

3. SONUÇ

Sürdürebilirlik kavramı ikinci dünya savaşı ile birlikte önem kazanmış, olası gıda ve petrol krizleri göz önüne alınarak adımlar atılmaya başlanmıştır. Sanayi Devrimi ile birlikte sürdürülebilir kalkınma kavramı ortaya çıkmış fakat çevre ve sosyal kalkınma ön planda tutulmamıştır. 20. Yüzyılın başlarında kurulan derneklerle birlikte çevre ve sosyal kalkınma sürdürülebilirlik kavramıyla özdeşleşmeye başlamıştır. Sürdürülebilirlik kavramı kısaca mevcut kaynakların gelecek nesillere aktarımı olarak tanımlanmaktadır. Nüfusun hızla büyümesi ile birlikte insanların ulaşım araçlarına olan talebinin artması, kaynakların da hızlı bir şekilde tüketilmesine yol açmaktadır. Her sektörde olduğu gibi ulaşım sektöründe de gelecek nesiller göz önüne alınarak sürdürülebilirlik alanında adımlar atılmaya başlanmış ve düzenlemeler oluşturulmuştur.

Havacılık sektörü sürülebilir kalkınma alanında etkili olabilecek sektörlerin başında gelmektedir. Sürdürülebilir havacılık kavaramı ilk kez 1996 yılında OECD (Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü)'nin düzenlediği bir konferansta ele alınmış ve sürdürülebilir havacılık için önemli adımlar atılmıştır. Küresel bir sektör olan havacılık sektörü sürdürülebilirlik alanında da ulusal stratejilerin yanı sıra uluslararası stratejileri de içinde bulundurmaktadır. Bu alanda ICAO ve IATA gibi uluslararası havacılık örgütleri sürdürülebilirlik alanında önemli çalışmalar yürütmektedirler. Havacılık sektörünün özellikle çevresel kirlilik alanında olumsuz yanlarının olması bu örgütlerin bu alanda daha fazla strateji oluşturmasına yol açmaktadır. ICAO'nun fosil yakıt kullanımından ortaya çıkan sera gazı emisyonu gibi etkiler üzerinde oluşturmuş olduğu programalar bulunmaktadır. Bunların başında gelen CORSIA programı yalnızca sera gazı emisyonu olmamakla birlikte, uçuş operasyonları, alt yapı iyileştirmeleri gibi birçok alanda çalışmalar yürütmektedir. Gönüllü ülkelerin katılımıyla başlayan bu programa Türkiye'de dahil olmuştur. Program 2050 yılına kadar karbon salınımında önemli azalmalar sağlamayı planlamaktadır. IATA da ICAO ile iş birliği halinde olup sürdürülebilirliğin üç boyutunun eşit düzeyde önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Türkiye havacılık sektöründe sürdürülebilirlik alanında yapılan çalışmalara Türkiye'nin en büyük havayolu şirketi olan Türk Hava Yoları ve en büyük havaalanı olan İGA (İstanbul Havaalanı) incelenmiştir. Türk Hava Yollarında ekonomik sürdürülebilirliğin pandemi dönemine kadar istikrarlı bir artış içinde olduğu pandemi döneminde bu durumda azalmalar yaşadığı görülmektedir. Çevresel boyut açısından bakıldığında uluslararası standartlara uyum sağlamaya çalıştığı ve bu alanda önemli sertifikalar aldığı görülmüştür. Sosyal boyut incelendiğinde emniyet, güvenlik, dijital ve müşteri memnuniyeti gibi konularda düzenli çalışmalar yürütüldüğü görülmektedir. Havaalanı sürdürülebilirliği alanında ise İGA standartlara uymaya çalıştığı çevresel atıkların azaltılması, enerji tasarrufu, sosyal sürdürülebilirlik çalışmaları, dijital dönüşüm ve sürdürülebilir havacılık yakıtı alt yapısı gibi konularda çalışmalar yürüttüğü görülmektedir.

Sonuç olarak gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak için, sürdürülebilir havacılık alanında uluslararası örgütler başta olmak üzere önemli adımlar atıldığı görülmektir. Bu süreçte yenilenebilir kaynak kullanımına dikkat edilmesi gerektiği görülmüştür. Türkiye havacılık sektörü incelendiğinde, sürdürülebilirlik alanında atılan adımlarda uluslararası örgütlerin yanında devletin de havayolu şirketlerine ve havaalanlarına olabildiğince katkı sağlaması gerektiği görülmüştür.

KAYNAKÇA

Alhaddi, H. (2015). Triple bottom line and sustainability: A literature review. Business and Management studies, 1(2), 6-10.

Alpman, E. & Göğüş, A. Y. (2017). Havacılıkta sürdürülebilir gelişme göstergeleri. Sürdürülebilir Havacılık Araştırmaları Dergisi, 2(1), 1-11.

Başakcı, T. (2023). Havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicinin kabulünü etkileyen unsurların belirlenmesi (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

Çelik, B. (2021). Sürdürülebilir havalimanı yolcu terminal binaları için ulusal ölçekte bir tasarım modeli önerisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü

Çelik, F. & Görgülü, Ş. T. (2021). Havalimanı Terminal Binalarında Sürdürülebilirliğin LEED Sertifikası Çerçevesinde İrdelenmesi. Megaron, 16(2).

Dalkıran, A. (2018). Havalimani Yönetimi ve Sürdürülebilirlik. Sürdürülebilir Havacılık Araştırmaları Dergisi, 3(2), 88-109.

Duran, B. (2018). Sürdürülebilirlik kavramının önemi, karşılaşılan sorunlar ve şirketlerin sürdürülebilirlik raporlarının incelenmesi (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Duyguvar, A. S. (2018). Sürdürülebilir lojistik merkezler için yer seçimi modeli.

https://cdn.turkishairlines.com/m/539ee18412749d30/original/2022-Surdurulebilirlik-Raporu.pdf 28.04.2024

https://investor.turkishairlines.com/documents/surdurulebilirlik/thy2022tr_redacted.pdf 08.04.2024

https://www.igairport.aero/surdurulebilirlik/yesil-kutuphane/ 28.04.2024

İğci, T. (2022). İklim etiği, sürdürülebilirlik ve havacılık.

Karakus, G., Polat, L. & Karsigil, E. (2018). A Study Towards Understanding Perception of Environmental Sustainability in Turkish Aviation Industry. Journal of Management Marketing and Logistics, 5(3), 172-181.

Karakuş, G. (2023), Türk Hava Yolları Sürdürülebilirlik Raporları Üzerine Bir Araştırma.

Oto, N. (2011). Çevresel sürdürülebilirlik ve havaalanları: Esenboğa Havalimanı örneği (Doctoral dissertation, Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara).

Öztürk, N. (2019). Türkiyedeki havalimanlarının sürdürülebilirlik uygulamalarının AHP yöntemi ile değerlendirilmesi (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Rodoplu, Ö. Ü. H. & Erdoğan, A. G. P. T. (2022). Havalimanlarında Enerji ve İklim Değişikliği Konulu Çevresel Sürdürülebilirlik Uygulamalarının İncelenmesi.

Temel, N. Ü. (2022). Türkiye'Nin Sivil Havacılık Politikalarının Küresel Sürdürülebilir Havacılık Kapsamında Değerlendirilmesi (Doctoral dissertation, Marmara Universitesi (Turkey)).

Tokel, H. (2023). Uluslararası Sürdürülebilir Havacılık Endüstrisi: Türk Havacılık Sektörüne Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Topçu, G. (2023). Havacılıkta Sürdürülebilirliğin Uluslararası Literatürdeki Yeri Üzerine Bibliyometrik Analiz. International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR), 10(99), 2419-2428.

Torum, O. & Yılmaz, A. K. (2009). Havacılıkta Sürdürülebilirlik Yönetimi: Türkiye'deki Hava Limanları İçin Sürdürülebilirlik Uygulamaları Araştırması. Journal of Aeronautics And Space Technologies, 4(2), 47-58.

D-8 ÜLKELERİNİN LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİ VE TÜRKİYE AÇISINDAN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Ahmet Alper SAYIN[1] Galip Afşın RAVANOĞLU[2] Aslı YERLİ[3]

ÖZET

Hızla gelişmekte olan küreselleşme ve teknolojinin de etkisiyle birlikte ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmada önemli bir rol oynayan lojistiğin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Lojistik faktörü rekabette üstünlük sağlamak isteyen ülkelerce vazgeçilmez bir unsur halini almıştır. Ülkelerin lojistik sektörlerindeki performanslarının bu denli önemli olması ve ticarette başarı sağlayabilmek amacıyla lojistik performans seviyelerinin ölçümünü gerektirmektedir. Bu ölçümü Dünya Bankası tarafından geliştirilen ilk olarak 2007 yılında açıklanan lojistik performans endeksini (LPI) kullanarak yapmak mümkündür. Yapılan bu çalışmalarda Dünya Bankası tarafından belirlenen 6 farklı kriter kullanılarak ülkelerin performans endeksleri açıklanmıştır. Bu kriterler gümrükleme ve gümrükleme sürecinin etkinliği, altyapı kalitesi, uluslararası taşımacılık, lojistik hizmetlerin yeterliliği ve kalitesi, sevkiyatların izlenme ve takip edilebilirliği, sevkiyatların planlanan teslimat süresi içinde alıcıya ulaşma sıklığı olarak sıralanmıştır. Ülkelerin lojistik performansları 1-5 arasında oluşan bir puanlama sistemiyle oluşturulmuştur. Bu puanlamanın 1 den 5'e yükselmesi ülkelerin diğer ülkelere göre rekabette büyük bir avantaj sağlamasına ve yabancı yatırımların ülkelerinde gerçekleşmelerine ortam hazırlamaktadır. Bu çalışmada Türkiye içinde oldukça önemli bir yere sahip olan lojistik performans endeksi kavramı tanımlanarak açıklanmıştır. Türkiye ve diğer D-8 ülkelerinin (Türkiye Endonezya, İran, Mısır, Pakistan, Malezya, Nijerya ve Bangladeş) performans değerleri analiz edilerek karşılaştırılması araştırmanın temel yapısını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında ulaşılan bilgilere 2007 yılından itibaren toplam 5 kez Dünya Bankası internet sitesinde yayınlanmakta olan LPI verileri kullanılarak ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda lojistik performans endeksi ve göstergelerinin ülkelere ve yıllara göre farklılıklar oluşturduğu gözlemlenmektedir. Türkiye'nin de lojistik performans endeksinde dalgalanmalar görüldüğü ve değişken bir yapıda olduğu sonucuna varılmıştır. Yapılan bu çalışmanın sonuçlarına bakılarak yapılacak olan akademik çalışmalara yardımcı bir çalışma niteliğinde olması ve ulaşılan sonuçlar doğrultusunda önerilerde bulunularak araştırmanın tamamlanması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik Performans Endeksi. D-8 Ülkeleri, Uluslararası Lojistik

LOGISTICS PERFORMANCE INDEX OF D-8 COUNTRIES AND COMPARATIVE ANALYSIS FOR TURKEY

ABSTRACT

With the influence of rapidly developing globalization and technology, the importance of logistics, which plays an important role in economic and social development, is increasing day by day. The logistics factor has become an indispensable element for countries that want to gain competitive advantage. The fact that the performance of countries in the logistics sector is so important requires the measurement of logistics performance levels in order to achieve success in trade. It is possible to make this measurement using the logistics performance index (LPI), developed by the World Bank and first announced in 2007. In these studies, the performance indices of countries were explained using 6 different criteria determined by the World Bank. These criteria are listed as the effectiveness of customs clearance and customs clearance process, infrastructure quality, international transportation, adequacy and quality of logistics services, monitoring and traceability of shipments, and the frequency of

[1] Doç.Dr. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ahmetalpersayin@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2086-6763

[2] Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, afsinravanoglu@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5485-4384

[3] Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, aslimbozdogan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4886-0566

shipments reaching the recipient within the planned delivery time. Logistics performances of countries were created with a scoring system between 1-5. Increasing this score from 1 to 5 provides countries with a great competitive advantage over other countries and creates an environment for foreign investments to take place in their countries. In this study, the concept of logistics performance index, which has a very important place in Turkey, is defined and explained. Analysing and comparing the performance values of Turkey and other D-8 countries (Turkey, Indonesia, Iran, Egypt, Pakistan, Malaysia, Nigeria and Bangladesh) constitutes the basic structure of the research. The information obtained within the scope of the research was obtained using the LPI data published on the World Bank website a total of 5 times since 2007. As a result of the research, it is observed that logistics performance index and indicators vary according to countries and years. It has been assumed that Turkey has a structure that varies due to fluctuations in its logistics performance. It is aimed to be an auxiliary study to further academic studies based on the results of this study and to complete the research by making suggestions in line with the results obtained.

Keywords: Logistics Performance Index. D-8 Countries, International Logistics

1. GİRİŞ

Her geçen gün gelişen ve gelişmekte olan teknoloji ve buna bağlı olarak büyüyen küreselleşme, işletmelerin sürdürebilirliğini koruması açısından bazı kavramlara dikkat etmelerini öngörmektedir. Lojistik kavramı ise bunların başında yer almaktadır. Lojistik, bir takım girdilerin en hızlı ve sorunsuz bir şekilde tüketim noktasına kadar ulaşabilmesi ve müşteri memnuniyetinin en üst düzeyde tutulması açısından işletmeler için olmazsa olmaz bir süreçtir.

Lojistik performans endeksi ise ülkelerin lojistik durumlarını değerlendirmede kullanılan bir analiz sistemler bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Lojistik performans endeksi, ülkelerin bulunmuş oldukları konumları belirleyip kendi öz analizlerini yaparak daha iyi seviyelere getirebilmek, diğer ülkelere oranla rekabet avantajları elde edebilmek için gerekli olan kıyaslamaları yapmalarını sağlayan bir rapordur. Uluslararası işletmeler yatırım için kendilerine ülke seçeceğinde lojistik performans puan değerlerine bakarak yatırım kararı vermektedirler. Bunun yanında ülkelerin GSYİH'larına da büyük katkılarda bulunmaktadır.

Ülkeler arasında oluşan bu ticaretin daha anlaşılabilir ve daha kolay bir şekilde yapılabilmesi için lojistik performans endeksi verilerine başvurulmaktadır. Bu ticaret ortamında ülkeler lojistik sektörüne gereken önemi vermeli ve lojistik performans puanlamasında geride kaldıkları alanları belirleyerek bu alanlar üzerinde çalışma yaparak kendilerini geliştirmelidirler.

Bu çalışmada D-8 ülkelerinin lojistik performans verileri incelenmiş ardından karşılaştırmalı analizlerine yer verilmiştir. Bu araştırmada Dünya Bakası tarafından oluşturulan ve Dünya Bankası'nın internet sitesinde yer alan lojistik performans endeksi verileri kullanılmıştır.

2. LOJİSTİK KAVRAMI

Lojistik kavramı ilk olarak askeri alanda araçların hareketlerini anlatabilmek amacıyla kullanılmış sonrasında da günümüzde ki anlamına kadar gelmiştir. Lojistik kısaca malzemelerin, ürünlerin, hammaddenin, ara malların ve hizmetlerin bir noktadan diğer bir noktaya ulaştırılmasının ve bunların geri dönüşlerinin sağlanmasını ifade eden tüm faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Tokay ve Deran 2011: 227). Lojistik malların üretim noktasından tüketim noktasına aktarılırken ürünlerin doğru miktarda, doğru zamanda, doğru yere, doğru bilgilerle ulaştırılmasını amaçlayan ve müşteri memnuniyetini ön planda tutan bir sistem bütünüdür (Akben ve Çelebi, 2022: 37). İşletmelerin müşteri memnuniyetlerini en üst düzeyde tutabilmesi ve sürdürülebilirliğini sağlayabilmesi adına bir takım lojistiğin temel ve destekleyici işlevlerinin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu işlevler aşağıdaki tablo da yer almaktadır.

Tablo 1. Lojistiğin Temel ve Destekleyici İşlevleri

Temel işlevler	Destekleyici işlevler
Depolama	Depo Seçimi
Taşıma	Üretim Planlama
Sipariş Yönetimi	Satın Alma
Müşteri Hizmetleri	Satış işlemi sonrası Hizmet
Envanter Yönetimi	Sigorta İşlemleri
Elleçleme	Tersine Lojistik İşlemleri
Talep Yönetimi	Gümrük İşlemleri
Paketleme	Reklam İşlemleri

Kaynak: (Polat 2024: 4)

Lojistiğin öneminin gün geçtikçe artması, lojistik kavramına olan ihtiyacın büyümesi bir takım nedenlere bağlanmıştır. Bu nedenleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Erkan, 2014: 47-48).

- Rekabette avantaj sağlamanın giderek zorlaşması,
- Ürünlerin doğru zaman da doğru yere taşınması için lojistik faaliyetlere ihtiyaç duyulması,
- Üretim noktasıyla pazar arasındaki uzaklığın artması nedeniyle depolama ve saklama işlemlerine gerek duyulması,
- Pazarların küreselleşmesiyle birlikte malzeme ürün ve hizmet akışlarının artması,
- Maliyet avantajının sağlanmak istenmesi,
- Artan teknoloji ve küreselleşme ile birlikte daha hızlı bilgi, hizmet ve ürün akışının sağlanmak istenmesi,
- Tedarik zinciri bileşenlerinin farklı uzaklıklarda olması nedeniyle hizmet ve bilgi akışına olan ihtiyaç,
- Satış sonrası hizmet olarak memnun olunmayan ürünün geri alınması, siparişin hızlı bir şekilde ulaştırılması gibi konularda duyulan ihtiyaçlar olarak sıralanabilmektedir.

3. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİ

Lojistik performans endeksi Dünya Bankası tarafından geliştirilen, anket yöntemi kullanılarak ülkelerin lojistik performanslarını 6 ana başlıkta değerlendiren bir puanlama aracı olarak tanımlanabilmektedir (Pelit, 2023: 37). Lojistik performans endeksi ilk olarak 2007 yılında oluşturulmuştur. Bu yılda 7 alan kullanılarak ölçüm yapılmıştır. Daha sonraki raporun yayınladığı yıllarda ise 6 alanda ülkeler değerlendirilmiştir (Bozkurt ve Mermertaş, 2019: 109). Ülkelerin lojistik performanslarının incelendiği bu 6 alan gümrük, altyapı kalitesi, uluslararası taşıma, lojistik hizmetlerin yeterliliği, izlenme ve takip edilebilirlik ve zamanlama olarak sıralanmaktadır (Marti, vd., 2014: 2984-2985) ve (Aktaş, 2019: 12-18).

- Gümrük: Gümrük işlemlerindeki verimliliği ve etkinliği ölçmekle beraber mal ve hizmetlerin ithalat ve ihracat işlemlerindeki vergilerin toplanması, bu işlemlerin teslimi ve kontrol edilmesi gibi yapılan işlemlerin değerlendirilmesi sonucuna dayanılarak oluşturulmaktadır.
- Altyapı: Ülkelerin ulaşım (karayolu, denizyolu, demiryolu ve havayolu) ve telekomünikasyon ile ilgili altyapı sistemlerinin niteliklerinin değerlendirilmesidir.
- Uluslararası Taşıma: Anket katılımcı ülkelerden ulaştırma, depolama ve yükleme esnasında katlandıkları maliyetlerin değerlendirilmesi istenmektedir. Bu bilgiler ile rekabetçi fiyatlar oluşturulurken ülkelerin yeterliliği değerlendirilmektedir.
- Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği: Lojistik hizmetlerin kalitesini ve yeterliliğini ölçmektedir.
- İzleme ve Takip Edilebilirlik: Gönderilerin takibini ve tedarik zinciri içindeki hareketlerini izlenebilirliğini ölçmeye yarayan kriterdir.
- Zamanlama: Ürünlerin varış noktalarına teslimat sürelerinin ölçüldüğü kriterdir.

Ülkeler LPI puanlarına göre dört grupta değerlendirilmektedir (Şentürk, 2022: 27):

- LPI 1: Lojistik açısından kötü ülkeler,
- LPI 2: Lojistik açısından kısmen iyi performans gösteren ülkeler,
- LPI 3: Lojistik açısından istikrarlı performans gösteren ülkeler,
- LPI 4: Lojistik açısından lojistik dostu ülkeler.

4. D-8 ÜLKELERİNİN LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSLERİ

D-8 Ekonomik İşbirliği Teşkilatı kalkınma aşamasındaki ülkelerin dünya ekonomisi içerisindeki pozisyonlarını güçlendirmek, ticari ilişkilerde bu ülkelere yeni fırsatlar sunmak, ekonomik işbirliği sağlamak, hayat standartlarını daha iyi seviyelere taşımak amacıyla 1997 yılında kurulmuştur (Tarım ve Orman Bakanlığı). D-8 ülkeleri isminden de anlaşılacağı üzere 8 ülkeden oluşmaktadır. Bu ülkeler Bangladeş, Endonezya, İran, Malezya, Mısır, Nijerya, Pakistan ve Türkiye'dir.

Tablo 2. Türkiye'nin 2007-2023 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
	Puan	3,15	3,00	2,94	3,07	3,29	3,27	3,38
2007	Sıra	34	33	39	41	30	34	52
	Puan	3,22	2,82	3,08	3,15	3,23	3,09	3,94
2010	Sıra	39	46	39	44	37	56	31
	Puan	3,51	3,16	3,62	3,38	3,52	3,54	3,87
2012	Sıra	27	32	25	30	26	29	27
	Puan	3,50	3,23	3,53	3,18	3,64	3,77	3,68
2014	Sıra	30	34	27	48	22	19	41
	Puan	3,42	3,18	3,49	3,41	3,31	3,39	3,75
2016	Sıra	34	36	31	35	36	43	40
	Puan	3,15	2,71	3,21	3,06	3,05	3,23	3,63
2018	Sıra	47	58	33	53	51	42	44
	Puan	3,4	3,0	3,4	3,4	3,5	3,5	3,6
2023	Sıra	38	47	43	26	38	37	35

Kaynak: World Bank LPI

Türkiye coğrafi konumunun sağladığı avantajla birlikte Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarının arasında ulaşım bağlantılarını kurabilecek bir konumdadır. Bu konumda sahip olduğu ticaret yollarıyla mevcut pazarlara dağıtım yapabilecek bir seviyededir. Bu özellikleri sayesinde Türkiye lojistik sektöründe de bir üstünlük sağlamıştır.

Türkiye'nin 2007-2023 yıllarında oluşturulmuş olan lojistik performans endeksi tablosu incelendiğinde Türkiye'nin bu yıllardaki lojistik performans puan endeksleri ve sıralamalarına ulaşılabilmektedir. 2007 yılına baktığımızda Türkiye 3.15 puanla 34. sırada ardından 2010 yılında 3.22 puanla 39. sırada yer alırken 2012 yılında 3,51 puanla 27. sırada yer almıştır. Bunu takiben 2014 yılında 3,50 ile 30. sırada, 2016 yılında 3,42 puanla 34. sırada 2018 yılında 3,15 puanla 47. sırada ve son olaraktan 2023 yılında 3,4 puanla 38. sırada olduğu görülmektedir. 2007 yılından 2012 yılına kadar puan endeksi yükselişe geçmiş ardından 2014 yılından itibaren bir düşüşe geçmiştir. Verilen bu bilgiler çerçevesinde Türkiye'nin lojistik performans endeksinin sabit bir seyir izlemeyip dalgalı şekilde ilerlediği söylenebilmektedir.

Türkiye'nin almış olduğu en yüksek puan endeksinin 2010 yılında zamanlama alt kategorisinde olduğu görülmektedir. En düşük puan endeksi ise 2018 yılında gümrük kategorisinde 2.71 olarak görülmektedir.

Türkiye 2007 yılında en az puanı gümrük kategorisinde, en çok puanı da zamanlama kategorisinde almıştır. Bunu takiben 2010 yılında en yüksek zamanlama en düşük gümrük, 2012 yılında en yüksek zamanlama en düşük gümrük, 2014 yılında en yüksek izlenme ve takip edilebilirlik en düşük uluslararası taşıma, 2016 yılında en yüksek zamanlama en düşük gümrük 2018 yılında en yüksek zamanlama en düşük gümrük ve 2023 yılında en yüksek zamanlama en düşük gümrük olduğu görülmektedir.

Tablodan çıkarılan bilgiler doğrultusunda Türkiye'nin en verimli alanının zamanlama olduğu söylenebilmektedir. Geliştirilmesi gereken kategorilerin başındaysa gümrük gelmektedir.

Tablo 3. Endonezya'nın 2007-2023 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
2007	Puan	3,01	2,73	2,83	3,05	2,90	3,30	3,28
	Sıra	43	44	45	44	50	33	58
2010	Puan	2,76	2.43	2,54	2,82	2,47	2,77	3,46
	Sıra	75	72	69	80	92	80	69
2012	Puan	2,94	2,53	2,54	2,97	2,85	3,12	3,61
	Sıra	59	75	85	57	62	52	42
2014	Puan	3,08	2,87	2,92	2,87	3,21	3,11	3,53
	Sıra	53	55	56	74	41	58	50
2016	Puan	2,98	2,69	2,65	2,90	3,00	3,19	3,46
	Sıra	63	69	73	71	55	51	62
2018	Puan	3,15	2,67	2,90	3,23	3,10	3,30	3,67
	Sıra	46	62	54	42	44	39	41
2023	Puan	3,0	2,8	2,9	3,0	2,9	3,0	3,3
	Sıra	61	59	59	57	65	65	59

Kaynak: World Bank LP

Endonezya'ya ait tablo incelendiğinde 2007 yılına bakıldığında 3,01 puanla 43. sırada, 2010 yılında 2,76 puanla 75. Sırada yer alırken 2012 yılında 2,94 puanla 59. Sırada yer almaktadır. Kalan yıllara baktığımızda 2014 yılında 3,08 puanla 53. sırada 2016 yılında 2,98 puanla 63. sırada 2018 yılında 3,15 puanla 46. sırada 2023 yılında 3,0 puanla 61. sırada olduğu görülmektedir.

Endonezya'nın en yüksek puan endeksi 2018 yılında 3,67 puanlama ile zamanlama, en düşük puan endeksi ise 2010 yılında 2,43 puanla gümrük olduğu görülmektedir. Tablo incelendiğinde genel olarak üzerinde durulması gereken konuların başında gümrük gelmektedir. Endonezya'nın zamanlama konusunda ise her yıl diğerlerine göre daha başarılı olduğu görülmektedir.

Tablo 4. İran'ın 2007-2023 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
2007	Puan	2,51	2,50	2,44	2,59	2,69	2,00	2,80
	Sıra	78	62	66	78	66	125	106
2010	Puan	2,57	2,22	2,36	2,44	2,65	2,50	3,26
	Sıra	103	106	86	121	69	110	85
2012	Puan	2,49	2,19	2,42	2,49	2,66	2,49	2,66
	Sıra	112	126	100	115	87	108	138
2014	Puan	-	-	-	-	-	-	-
	Sıra	-	-	-	-	-	-	-
2016	Puan	2.60	2,33	2,67	2,67	2,67	2,44	2,81
	Sıra	96	110	72	88	82	111	116
2018	Puan	2,85	2,63	2,77	2,76	2,84	2,77	3,36
	Sıra	64	71	63	79	62	85	60
2023	Puan	2,3	2,2	2,4	2,4	2,1	2,7	2,4
	Sıra	123	110	89	111	134	110	105

Kaynak: World Bank LPI

İran'a ait lojistik performans endeksi tablosu incelendiğinde 2007 yılında 2,51 puan endeksiyle 78. sırada yer almıştır. 2010 yılında 2,57 puanla 103. sırada 2012 de 2,49 puanla 112. sırada, 2016 da 2,60 puanla 96. sırada 2018 yılında 2,85 puanla 64. sırada 2023 yılında ise 2,3 puanla 123. sırada yer aldığı görülmektedir

İran'ın en yüksek puanının 3,36 puan endeksiyle 2018 yılında zamanlama alt başlığında, en düşük puanının ise 2,00 puan endeksiyle 2007 yılında izlenme ve takip edilebilirlik alt başlığında olduğu görülmektedir. İran zamanlama konusunda en yüksek değerlere sahiptir.

Tablo 5. Mısır'ın 2007-2023 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
2007	Puan	2,37	2,08	2,00	2,33	2,38	2,62	2,85
	Sıra	97	122	121	111	95	72	96
2010	Puan	2,61	2,11	2,33	2,56	2,87	2,56	3,31
	Sıra	92	122	106	110	54	101	81
2012	Puan	2,98	2,60	3,07	3,00	2,95	2,86	3,39
	Sıra	57	69	45	51	50	66	64
2014	Puan	2,97	2,85	2,86	2,87	2,99	3,23	2,99
	Sıra	62	57	60	77	58	42	99

2016	Puan	3,18	2,75	3,07	3,27	3,20	3,15	3,63
	Sıra	49	65	50	45	43	54	48
2018	Puan	2,82	2,60	2,82	2,79	2,82	2,72	3,19
	Sıra	67	77	58	73	63	89	74
2023	Puan	3,1	2,8	3,0	3,2	2,9	2,9	3,6
	Sıra	57	59	55	43	65	72	35

Kaynak: World Bank LPI

Mısır ülkesine ait verilere bakıldığında 2007 yılında 2,37 puan endeksiyle 97. sırada yer almaktadır. 2010 yılında 2,61 puanla 92. sırada 2012 yılında 2,98 puanla 57. sırada 2014 yılında 2,97 puanla 62. sırada 2016 yılında 3,18 puanla 49. sırada 2018 yılında 2,82 puanla 67. sırada 2023 yılında ise 3,1 puanla 57. sırada yer almaktadır. 2012 ve 2023 yıllarında tüm başlıklarda bir artış olduğu görülmektedir.

Mısır'ın en yüksek puan endeksi 2016 yılında zamanlamada, en düşük puan endeksi ise 2,00 puanla 2007 yılında altyapı kalitesi kısmında olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Pakistan'ın 2007-2018 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
2007	Puan	2,62	2,41	2,37	2,72	2,71	2,57	2,93
	Sıra	68	69	71	65	63	76	88
2010	Puan	2,53	2,05	2,08	2,91	2,28	2,64	3,08
	Sıra	110	134	120	66	120	93	110
2012	Puan	2,83	2,85	2,69	2,86	2,77	2,61	3,14
	Sıra	71	46	71	68	72	90	83
2014	Puan	2,83	2,84	2,67	3,08	2,79	2,73	2,79
	Sıra	72	58	69	56	75	86	123
2016	Puan	2,92	2,66	2,70	2,93	2,82	2,91	3,48
	Sıra	68	71	69	66	68	67	58
2018	Puan	2,42	2,12	2,20	2,63	2,59	2,27	2,66
	Sıra	122	139	121	97	89	136	136

Kaynak: World Bank LPI

Pakistan 2007 yılında 2,62 puanla 68. Sırada, 2010 yılında 2,53 puanla 110. Sırada, 2012 yılında 2,83 puanla 72.sırada, 2014 yılında 2,83 puanla 72. sırada, 2016 yılında 2,92 puanla 68. sırada, 2018 yılında 2,42 puanla 122. sırada yer almaktadır.

Pakistan'a ait tablo incelendiğinde en yüksek puan endeksi 3,48 puanla 2016 yılında zamanlama, en düşük puan ise 2,05 puanla 2010 yılına ait gümrük kategorisindedir.

Tablo 7. Malezya'nın 2007-2023 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
2007	Puan	3,48	3,36	3,33	3,36	3,40	3,51	3,95
	Sıra	27	23	28	26	26	28	26
2010	Puan	3,44	3,11	3,50	3,50	3,34	3,32	3,86
	Sıra	29	36	28	13	31	41	37
2012	Puan	3,49	3,28	3,43	3,40	3,45	3,54	3,86
	Sıra	29	29	27	26	30	28	28
2014	Puan	3,59	3,37	3,56	3,64	3,47	3,58	3,92
	Sıra	25	27	26	10	32	23	31
2016	Puan	3,43	3,17	3,45	3,48	3,34	3,46	3,65
	Sıra	32	40	33	32	35	36	47
2018	Puan	3,22	2,90	3,15	3,35	3,30	3,15	3,46
	Sıra	41	43	40	32	36	47	53
2023	Puan	3,6	3,3	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7
	Sıra	26	31	30	8	28	29	30

Kaynak: World Bank LPI

Malezya 2007 yılında 3,48 puanla 27. sırada, 2010 yılında 3,44 puanla 29. sırada, 2012 yılında 3,49 puanla 29. sırada, 2014 yılında 3,59 puanla 25. sırada, 2016 yılında 3,43 puanla 32. sırada, 2018 yılında 3,22 puanla 41. sırada, 2023 yılında 3,6 puanla 26. sırada yer almaktadır.

Malezya 3,95 puanla 2007 yılında zamanlama başlığında en yüksek puana ulaşırken, 2,90 puanla 2018 yılında gümrük başlığında ise en düşük puanlamadadır.

Tablo 8. Nijerya'nın 2007-2023 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
2007	Puan	2,40	2,23	2,23	2,49	2,38	2,36	2,69
	Sıra	93	96	92	92	96	97	114
2010	Puan	2,59	2,17	2,43	2,84	2,45	2,45	3,10
	Sıra	100	109	80	74	95	116	107
2012	Puan	2,45	1,97	2,27	2,60	2,52	2,35	2,92
	Sıra	121	146	118	105	102	128	105
2014	Puan	2,81	2,35	2,56	2,63	2,70	3,16	3,46
	Sıra	75	117	83	107	85	51	57
	Puan	2,63	2,46	2,40	2,43	2,74	2,70	3,04

	Sıra	90	92	96	118	74	82	95
	Puan	2,53	1,97	2,56	2,52	2,40	2,68	3,07
2018	Sıra	110	147	78	110	112	92	92
	Puan	2,6	2,4	2,4	2,4	2,1	2,4	2,7
2023	Sıra	88	90	89	111	134	105	110

Kaynak: World Bank LPI

Nijerya 2007 yılında 2,40 puanla 93. sırada, 2010 yılında 2,59 puanla 100. sırada, 2012 yılında 2,45 puanla 121. sırada, 2014 yılında 2,81 puanla 75. sırada, 2016 yılında 2,63 puanla 90. sırada, 2018 yılında 2,53 puanla 110. sırada, 2013 yılında ise 2,6 puanla 88. sırada yer almaktadır.

Nijerya 3,46 puanla zamanlama alt başlığında 2014 yılında en yüksek puan endeksi görülürken, 1,97 puanla 2012 yılında ve 2018 yıllarında gümrük alt başlığında en düşük puanlama endeksi görülmektedir.

Tablo 9. Bangladeş'in 2007-2023 Yıllarında Yer Alan Lojistik Performans Endeksleri

YIL		Genel LPI	Gümrük	Altyapı Kalitesi	Uluslararası Taşıma	Lojistik Hizmetlerin Yeterliliği	İzlenme ve Takip Edilebilirlik	Zamanlama
	Puan	2,47	2,00	2,29	2,46	2,33	2,46	3,33
2007	Sıra	87	125	82	96	103	88	54
	Puan	2,74	2,33	2,49	2,99	2,44	2,64	3,46
2010	Sıra	79	90	72	61	96	92	70
	Puan	-	-	-	-	-	-	-
2012	Sıra	-	-	-	-	-	-	-
	Puan	2,56	2,09	2,11	2,82	2,64	2,45	3,18
2014	Sıra	108	138	138	80	93	122	75
	Puan	2,66	2,57	2,48	2,73	2,67	2,59	2,90
2016	Sıra	87	82	87	84	80	92	109
	Puan	2,58	2,30	2,39	2,56	2,48	2,79	2,92
2018	Sıra	100	121	100	104	102	79	107
	Puan	2,6	2,3	2,3	2,6	2,7	3,0	2,4
2023	Sıra	88	101	108	91	81	87	105

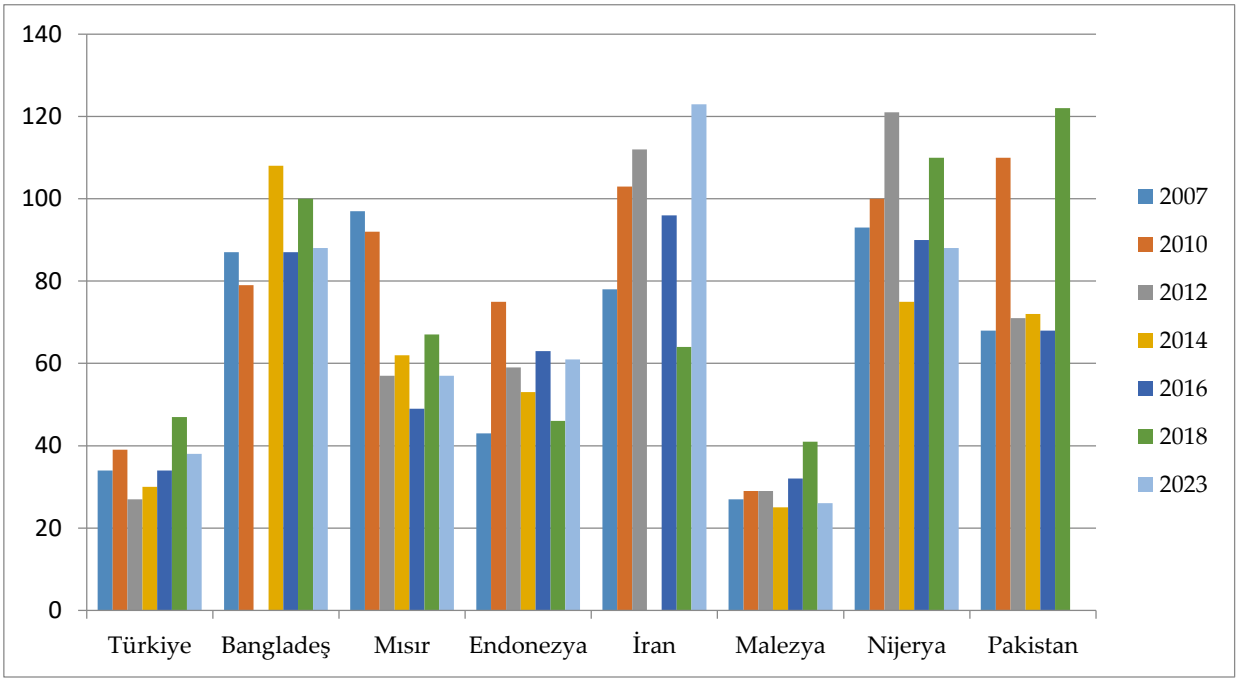
Kaynak: World Bank LPI

Bangladeş 2007 yılında 2,47 puanla 87. sırada, 2010 yılında 2,74 puanla 79. sırada, 2014 yılında 2,56 puanla 108. sırada, 2016 yılında 2,66 puanla 87. sırada, 2018 yılında 2,58 puanla 100. sırada ve 2023 yılında 2,6 puanla 88.sırada yer almaktadır.

Bangladeş'in en yüksek puan endeksine 2010 yılında 3,46 puanla zamanlama başlığında ulaşıldığı görülmektedir. En düşük puan ise 2,0 puanla 2007 yılında gümrük kategorisindedir.

5. D-8 ÜLKELERİNİN LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİ AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

Grafik 1. D-8 Ülkelerinin 2007-2023 Yıllarına Ait Lojistik Performans Sıralamaları



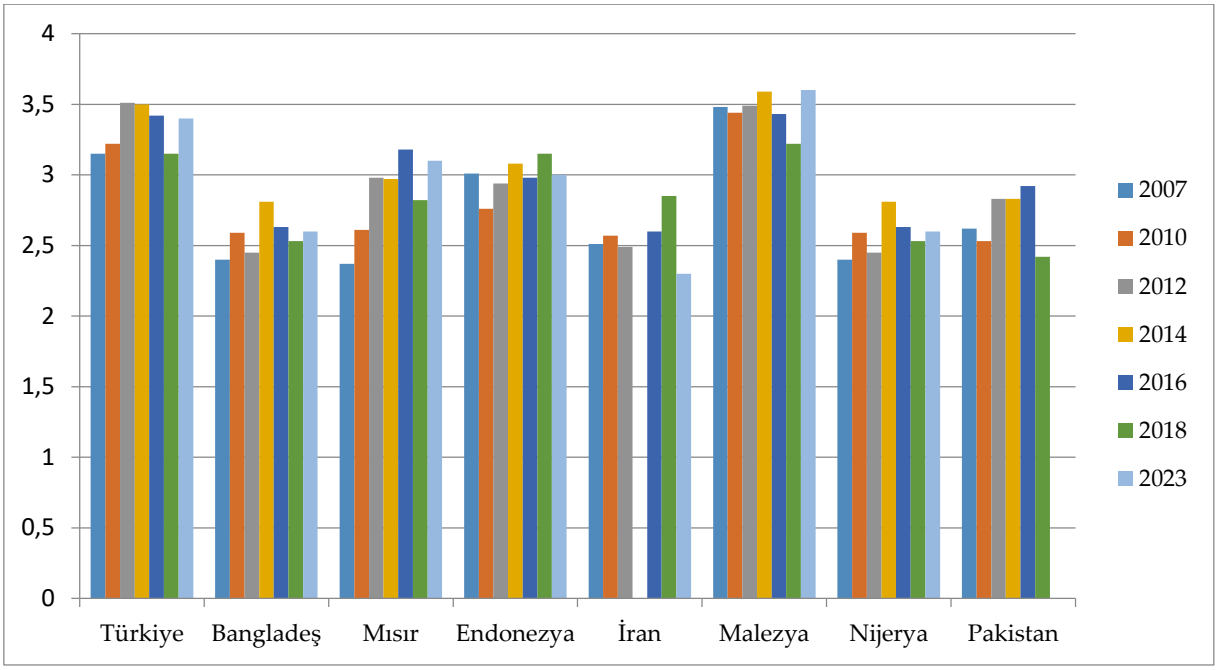
Kaynak: World Bank LPI

D-8 ülkelerinin lojistik performans endeksi tablosuna baktığımızda en başarılı lojistik performans sıralamasının Malezya, en kötü sıralamanın ise Pakistan olduğu görülmektedir. 2012 ve 2018 yılları Türkiye'nin diğer ülkelere oranla en iyi sıralamasının olduğu yıllardır.

Grafik incelendiğinde Türkiye'nin dünya sıralamasında diğer D-8 ülkelerine kıyasla durumu şu şekildedir:

- 2007 yılında Türkiye dünya sıralamasında 34. sırada D-8 ülkeleri arasında ise 2. sırada yer almaktadır.
- 2010 yılında Türkiye genel sıralamada 39. sırada D-8 ülkeleri arasında 2. sırada yer almaktadır.
- 2012 yılında Türkiye genel sıralamada gelişim göstererek 27. sıraya ulaşırken D-8 ülkeleri arasında ise yine 2. sırada yer almaktadır.
- 2014 yılında dünya sıralamasında 30. sıradayken D-8 ülkeleri arasında 2. sırada yer almaktadır.
- 2016 yılında genel sıralamada 34. İken D-8 ülkeleri arasında 2 sıralık bir farkla Malezya'dan sonra 2. Sıradadır.
- 2018 yılında genel sıralamada 47, D-8 ülkeleri arasında 2. sıradadır.
- 2023 yılında genel sıralamada 38. sırada D-8 ülkeleri arasında Malezya'dan sonra 2. sırada olduğu görülmektedir.

Grafik 1. D-8 Ülkelerinin 2007-2023 Yıllarına Ait Lojistik Performans Puanları



Kaynak: World Bank LPI

D-8 ülkelerinin 2007-2023 yıllarına ait lojistik performans puanları grafiği incelendiğine Malezya'nın 2012 yılı haricinde diğer tüm yıllarda puan sıralaması olarak ilk başta yer aldığı görülmektedir. 2012 yılında ise birinciliği Türkiye' ye bırakmıştır. Puan olarak bakıldığında genel anlamda en düşük ülkelerin Pakistan ve Nijerya olduğu çıkarılmaktadır.

Grafik incelendiğinde Türkiye'nin D-8 diğer ülkelerine kıyasla durumu şu şekildedir:

- 2007 yılında Türkiye 3,15 puanla Malezya'dan sonra 2. sırada yer almaktadır.
- 2010 yılında puan olarak biraz yükselmiş ve 3,22 puanla yine 2. sırada yer almaktadır.
- 2012 yılında 3,51 puanıyla Malezya'yı geride bırakarak ilk sıraya yerleşmiştir.
- 2014 yılında 3,5 puanla Malezya'dan sonra 2. sıradadır.
- 2016 yılında Malezya'dan 0,01'lik bir puan farkıyla 3,42 puanla 2. sırada yer almaktadır.
- 2018 yılında ise diğer ülkeler arasında 3,15 puanla 2. sıradadır.
- 2023 yılında 3,4 puanla Malezya'dan sonra 2. sırada olduğu görülmektedir.

6. SONUÇ

Hızla büyüyen bir dünya ile gelişmekte olan teknolojinin de etkisiyle birlikte engellerin ortadan kalkmasıyla her bir insan potansiyel müşteri konumuna geçmiştir. Bu sebeple lojistik sektörün önemi gün geçtikçe daha da artmaktadır (Göncü, 108: 2023).

Bu çalışmanın amacı D-8 ülkelerinin lojistik performans endeksleri açısından karşılaştırılarak analizinin yapılmasıdır. İlk olarak başlıkta bulunan kavramlara ait kısa bir açıklamaya yer verilmiş daha sonra 8 ülkenin her birinin ayrı ayrı 2007- 2023 yıllarında yer alan lojistik performans endeksleri Dünya Bankası raporları kullanılarak tablo haline getirilmiştir. Ardından ayrı olarak incelenen bu 8 ülkenin lojistik performans puan ve sıralamalarının bir

arada bulunduğu bir tablo oluşturulmuştur. Bu çalışmayla lojistik performans endeksinin ülkeler çapında değişiklik gösterdiği hatta bir ülkenin yıllar için de bile puanlarında değişiklik olabileceği görülmektedir.

Ülkelerin lojistik performans sıralamalarına bakıldığında yıllar itibariyle Türkiye'nin D-8 ülkelerine göre her yıl düzenli olarak Malezya'dan sonra 2. sırada yer aldığı görülmektedir. Ülkelerin lojistik performans puanlarına göre sıralamasında ise Türkiye'nin tüm yıllarda diğer ülkelere göre sıralamada 2. olduğu sadece 2012 yılında 1. olduğu görülmektedir. Lojistik performans puan sıralamasında 2012 yılında Türkiye'nin diğer D-8 ülkelerine göre 1. sırada yer almasına rağmen lojistik performans sıralamalarında aynı yılda 2. sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye'nin en az gelişim sağladığı alan gümrük, en çok gelişim sağladığı alan ise zamanlama olduğu görülmektedir. Endonezya'nın en az gelişim sağladığı alan gümrük, en çok gelişim sağladığı alanın ise zamanlama olduğu görülmektedir. İran'ın ise genel anlamda en iyi olduğu kısım zamanlama, en düşük performans gösterdiği kısım ise gümrüklemedir. Mısır'ın en iyi olduğu alan zamanlama en başarısız olduğu alan ise kötü gümrüktür. Pakistan'ın en zayıf olduğu alanlar gümrük ve altyapı kalitesi iken en iyi olduğu alan zamanlamadır. Malezya'nın en başarılı olduğu alan zamanlama en düşük olduğu alan ise gümrüktür. Nijerya zamanlama alanında en iyiyken gümrük ve altyapı kalitesi alanında kötüdür. Bangladeş en düşük gümrük alanında yer alırken en iyi zamanlama alanındadır.

Bu sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda ülkelerin lojistik performans endekslerinin başarılı bir şekilde oluşturulması için özellikle gümrük ve altyapı kalitesi konusunda iyileştirmeler yaparak bu konular üzerinde durmaları gerekmektedir. Zamanlama alanı tüm ülkelerin ortak bir başarı gösterdiği alandır.

Bu çalışmanın gelecekte bu ve benzeri bir konuda yapılacak olan çalışmalara yadımcı bir kaynak aracı olması öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

Akben, İ. & Çelebi, F. A. (2022). Covıd-19 Pandemi Döneminde E-Ticaret ve E-Lojistik: Giyim Sektörü İnternet Sayfaları Üzerine Bir Araştırma. Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 7(1), 32-54.

Aktaş, İ. (2019). Lojistik Performans Endeksi ile Ekonomik Özgürlük Endeksinin Küresel Ticareti Kolaylaştırmaya Etkisinin İncelenmesi.

Bozkurt, C. & Mermertaş, F. (2019). Türkiye ve G8 Ülkelerinin Lojistik Performans Endeksine Göre Karşılaştırılması. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 7(2), 107-117.

Erkan, B. (2014). Türkiye'de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücü. Assam Uluslararası Hakemli Dergi, 1(1), 44-65.

Göncü, K. K. (2023). Dış Ticaret ve Lojistik Performans Endeksi Üzerine Bir Literatür Taraması. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, *9*(3), 107-112.

https://www.tarimorman.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Arsiv/D-8%20nedir%20yeni.pdf

Marti, L., Puertas, R. & García, L. (2014). The importance of the Logistics Performance Index in international trade. Applied economics, 46(24), 2982-2992.

Pelit, İ. (2023). Türkiye'nin Lojistik Performans Endeksinin İncelenmesi. Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 9(1), 37-49.

Polat, G. (2024). Dünya da ki lojistik köylerin incelenmesi ve Türkiye ye öneriler (M.S. thesis).

Şentürk, A. (2022). *Lojistik Performans Endeksindeki Değişimlerin Ülkelerin Ürün Tedariklerine Etkileri Türkiye'den İthalat Yapan Altı Ülkenin İncelenmesi* (M.S. thesis).

Tokay, S. H., Deran, A. & Arslan, S. (2011). Lojistik Maliyet Yönetiminde İzlenebilecek Stratejiler Ve Muhasebe Eğitiminden Beklentiler. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (29).

https://lpi.worldbank.org/report

BAUMAN'A GÖRE KÜRESEL YASALAR VE GÜVENLİK

Ezgi TANRIVERDİ[1]

ÖZET

Günümüzde küresel yasalar ve güvenlik kavramları uluslararası ilişkilerin önemli alanlarından birini oluşturmaktadır. Küreselleşme olgusu, ulusal/uluslararası güvenliğe yönelik yeni suçlar, yeni tehditler ortaya çıkarmıştır. Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan mekânsızlaşma, suçları ve cezaları toplumlar arasında giderek aynılaştırmaya başlamıştır. Böylece birçok suç küresel içerik kazanmıştır. Küreselleşme sürecinde yapılanan dünyada suçlar ve yasalar da değişim geçirmiş, sürece uygun güvenlik önlemleri yaşama geçirilmiştir. Çağımızın ünlü sosyologu Bauman, toplumsal olarak kabul edilmiş kurallara uymayanların durumunu ve küreselleşmenin yarattığı güvensizlik sorununu, güvenlik endişelerini eleştirel bir bakışla yasa ve düzen bağlamında ele almıştır. Bauman'a göre, küreselleşmenin yaratmış olduğu güvenlik zafiyeti, güvensizlik endişelerini artırmış olup, hapse atmak, mekânsal sınırlamanın ulaşacağı en son noktadır. Küreselleşmenin yarattığı düzensizlik düzeniyle birlikte ülkelerdeki hapishane sayılarının hızla artması, bunun yanında güvenlik çalışanlarının çoğalması, küresel sermayenin istemi üzerine gerçekleşmektedir. Bu çalışmada, Bauman'ın eleştirel bir yaklaşımla küresel yasalar ve güvenlik kavramlarına bakış açısı ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Bauman, Küresel Yasalar, Küresel Suçlar, Küresel Güvenlik

GLOBAL LAWS AND SECURITY ACCORDING TO BAUMAN

ABSTRACT

Today, global laws and security concepts constitute one of the important areas of international relations. The phenomenon of globalization has revealed new crimes and new threats to national/international security. The delocalization that has emerged with globalization has begun to make crimes and punishments more and more the same among societies. Thus, many crimes have gained global content. In the world structured in the process of globalization, crimes and laws have also changed, and security measures suitable for the process have been implemented. The famous sociologist of our time, Bauman, discussed the situation of those who do not comply with socially accepted rules, the problem of insecurity created by globalization, and security concerns in the context of law and order with a critical view. According to Bauman, the security weakness created by globalization has increased insecurity concerns, and jailing is the last point that spatial limitation will reach. With the disorder created by globalization, the rapid increase in the number of prisons in the countries, as well as the increase in security personnel, are realized at the request of global capital. In this study, Bauman's perspective on global laws and security concepts is discussed with a critical approach.

Keywords: Globalization, Bauman, Global Laws, Global Crimes, Global Security

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu, Sakarya / TÜRKİYE, ezgitan@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9283-5894

1. GİRİŞ

Küreselleşme, yalnızca akademik çevrelerde değil, birçok alanda tartışılan bir olgudur. Günümüzde hiçbir olgu küreselleşmeden bağımsız olarak ele alınamaz olmuştur.

Küreselleşme salt günümüze özgü olmayıp, insanlık tarihinin çeşitli dönemlerinde hukuk, din, siyaset, toplum, ekonomi, bilim ve teknoloji alanlarında kıtalar, bölgeler ve ülkeler arası akışlarla toplumlar ve bireyler üzerinde etkinliğini sürdürerek yaşadığımız çağa damgasını vuran bir olgudur.

Küreselleşme sürecinin başlangıç tarihi daha eski olmakla birlikte kavram olarak 20. yüzyılın sonlarından itibaren dünya gündeminde yerini almış bulunmaktadır. Daha açık bir anlatımla "*Globalization-Küreselleşme"* kavramı, tarihte ilk kez 1961 yılında *Webster Lugatı*'na girmiş (Hablemitoğlu, 2004: 39), 1970'li ve 1980'li yıllarda dile getirilmiş, 1990 yılından itibaren de hemen her alanda sıkça kullanılır olmuştur.

Küreselleşme olgusunun gelişiminde Hobsbawm'a göre üç önemli olay dikkati çekmektedir. Bunlar soğuk savaş, sömürgeciliğin sonu ve Avrupa'da sosyal devletin yapılanmasıdır. Silahlanma yarışına giren devletlerin birbirlerini tehdit unsuru olarak görmeleri, bu karşılıklı tehdidin ülkeler arasında denge oyunlarına yol açması sıcak savaştan soğuk savaşa geçiş yapmalarına neden olmuştur. Diğer Yandan imparatorlukların yıkılması, sömürge durumundaki devletlerin bir bir bağımsızlığa kavuşmaları, batılı büyük devletlerin giriştikleri işgal deneyimlerinin kötü sonuçlarla son bulması, zengin ile yoksul ülkeler arasındaki uçurumun artması gibi nedenler küreselleşme olgusunun gelişmesine yol açmıştır (Habermas, 2002: 57)

Bu durumların yanında ulusları aşan sivil toplum örgütlerinin çoğalması ve yayılması, sermaye piyasalarının öneminin artması, iletişimin ve bilgi teknolojilerinin dünya çapında yaygınlaşması, komünizmin çökmesi, doğu bloğu ile batı bloğunun birbirinden ayrılması, BM'nin kurulması, İnsan Hakları Beyannamesi'nin kabul edilmesi, batının pazarlar araması, uzay teknolojisi, anayasal vatandaşlık kavramının gelişmesi, uluslararası devletler sistemi, teknoloji alanındaki gelişmeler, internet, cep telefonu ve uydu yayıncılığının yaygınlaşması da küreselleşmenin yaygınlaşmasında önemli gelişmeler sağlamıştır (Tanrıverdi, 2017: 28-29).

Yasa, suç ve ceza toplumdan topluma, kültürden kültüre farklılık gösterir. Toplumlar kendi kültürel yapılarına uygun olan yasalarla toplum düzenini koruma noktasında üzerine düşen görevleri gerçekleştirirler.

Bu yasalar toplumların gelişmişlik düzeyleriyle de ilişkilendirilebilir. İnsan haklarının uluslararası sistemde kabulü ile birlikte, gelişmiş olan toplumlarda kültürlerinin insanlara verdiği önem derecesinde toplum düzenini korumak amacıyla yasalarında ortak kabuller edinmiştirler. Uluslarası ilişkilerin giderek artmış olması ve insan haklarındaki ilerlemeler gelişmiş toplumlarda "*ortak bir hukuk*" (Çeçen, 1995: 223) yaratmıştır.

Bu ortak yasalar, ulusal-özel yasalar dışında bütün dünyada varlığını sürdürmektedir. Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan mekânsızlaşma suçları ve cezaları toplumlar arasında giderek aynılaştırmaya başlamış, birçok suç da küreselleşmeye doğru gitmiştir. Küreselleşme sürecinde, yeniden yapılanan dünyada suçlar ve yasalar da değişim geçirmiştir.

2. BAUMAN'IN KÜRESELLEŞME OLGUSUNA BAKIŞI

Çağımızın en önemli sosyologlarından biri olan Zygmunt Bauman[2], çalışmalarında özellikle küreselleşme, modernlik, post-modernlik, bireysellik ve özgürlük gibi kavramlar üzerinde durmuş; küreselleşme ve toplumsal yapı ile küresel yasalar, yerel düzenlemeler ve güvenlik konularında eleştiri ve görüşlerini ortaya koymuş bulunmaktadır. Bir küreselleşme karşıtı olarak yapıtlarında yen idünya düzeninin olumsuzluklarını dile getiren Bauman'ın küreselleşme konusundaki düşüncelerin de olumsuz eleştirel yaklaşımını sürdürdüğü gözlenmektedir (Tanrıverdi, 2017: 133-134).

Yazmış olduğu kitapların nerdeyse tamamı dilimize çevrilmiş olan Bauman, ülkemizde ve dünyanın birçok yerinde gündemin birinci sırasında bulunan küreselleşme konusu üzerinde ortaya koyduğu düşünceler dikkate değerdir. Küreselleşme karşıtı olan Bauman, yeni dünya düzeninin olumsuzluklarını dile getirmektedir. Doğup büyüdüğü coğrafya, Yahudi kökenli olması ve politik duruşu küreselleşme konusuna yaklaşımını üstü kapalı da olsa etkilemektedir.

Bauman, toplumsal düzeni değerlendirirken küreselleşme olgusundan da örnekler vererek, kürselleşmeye karşı olduğunu ortaya koymaktadır. Ona göre; küreselleşme, tepeden tırnağa bir kaos örneğidir. Küreselleşme, kimsenin sorumluluk yüklenmediği, kontrolü eline almadığı, plansız, oluruna bırakılmış dengesiz bir olgudur. Yani küreselleşme, düzen değil kaos'tur. Bauman, "*Yeni Dünya Düzeni*" olarak adlandırılan küreselleşme kavramını "*Yeni Dünya Düzensizliği*" olarak adlandırmaktadır (Bauman, 2005: 48). Ona göre küreselleşme, göçebeliğin yerleşik düzen karşısında kaybettiği savaşın intikamını almaktadır. Yeni ve gelişen dünyaya ayak uyduracağı varsayılan küreselleşme olgusu belirsizliğin daha da artmasına neden olmuştur.

Düzenin sağlamlaştırılması anlamında atılan her adım, aynı zamanda çatışmanın artmasına neden olmaktadır. Ancak bunun yanında iktidar da önemli etmenler arasında kendini gösterir. İktidar, düzeni koruma adına getirdiği kurallar ve sınırlandırmalarla kendi hareket alanını da genişletmiş olur.

Bauman, iktidarın düzeni oluşturmak ve sağlamak amacıyla koyduğu kuralların, yönetimi altındaki bireyler için çoğu zaman düzenden öte kaos olarak algılandığı görüşündedir. Düzen ortamı görecelidir; örneğin, bir kimse için düzen gibi görünen durumlar, diğer bireyler açısından karmaşa (kaos) olarak değerlendirilebilir. Bu durum, düzen ve kaosun aynı toplum içinde bile göreceli olduğunu ortaya koymaktadır.

Bauman, Yeni Dünya Düzeni olarak adlandırılan küreselleşmenin kaos oluşturduğunu, bir düzen ortamından çok düzensizlik yarattığını düşünmektedir (Bauman, 2005: 44,54). Ona

[2] Zgmunt Bauman, 1925 yılında Polonya Poznan'da doğmuştur. Üniversite öğrenimini Sovyetler Birliği'nde tamamlayan, doktorasını ve doçentliğini Polonya Varşova Üniversitesi'nde veren Bauman, 1968 yılına kadar burada sosyoloji dersleri vermiştir. 1968 yılında üyesi olduğu Komünist Parti'den ayrılmış, aynı zamanda devlete karşı geldiği gerekçesiyle profesörlük unvanı elinden alınmıştır. Ülkesinden sınır dışı edildikten sonra İsrail'e giden Bauman, birkaç yıl sonra İngiltere'nin daveti üzerine Leeds Üniversitesi'nde tekrar akademik yaşamını sürdürür ve sosyoloji kürsüsünün başına getirilir (1971). Daha sonra tekrar ülkesine döner ve orada bilimsel çalışmalarına devam eder. Yazmış olduğu kitapların neredeyse tamamı dilimize çevrilmiş olan Bauman, sosyoloji alanında çağımız düşünürlerini etkisi altına almıştır. Ülkemizde ve dünyanın birçok yerinde gündem oluşturan küreselleşme konusu üzerinde ortaya koyduğu düşünceler dikkate değerdir. Küreselleşme karşıtı olan, Yeni Dünya Düzeni'nin olumsuzluklarını dile getiren Bauman, 9 Ocak1917 günü yaşamını yitirmiştir.

göre, bu küresel düzensizlik, daha önce en azından teknik olarak kontrol altında tutabilineceğine inandığımız şeylerin kontrol dışında kaldığını gözler önüne sermiştir.

3. KÜRESEL SUÇLAR

Küresel suçlar, Yeni Dünya Düzeni'nde başta hukuk olmak üzere politik, sosyolojik ve güvenlik konularını ilgilendiren ulus aşırı bir olgudur.

Küreselleşme sürecinde, yeniden yapılanan dünyada suçlar da değişim geçirmiştir. Günümüzde suçlar organize bir özellik taşımaya başlamıştır. Organize suçlar ve suçluların sayısı da artış göstermektedir. Küreselleşmenin temel unsurlarından biri olan teknoloji (özellikle de internet teknolojisi) suçları da yeni yeni gündeme gelmektedir. Ancak birçok devlet bu suçları önlemek ve suçlularını cezalandırmak için henüz hiçbir şey yapamamaktadır. Bu yeni suçlar için yasal düzenleme çalışmaları ise birçok devlette hala sürmektedir. Diğer dönemlerden farklı olarak küreselleşme sürecinde uluslararası düzeyde işlenen suçlardan söz etmek yerinde olur.

İnternet suçları, sanal bankacılıkta işlenen suçlar, dünya üzerinde birçok kişiyi mağdur etmekte ama bir sonuç alınamamaktadır. İnternet suçlularının bireysel olarak bu suçları işleyenlerin yanında daha çok organize suç şebekeleri oldukları söylenmektedir. Uyuşturucu kaçakçılığı, çocuk ve kadın ticareti ve ırkçılık adına işlenen suçlar küreselleşmeyle birlikte artış gösteren suçlar arasında bulunur. Bu suçların aza indirilmesi için hapishanelerden çok uluslararası yasal önlemlerin ve güvenliğin arttırılması temel öneme sahip bir sorun olarak karşımızda durmaktadır.

Bauman, bu yeni düzen suçlarını aza indirmek için hapishane sayılarının arttırılmasını gereksiz bulmaktadır. Ona göre suçlular hapishanede toplumdan dışlanma yoluyla suça daha fazla itilmektedirler. Ayrıca küreselleşen ekonomi, zenginlerle yoksulların arasındaki uçurumu derinleştirdikçe, suçta patlamalar yaşanması da doğal bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Öke, 2001: 102).

Teknolojik gelişmeler, suç kavramının da değiştiğini ve gelecekte daha da değişeceğini göstermektedir. İnsanoğlunun yaşamını kolaylaştırmak için sürekli olarak yenilenen ve gelişen teknoloji beraberinde olumsuzluklar da getirmektedir. Yeni Dünya Düzeni'nde teknolojinin gelişmesiyle birlikte yeni bir suç türü olan bilişim suçları ortaya çıkmıştır. Devletlerin yasal düzenlemelerine yeni yeni giren bu suçlar uluslararası düzeyde önlemler alınmasını gerekmektedir. Çünkü internetle birlikte sınırlar ortadan kalkmıştır. Birleşmiş Milletler ve Avrupa Birliği tarafından hazırlanan rapora göre "bilişim suçları" altı çeşittir. Bunlar:

- Bilgisayar sistemlerine ve servislerine yetkisiz erişim ve dinleme,
- Bilgisayar sabotajı,
- Bilgisayar yoluyla dolandırıcılık,
- Bilgisayar yoluyla sahtecilik,
- Yasayla korunmuş bir yazılımın izinsiz kullanımı.
- Diğer suçlar başlığı altında; yasa dışı yayınlar, pornografik yayınlar (büyük ve çocuk pornografisi), hakaret ve sövme olarak değerlendirilir.

4. BAUMAN'IN PERSPEKTİFİNDEN KÜRESEL YASALAR İLE SUÇ VE CEZALANDIRMA YÖNTEMLERİNE BAKIŞ

Küresel güç odaklarının oluşturmaya başladıkları Yeni Dünya Düzeni'nde en çok adı geçen kavramlardan biri, bilindiği gibi "*zaman-mekân ayrışması"*dır. Zaman ve mekân ayrışması küreselleşme sürecinde insanların yaşam sınırlarını genişletip, özgürleştirme vaadiyle ortaya konmuş bir kavramdır. Gerek teknolojik yenilikler ve buluşlar yardımıyla gerekse serbest piyasa ve pazarların genişlemesi yoluyla zaman mekân ayrışması gerçekleşse de bu durum belli kesimler için geçerliliğini sürdürmektedir. Modern çağla birlikte yasalar özel içerikler taşımaya başlamıştır. Tarihin bir dönemine özgü bulunan bir yasa, tarihin öteki dönemlerinde işlemez olmuş (Hançerlioğlu, 1996: 435); dolayısıyla değişen ve gelişen durum ve koşullara göre yeni yasal düzenlemelere gereksinim duyulmuştur.

Bauman, güç odaklarının oluşturmaya çalıştığı yeni düzende önemli bir sav olarak ortaya attıkları bu mekânsızlaşma ve özgürleşme örneğini "yasalar" açısından da değerlendirmeye çalışmıştır. "*Hareketsizlik fabrikaları*" (Bauman, 1999: 120) adını verdiği hapishaneleri örnek göstererek konuyu irdelemeye başlar. Küreselleşme sürecinde, en önemli güçlerden biri olan ABD de bile eğitim ve diğer giderlere harcanan paralardan fazlasının hapishane kurma ve sürdürme bütçesine ayrıldığını belirtmektedir. Foucault "*hapishaneye kapatma stratejileri er ya da geç modern toplumun tümünü kapsayan bir modele (bir gözlem, denetim, sınıflandırma, hiyerarşi, kurallar, disiplin ve toplumsal denetim sistemine) dönüşecektir*" demektedir (Marshall, 1998: 248).

Toplumun düzenini bozan, suç işleyen kişiler yüzyıllardır mekânsal kısıtlama ile karşılaşmaktadır. Mekânsal soyutlama ile suçlu ve toplum düzenini bozan kişilerin sürekli gözetim altında tutulduklarından hareketleri de kısıtlanmıştır. Foucault'un araştırmalarında önemli yere sahip olan hapishaneler, toplumdan uzaklaştırılan bireylerin ya da yüzyıllar öncesinde cüzzamlıları ve akıl hastalarını toplumdan tecrit edilmek amacıyla da kullanılan bir kurum özelliği taşımaktadır.

Modernizm ile birlikte bilimsel alanlarda başlayan gelişmeler akıl hastalarının cezai ehliyetlerinin olmaması bağlamında hapishanelerde tutulmalarını yasal açıdan gereksiz kılmıştır. Akıl hastalarının hukuken hiçbir cezai sorumlulukları bulunmadığından, zararlı olanlar ya da tedavi edilebilenler akıl hastanelerine gönderilir.

Tarihin bizi küreselleşme sürecine doğru sürüklediği bir dünya düzeninde küresel yasaların yapılanması son derece doğaldır. Tarihin birçok döneminde yasalar suçluları mekânsal soyutlamaya götürmüş, hapishanelere göndermiştir. Mekânsal soyutlanma, Bauman'ın üzerinde durduğu gibi bu kişilerin yabancılaşmasını sağlar. Yabancılaştırmanın yolu da kişilerin zorla belirli bir mekânda tutulması ve iletişim kurabilme haklarının ellerinden alınmış olmasıdır.

Bauman, günümüz yasalarının ve cezalandırma sisteminin zarar gören kişinin, zarar verene duyduğu öfkeden çok daha ciddi cezalar verdiği düşüncededir. Yasalar ve cezaevleri bunu "*eksiksiz bir yoksun bırakma*" ile gerçekleştirir. Bauman bunu, Amerikan *Pelican Bay Hapishanesi*'ni örnek vererek açıklamaktadır. Amerika'da bulunan Pelican Bay Hapishanesi'nin suçlulara yönelik uygulamaları oldukça ilginçtir. Hapishanenin her şeyi otomatik bir sisteme bağlıdır. Mahkûmlar hücrelerinde tek başına kalmaktadırlar. Diğer bir mahkûm ya da gardiyanla iletişim kurma şansları bulunmamaktadır. Hücreleri penceresiz ve yalıtılmış durumda iken havalandırmaları bile bulunmamaktadır. Bauman, bu cezaevinde kalan suçlular için "*hücrelerin kefenden farksız"* olduğunu söyler. Çünkü hiçbir suçlunun dış

dünyayla herhangi bir iletişimi yoktur. Günümüzde Amerika'nın sanat harikası olarak görünen bu hapishane tipleri Bauman'a *Panopticon'*un günümüze uyarlanmış halini anımsatır. Panopticon "merkezi bir kontrol kulesi etrafında inşa edilmiş, hem kontrol memurunun hem de orada tutulan insanın sürekli gözetlendiği açık tek hücrelerden oluşan daire şeklinde bir yapıdır (Marshall, 1998: 574).

Faucoult'da "*Hapishanenin Doğuşu*" adlı kitabında Panopticon'u yalnızca bir hapishane olarak değil, iktidarın bir yansıması olarak değerlendirir. Sürekli gözlendiğini bilen bireyler, gittikçe iktidarın kurallarına ve toplumsal düzene uyumlu olmaya doğru adım atmaktadırlar (Foucault, 2000: 314). Bir çeşit ıslahevi olan Panopticonlar, Bauman'ın deyimiyle o dönem için *"disipline sokulmuş emek gücünün fabrikaları"* idi (Bauman, 1999: 124). Çünkü o dönem açısından en büyük ve en önemli erdem çalışmaktı. Mahkûmlar bu kurumlarda topluma kazandırılmaya ve genel ahlâka uymaya yönlendiriliyorlardı.

Islahevlerinin kuruluş amaçları da bilindiği üzere ilk hedef olarak suçluyu -toplum düzenini bozan kişiyi- yeniden topluma kazandırmaktır. Suçlu bireyleri kapalı çevre içinde topluma kazandırırken aynı zamanda onun ahlâki eğitimi, ruhsal ve bedensel eksikliklerinin de giderilmesine uğraşılmaktadır. Bu bağlamda onların sanat öğrenmesine de yardımcı olunmaktadır. Bu iyileştirme programı çerçevesinde ahlâki eğitimin yanında bedensel açıdan da yararlar sağlamayı amaçlamaktadır. Suçlu bireylere burada yetenekleri ve istekleri dikkate alınarak tahliyelerinden sonra topluma uyum sağlayabilmek ve yabancılaşmalarını önlemek üzere zanaat öğretilmesi temel alınmıştır. Marangozluktan terziliğe kadar birçok iş kolu faaliyetleri bulunur. Bu amaçla oluşturulan topluma yeniden kazandırma sisteminin hedefine ne kadar ulaştığı sürekli tartışılan bir durum özelliği taşımaktadır. Birçok araştırmacı bunun uygulamada gerçekçiliğini yitirdiği ve baskı ortamında iyi niyetini kaybettiği görüşünde birleşir.

Bauman da adı hapishane olan bir yerin amacı ne olursa olsun suçlu bireyleri topluma kazandırmaktan öte, topluma yabancılaştırdığı görüşündedir. Ona göre hapishane ve esenlendirme kavramları birbirine çok uzak ve zıt kavramlardır (Bauman, 1999: 125). Özellikle yaşı büyük suçlular için günümüz hapishanelerinden birer ıslahevi olarak bahsetmek yanıltıcı olabilir. Günümüz büyük suçlu hapishanesi bireyin yabancılaşmasını sağlamaya yönelik tarzda oluşturulmuşlardır. Bauman, hapishanelerden düşüncede var olup da gerçekte hiçbir çaba sarf edilmeyen düzenlemelerden oluşan, suçlu bireyi toplumda izole eden kapalı ve baskıların çok yoğun olduğu bir yer olarak bahseder. *Panopticon* biçimi yapılan hapishaneleri *Pelican Bay* modeline tercih eder. Bunun nedeni, Panopticon da yoğun bir baskı ve denetim olmasına karşın suçluların kendi kendilerine başka hiç kimse olmadan kaderlerine terk edildikleri Pelican Bay sistemden daha iyi olmasıdır. Bunun anlamı cezalandırmakla dışlanmak arasındaki farkta gizlidir. Bauman, Panopticon biçimi cezaevlerini endüstri toplumuna özgü bulurken, Pelican Bay'ın küreselleşmenin özüne uygun yapıda olduğunu dile getirerek, küreselleşen dünyada toplum düzenini bozanların ve suçlu bireylerin yabancılaştırılması gibi diğer bireylerin de kendi başlarına kaldıkları yabancılaştırılmış bir toplum düzenine atıfta bulunmaktadır. Varlık nedeni suçluyu cezalandırmak, suçu önlemek, caydırmak olan hapishanelerin, içinde bulunan suçluların sayısının artış gösterdiğini belirten Bauman önemli bir noktaya değinmiştir. Günümüzde kültürel yapıları birbirinden farklı olan birçok ülkede suçlular ve hapishanelerin sayısında büyük artışlar gözlenmektedir. Suçun toplumdan topluma farklılık göstermesine rağmen, yeni dünya düzeninde artış gösterdiği su götürmez bir gerçek olarak karşımızda durur.

5. BAUMAN'A GÖRE KÜRESEL GÜVENLİK

Küreselleşmeyle birlikte daha da güvensiz olan dünyada güven kavramının tartışılması da kaçınılmazdır. Devletlerin koyduğu yasalar düzen koruyuculuğun yanında, yurttaşların güvenliğini de koruma altına almalıdır. Yeni dünya düzeninde güven kavramı ve güvenlik önemli yer tutan konulardan biridir. Birçok şeyin belirsizliğini koruduğu küreselleşme sürecinde devletler de politik olarak bu konuya verdikleri önemi arttırmaya başladılar. Güven kavramını Giddens "bir kişinin ya da sistemin inandırıcılığına güven duyma" olarak tanımlarken (Giddens, 2004: 87), güvenliğin bu denli önem kazanmasını modernlik dönemiyle ilişkilendirmektedir.

Bauman için güvenlik, çevresinde birçok gerilim biriktirir. Güvenlik derin olduğu kadar soyut bir kavram niteliği taşır. İnsanların kurban olmamak için kendi kendilerine önlem almaları günümüzde olağan bir durum olmuştur. Küreselleşme süreci ile birlikte modern insanın yabancılarla ilişki kurmak zorunda kalması güven sorununu yaratır. Bauman, varoluşsal güvensizliğin günümüz dünyasında, diğer güvensizlik türlerinden çok daha endişe verici olduğu kanısındadır. Varoluşsal güvensizlik bireyin kişilik gelişimiyle doğrudan ilişkilidir. Bireyin psikolojik olarak kendi içinde yarattığı bu güvensizlik biçimi tamamen duygusal bir yön taşır. Kişisel güvenlik/güvensizlik duygusu, bireyin bebeklik çağında yeşermeye başlayan bir süreçtir. Bauman, kişisel güvensizlik dışındaki güven duygusunu bireylere hükümetlerin sağladığından söz ederken, yeni ceza yasaları oluşturmanın ve hapishanelerin sayısını arttırmanın da hükümetler açısından yurttaşlara güven sağlayıcı unsurlar olduğuna değinmektedir. Küresel dünyada güvensizlik ekonomi alanından politik yönetimlere kadar pek çok alanda kendini gösterir (Tanrıverdi, 2017: 168).

Bauman küresel hareket özgürlüğünün aynı zamanda diğer bir grup için hareketsizlik yarattığından söz ederek, küreselleşmenin güvensizlik ortamını eleştirir. Ona göre küresellik, yerelsellik gibi birçok zıtlığı içinde barındırır ve bu zıtlar giderek artış gösterdiğinden güvensizlik yaratırlar. Bütün insanlığın yaşamdan beklentileri aşağı yukarı aynıdır. Sağlık, mutluluk, zenginlik ve hareket özgürlüğü bu beklentiler arasında sayıldığında kimsenin itirazı olmayacaktır. Bauman, yaşamsal beklentilerin yanında yaşamsal korkuların da bireyler açısından yaklaşık olarak aynı şeyleri ifade ettiğine inanır. Ona göre, yaşamsal korkularımızın en başında gelen; özgürlük yitimi ve hareket kısıtlılığıdır. Özgürlük yitimi ve hareket kısıtlılığı salt hapishanelerde bireylerin elinden alınmış mutluluklar ve haklar değildir. Bu bireyin kendi evinde de gerçekleşebiliyorsa Bauman'ın deyimiyle mekân neresi olursa olsun "çekilmez, acımasız ve iğrenç" hal almaktadır. Ona göre, "hareketi yasaklanmış olmak acizliğin, iktidarsızlığın ve elbette acının en güçlü simgesidir" (Bauman, 1999: 137). Hapishaneler bunun en somut ve çarpıcı örneğidir. Hükümetlerin yurttaşlarına tehlikeyi önlediklerini ve yok ettiklerini kanıtlamaya çalıştıkları hapishaneler Bauman'a göre suçlunun dışlandığı yer konumundadır.

Bauman'a göre, insanların dertlerinin ve huzursuzlukların en yaygın kaynağı, sürekli genişleyen bireysel özgürlük sunağında kurban edilen güvenliktir. Modern uygarlığın sağladığı ortamda özlenen, özlendiği için de "endişe, korku ve öfke duyulan şeyin Freud'un,[3] özgün Almanca metinde "Sicherheit" olarak tek terimde topladığı "güvenlik, kesinlik ve emniyet"tir. Güvenlik, her ne kazanıldıysa elimizde kalmasını, her ne başarıldıysa gurur ve saygı kaynağı olarak sahip olduğu değeri korumasını, etkili hareket etmeyi sağlayan

[3] Sigmund Freud, (1856 – 1939). Psikanalizin kurucusu, ünlü Psikolog.

öğrenilmiş alışkanlıkların ve becerilerin düzenli ve güvenilir olmasını sağlamaktır. Kesinlik, yararlı ile yararsız, uygun ile uygunsuz, kârlı ile zararlı arasındaki farkı ve gündelik seçimlerimize yön veren, pişman olmayacağımız kararlar almamıza yardımcı olan, iyiyi kötüden ayırmamızı sağlayan semptomları, kötü belirtileri ve uyarıcı işaretleri bilmektir. Emniyet, doğru şekilde davranıldığında kişinin bedenini ve onun uzantılarını (malını mülkünü), evini, mahallesini, çevresi türünden tüm unsurlarını içeren mekânı hiçbir tehlikenin tehdit etmemesidir (Bauman, 2000: 25-26).

Yine Bauman'a göre Güvenlik, insanı "kendi bünyesinden", "dış dünyadan" ve "öteki insanlarla olan ilişkilerinden" kaynaklanan ve onu tehdit eden üç tür acıya karşı korunma anlamına gelir. Öte yandan insan için mutluluk, özgürlük demektir: Kişinin içgüdülerine ve arzularına göre davranma özgürlüğü; güvenlik uğruna feragat etme ya da en azından kısıtlama eğilimine yol açan özgürlüğün bu türüdür. Özgürlük ile güvenlik iç içedir ve sonuçları açısından olduğu kadar güdüleri bakımından da değişkendir. İnsanlar hem özgürlüğe hem de güvenliğe gereksinim duyarlar ve birinden fedakârlık bir acı nedenidir. Bu nedenle özgürlük ile güvenlik arasındaki dengenin iyi korunması gerekir. Özgürlükle güvenlik arasındaki mükemmel bir denge durumu belki pratik bir imkânsızlıktır, ama kendiliğinden bu da iyi bir denge formülü aramanın en güçlü nedenidir (Bauman, 2005: 57-58).

Günümüzde güvensizlik kişinin can ve mal güvenliği konusuna odaklanmıştır. Toplumsal güvenliği sağlamak amacıyla toplum düzenini bozan kişileri ve suçluları cezalandırarak hapsetmek devletin görevidir. Ancak Bauman, bu yasal düzenlemelerin birçoğunun yalnızca yoksullar ve ezilmişler için olduğunu düşünerek, ulusu soyanların serbest ticaret yapıyorlarmış gibi gösterilerek devletin yasal düzenlemelerinden uzak tutulmasına anlam verememektedir. Bunların birçoğunun cezalandırılmadığını ve büyük suçluların işlediği suçların cezalandırılabilir suçlar arasında bulunmadığını dile getirir (Bauman, 1999: 139). Bu durumda hapishanelerin alt sınıf insanlarla, yoksullarla dolu olması da şaşırtıcı değildir. Çünkü büyük suçlar tam olarak tanımlanmamış olmasının yanında, ortaya çıkarılması ve kesin olarak gözler önüne serilmesi güç suçlardır. Bu suçların kesin olarak işlendiğini ortaya koymanın zorluğu bu suçları işleyen bireylerin toplum içinde önemli yere sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Bauman, bu tür suçlara büyük şirket suçlarını örnek olarak verir. Büyük şirket suçluları zaman zaman yargılansalar dahi adi bir hırsızdan daha fazla olanağa sahiptir. Bauman "yerel düzenlerin adamları küresel güçlerin üstünlüğünün öylesine farkındadırlar ki eğer suçlular palazlanabilecekleri kadar palazlanmışlarsa bunu bir başarı olarak değerlendirirler" (Bauman, 1999: 140) diyerek, konunun önemini desteklemektedir. Ayrıca yurttaşlarını daha mutlu, huzurlu bir toplum içinde yaşatmak için uğraşan hükümetler, onların güvenliğini sağlamak adına toplumda politik anlamda büyük kazançlar elde etmektedir. Alt sınıf ve yoksul bireylerin tutuklanarak hapse gönderilmesi toplumdaki diğer bireyleri rahatlatıp güven ortamı sağlarken, üst tabakadaki zenginlerin cezalandırılması topluma güven ortamında yaşadığını hissettirmede anlamsız olduğundan hükümetlere herhangi bir politik kazanç da sağlamayacaktır.

Bauman küresel dünya düzeninde suçun yoksul ve hareket yeteneği olmayan yerellerin işlediği ve cezalandırıldığı bir ortam olduğundan söz ederken, aynı küresel dünyanın hareket yeteneği olan ve küresel seçkin kesimin bu özelliğinden dolayı cezalardan her an kaçabilecekleri bir yer olduğunu ifade etmektedir. Ona göre güvenliği tehdit eden suç kaynakları gayet açık olarak yereldir ve yerelleşmiştir. Yani yasal uygulamalara tabi tutulan ve suçlu olarak hapishanelerde bulunanların alt tabaka insanlardan oluştuğunu vurgular.

Küresel özgürlüklerden yoksun kalmanın sonucu kaçınılmaz olarak yerelliklerin güçlenmesidir. Bu durumda Bauman alttakilerin giderek yerelleşmesini, üsttekilerin de küreselleşmesinin temellerini attıklarını bize göstermektedir.

6. SONUÇ

Küreselleşme, son yıllarda farklı anlam ve değişik nitelendirmelerle üzerinde en çok tartışılan kavramların başında gelmektedir. Günümüzde küreselleşmenin ne olduğu, gerek uluslararası düzende ve gerekse ulusal ve ulus-altı düzeylerde ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel açılardan yarattığı olumlu-olumsuz etkileri, özellikle küreselleşme olgusu karşısında ulus-devletler, değişen ve yeniden biçimlenen toplumsal yapı ve toplumsal düzenin sağlayıcısı ve koruyucusu hukukun durumu ve geleceği hakkında değişik görüşler ileri sürülmekte ve bu konularda tartışmalar sürmektedir. Küreselleşme güncelliğini artırdıkça tartışmalar da hızlanmaya başlamıştır.

Toplumların eskisinden farklı bir yapıya dönüşümünün ardında, küreselleşmenin ve bu olguyu tetikleyen yeni iletişim teknolojilerinin payı büyüktür. Ancak küreselleşmeyi yalnızca teknolojik temelli bir oluşum olarak değerlendirmek yanıltıcı olacaktır. Çünkü küreselleşmenin her uzmanlık alanında etkinliği gözlenmekte ve her disiplin küreselleşmenin kendi alanı üzerinde yaptığı değişikliklerle ilgilenmektedir. Bu yüzden küreselleşme tek boyutlu bir olgu olmayıp, ekonomik, politik, hukuki, teknolojik, kültürel ve toplumsal açıdan ele alındığında çok boyutlu bir olgudur.

Küreselleşme olgusu bağlamında küresel yasalar suç ve güvenlik konusundaki araştırmanın kapsamında görüş ve analizlerinden yararlandığımız Bauman, değerlendirmelerinde küreselleşme karşıtı olarak, yenidünya düzeninin olumsuzluklarını dile getirmektedir.

Bauman, küreselleşmeyi belirsizliğin daha da artmasına neden olan bir süreç olarak görür. Bauman'ın görüşlerini incelerken küreselleşmenin olumlu yönlerinden birçoğunun, onun tarafından kabul görmediği dikkati çeker.

Bauman'ın tespitlerini önemsememek yerinde bir davranış olmaz. Çünkü Bauman'ın düşünceleri karşı karşıya kaldığımız, küreselleşmenin yıkıcı taraflarını ortaya koymak bakımından çalışmaya katkıda bulunmuştur.

Bauman'a göre; küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan mekânsızlaşma da suçları ve cezaları toplumlar arasında giderek aynılaştırmaya başlamıştır. Küreselleşmeyle birlikte birçok suç da küreselleşmeye doğru gitmiştir. Küreselleşme sürecinde, yeniden yapılanan dünyada suçlar da değişim geçirmiştir.

Küreselleşmeyle birlikte daha da güvensiz olan dünyada güven kavramının tartışılması da kaçınılmazdır. Devletlerin koyduğu yasalar düzen koruyuculuğun yanında, yurttaşların güvenliğini de koruma altına almalıdır. Yenidünya düzeninde güven kavramı ve güvenlik önemli yer tutan konulardan biridir. Birçok şeyin belirsizliğini koruduğu küreselleşme sürecinde devletler de politik olarak bu konuya verdikleri önemi arttırmaya başladılar.

Bauman, varoluşsal güvensizliğin günümüz dünyasında, diğer güvensizlik türlerinden çok daha endişe verici olduğu kanısındadır. Varoluşsal güvensizlik bireyin kişilik gelişimiyle doğrudan ilişkilidir. Bireyin psikolojik olarak kendi içinde yarattığı bu güvensizlik biçimi tamamen duygusal bir yön taşır.

Bauman kişisel güvensizlik dışındaki güven duygusunu bireylere hükümetlerin sağladığından söz ederken, yeni ceza yasaları oluşturmanın ve hapishanelerin sayısını arttırmanın da hükümetler açısından yurttaşlara güven sağlayıcı unsurlar olduğuna değinmektedir.

Bauman küresel dünya düzeninde suçun yoksul ve hareket yeteneği olmayan yerellerin işlediği ve cezalandırıldığı bir ortam olduğundan söz ederken, aynı küresel dünyanın hareket yeteneği olan ve küresel seçkin kesimin bu özelliğinden dolayı cezalardan her an kaçabilecekleri bir yer olduğunu ifade etmektedir. Ona göre güvenliği tehdit eden suç kaynakları gayet açık olarak yereldir ve yerelleşmiştir. Yani yasal uygulamalara tabi tutulan ve suçlu olarak hapishanelerde bulunanların alt tabaka insanlardan oluştuğunu vurgular. Küresel özgürlüklerden yoksun kalmanın sonucu kaçınılmaz olarak yerelliklerin güçlenmesidir. Bu durumda Bauman, alttakilerin giderek yerelleşmesini, üsttekilerin de küreselleşmesinin temellerini attıklarını bize göstermektedir.

KAYNAKÇA

Bauman, Zygmunt (1999), "*Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*", Çev, Abdullah Yılmaz, Ayrıntı yayınları, İstanbul.

Bauman, Zygmunt (2000), "*Siyaset Arayışı"*, Çev. Tuncay Birkan, Metis Yayınları, İstanbul.

Bauman, Zygmunt (2005), "*Bireyselleşmiş Toplum*", Çev, Yavuz Alogan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Çeçen, Anıl (1995), "*İnsan Hakları*", Gündoğan Yayınları, Ankara.

Foucault, Michel (2000), "*Hapishanenin Doğuşu"*, Çev, Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Kitabevi Yayınları, İstanbul.

Giddens, Anthony (2004), "*Modernliğin Sonuçları*", Çev, Ersin Kuşdil, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Hablemitoğlu, Şengül (2004), *"Küreselleşme Düşlerden Gerçeklere"*, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul.

Hançerlioğlu, Orhan (1996), *"Toplum Bilim Sözlüğü"*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Habermas, Jürgen (2002), "*Küreselleşme ve Milli Devletlerin Akıbeti"*, Çev. Medeni Beyaztaş, Bakış Yayınları, İstanbul.

Öke, Mim Kemal (2001), "*Küresel Toplum"*, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları, Ankara.

Tanrıverdi, Ezgi (2017), "*Sosyolojik Açıdan Küreselleşme ve Ulus Devlet"* Seçkin Yayınevi. Ankara.

1979 İRAN İSLAM DEVRİMİ SONRASI: İRAN-ABD İLİŞKİLERİ ve İRAN'IN NÜKLEER TEKNOLOJİSİ

Seda DOKANAK[1]

ÖZET

1979 İran İslam Devrim'i sonrası İran, tam bağımsızlık hedefiyle Batı'yla kurduğu ilişkilerden sıyrılarak, yeni bir ekonomik ve siyasi düzen kurmayı hedeflemiştir. İran, Soğuk Savaş Dönemindeki ilişkileri reddederek tam bağımsızlık, emperyalist güçlerle ittifak yapmayacağı, dış müdahalenin her türlü boyutlarına karşı çıktığı bir yönetim tarzı hedeflemiştir. Devrim sonrası yaşanan Rehine Krizi ile taraflar arasında gerginlik tırmanmıştır. İran, bundan sonra ABD'nin yaptırım ve ambargolarına maruz kalmıştır. İran ABD'nin kendisini uluslararası alandan izole etme politikalarına karşı direniş göstermiştir. Bu direnişin en önemli ayağı, nükleer teknolojisindeki gelişimler ve ilerlemeler olmuştur.

2002'de İran'ın gizli nükleer tesislerinin ortaya çıkması ile "İran Nükleer Krizi" dünya kamuoyuna taşınmış ve bu tarihten günümüze kadar sürecek olan İran'ın nükleer silah elde ettiği iddiaları ile yaptırım ve ambargolar uygulanmıştır. 2013'de İran'da Cumhurbaşkanlığı seçimlerini kazanan Hasan Ruhani, bu dönemde yaptırımların olumsuz etkilerini sona erdirmek istemiştir. Ruhani'nin dış politikadaki hedefi; İran Nükleer Programına karşı uluslararasındaki algının olumlu yönde değişmesi ve aynı zamanda İran'a uygulanan yaptırımların kaldırılmasıdır. 2016'da İran ve P5+1 (ABD, Rusya, Çin, İngiltere, Fransa ve Almanya) ülkeleri ile Kapsamlı Ortak Eylem Planı imzalanmıştır. Ancak 2016'da başkanlık seçimlerini kazanan Trump 2018'de antlaşmadan tek taraflı çekildiğini açıklamıştır. ABD'nin İran'a yaptırımları daha da sertleşerek devam etmektedir. 2020 seçimlerini kazanan Joe Biden, İran'ın antlaşmaya uyarsa yeniden antlaşmaya dönebileceğinin sinyallerini vermiştir.

Bu çalışmada, 1979 İran İslam Devrimi sonrası, İran- ABD ilişkileri ve İran'ın bağımsızlığının bir parçası haline gelen nükleer teknolojisinin tarihsel gelişimi ve nükleer antlaşmaya giden süreç ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: ABD, İran, İran İslam Devrimi Nükleer Teknoloji

AFTER THE 1979 IRAN ISLAMIC REVOLUTION: IRAN-USA RELATIONS- IRAN'S NUCLEAR TECHNOLOGY

ABSTRACT

After the 1979 Iranian Islamic Revolution, Iran aimed to establish a new economic and political order by getting rid of its relations with the West, with the goal of complete independence. Iran has rejected the relations of the Cold War Era and adopted a management style in which it has full independence, will not make an alliance with imperialist powers, and opposes any dimension of foreign intervention. Tension escalated with the hostage crisis after the revolution. From now on, Iran was subject to US sanctions and embargoes. Iran has resisted the US policies of isolating itself from the international arena. The most important pillar of this resistance has been the developments and advances in nuclear technology.

With the emergence of Iran's secret nuclear facilities in 2002, the "Iran Nuclear Crisis" was brought to the world public opinion, and sanctions and embargoes were imposed on allegations that Iran had obtained nuclear weapons, which has continued from that date until today. Hasan Rouhani, who won the Presidential elections in Iran in 2013, wanted to end the negative effects of sanctions during this period. Rouhani's goal in foreign policy; It is a positive change in the international perception against the Iranian Nuclear Program and at the same time the removal of sanctions imposed on Iran. In 2016, the Joint Comprehensive Action Plan was signed with Iran and P5 + 1 (USA, Russia, China, UK, France

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Karaman / TÜRKİYE, sedaadokanak@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7933-8802

and Germany) countries. However, Trump, who won the presidential election in 2016, announced his unilateral withdrawal from the agreement in 2018. US sanctions on Iran continue to get tougher. Joe Biden, who won the 2020 elections, signalled that Iran could return to the agreement if it complies with it.

In this study, Iran-US relations after the 1979 Iranian Islamic Revolution and the historical development of nuclear technology, which became a part of Iran's independence, and the process leading to the nuclear agreement will be discussed.

Keywords: USA, Iran, Iranian Islamic Revolution Nuclear Technology

1. GİRİŞ

İran, kültürel ve tarihi mirası, jeopolitik konumu ve yeraltı-yerüstü kaynaklarına sahip olmasıyla önemli bir ülkedir. İngiltere'nin 1971'de Körfez'deki varlığını çekmeye karar vermesiyle önemi daha da artmıştır. ABD, o yıllarda askeri ve ekonomik güçlerini Vietnam'da harcarken oluşacak boşluğun SSCB tarafından doldurulmasından endişe duyduğu için İran'ı Batı'nın bölgede güvenebileceği "özgür dünyanın" çıkarlarını savunabileceği tek güç yapmıştır. Bu bağlamda muhalifler tarafından, bu durum İran'ın ABD'nin "Jandarmasına-Polisine" dönüşmesi olarak değerlendirilmiştir (Şen, 2018: 104). İran İslam Devrimi'nden sonra, İran'ın iç ve dış politikadaki hedefi; toprak bütünlüğünü, bağımsızlığı korumak, toplumun dini mirasını muhafaza etmek ve İran'ı yeniden uluslararası arenada önemli bir devlet haline getirmek olmuştur (Jane, 2017: 269). Devrimden sonra ABD, Ortadoğu'daki önemli müttefiklerinden birini kaybetmiştir. Devrim sonrası yaşanan Rehine Krizi ile iki ülke arasındaki gerginlik tırmanmıştır. ABD İran'a yaptırımlar uygulamıştır (Semiz ve Akgün, 2005: 164). 2002'de İran'ın gizli nükleer tesislerinin ortaya çıkması ile "İran Nükleer Krizi" dünya kamuoyuna taşınmış ve bu tarihten günümüze kadar sürecek olan İran'ın nükleer silah elde ettiği iddiaları ile yaptırım ve ambargolar uygulanmıştır. 2013'de İran'da Cumhurbaşkanlığı seçimlerini kazanan Hasan Ruhani, bu dönemde yaptırımların olumsuz etkilerini sona erdirmek istemiştir. Ruhani'nin dış politikadaki hedefi; İran Nükleer Programına karşı uluslararasındaki algının olumlu yönde değişmesi ve aynı zamanda İran'a uygulanan yaptırımların kaldırılması olmuştur. 2016'da İran ve P5+1 (ABD, Rusya, Çin, İngiltere, Fransa ve Almanya) ülkeleri ile Kapsamlı Ortak Eylem Planı imzalanmıştır (Bulut, 2021: 168-171). Ancak 2016'da Başkanlık seçimlerini kazanan Trump 2018'de antlaşmadan tek taraflı çekildiğini açıklamıştır. ABD'nin İran'a yaptırımları daha da sertleşerek devam etmektedir (İnat ve Duran, 2019: 13). 2020 seçimlerini kazanan Joe Biden, İran'ın antlaşmaya uyarsa yeniden antlaşmaya dönebileceğinin sinyallerini vermiştir.

Bu çalışmada, 1979 İran İslam Devrimi sonrası; İran-ABD ilişkilerindeki dönüşümü, İran'ın nükleer programındaki tarihten günümüze gelişmeleri ele alınacaktır. Bu çalışmanın araştırma sorusu, ABD'nin İran'a uyguladığı ekonomik yaptırımlar ve ambargolar ile hedeflediği politikaları nelerdir? şeklinde planlanmıştır. Çalışma bu soru bağlamında ele alınacaktır. Çalışmanın argümanı ise; ABD'nin kısaca Ortadoğu politikası siyasi ve ekonomik çıkarlarını korumak ve İsrail'in güvenliğini sağlamaktır. Bu bağlamda 1979 devrimi sonrası en büyük düşmanı haline gelen İran'ı uluslararası alanda izole etmek ve kontrol etme politikası izlemiştir. ABD, İran'a uyguladığı ekonomik yaptırım ve ambargo politikalarını meşrulaştırmasının en önemli dinamiklerinden biri İran'ın nükleer programı olmuştur. Aynı zamanda İran'ın nükleer programının önüne geçmek içinde ekonomik yaptırım ve ambargoları uygulamıştır.

2. İRAN VE ABD İLİŞKİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İran, jeopolitik konumu, kültürel tarihi ve mirası, aynı zamanda önemli yeraltı ve yerüstü kaynaklarına sahip olması nedeniyle uluslararası alanda son derece önemli ülkeler arasındadır (Semiz ve Akgün,2005: 164). İran, tarihi arka planı, jeostratejik konumu, kaynakları ve beşerî sermayesinden dolayı bölgenin en etkin ülkelerindendir (Bulut, 2021: 175). İran ve ABD arasında 1851'den itibaren resmi temaslar başlamış olsa da 1860- 1940 yılları arasında İngiltere ve Rusya'nın İran üzerindeki politikalarına, ABD'nin dahil edilmek istenmemesi üzerine bu dönemde temaslar sık yapılmamıştır (Özdemir, 2022: 8-11). 1941 Ağustos ayında İngiliz ve SSCB İran'ın topraklarını hiçbir hukuki dayanağı olmadan işgal

etmiştir. İran, I. Dünya savaşında olduğu gibi kuzeyi Rusların, petrol çıkan güney bölgeleri de dahil İngiltere'nin kontrolü altına girmiştir (Abrahamian, 2020: 130). İngiltere ve Amerika, İran'ın SSCB'yi desteklemek, irtibat kurmak için işgal edildiğini ve İran'da Alman taraftarı bir rejimin iktidarı değiştirmesi amacıyla yapacağı darbe tehlikesini öne sürerek işgali meşrulaştırmaya çalışmışlardır (Gürkaş, 2007: 224).

II. Dünya Savaşı sonrası dönemde ABD ve SSCB arasındaki güç rekabeti Soğuk Savaş Dönemini başlatmıştır. Bu güç rekabeti, Ortadoğu'da müttefik ilişkileri şekillendirmiştir. Bu müttefik ilişkiler bölgeyi kimi zaman soğuk, kimi zaman sıcak savaşa sürüklemiştir. ABD ve SSCB'nin Soğuk Savaş Dönemindeki ilişkileri Ortadoğu politikalarında belirleyici dinamiklerden olmuştur. 1945'te hem Türkiye hem İran SSCB tehditleri ile karşı karşıya kalmışlardır (Cleveland, 2015: 303- 308). II. Dünya Savaşı ABD'nin İran'daki varlığı açısından dönüm noktasıdır.

İran, devrim öncesi dönemde; Irak, Suriye, Mısır ve Lübnan'ın SSCB yanlısı politika izlediği bir ortamda, ABD'nin Ortadoğu'daki en önemli müttefiklerindendi. (Semiz ve Akgün, 2005: 164). 1953'de Soğuk Savaş'ın yayıldığı ve derinleştiği konjonktür de İran, ABD ile derin ilişkiler içerisine girerek bu dönemde ABD'den mali ve askeri destek almıştır. 1955'de İran'ın Bağdat Paktına girme kararı, Batı sistemi içinde yer alıp komünizm ile savaşma hedefini göstermesi açısından önemli bir gelişmedir. Süveyş Krizinde, İran'ın takındığı ABD yanlısı tutum bu siyasi duruşun yansıması olarak değerlendirilebilir. ABD'nin, İran'ı Soğuk Savaş döneminde kendi çıkarlarını korumak için "güvenilir" ve "istikrarlı bir tampon bölge" olarak konumlandırması, o dönemde İran ve ABD ilişkilerinin yakınlığını göstermektedir (Şen, 2018: 87-92).

Şah döneminde, Musaddık'ın petrolü millileştirme kararının ardından ilk kez Musaddık yönetimi, 1951-1953 yılları arasında yaptırımlarla karşılaşmıştır (Telci, 2018: 2). İran petrolünün millileştirilmesinin yarattığı kriz hem iç politikanın hem de dış politikanın merkezinde yer alan önemli gelişmelere neden olmuştur (Şen, 2018: 87). ABD ve İngiltere destekli Ajax Operasyonu ile Musaddık Hükümetine darbe yapılmıştır (Sanyürek,2018: 201-204). Musaddık, darbe ile görevden alındıktan sonra yaptırımlar sona ermiştir (Telci, 2018: 2). 1953'te yaşanan bu olaydan, 1979 İran İslam Devrimi'ne kadar geçen süreçte, İran'ın iç ve dış politikasının nasıl şekillendiğini anlamak için ABD'nin; siyasi, ekonomik, kültürel etkisi göz ardı edilmemelidir.

Şah'ın, İran için hayal ettiği projeleri finanse etmesi için, artan petrol gelirleri bu dönemde yetersizdir. Şah reformların ve devlet kurumlarının geliştirilmesi için ABD'nin kredilerine ve yardımlarına ihtiyaç duyarak 1953-1963 yılları arasında İran, ABD'den Karşılıklı Güven Paktı kapsamında askeri ödenek almıştır. ABD bu dönemde NATO üyesi olmayan ülkelere yaptığı en büyük yardımı, İran'a yapmış ve 1960'ların başlarında ABD'den İran'a danışmanlar, teknik uzmanlar, Amerikalı yetkililer ve özel yatırımcılar gelmesi ile ülkede ABD etkisi artmıştır. 1977'nin sonunda ABD başkanı Carter ünlü konuşmasında; *İran'ı kaos ve istikrarsız ile çalkalanan bölgede adeta bir "istikrar adası"* olarak tanımlamıştır (Şen, 2018: 89-105).

Bu dönemde Şah'ın, ABD ile ilişkileri İran'da hem seküler hem de dini muhalefetin hedefinde olmuştur. 1970'lerde zengin ve yoksul arasında artan fark o kadar derinleşmiş, pazar esnafı 19.yy.dan itibaren Batı sermayesinin İran'a girişinden olumsuz etkilenmiş ve Şah'ın siyasi baskısı, ekonomi politikaları ile halk daha da fazla dışlanmıştır. 1970'lerde İran'da zenginleşen devlete rağmen, sınıf farkının derinleşmesi, devletin artan gelirlerinin toplumun alt tabanına nüfus etmemesi, 1970'lerin ortalarında grevlere neden olmuştur. Köylerden kentlere göçün

artması, devrimin "ezilmişlerini" oluşturacak yoksulların sayısını giderek arttırmıştır. 1977'nin ortalarında Şah'ın siyasi baskısına karşı çıkan seküler güçlerin protestosu, ulema sınıfı ve pazar esnafı tarafından düzenlenen eyleme, daha sonra kent yoksulları, inşaat ve fabrika işçileri de katılmıştır. Eylemler, Savak'ın baskı ve şiddetine rağmen milyonlarca insanın direnişinin devam etmesi ve (Şen, 2018: 101-107) Şah'ın ülkeyi terk etmesi, Humeyni'nin ülkeye dönmesi ile 1979 İran Devrimi gerçekleşmiştir. 1979'da İran İslam Devrimi, Rıza Şah'ın ülkeyi terk etmesi, Humeyni'nin İran'a dönüşü ile Ortadoğu'daki bütün dengeleri değiştirecek yeni bir dönemi başlatmıştır.

3. 1979 İRAN İSLAM DEVRİMİ SONRASI: İRAN VE ABD İLİŞKİLERİNDEKİ DÖNÜŞÜM

1 Nisan 1979'da İran İslam Cumhuriyeti kurulmuştur (Elhan ve Karaoğlu, 2022: 190). İran devrimi, iç politikada ve dış politikada köklü değişimleri de beraberinde getirmiştir. Devrim öncesi dönemde İran, ABD'nin Ortadoğu'daki "jandarması" olarak nitelendirilirken, devrimden sonra günümüze kadar "düşman" ülke olarak anılmaya başlamıştır (Semiz ve Akgün, 2005: 164). Batı'nın önemli müttefiklerinden biri olan İran, İslam Devrimi sonrası Batı'nın "düşmanı" ve "ötekisi" haline gelerek iki ülke arasındaki gerginlik günümüze kadar devam etmektedir.

Devrimden sonra ABD, askeri teçhizat ticaretinde en büyük müşterisini kaybetmekle beraber, ucuz petrol tedariki sağlayan gücü de kaybetmişti (Şen, 2018: 122). İran İslam Devrimi yalnızca Şah'a karşı değil onun en büyük müttefiki olan ABD'ye karşı da yapılmıştır. Devrim İslam temellerinin yanı sıra, Musaddık'a karşı 1953'te yapılan CIA destekli darbe ve ABD'nin Şah'ı İran meclisine karşı güçlendirmek için yaptığı gizli faaliyetlerin birikiminden doğan tecrübelerinden de kaynaklanmaktaydı (Semiz ve Akgün, 2005: 172). Devrim ile birlikte İran'ın dış politikasını belirleyen en önemli etken Devrimin ideolojisiydi. Devrimin ideolojisi; ABD ile iyi ilişkiler içerisinde olan Şah yönetimi yerine, anti emperyalisttir. ABD ve İsrail karşıtlığı yeni rejimin meşruluk zeminini oluşturmuştur (Güzel, 2018: 55). Devrimden sonra İran'ın sloganı, "Ne Doğu Ne Batı İslam Cumhuriyeti!" olmuştur. İran İslam Devrimi'nden sonra, İran'ın iç ve dış politikadaki stratejisi; toprak bütünlüğü ve bağımsızlığı korumak, rejimi sağlamlaştırmak, toplumun dini mirasını muhafaza etmek ve İran'ı yeniden uluslararası arenada önemli bir devlet haline getirmektir (Jane, 2017: 269). Humeyni İran'a döndükten sonra ABD İran'a satacağı 10 milyar dolar silah anlaşmasını, İngiltere ise 500 milyon sterlin silah satışı anlaşmasını iptal etmiştir (Çetirge, 1997: 106). İran devrim sonrası dönemde, Batı ile kurduğu ilişkilerden sıyrılarak, yeni bir ekonomik ve siyasi düzen kurmayı hedeflemiştir.

İran, 1979 İran İslam Devrimi ve devrim sonrası yaşanan Rehine Krizi, Irak-İran Savaşı gibi gelişmelerin etkisi ile ABD ve bölge devletleri için tehdit olarak algılanmaya başlamıştır (Jane, 2017: 264). İran İslam Devrimi ile ABD'nin, Batı'nın İran'ı tehdit olarak algılamasının diğer nedeni ise "devrim ihracı" siyasetiydi. Arap milliyetçiliğinin başarılı olamadığı Ortadoğu coğrafyasında devrim ihracı ile beraber İslamcılık yeni bir ümit kaynağı haline gelmiştir. Ortadoğu coğrafyasında devrim ihracı ile oluşacak birlik ve beraberlik ABD'nin Ortadoğu'daki siyasi ve ekonomik çıkarlarına ters düşmüştür.

1979 sonrası İran ile ABD arasında günümüze kadar derinleşerek devam eden ilişkilerin bozulmasını, devrimden sonra yaşanan Rehine Krizi tırmandırmıştır. Carter hükümeti krize, İran'dan petrol ithalatını yasaklayıp, ülkenin, ABD bankalarında varlığını dondurarak aynı zamanda silah alım programını durdurarak, sipariş edilen gemileri ve silahları da iptal ederek cevap vermiştir. Nisan 1980'de tüm ticarete ambargo koyulmuştur. Cezayir Antlaşması ile 444

gün süren Rehine Krizi sona ermiş ve İran'a uygulanan ticari ambargolar kaldırılmış ancak bankalarda dondurulmuş mali varlık sorunu çözümsüz kalmıştır (Şen,2018:128).

İran'ın ABD ile yaşadığı krizi ve İran'ın devrimden sonraki dönüşümünü fırsata çevirmek isteyen Saddam Hüseyin, 1980 yılının Eylül'ünde İran'a saldırmıştır. ABD'nin İran'ı çevreleme ve Irak'ı olası bir mağlubiyete karşı destekleme kararı ile sekiz yıl sürecek savaş 20. yy'ın. en kanlı savaşlarından biri olmuştur (Şen, 2018: 138). Saddam Hüseyin'in İran'a saldırmasını destekleyen ABD'nin politikası; 1979 Devrimi sonrası Tahran'daki ABD Büyükelçiliğinin işgali ile başlayan 444 gün süren Rehine Krizi'nin intikamını almak ve İran da yeni kurulan yönetimin zayıflaması ile İran'ın İslam dünyasını birleştirme girişimlerini zayıflatmayı amaçlamaktaydı. İran-Irak Savaşında ABD ve Arap ülkeleri, İran'ın yükselen askeri ve siyasi gücünü zayıflatmak amacı ile Irak'ı desteklemiştir. İran-Irak savaşından sonra, iki ülkede ciddi ekonomik kayıplar yaşanmış, Irak'ta Kürtlerle Şiiler Saddam'a karşı ayaklanırken, İran savaş sırasında halktan aldığı güçle devrimin sağlam temeller üzerinden yükselmesini, halkın 1979 İran İslam Devrim'i etrafında bütünleşmesine ve dayanışmasının daha da artmasına neden olmuştur (Semiz ve Akgün, 2005: 164-166).

I. Körfez Savaşı sonrasında ABD, İran ile Irak'ı "Çifte Çevreleme" politikasını hayata geçirmiştir (Jane, 2017: 273-274). ABD artık bu iki ülkeyi birbirine karşı kullanmak politikasını terk ederek iki ülkeyi birden tecrit etmeye yönelik yeni bir politika izlemeye başlamıştır (Altunışık, 2009: 72). Clinton yönetimi, İran ve Irak'a BM ambargoları, ekonomik ambargolar ve uçuşa yasaklı bölgeler oluşturma şeklinde uygulamıştır (Jane, 2017: 273-274). ABD'nin bu yeni Körfez politikasına etki eden iki husus vardır. SSCB'nin dağılması ile ABD'ye karşı olacak ülkeleri destekleyecek gücün de artık olmaması ve Körfez Savaşından sonra, Körfez İş Birliği üyesi devletlerin (Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman, Katar), ABD ile askeri ilişkilerini geliştiren ve ABD'ye askeri üst sağlamakta daha az çekingen davranmaları, ABD'nin İran ve Irak'ı çevreleme politikasını uygulamasını kolaylaştırmıştır. Çifte Çevreleme politikasının en önemli ayağı Körfez'de artan ABD'nin askeri varlığı olmuştur (Altunışık, 2009: 72,73). Körfez'de artan ABD varlığı İran için bir tehdit oluşturmaktaydı. İran'ın çevrelenmesi, Körfez ülkelerin kırılgan siyaseti açısından önem taşımaktaydı.

ABD, İran'a barış sürecine zarar verdiği söylemiyle 1995'de petrol ve ticaret yaptırımlarını devreye sokmuştur (Jane, 2017: 273-274). 1996'da ABD İran'a karşı uyguladığı silah ambargosunun yanı sıra İran'la iş birliği yapan ülkelere de yaptırımlar uygulamak için yasa çıkarmıştır. Örneğin; bu yasa gereği Japonya İran'ın Azadegan bölgesindeki petrol rezervleri için üç milyar dolarlık yatırım projesini iptal etmek zorunda kalmıştır (Semiz ve Akgün, 2005: 173). Bu yasa bağlamında ABD, İran'ın her türlü gelişimini, ülkeye yatırımın engellemek ve diğer ülkelerle olumlu devam edecek ilişkilerin önünü kesmeyi amaçlamaktaydı.

11 Eylül 2001'de ABD'de yaşanılan terör saldırıları sonrasında ABD ve İran ilişkileri yeni bir boyut kazanarak, saldırı sonrası ABD başkanı Bush'un söylemi ile Irak, İran ve Kuzey Kore'yi terörizme destek vermeleri ve kitle imha silahları geliştirmeye çalıştıkları iddiası ile "Şer Ekseni" ülkeleri olarak tanımlamıştır (Semiz ve Akgün, 2005: 173). Soğuk Savaş sonrası dönemde ABD, 11 Eylül saldırılarını dayanak göstererek, Afganistan ve Irak'ı terörist devlet oldukları ve dünya kamuoyunu tehdit ettikleri söylemi ile işgal etmiştir. ABD bu işgaller ile 1979'dan sonra kendisi için tehdit olan İran'ı hem doğudan hem batıdan tam anlamı ile kuşatmıştı. ABD'nin bir sonraki hamlesi İran'ı göstermekteydi. Ancak İran, ABD'nin askeri müdahalede bulunduğu Afganistan ve Irak'tan askeri ve siyasi meşruluk zemini bakımdan daha güçlüydü. ABD'nin söyleminde İran'a silahlı müdahale yapacaklarına dair tehditler yer

alsa da uluslararasında bu duruma destek güç bulamamıştır. ABD'nin hedefi İran üzerinden bölgeyi kontrol etmektir. Bu yaşanan gelişmeler sonrası ABD ve İran arasında, 2002'de İran gizli nükleer tesislerinin ortaya çıkması ilişkilerdeki gerginliği tırmandırmıştır.

4. İRAN -NÜKLEER TEKNOLOJİ VE ANTLAŞMALAR

Nükleer silah, insanlık tarihinde, ilk defa ABD'nin 1945'de Japonya'yı vurması ile tanınmıştır. ABD 1945'de BM ile toplantıda bu konuyu gündeme taşımıştır. ABD nükleer silah üretiminin önüne geçmek istemiş, ancak nükleer silah üretiminin önüne geçememiştir. ABD 1947'de tek taraflı çıkardığı bir yasa ile nükleer teknoloji satışını engellemiştir. Yüksek maliyetli olan bu teknolojinin ihracatını engellemesi tepkilere neden olmuştur. 8 Aralık 1953'de BM Genel Kurulundaki (Kibaroğlu, 2013: 2) ABD Başkanı Dwight Eisenhower "Barış İçin Atom" başlıklı konuşmasında (Jane, 2017: 266) tüm dünyanın nükleer teknolojiyi barışçıl bir şekilde paylaşma hakkı olduğunu söyleyerek nükleer teknoloji ihracatını önünü açmıştır (Kibaroğlu, 2013: 2).

İran'ın nükleer teknolojisi, bölgesel gelişmelerin etkisi ile başlamıştır. İran ve ABD arasında 1957'de nükleer teknolojinin sivil ve barışçıl amaçlarla kullanımı için İş birliği Antlaşması imzalanmıştır. 1959'da Tahran'da Nükleer Araştırma Merkezi kurularak, 1967'de de ilk Nükleer Araştırma Reaktörü kurulmuştur. 1970 yılından sonra İran'a ABD ve diğer devletlerin de yatırımları başlamıştır. 1977 ve 1978'de ABD ve İran "Nükleer Teknoloji Değişimi ve Nükleer Güvenlik Antlaşması" imzalamıştır (Jane, 2017: 267,268). 1979'da yaşanan İran İslam Devrimi ile beraber, nükleer teknoloji ile ilgili girişimler sona ermiştir (Kibaroğlu, 2013: 3). Ancak devrimden hemen sonra yaşanan Irak Savaşı ile İran nükleer teknoloji konusunda kendini yeniden sorgulamaya başlamıştır. Humeyni 1984 yılındaki saldırıdan sonra İran nükleer teknolojisine yeniden başlamıştır (Jane, 2017: 271-272).

İran, nükleer teknoloji için, 1989'da SSCB ile başlayan görüşmelere, komünist rejimin yıkılması ile 1994'de Rusya ile devam etmiştir. Rus firmasının 1995 yılındaki Tahran ziyaretinde bir antlaşma imzalanmıştır. Bu antlaşma ile Rusya'nın teknolojisine sahip reaktörleri yapma sözü verilmiştir. Ancak bu konuda ilerleme sağlanamamıştır. İran SSCB'nin yanı sıra 1980'li yıllarda Çin ile de görüşmelere başlamıştır. Çin hem petrol ihtiyacını karşılamak hem de uluslararası arenada güçlerin dengelenmesi açısından İran'la ilişkilerine önem vermiştir. Çin, İran devleti ile uranyum kapasitesini sağlayacak bir antlaşma imzalanmıştır. 1990'lı yıllarda İran geliştirmekte olduğu nükleer teknolojisi ve balistik füze girişimleri, İran'ın ABD ve İsrail tarafından tehdit olarak algılanmasını pekiştirmiştir (Kibaroğlu, 2013: 3). İran'ın nükleer programının 2002'de Ulusal Direniş Konseyi ve Halkın Mücahitleri Örgütünün yaptığı açıklamalar sonucunda ortaya çıkması ile bu durum uluslararası krize dönüşmüştür (Jane, 2017: 274). İran'ın uranyum zenginleştirmesini uluslararası kamuoyundan saklaması, tepki ile karşılanmış ve arka planda art niyet olduğu düşünülmüştür.

AB üyesi devletlerden İngiltere, Fransa ve Almanya 2003'de İran ile müzakerelere başlamıştır. İran'ın müzakerelere ılımlı politikaya izlemeye başlaması ile 21 Ekim 2003'de Tahran Deklarasyonu imzalanması neticesinde, İran uranyum zenginleştirme faaliyetlerini geçici olarak durdurmuştur. Nükleer tesislerine denetimlerineizin veren Ek Protokolü imzalamayı kabul etmiştir. İran, Tahran Deklarasyonun'da çıkan anlaşmazlık nedeni ile uranyum zenginleştirme faaliyetlerine yeniden başlamıştır (Gül ve Karapınar, 2021: 280, 281).

AB, İran'ın bu kararından sonra İran'ı tehdit eden 18 Eylül 2004'de Uluslararası Atom Enerjisi Kurumu'nun (UAEA) yönetim kurulu kararı taslağını hazırlamıştır (Gül ve Karapınar, 2021: 280, 281). İran'a uranyum zenginleştirme çalışmalarını durdurması ve nükleer programı ile

ilgili bir bilgilendirme raporu sunması istenmiştir (Uzun, 2013: 64). Yeni müzakereler sonucunda Paris Antlaşması ile yeni bir süreç başlamıştı. Ancak İran'da iktidar değişmesi ve Mahmud Ahmedinejad'ın iktidara gelmesi ile izlenen politikalar değişmiştir (Gül ve Karapınar, 2021: 280, 281). 2005 yılı itibari ile yürütülen müzakereler zorlu bir sürece girmiştir. İran bu dönemde Almanya, İngiltere ve Fransa'nın Rusya topraklarında uranyum zenginleştirme teklifini reddetmiş, kendi nükleer programına yeniden başlamıştır. İranlı yetkililer hiçbir antlaşmanın İran'ın, kendi topraklarında uranyum zenginleştirme faaliyetlerini durduramayacağını açıklamışlardır (Uzun, 2013: 64).

2010 yılına gelindiğinde müzakere süreci çıkmaza girmiş 2011'de İran'a karşı daha sert yaptırımlar kararı alınmıştır. ABD İran'ın liman nakliyat ve gemi sanayisi ile iş yapılmasını kısıtlamış, alüminyum ve çelik gibi gemi sanayisi ve nükleer teknoloji ile ilgili ürünler satan veya tedarik edenlere cezalar öngören yaptırım paketini onaylamıştır. 27 AB ülkesi İran'a karşı yaptırım paketi üzerinde antlaşmaya varmış ve Tahran'dan doğalgaz alımını durduracağını açıklamıştır (Uzun, 2013: 65). Yaptırım ve ambargolara rağmen İran ulusal kimliğinin güvencesi olarak nükleer politikalarını sürdürmektedir (Jane, 2017: 263).

İran'da 2013'de Cumhurbaşkanlığı seçimlerini kazanan Hasan Ruhani, bu dönemde yaptırımların olumsuz etkilerini sona erdirmek istemiştir. Ruhani'nin dış politikadaki hedefi; İran Nükleer Programına karşı uluslararasındaki algının olumlu yönde değişmesi ve aynı zamanda İran'a uygulanan yaptırımların kaldırılması olmuştur. Ruhani'nin göreve başlamasından hemen sonra taraflar Umman'da müzakerede bulunmayı kabul etmişlerdi. İran ve P5+1 ülkeleri karşılıklı görüşmelerin sonucunda 2013'de "Cenevre Antlaşması" imzalanmıştır. Antlaşma ile güven ve iş birliği temel alınırken yoğun müzakereler sonucunda, İran'ın hangi tesislerde uranyum zenginleştirme faaliyeti sürdüreceği, kullanabileceği santrifüj sayısı gibi konular da müzakereler devam etmiştir (Bulut, 2021: 168). Bunun karşılığında İran devletinin beklentisi, ABD'nin yaptırım ve ambargoları azaltması ve yeni yaptırımlar uygulamaması yönündeydi.

Müzakerelerin devamında 2015'de İran P5+1 ülkeleri ile imzalanan Kapsamlı Ortak Eylem Planı (KOEP) ile İran'ın Nükleer programına dair diplomasi sürecine başlamıştır (Bulut, 2021: 168-171). Bu bağlamda İran açısından yaptırımlar kısmen azaltılmış, ABD açısından ise İran'ın nükleer programı yavaşlatılmıştır (Jane, 2017: 283). İran ile müzakereler sonucunda yaptırımların kaldırılması ile İran nükleer programından taviz vermesi yaptırımların ne kadar etken olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Küpeli, 2016: 117).

KOEP konusundaki hoşnutsuzluğu dile getiren Trump bu konuda İsrail Başkanı Netenyahu'ya Başkan seçilmesi halinde "gördüğü en kötü antlaşma" olarak değerlendirdiği bu antlaşmayı revize edeceği sözü vermiştir (İnat ve Duran, 2019: 13). 2016'da ABD seçimlerini Donald Trump'ın kazanması ile İran ve ABD ilişkilerinde gerginlikler yeniden tırmanmıştır. Trump seçim kampanyası dönemi boyunca yapılan antlaşmayı sürekli eleştirmiş ve İran'ın antlaşmaya uygun davranmadığını söyleyerek İran'ı eleştirmiştir (Telci, 2018: 2). "İran Nükleer Antlaşması Değerlendirilmesi" konusu, ABD tarafından, 2015'de üç aylık periyodlarla İran'ın antlaşmaya uygun davranıp davranmadığının kontrolü için çıkarılmıştır. Trump'ın olumsuz söylemlerine karşı 17 Mayıs 2017'de İran'ın nükleer programa ilişkin KOEP gereğince İran'ın antlaşmaya sadık kaldığını onaylamıştır (Bulut, 2021: 174).

3 Ekim 2018'de ABD 1955'de ABD ve İran arasında imzalanan İttifak ve Ekonomik İlişkiler ve Konsolosluk Hakları Antlaşması'nın iptal etmesi ile gerginlikler devam etmiştir. ABD'nin

antlaşmayı iptal etmesi İran tarafından kabul edilmemiş hukuki alt yapısı eleştirilmiştir (Bulut, 2021: 176). 8 Mayıs 2018'de Trump, KOEP'den tek taraflı çekildiğini açıklamıştır. Trump antlaşmadan tek taraflı çekilmesi ve yaptırım ve ambargoları yeniden uygulama politikası uluslararası alanda bir krize yol açmıştır. Trump bu tarihten sonra, madencilik, finans, otomotiv ve havacılık, gemicilik bankacılık sektörlerine ve petrol ihracatına yaptırımlar uygulanmaya başlanmıştır (İnat ve Duran, 2019: 13). 21 Mayıs 2018'de ABD'nin Dış İşleri Bakanı Pompeo, İran'a yaptırımlara devam edeceğini açıklamış Pompeo; "*ABD'nin müttefik ülkeler ile birlikte İran'ın siber saldırılarına ve bölgesel faaliyetleri ve insan hakları ihlallerine karşı İran'a baskı uygulama politikasını tekrar gündeme aldıklarını*" ifade etmiştir (Bulut, 2021: 174). ABD, İran'la ticaret yapan şirketleri yaptırım kapsamına alacağı tehdidi ile Total, Siemens, Volkswagen ve Airbus'ın da aralarında bulunduğu birçok şirket İran'la ilişkileri askıya alacaklarını söylemiştir (İnat ve Duran, 2019: 13). 23 Temmuz 2018'de İranlı yetkililer İran'ın petrol ihracatının, ABD yaptırımlarına maruz bırakılması karşısında, Körfez'deki petrol akışını kesileceğini söylemişlerdir. Bu açıklamalara Trump oldukça sert geri dönüş yapmıştır. İran'a karşı askeri müdahalelerin devreye sokulabileceği söylemleri tekrar gündeme gelmiştir (Bulut, 2021: 176).

İran'a Trump döneminde yaptırımlar uygulanırken, Tahran'la ticaret yapan Avrupalı şirketler de hesap soracaklarını söylemişlerdir. Trump'ın bu kararı antlaşmaya taraf ülkeler tarafından tepki ile karşılanmış ve antlaşmaya sadık kalacaklarını ifade etmişlerdir. 2020 seçimlerini kazanarak başkan olan Biden, İran'ın yükümlülüklerini yerine getirirse yeniden bu antlaşmaya dönebileceği sinyallerini vermiştir. Çevreleyici ve izolasyonist politikalara karşı İran nükleer teknolojiyi, geliştirme hedefinden vazgeçmediği ve yaptırımlara karşı direniş gösterdiği söylenebilir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İran'da 2013'de Cumhurbaşkanlığı seçimlerini kazanan Hasan Ruhani, bu dönemde yaptırımların olumsuz etkilerini sona erdirmek istemesiyle izlediği dış politika sonucunda 2015'de İran P5+1 ülkeleri ile imzalanan Kapsamlı Ortak Eylem Planı (KOEP) ile İran'ın Nükleer programına dair diplomasi sürecine başlamıştır. İran KOEP'nin Tahran yönetiminin uyup uymadığını denetleme görevinde olan UAEK'nin hazırladığı raporlarında İran'ın bu antlaşmaya uygun davrandığını tespit etmiştir. ABD buna rağmen elinde hiçbir dayanak olmadan İran'ın antlaşmaya uymadığını söyleyerek antlaşmadan ayrılmıştır. ABD'nin antlaşmadan ayrılması uluslararası hukuk açısından sorunlu olarak değerlendirilebilir. İran'a yeni ve daha sert ekonomik yaptırımlar ve ambargolar uygulamaya konulmuş ve beraberinde İran'la ticaret yapan ülkelere şirketlere bireylere kadar yaptırım uygulayacağı tehdidinde bulunmuştur. Avrupalı ülkeler, ABD'nin antlaşmadan tek taraflı çekilme politikasını eleştirmişlerdir. ABD, bu yaptırımlar ile İran'ın; nükleer programını durdurmayı hedeflemekte aynı zamanda ekonomide daha da derinleşen bir kriz yaratarak iç çatışmayı hedeflemeyi amaçladığı söylenebilir.. İran'da rejim değişikliğini kendi çıkarları doğrultusunda olmasını amaçlamaktadır. Bu ekonomik yaptırımlar sadece ekonomik ilişkileri değil onun beraberinde getirdiği sosyal ve demografik yapıyı da etkilemektedir. İran, 1979 Devriminden günümüze kadar yapılan yaptırımlar ve izolasyonist politikalara direnme politikası izlemeye çalışmıştır.

2020 seçimlerini kazanan Biden'ın İran'ın antlaşmanın gereklerini yeniden yerine getirirse antlaşmaya döneceğini söylemiştir. Ancak UAEK'nin raporlarında İran'ın antlaşmanın kurallarına uygun davrandığı ortadadır. Yaptırımlar, savaşın getirdiği maliyet ve kayıplar

neticesinde alternatif birtakım araçlar bulma arayışları olarak ortaya çıkmış ve yaygınlık kazanmıştır. ABD. 1979 devrimi sonrası en büyük düşmanı haline gelen İran'ı uluslararası alanda izole etmek ve kontrol etme politikası izlemiştir. ABD, İran'a uyguladığı ekonomik yaptırım ve ambargo politikalarını meşrulaştırmasının en önemli dinamiklerinden biri İran'ın nükleer programı olmuştur. Aynı zamanda İran'ın nükleer programının önüne geçmek içinde ekonomik yaptırım ve ambargoları uygulamıştır. ABD'nin Ortadoğu politikası kısaca bölgeyi kendi ekonomik ve siyasi çıkarları bağlamında kontrol etmektir diyebiliriz.

KAYNAKÇA

Abrahamian, E. (2020). *Modern İran Tarihi*. (Çev. Dilek Şendil), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

Altunışık, M. B. (2009). Ortadoğu ve ABD: Yeni bir döneme girilirken, *Ortadoğu Etütleri*, 1(1), 69-81.

Bulut, S. (2021). İran'ın Siber Alan Faaliyetleri: Kapsamlı Ortak Eylem Planı (KOEP) Sürecine Dair Bulgular. *Gaziantep Unıversıty Journal of Social Sciences*, 20(1), 166-191.

Cleveland, W. L. (2008). *Modern Ortadoğu Tarihi*. (Çev. Mehmet Harmancı). İstanbul: Agora Kitaplığı. 2. baskı.

Çetinsaya, G. (2006). Tarihsel Perspektifte Türkiye İran İlişkileri ve Nükleer Sorun. SETA Raporu.

Çetirge, Y. (1997). *Namludaki Karanfilden Şeriata İran*. Ankara: Bilgi Yayınları.

Elhan, N. (2016). İran Devrimi'nin Türkiye'de Yansımaları: "İrancılık" ve "İrancı" İslamcılık. Türkiye Ortadoğu Çalışmaları Dergisi, 3(2), 28-57.

Elhan, N. & Karaoğlu, O. (2022). Uluslararası Dostluk Çerçevesinde Türkiye-İran İlişkileri: Mustafa Kemal Atatürk ve Rıza Şah Pehlevi. *İran Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 203-226.

Gül, M. & Karapınar, E. (2021). İran'ın Nükleer Krizi ve Zorlayıcı Diplomasi, *Vizyoner Dergisi*, 11(26), 279-290

Gürkaş, B. (2007). Türkiye İran İlişkileri. *Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 219-257. https://tasam.org/tr-TR/Icerik/4001/turkiye_-_iran_iliskileri

Güzel, S. Ç. (2018). 1979 İran İslam Devrimi'nin ABD'nin Ortadoğu Politikasına Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*,17(65), 50-61.

İnançlı, S. & Ak, M. Z. (2006). Türkiye'nin Komşu Ortadoğu Ülkeleri İle Ticari İlişkilerine Ekonomik ve Siyasi Gelişmelerin Etkileri. Ortadoğu Yıllığı 2005. K. İnat. ve A. Balcı (Ed.). Ankara: Nobel Yayınları

İnat, K. & Duran, B. (2019). *İran Yaptırımları*. M. A. Memmi (Ed.), Ankara: Seta.

Jane, M. (2017). İran'ın Nükleer Politikasının Gelişimi ve Uygulanan Ambargo ve Yaptırımların Dış Politikasına Etkilerinin Analizi. *İran Özel Sayısı*. 1(2), 264-314.

Kibaroğlu, M. (2013). İran'ın Nükleer Programı ve Türkiye. *Bilge Stratejisi*, 5(9), 1-8.

Kibaroğlu, M. (2017). İran Dış Politikasında ABD'nin Yeri ve Trump Dönemi. Ortadoğu, 15-19.

Küpeli, M. (2016). Dış Politika Aracı Olarak: İran'a Uygulanan Yaptırımların Etkileri. *Türkiye Ortadoğu Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 97-135.

Mearsheimer, J. J. & Walt, S. M. (2009). *İsrail Lobisi ve Amerikan Dış Politikası*. (Çev. Hasan Kösebalaban), İstanbul: Küre Yayınları. 2. baskı

Mercan, M. V. (2021). Ortadoğu'da Nükleer Gerginlik: İran- İsrail Güç Mücadelesi. *İnsamer*, 1-8.

Özdemirci, A. S. (2014) Türk Basınına Göre İran Irak Savaşı'nda Türkiye'nin Arabuluculuk Faaliyetleri (1980-1988) Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü Ortadoğu Siyasi Tarihi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

Sanyürek, M. B. (2018). Devrim sonrası İran dış politikası. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (86):198-218Semiz, Y. & Akgün, B. (2005). Büyük Orta Doğu Jeopolitiğinde İran-ABD İlişkileri. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(9), 162-181.

Şen, G. (2018). *Devrimden Günümüze İran'ın ABD Politikası*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.

Tamer, C. (2016). Türkiye ve İran'ın Irak'ta Güç Tahkim Etme Çabası: Başika Örneği. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 103-118.

Telci, İ. N. (2018). Ağırlaştırılmış Ekonomik Yaptırımlar: Trump İran'dan Ne İstiyor? *Seta Perspektif*, (208), 1-6.

Uzun, Ö. S. (2013). İran'a Ekonomik Yaptırımlar: Kırılganlaşan Nükleer Program mı Hükümet mi?. *Ortadoğu Analiz*, 5(54), 62-71.

ADNAN BİNYAZAR'IN DEDE KORKUT'TAN ÖYKÜLER ADLI ESERİNDE YER ALAN BİBLİYOTERAPİK UNSURLARIN BELİRLENMESİ

Ayşe Nur ERGÜN[1] Halil Erdem ÇOCUK[2]

ÖZET

Bireylerin sağlıklı psikolojik yapıya sahip olması hem kendisi hem de ferdi olduğu toplumun yaşam kalitesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu sebeple 0-6 yaş dönemi olarak bilinen erken çocukluk döneminden başlayarak beden ve ruh sağlığını sağlam bir zemin üzerine inşa etmesi kendisine yönelik en büyük sorumluluklarındandır. Bilinçli ve dizgesel bir işleyişin parçası olan insan sistemi, bütün yatırımını ruh sağlığını diri tutmak ve akılcı adımlar atmak üzere planlamalıdır. Yaşam boyunca insanın toplumla etkileşim içinde olması yeni deneyimler ve yaşantılar biriktirmesi olumlu anılar yaratabileceği kadar olumsuz izleklerde oluşturmaktadır. İnsanın kendisi ve yaşadığı hayatla başa çıkma mücadelesi çoğu zaman onu ruhsal bir bunalımın pençesinde bırakabilir. Çocuğun ailesiyle olan ilk eğitiminin ardından okul eğitimi sürecinde edineceği tecrübelerde yeni etkiler bırakabilmektedir. Bu bağlamda "Bibliyoterapi" okul eğitiminde ve Türkçe derslerinde önce metinler ve sonra kitaplar aracılığıyla çocuğa yardımcı, tamamlayıcı ve yaşantılarla özdeş bir iyileştirme yöntemi olarak çıkmaktadır. Bibliyoterapi aynı zamanda bireyin sahip olduğu yanlış tutum ve davranışları değiştirmek ve bireyi cesaretlendirmek için belli danışan grupları yahut öğrencilere makale, ödev ve kitap okuma tavsiyeleriyle terapatik bir iyileşme sürecinin geliştirilmesi olarak da açıklanabilmektedir. Bu sürecin en önemli kısmını ise doğru kişiye doğru zamanda doğru kitabı vermek oluşturmaktadır. Bu amaçla çalışmanın en temelinde doğru kitap seçimi yer almaktadır. Erken çocukluk döneminden başlayarak okunan resimli çizgili yazınlar yerini zamanla karakteriyle özdeşim kuran empati yapan yorumlamalar ve genelleştirmelerle zenginleştirilmiş çocuk kitaplarına bırakmıştır. Bu çalışmanın amacını Cançocuk yayınlarından çıkmış, Adnan Binyazar'ın yeniden derlediği *"Dede Korkut'tan Öyküler"* adlı kitaptaki bibliyoterapik unsurların yorumlanması ve değerlendirmesi oluşturmaktadır. Çalışmada araştırma yöntemi olarak içerik analiz yöntemi, veri toplama tekniği olarak doküman analizi kullanılmıştır. Çalışmada kullanılacak rubriğin kitabın içeriğine yönelik yirmi farklı soruyla esere yirmi farklı bakış açısı kazandırması planlanmakta bu yolla okuyucuya yeni okuma eylemlerinde kişilik, değer ve ilgi alanlarına yönelik iyileştirici bir yorum katması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyoterapi, Çocuk Kitapları, Psikolojik Yapı, Erken Çocukluk

DETERMINATION OF BIOMEDICAL ELEMENTS IN ADNAN BİNYAZAR'S WORK NAMED STORIES FROM DEDE KORKUT

ABSTRACT

It is of great importance for individuals to have a healthy psychological structure both for themselves and for the quality of life of the society of which they are a member. For this reason, it is one of the biggest responsibilities of individuals to build their physical and mental health on a solid foundation starting from early childhood, known as the 0-6 age period. The human system, which is part of a conscious and sequential functioning, should plan its entire investment to keep mental health alive and take rational steps. Throughout life, human interaction with society and the accumulation of new experiences and experiences can create positive memories as well as negative impressions. The struggle to cope with oneself and one's life can often leave one in the grip of a mental crisis. After the child's first education with his/her family, the experiences he/she will gain during the school education process can leave new effects. In this context, "Bibliotherapy" emerges as a healing method that helps, complements

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi. Karamanoğlu Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, SBE, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi ABD. aysenurergun7000@gmail.com, ORCID: 0009-0002-2987-3983

[2] Doç. Dr. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, halilerdemcocuk@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0027-4223

and is identical to the experiences of the child through texts and then books in school education and Turkish lessons. Bibliotherapy can also be explained as the development of a therapeutic healing process by recommending reading articles, homework and books to certain client groups or students in order to change the wrong attitudes and behaviors of the individual and to encourage the individual. The most important part of this process is to give the right book to the right person at the right time. For this purpose, choosing the right book is at the heart of the study. Illustrated and striped literature, which is read starting from early childhood, has been replaced by children's books enriched with interpretations and generalizations that empathize and identify with the characters. The aim of this study is to interpret and evaluate the bibliotherapeutic elements in the book "Stories from Dede Korkut", which was published by Cançocuk publications and recompiled by Adnan Binyazar. In the study, content analysis method was used as the research method and document analysis was used as the data collection technique. The rubric to be used in the study is planned to provide twenty different perspectives on the work with twenty different questions about the content of the book, and in this way, it is expected to provide the reader with a healing interpretation of personality, values and interests in new reading actions.

Keywords: Bibliotherapy, Children's Books, Psychological Structure, Early Childhood

1. GİRİŞ

Pek çok kaynakta farklı tanımlarına yer verilen bibliyoterapi, en kabul görmüş tanımıyla "okuma yoluyla sağaltım" manasına gelmektedir. Bibliyoterapi birden çok bilim dalının ilgisini meşgul ederek ortak bir noktada çözüm üretmeyi vaat eden bir terapi yöntemidir. Metin ve okuma temelli olduğu için Türkçeyi, bireysel farkındalıklara dayalı iyileştirmeleri geliştirdiği için psikolojiyi ve ruh sağlığının beden sağlığı üzerindeki onarıcı etkileri düşünüldüğünde tıp bilimini doğrudan ilgilendirmektedir. Yunanca bir terim olan Bibliyoterapinin etimolojik kökü Latince bir sözcükten gelmiş, "biblion" (kitap) ve "therapeo" (iyileşme) kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur, insanların yazılı kaynaklar sayesinde eriştiği okumaların bireyin davranış ve tutumlarını etkilemesi sonucu meydana gelen değişimin adıdır (Akgün & Benli, 2019).

İnsanların ruhsal sorunlarının tedavisinde kitapların iyileştirici etkilerinin keşfi sanılanın aksine yakın zamana dayandırılmamaktadır. İlk kez eski Yunan'da kütüphane görevlilerinin ait oldukları alanı bir tür şifahane olarak yorumlamasıyla başlamış ve burada okuma, dinleme ve düşünme alanları yaratılarak kütüphanelerin işlevsel bir başka yönü ön plana çıkarılmak istenmiştir. Kitaplar salt bilginin edinildiği kaynak olmanın dışında kişinin hiç karşılaşmadığı ya da hayatı boyunca şahidi olamayacağı durum ve kişilerle arasında bir köprü kurarak neler yaşayabileceği ile ilgili önsezilerini kuvvetlendirir. Farklı durum ve davranışlara karşı çok yönlü düşünmesini sağlayarak okurun yeni bakış açıları kazanmasını sağlar. Kitaplar ayrıca kelimelerin ve edebiyatın kuvvetiyle insanlara yeni ufuklar açar (Doğanay, 2019).

Uygulama şekli ve alanı itibariyle bibliyoterapi iki kola ayrılmıştır: Klinik bibliyoterapi ve gelişimsel bibliyoterapi. Bibliyoterapinin insan psikolojisi üzerinde büyük etkileri olduğu varsayılan bu yaklaşım uzman ve destek görmek isteyen bireyin konumu yeri alanı gibi sebeplerle sınıflandırılmıştır. Gelişimsel bibliyoterapi eğitim ortamında metinlere dayalı bir sürecin en önemli parçası halindeyken klinik bibliyoterapi de davranışsal ve duygusal sorunları olan kişilerin problem çözme de başvurdukları klinik araçlardır.

Her türlü okuma faaliyetlerinin insanlar üzerindeki etkileri incelendiğinde ruhsal yönden arındırıcı ve iyileştirici özelliklerinden yararlanılmasına dayanan ve bu süreçte iyileştirici etkisiyle olduğu kadar, önleyici etkisiyle de dikkat çeken bir yaklaşımdır bibliyoterapi (Karagül, 2018). Bir yaklaşımın geliştirilmesine yönelik doğru kronolojik planlama elde edilecek sonucun ön görülmesini mümkün kılar. Bu noktada kitaplarla tedavi süreci üç aşamada gerçekleşmektedir: kişinin yaşantısına uygun özdeşim kuracağı karakterin belirlenmesi ve keşfi, bireye sorunlarına dair farkındalık kazandıracak ve sebepleri üzerine değerlendirme yapacağı arınma (katarsis) aşaması ve son olarak sorunun sebebine yönelik ayıkmaların temeline inildiği aşama. Bu düzenli çözümleme anları için olmazsa olmaz olan uzman kişi tarafından öğrencisine ya da danışanına önereceği kitabın seçimidir. Soruna yönelik yaklaşımın özdeşi bir kitap seçilemediği zaman kişi kendisiyle ve çevresiyle olan etkileşimini sınırlandırmış olacaktır. Bilgi ile iyileşmenin mümkün olabileceğini ispat etmek istercesine teröpatik bir süreci kapsayan bu yöntem, içinde bulunduğumuz çağın sıra dışı ve farklı etki alanlarıyla mücadele etmek istercesine yeni yorumlamalar ve özgün bakış açılarıyla oluşturulmuş kitaplara ihtiyaç duymaktadır. Kitabın estetik ve edebi değerinin yanı sıra kişinin gelişim düzeyine ve ilgi alanına uygunluğu son derece önemlidir. Yöntemin başarıya ulaşmasını mümkün kılan basamakların planlı ve hassas bir şekilde yürütülmesi esastır. Bir kişisel gelişim yöntemi olarak kullanılan bu metodun varlığından ziyade yarattığı, yönettiği algılara bakış da son derece önemlidir çünkü amaç bilgi kaynaklarıyla ruha yardım etmektir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

İncelenen pek çok araştırma Türk toplumlarında kitap okuma alışkanlığının yeterince yerleşmediğine dair sonuçlar içermektedir. Kitap okumayan bireyler kitabın sağaltım etkilerinin farkına varmakta güçlük çekeceklerdir. Okullarda öğretmenlerin yönlendirmeleri sonucu kitap okuma davranışı kazanmak isteyen okur ise kendi ilgi alanlarına ve beklentilerine yönelik kitabın hangisi olabileceği konusunda kararsızlıklar yaşayacaktır. Bu çalışma kişinin kendisine yönelik farkındalığın en yoğun olabileceği kitabı seçme konusunda tartışılmış ve tanıtılmış bir eserin kaynaklık etmesi maksadıyla hazırlanmıştır.

Bu çalışma 12 yaş ve üzeri okurların tercih edebileceği bir kitap olan Dede Korkut'tan Öyküler isimli eserdeki bibliyoterapik unsurların tespit edilmesi ve bu unsurların okurla arasında nasıl bir özdeşim kurulabileceğine dair öneriler barındırmaktadır. Bu çalışmadaki alt amaçlar şu şekildedir:

1. Dede Korkut'tan Öyküler adlı eserde yer alan ve öne çıkan bibliyoterapik unsurlar nelerdir?
2. Dede Korkut'tan Öyküler adlı eserde yer alan bibliyoterapik unsurların dilsel görünümleri nasıldır?

3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bir kitap bir metinden ibaret olmanın yanı sıra o metnin muhtevası itibariyle okura pek çok mesaj verme çabasındadır. Eğitici öğretici taraflarının yanında bireyin bilişsel ve duyuşsal gelişimine de rehberlik etmek ister. Kişinin baş çıkmakta güçlük çektiği noktalarda bir kılavuz görevi görerek temel değerlerin sosyal algıları yönlendirmesini iyileştirmesini olanaklı kılar. Çalışma bu yönüyle kitaplarının iyileştirici etkisinin yöntem formunu oluşturan bibliyoterapinin kişiye nasıl faydalı olacağını hangi sorunlarla hangi olay örgülerinin benzerlik gösterdiğini keşfederek çözüm odaklı adımlar atması sağlamak için geliştirilmiştir.

4. KURAMSAL ÇERÇEVE İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

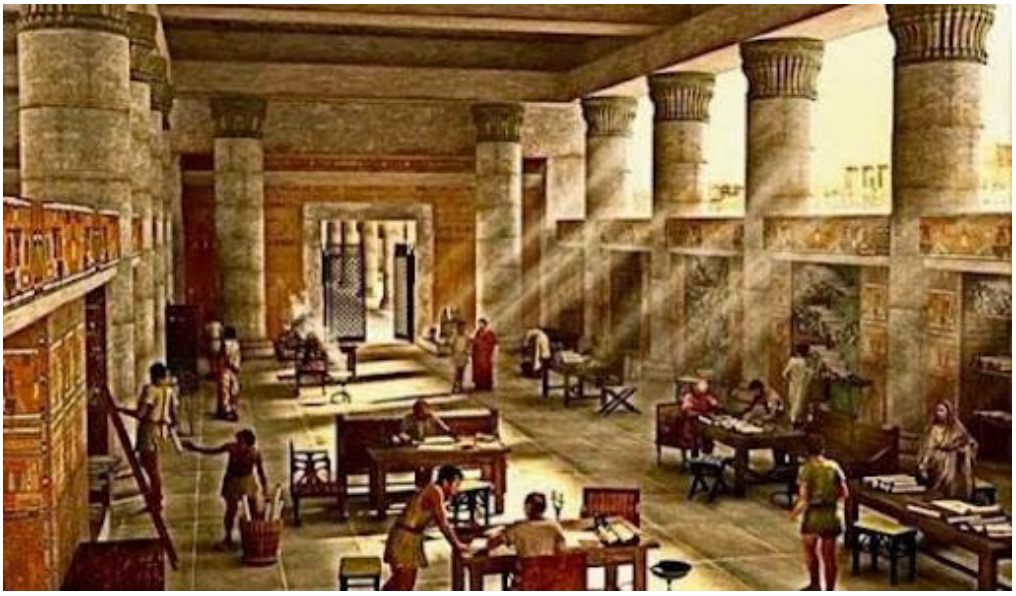
Bu bölümde bibliyoterapi yönteminin tarihsel gelişimi, kullanım alanlarındaki tercihlere bağlı kalınarak yapılan tasniflerden; klinik bibliyoterapi ve gelişimsel bibliyoterapi tanıtılacaktır. Ayrıca yöntemin faaliyete geçirilmesi durumunda uygun kitap seçiminin nasıl olması gerektiği ve sürecin nasıl yönetileceğine dair başlıklara da yer verilecektir.

4.1. Bibliyoterapinin Tarihsel Gelişimi

Bibliyoterapinin tarihi gelişim seyri incelendiğinde kitaplara ilişkin terapötik işlevine yönelik keşfinin milattan önce 2000 yılına uzandığı söylentiler arasındadır. Romalıların Antik Teb Kütüphanesi için "Ruhun İyileşme Yeri" yazısıyla kütüphanenin işlevselliğine vurgu yapmak istemişlerdir. Ayrıca bu dönemde pek çok hastane ve şifahanelerde kütüphanelerin varlığı bilinen tarihi geçmişin izlerini taşımaktadır. Kitapların tedavi yöntemi olarak kullanımına ilişkin en eski kayıtlardan birisi de orta çağda görülmektedir. 1272 yılında Kahire'de Al-Mansur Hastanesinde Kuran tıbbi tedavi yöntemi olarak kullanılmıştır (Yılmaz, 2014).

18.yüzyılda ise Fransa, İngiltere, İtalya gibi ülkelerde akıl sağlığının tedavisine yönelik metotlardan biri olarak okuma eyleminin işlevselliği ön plana çıkarılmıştır. Ayrıca Batı kültüründe ise 1930'lu yıllarda kütüphaneciler, psikolojik danışmanların yardım ve destekleriyle insanların duygu, düşünce ve davranışlarına etkisi olacağına inandıkları

kitapları listelemişlerdir (Doğanay, 2019). 19. yüzyılda ise kişilerin kendilerine yönelik düzene ve dengeye duydukları ihtiyaca paralel olarak pek çok şiir deneme ve söyleşi şeklinde kitaplar basıldı. Bu kitaplar kişiye çözüm odaklı düşünme yetisini kazandırabilecek nitelikte eğitsel bir işlev görürse söylencelerin hayatta uygulanması halinde terapinin etkisi ispatlanmış olacaktı. Dünya bu yöntemi bir çözüm olarak kabul ederken Türk toplumlarında bu yönteme yönelik çalışmalar çok geç seyrini göstermiştir. Türkçeye ilk 'Fereç' kitabını Kasım İbn Mehmet Farsçadan çevirerek kazandırmıştır. Ayrıca akademik ilk çalışma 1969 yılında Gülçin Altay'ın konu hakkında yayımladığı makalesi olmuştur. Türkiye'de bibliyoterapi alanında çalışmalar yürütülürken özellikle üstün zekalı olduğu düşünülen bireylerin problemleri, biyolojik olmayan anne ve babayla yaşanan ve sonuçları istismara kadar uzanan sorunlar ve anne babası ayrılmış çocukların sorunları üzerinde durulmuştur.



Şekil 1. *Roma'da Bulunan Antik Teb Kütüphanesi'ne ait olduğu düşünülen bir görsel*

Kitaplar ve onların iyileştirici etkileri ile ilgili tarihsel gelişimin ışığında bibliyoterapi, kişilerin ihtiyaçlarını ve arzularını tanımlamaları, problemlerini fark edip anlamlandırmaları, yeni çözüm yolları denemeleri için kitaplardan yararlanma süreci olarak isimlendirilmiştir. Bir başka deyişle, kişinin problemlerinin üstesinden gelmek ya da terapötik amaçlar için dikkatli bir şekilde seçilmiş okuma materyallerinin kullanıldığı tamamlayıcı bir psikoterapi yöntemi olarak da belirtilebilir (Sturm, 2003).

4.2. Bibliyoterapi Çeşitleri

Tarihi seyri çok eski zamanlara dayanmayan, modern okuma teknikleri arasında kitap ile iyileşmeye yönelik bir alternatif konumunda olan bibliyoterapi, bireyin bilişsel ve duyuşsal değişim boyutunun ihtiyaçları doğrultusunda faydalı olmaya çalışır. Bibliyoterapi sorun yaşayan kimsenin, ikinci ya da üçüncü şahıslara ihtiyaç duymadan problemine ilişkin çözüm noktası işlevi görür. Bibliyoterapinin genel olarak kullanıldığı ve yer aldığı alanlar, sorunlara ve bireylerin yaklaşımlarına göre bir tasnifin zorunluluğunu mümkün hale getirir. Disiplinler arası bir çalışmanın ürünü olan bu teknik kullanıldığı yer ve yaklaşıma göre sınıflandırılarak süreci daha iyi yönetmenin kilit noktası haline gelmiştir. Hakkında pek çok sınıflandırma olan bibliyoterapinin bu çalışmada genel hatlarıyla ön plana çıkan iki çalışma grubu üzerinde durulmuştur.

4.2.1. Klinik Bibliyoterapi

Kişilerin ruh ve beden sağlıklarına yönelik ihtiyaçlarını keşfetmesi kendi farkındalıklarını yaratarak sorunlarını yorumlamaları ve bu noktada kitapların iyileştirici etkisinden yararlanma süreci olarak tanımladıkları bibliyoterapinin doğru bir amaca hizmet etmesi her zaman konforlu bir alan içinde kitap ile geçirilecek teke tek etkileşimin bir ürünü olmayabilir. İnsan ruhunun diri tutulmasının özünde beden sağlığı ile arasındaki uyumlu çalışmanın da önemi yadsınamaz. Kişi kendine yetemediğini düşünüyor, tedavisini yönetmekte güçlük çekiyorsa bu aşamada bireyin uzman desteğine başvurması şarttır. Klinik bibliyoterapi tam bu noktada devreye girer. Klinik bibliyoterapi. Tedaviye ek olarak özellikle tıbbi bir ekip tarafından uygulanan bir iyileştirme yöntemidir (Janaviciene, 2010). Klinik terapiler, daha çok doktorlar ve onlara eşlik eden sağlık uzmanları tarafından yürütülen, teçhizatlı sağlık komisyonlarında akıl hastaları üzerinde denenen bir nevi geliştirilmiş alternatiftir. Klinik gelişimin, değişime dirençli hastalar üzerinde düzenleyici faaliyetlerde bulunmasının faydalı sonuçlar yarattığına pek çok kez rastlanmıştır.

4.2.2. Gelişimsel Bibliyoterapi

Çocukların kendi dünyalarındaki sorunlara yönelik sorulara cevap aradıkları, kendi keşif evrenlerinde dolandıkları ama bu yolculuklarda baş etmek de güçlük çektikleri her türlü gelişim aksaklığı gelişimsel terapinin konu başlığını oluşturmaktadır. Bu noktada amaç danışanın sorunlarına çözüm üretmek değil, kendini tanımasını sağlayarak sorun çözme becerisini geliştirmektir. Zorbalığa uğrayan, yalnızlık çeken, kendini ifade etmekten kaçınan çocuğun en büyük arkadaşı kitapları olacaktır. Kitapların büyülü dünyasında kendini arayan çocuk iç görülerini geliştirerek aydınlatıcı bir buluşla kendi tanıyabilecek, potansiyeline ilişkin bir keşfe çıkacaktır. Çocuğa bu faydalı yolculuğunda eşlik edecek kitapları ise rehber öğretmenleri ve psikolojik danışmanları belirlemiştir. Doğru seçilmiş bir kitap, gerçekliğin yahut deneyimin basit bir aracı değil, esasıdır (Karagül, 2018).

Çocuğun gelişim dönemlerine ait sorunların önlenmesinde kullanılan bu yöntem sorunlarla baş etme stratejilerine yönelik bazı duygusal bilgiler paylaşır (Akgül & Benli, 2019). Gelişimsel terapi kişiye yönelik olabileceği gibi grup çalışmasıyla da tedavi sürecini destekleyerek kişilerarası etkileşimi artırmaktadır. Klinik terapi gibi mevcut problem durumunun varlığını beklemeden düşünce boyutunda duyguları harekete geçirebilir ve önleyici hamleler de bulunabilir. Sosyal becerilerin geliştirilmesi, farkındalıklara saygı ve değerlerin yönetimi gelişimsel terapinin sıklıkla karşılaşılan konu başlıklarını oluşturmaktadır.

4.3. Bibliyoterapi İçin Uygun Kitap Seçimi

Kitaplar, var olmuş olana yeni bir gözle bakmayı, benliği kavrayıp karakteri geliştirmeyi sağlayan, insanın öz kavrayış becerisini destekleyen, kim olduğumuza dair algılarımızı yönlendiren sağlıklı ve iyi bir eylem gerçekleştirmenin en önemli aracı konumundadır. Sever'e (2004) göre okuma eylemlerinin insanların kişiliğini, değerlerini ve ilgisini etkileyen bir niteliği vardır. Okumanın ve kitapların iyileştiren yanlarını ortaya çıkarmak ancak teknik bir çalışmanın üç basamağının doğru bir sıralamada uygulanabilir basamaklarını kullanarak mümkündür. Hazırlık, uygulama ve izleme çalışmaları olarak yürütülen süreç aynı zamanda danışana kendi hızında ilerleme imkânı da tanımaktadır. İnsanları kitaplarla iyileştirmenin söz konusu olduğu yöntem de doğru kitap seçimi esastır. İhtiyaçlara ve sorun durumlarına uygun olarak seçilen kitapların, öncelikle danışman tarafından okunmuş olması ve önerilen

içeriğin problemin çözümüne yatkın cevaplar barındırması önem arz etmektedir. Goddard'a (2011)'göre bibliyoterapi amaçlı seçilen çocuk kitapları motive edici ve zorlu deneyimler sunmalı, eleştirel ve kişisel yanıtları ortaya çıkarmalı, farklılıkları anlama ve saygı anlayışını geliştirmelidir. Etkili bir klinik araç olan kitaplar, davranış problemlerini ortadan kaldırabileceği gibi empati becerilerini geliştirerek henüz deneyimlemedikleri durumlar için hazırlıklı olmalarını sağlar. Bu yöntemin başarıya ulaşmasında doğru kitap seçimi çok önemli, eserde bahsi geçen olay ve duyguların çocuğun yaş grubu, cinsiyet, eğitim durumu gibi değişkenlere göre seçilmesi olası yanlışlara karşı tedbirli kılacaktır. Kişilerin sosyal varlık endişelerini ortadan kaldırmak için kullanılan bibliyoterapi yönteminde kitap seçiminde kullanılan ölçütlere ilişkin saptamaların bilimsel dayanakları olması son derece önemlidir.

4.4. Bibliyoterapi Süreci

Bibliyoterapi sürecinin uygulanmasına yönelik önemli adımlardan biri olan kitap seçiminden sonra çocuğun okuduğu kitaptaki karakterle özdeşim kurması beklenir. Problemin çözümüne ilişkin süreç temelli öğrenme yaklaşımlarında olay çok yönlü bir bakış açısıyla gözden geçirilerek sürecin başındaki ve sonundaki değişim gözlemlenir. Gerçek yaşantı ve kurgu yaşantı arasındaki sapmalar durumun kurgulanabilir ve aşılabilir olduğuna dair bireyi rahatlatacaktır. Empati yetisi gelişmiş çocuğun mevcut problemin tek ve kendine özgü olmadığını fark etmesinin ardından geliştirdiği ve kendince varlığını idrak ettiği yeterliliklerini başka durumlara karşı da geliştirebileceğini görmesiyle kendiyle barışıklığı artmış olur. Süreç boyunca kendine güvenli alanlar yaratabildiğini gören çocuk zamanla sosyal atılımlarda bulunarak kendini keşfetme sürecinin tadını çıkaracaktır. Sürece yönelik zorluk ise okuma alışkanlığı kazanmamış ya da danışanın önermiş olduğu kitabı kendisinin okumamış olması yöntemi işlevsiz hale getirecektir. Sürecin öğrenci ile öğretmen, danışan ile danışman arasındaki iş birliğine göre planlanması önemlidir. Doğru kişinin, doğru kitapla doğru zamanda tanışması bu yöntemin en önemli basamağıdır. Halsted'e (2002) göre bibliyoterapi süreci özdeşim kurma, katarsis (arınma), iç görü ve genelleştirme olmak üzere dört basamağın toplamından oluşmaktadır. Unutulmamalıdır ki ruh sağlığının temelleri çocukluk yıllarında atılıyor ve kişilik tüm yaşam boyunca bilinçli ve dizgesel bir çabanın ürünü olarak bedene yolculuğunda eşlik ediyor.

5. YÖNTEM

Bu bölümde çalışmaya ilişkin araştırmanın yöntemi ortaya konulmuştur. Araştırmanın modeli, veri toplama araçları ve verilerin analizine ilişkin süreç hakkında bilgi verilmiştir.

5.1. Araştırmanın Modeli

Adnan Binyazar'ın kaleminde yeniden hayat bulmuş bir derleme çalışması olan 'Dede Korkut'tan Öyküler' isimli eserin bibliyoterapi yöntemi açısından incelenmesi ve çalışma var olan durumları açıklaması, detaylandırması gibi hususlara dayandığından bir durum çalışması örneğidir. Çalışma araştırmanın yöntemi itibariyle içerik analizine uygun olarak hazırlanmış, veri toplama tekniği olarak da doküman analizi kullanılmıştır.

Durum çalışması, sınırları olan bir sistemin, detaylandırılarak incelenmesidir (Merriam, 2013). Çalışmada hem nitel hem nicel verilerin kullanılmasına imkân tanıması tercih sebebi olmuştur. İçerik analizi ise verilerin çözümlenmesine dayanan bir yöntem olmasıyla tercih edilmiş, bu yolla erişilen bilgilerin özetlenerek aktarılmasını olanaklı hale getirmiştir. Berelson (1952)'a göre içerik analizi, iletişimin açık/belirgin içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel

tanımlanmasına yönelik bir araştırma tekniğidir (Akt: Gökçe, 2006). Çalışmada eserin tahlil edilmesi sonucu elde edilen veriler ve yer alan bibliyoterapi unsurları frekans ve yüzde değerleri üzerinden gösterilmiştir. Unsurların kullanım sıklığına göre çoktan aza dağılımına dikkat çekilmiştir.

5.2. Veri Toplama Araçları

Çalışmada literatür taraması yapılmıştır. Çalışmanın unsurları belirlemeye yarayan tanı başlıklarını ise Doğanay (2019)'un geliştirdiği listeden esinlenerek hazırlanan rubrik oluşturmuştur.

Tablo 1. Bibliyoterapik Unsurlar Rubriği

	Bibliyoterapik Unsurlar
1)	İletişim Becerilerini Geliştirme
2)	Empati (Duygudaşlık) Becerilerini Geliştirme
3)	Sorun Çözme Becerilerini Geliştirme
4)	Hedeflerini Gerçekleştirmek İçin Azimli ve Kararlı Olma
5)	Çevreyi Toplumu ve Dünyayı Tanıma
6)	Topluma Faydalı Birey Olma Bilincini Geliştirme
7)	Toplumda Kabul Görmek için Kendini Gerçekleştirmekten Kaçınmamak
8)	Kendini Tanıma
9)	Kendi Sorunlarına Benzer Sorunların Başkalarının da Başına Geleceğini Düşünerek Yalnız Olmadığı Duygusuna Kapılma
10)	Milli ve Manevi Değerlere Sahip Olma
11)	Dünya Sorunlarına Duyarlı Olma
12)	Doğaya, Tüm Canlılara Duyarlı Olma, Çevreyi Koruma
13)	Engelli Bireylere Duyarlı Olma
14)	Olumlu Benlik Algısı Geliştirme
15)	Yeni Değer, Tutum ve Davranış Geliştirme
16)	Öfke, Stres ve Zaman Yönetimi Becerisi
17)	Ebeveyn ve Çocukların Arasındaki Çatışmaların Çözüme Ulaşması
18)	Kalıp Yargıların Yumuşatılması
19)	Rol Model Bulma, Doğru Rehber Seçme
20)	Olayları Çok Yönlü Düşünme, Değerlendirme

5.3. Verilerin Analizi

Çalışmanın son basamağında incelenecek olan yapıtın ilk okuması gerçekleştirilmiş teması ve içerik özelliklerine ilişkin bilgiler elde edilmiştir. İkinci okumada ise belirlenen rubriğe uygun olarak bibliyoterapi unsurların tespit edilmiş ve incelenmiştir. Alan yazında konu başlığı hakkında yapılan çalışmalar derlendikten sonra bulgular kavramsal bir çerçeve içinde yeniden yorumlanmıştır. Betimsel istatistiki yöntemlere uygun olarak frekans ve yüzde aralıkları çizelgeler halinde sunulmuştur.

6. BULGULAR

Bu çalışmanın amacı Can Çocuk Yayınlarından çıkmış olan Adnan Binyazar'ın Dede Korkut'tan Öyküler adlı eserinde yer alan bibliyoterapik unsurları tespit etmektir. Çalışmanın bu bölümünde temel amaç ve alt amaçlara yönelik bulgular ile dilsel görünümlerine yer verilmiştir.

Adnan Binyazar'ın Dede Korkut'tan Öyküler Adlı Eserinde Yer Alan Bibliyoterapik Unsurlara Dair Bulgular

Kitap 20 maddeden oluşan rubrikle incelenmiş, elde edilen veriler betimsel istatistiki metot kullanılarak çözümlenmiştir. Sonuca kaynaklık eden sayısal veriler (frekans ve yüzde oranları) baz alınarak tablo halinde sunulmuştur. Çalışmaya kaynaklık eden kitaba ilişkin bilgiler şu şekildedir:

Tablo 2. Çalışmanın Kaynağını Oluşturan Kitaba İlişkin Künye Bilgileri

Kitabın İsmi	Yazarı	Teması	Yaş Grubu	Yayınevi	Sayfa Sayısı
Dede Korkut'tan Öyküler	Adnan Binyazar	• Birey ve Toplum • Yaşam ve Barış • Aile • Sosyal Gelişim • Toplumsal Roller • İyi ve Kötü • Sebep-Sonuç İlişkisi • Tarih	12-13-14 (6-7-8. Sınıf)	Can Çocuk (2. Baskı-2023)	268

Çalışmanın materyalini oluşturan mevcut esere dair künye bilgileri tabloda verilmiştir. Bu eser konusu itibariyle söylencelere konu olmuş, Türk tarihinin bilinmeyen dönemlerine ışık tutmuş bir başyapıt olarak anılmıştır. Oğuz Türklerinin kültürel varlıklarının korunmasına dair sergiledikleri dirençleri ve töreleşmiş insanlık değerlerini değişen zamanın algı gücü ve kavrayışıyla birlikte destansı bir atmosferde okuyucusuna aktarmak istemiştir.

Tablo 3. Dede Korkut'tan Öyküler İsimli Eserde Yer Alan Bibliyoterapik Unsurlar

Bibliyoterapik unsurlar	Frekans	Yüzde
Yeni değer, tutum ve davranış geliştirme	22	28,2
Rol Model Bulma, doğru rehber seçme	9	11,5
Milli ve manevi değerlere sahip olma	8	10,3
Olumlu benlik algısı geliştirme	5	6,4
Sorun çözme becerilerini geliştirme	5	6,4
Ebeveyn ve çocukların arasındaki çatışmaların çözüme ulaşması	5	6,4
Hedeflerini gerçekleştirmek için azimli ve kararlı olma	4	5,1
Kendini tanıma	4	5,1
Empati (duygudaşlık) becerilerini geliştirme	4	5,1
Olayları çok yönlü düşünme, değerlendirme	3	3,8
Topluma faydalı birey olma bilinci geliştirme	2	2,6
Doğaya, tüm canlılara duyarlı olma, çevreyi koruma	2	2,6
Kendi sorunlarının başkalarının da başına geleceğini düşünerek yalnız olmadığı duygusuna kapılma	2	2,6
Kalıp yargıların yumuşatılması	2	2,6
Çevreyi, toplumu ve dünyayı tanıma	1	1,3
Öfke, stres ve zaman yönetimi becerisi	0	0
Engelli bireylere duyarlı olma	0	0
Dünya sorunlarına duyarlı olma	0	0
İletişim becerileri geliştirme	0	0
Toplumda kabul görmek için kendini gerçekleştirmekten kaçınmamak	0	0

Tablo 3'te "yeni değer, tutum ve davranış geliştirme (22)", "rol model bulma, doğru rehber seçme (9), "milli ve manevi değerlere sahip olma (8)" en fazla tespit edilen bibliyoterapik unsurlar olmuştur.

Çalışmada "kalıp yargıların yumuşatılması (2)", "doğaya, tüm canlılara duyarlı olma, çevreyi koruma (2)", "kendi sorunlarına benzer sorunlarının başkalarının da başına geleceğini düşünerek yalnız olmadığı duygusuna kapılma (2)", "topluma faydalı birey olma bilincini geliştirme (2)" ve "çevreyi, toplumu ve dünyayı tanıma (1)" en az tespit edilen bibliyoterapik unsurlar olmuştur.

"İletişim becerileri geliştirme", "toplumda kabul görmek için kendini gerçekleştirmekten kaçınmamak", "dünya sorunlarına duyarlı olma", "engelli bireylere duyarlı olma" ve "öfke, stres ve zaman yönetimi becerisi" unsurlarına hiç yer verilmemiştir.

6.1. Tespit Edilen Bulgulara Dair Örnekler

Bu bölümde söz konusu kitabın incelenmesi sonucu tespit edilen bibliyoterapik unsurların yüzdelik saptamalara kaynaklık eden dilsel görünümlerine yer verilmiştir.

6.1.1. Yeni Değer, Tutum ve Davranış Geliştirme

Çalışmada en sık karşılaşılan unsur olan "yeni değer, tutum ve davranış geliştirme" başlığı ahlaki değerlerin bibliyoterapi üzerinde iyileştirici etkilerini daha belirgin ortaya koymak maksadıyla misafirperverlik, sorumluluk, cesaret, dayanışma, yardımseverlik, iş birliği, hoşgörü, umudunu kaybetmeme, sevgi, fedakârlık, özgüven, alçakgönüllülük ve kibirlenmeme unsurları gibi öğelerle detaylandırılmıştır. Eserde yer almayan öğelere yer verilmemiştir.

6.1.1.1. Misafirperverlik

Bu değer Türk toplumlarında misafirperverliğin ne denli önemli olduğuna dair bulgular içerir. Bir arada olmanın çözüm odaklı kararlar alma ve dayanışma içinde hareket etmeye yönelik adımların doğduğu toplanma vesilesi olması yönünden önüm taşımaktadır.

"… Bay Büre Bey, yıllardır dönmelerini beklediği bezirganların gelmelerine sevindi. Onları ağırlamak için ortaya geniş bir çadır diktirdi. Çadırın tabanına, duvarlarına ipek halılar döşetti. Yesinler diye yemekler hazırlattı (D.K.Ö, 169).

Bayındır Han, her yıl şenlikler düzenler, Oğuz beylerini ağırlardı. O yıl da düzenlemiş; attan aygır, deveden buğra, koyundan koç kestirmişti. Şenlik alanına ipek halılar döşetmiş, alanın orta yerine konuklarını yerleştirmek için biri ak, biri kızıl, biri de kara iç otağ kurdurmuştu (D.K.Ö, 226).

6.1.1.2. Yardımseverlik

İnsan parçası olduğu toplumun bir ferdi olarak temel ihtiyaçlarının yanı sıra yaşamak için, yönünü bulabilmek için çoğu zaman yardıma ihtiyaç duyar. Yardım almak veyahut yardımcı olmak en sık rastlanan insani değerlerden biridir.

"…Ağır işlerin hiçbirini onlara yaptırmıyordu, dara düştüklerinde herkesten önce o koşuyordu yardımlarına (D.K.Ö, 60).

6.1.1.3. Umudunu Kaybetmeme

Umut duygusu insanın en dar zamanlarında sığınabileceği pembe düşlerinden ayrı bir inanç kılavuzudur. Türk'ün umudu onun azminin ve kararlılığın göstergesi olarak sembolleştirilmiştir.

"… Her kul için dünya tatlı, can değerliydi. Biraz toparlandıktan sonra içinden, 'Capcanlı gezip dururken, baban da olsa hiç yoktan canını vermeyi kim ister?' diye sordu. Duygularını gizleyerek yerinden doğruldu. Babasının elini öpüp ona uzun ömürler diledikten sonra, daha istemeden canını vereceğini umduğu annesine çevirdi yönünü (D.K.Ö, 46).

"… Olayı duyan kadının içine umut ışığı doğdu. Bir anda ağlamasını kesti. İçinden, 'Basat akından döndü. Ona gideyim, daha üç oğlu, dört oğlu olanlar var, Tepegöz'e onları göndersinler, tek oğlumu da alıp, beni yavrusuz bırakmaya ne hakları var,' diye geçirdi (D.K.Ö, 127).

6.1.1.4. Alçakgönüllülük ve Kibirlenmeme

Bu değer her ne kadar bir öz güven unsuru gibi gözükse de yerleşmiş bir karakter yapısının olgunluğunu resmeder. Özdeşim kurulabilecek karakterin iyi yönlerinin örnek alınmasına dair yapıcı öğeler içerir.

Azrail ocağına düştüm,

Çoluk çocuk sahibiyim,

Eşimi sahipsiz,

Çocuklarımı yetim koyma.

"…Bre deli, bana niye yalvarıyorsun? Yalvaracaksan yüce Allah'a yalvar! Benim elimde ne var; ben de senin gibi bir emir kuluyum." (D.K.Ö, 39).

Deli Dumrul bu bölümde Azrail ile konuşur ve ondan canını bağışlamasını ister. Azrail'in kendisi için bir emir kulu olduğu ifadesini kullanması Allah'a karşı büyüklenmeme ve kendinin farkında olma gibi unsurları barındırması kibirlenmediğinin göstergesidir.

6.1.1.5. Dürüstlük

Dürüstlük ve tevazu büyük bir erdemdir. Bazen kişinin kendisine karşı, çoğu zamanda etrafına karşı sergileyeceği bu olgun tavır okuyucunun zihninde doğru olan davranışın pekişmesini kolaylaştıracağından önemlidir.

"…Duha Koca, bu sertliği, zamanında oğlunun, suyu kurumuş bir çayın üzerine köprü kurup geçeni geçmeyeni akçeye bağladığında da göstermişti. Oysa yaptığının haksızlık olduğunu söylemiş, bunun insanlıkla bağdaşmadığını aynı sertlikle açıklamıştı (D.K.Ö, 50).

"…Dirse Han, başlangıçta oğlunun gözlemlerini değerlendirerek, onları sorguladı. Kırk yiğidinin hiçbirine güvenmediğini yüzlerine söyledi (D.K.Ö, 240).

6.1.1.6. Cesaret

Bozkırın ağır yaşam şartlarına karşı savaşlarını, Oğuzların kendi içlerinde ve çevrelerinde olan güçlüklerle mücadelesini anlatan eserdeki temel direnci, cesaret duygusu oluşturmaktadır. Farklı durumlarda sergilenecek aynı dik duruş bir tavır oluşturması bakımından önemlidir.

"…Gür ağaçlı bir bahçede yiyip içiyorlardı. Boğaç, kırk yiğidin arkasına almadı, atını hainlerin yanına yalnız başına sürdü (D.K.Ö, 262).

6.1.1.7. Fedakârlık

Topluma hizmet kendine hizmettir, kendine yapılan hizmet ise kendini gerçekleştirmenin ilk adımıdır. Fedakâr olmak insanın iyi kişilik özelliklerinden biridir ve faydalı olduğunu hissetme duygusun bireyi iyileştirir.

"…Gözünden süzülen yaşlar ağzına aşağı akıyordu. Eşi de ağlıyordu. Eşini öyle görünce çelik gibi ortaya sıçradı. "İstediğin bir can mı? Binlerce can sana feda olsun!" dedi, hemen ardından, deyişlerle eşine seslendi (D.K.Ö, 66).

6.1.1.8. Vefa

Bu değer beslendiği kişi için olumlu iyileştirmeler sağlar, kişi unutulmadığını yalnız olmadığı hissederek sorunlarına karşı direnç gösterebilir.

"…Yolda aslanın iyisine rastlamışsın. Et kokusu alınca çılgına dönen aslan seni parçalayıp yutmamış. Yaşamın boyunca onun iyiliğini unutma (D.K.Ö, 101).

Kötülüklerin kol gezdiği ortamlarda iyilik fidanları yeşerirmiş. Oğlanın başını bekleyen köpekler kargayı kuzgunu kovarlarken, at da başından ayrılmayarak Boğaç Han'ın yanına kimseyi yaklaştırmamıştı (D.K.Ö, 255).

6.1.1.9. İş Birliği ve Dayanışma

Tek başına çözülemeyen sorunların, ekip olarak, birlik beraberlik içinde çözüme kavuşturulabileceğini sezdirmek içselleştirilen bir davranış haline gelebilmektedir. Çözüm gerektiren durumlarda yardım istemenin bir utanç olmaktan çıkıp yapıcı yönleri üzerinde durulması gerektiğine dair anlamlı mesajlar içerir.

"…O sırada aramaya, ananın babanın sesine uyananlar da katıldı. At tavlasına, sığır ahırlarına, koyun ağıllarına baktılar. Oba yaşamı iş birliği üzerine kurulmuştur. Çadırından fırlayan, onlarla birlikte aramaya koyuldu (D.K.Ö, 96).

Boğaç, deyişini kesip kopuzunu susturduktan sonra elindeki tülbendi sallayarak pusuda bekleyen kırk yiğidine işaret verdi. Yiğitler uzaktan işareti görünce, uzun bacaklı güzel atlarına sıçradılar, babasını o kötü durumlara düşüren namertlerin çevresini sardılar (D.K.Ö, 266).

6.1.1.10. Sevgi

Sevgi çok yönlüdür, bir kimseye karşı duyulan yoğun duygu olabileceği gibi bir temaya ya da bir nesneye karşı da geliştirilebilir, söz konusu sevginin iyileştirici etkisinden beslenmektir. Tüm tutum ve davranışların özünde sevgi vardır, sevgiyi kalıcı kılan ise değerin özünü kavramak ve dillendirmektir.

"…Yatağa yatırıp ak pak yorganları üstüne örtüyor, Anan sana kurban olsun!' diye severek uyutmuyor muydu? (D.K.Ö, 42).

Yüreği kötülük nedir bilmeyen Boğaç, babasını mutlu kılmak için geyiklerin ardından koşup onları bir araya getiriyor, babasının gözü önünde avlıyordu (D.K.Ö, 248).

6.1.2. Empati (Duygudaşlık) Becerilerini Geliştirme

Karakterlerin gerçekleşen olgu ve olaylar karşısında yapıcı çözümler üretebilmek ve duygu, fikir birliği sağlamak için birbirlerinin yerine kendilerini koydukları durumlardır.

Kadını dinlerken, kardeşi kıyan Selçuk'u anımsadı. Tepegöz onun da kardeşini ölecek hale sokmuştu. Kardeşini gözünün önüne getirince kendini tutamadı, gözlerinden yaşlar boşandı Basat'ın (D.K.Ö, 128).

6.1.3. Sorun Çözme Becerilerini Geliştirme

Anlık gelişen olaylar karşısında pratik çözüm yolları üretebilmek ya da uzun vadeli sorunlar karşısında kalıcı çözümler üretebilmek bireyin kendine olan güveninin artmasını sağlar.

"…Duha Koca'nın bir düşünce çıkmazında bocaladığı, aklının kapısını aralayarak kendince bir çözüm bulduğu Allah'a ayan oldu (D.K.Ö, 72).

Bay Büre Bey, "Dede, bin erkek deveyi, bin aygırı, bin koçu ben bulursam, köpekle pireyi de sen bulur musun?".

Dede Korkut, olmadık işleri olur kılmanın sultanıydı. Duraksamadan, "Bulayım," dedi (D.K.Ö, 183).

6.1.4. Hedeflerini Gerçekleştirmek İçin Azimli ve Kararlı Olma

Karakterin süreç karşısında istikrarlı ve kararlı bir duruş sergilemesi onunla özdeşim kuracak okur üzerinde bir örnek teşkil edecektir.

Oğlu olmayan Duha Koca umudunu yitirmemiş, yıllarca ağzı dualı bir ermişin kapısını aşındırmıştı. Bir yandan da attan aygır, deveden buğra, koyundan koç kestirip şölenler düzenlemiş, açları doyurmuş, çıplakları donatmıştı (D.K.Ö, 58).

"Kararım karardır, Kazan Bey! Yüreği yaralı bir anaya söz verdim, elbette Tepegöz 'ün yerine gidip dünyayı başına yıkacağım! 'dedi Basat (D.K.Ö, 131).

6.1.5. Çevreyi Toplumu ve Dünyayı Tanıma

Danışanı üzerinde olumlu bir etki bırakmak isteyen yapıt, bireyin sorunlarının boyutu ne olursa olsun doğanın ve çevrenin iyileştirici gücünü okuyucusuna mesaj olarak iletme çabasındadır.

"Sen, gerçeği kavrayıp canını vermemekle, canına sahip çıkmakla kalmadın, oğluna kendi canının nasıl kutsal bir yaşam süreci olduğu bilincini aşıladın. Böylece doğanın değişmez yasasına uyarak bu gerçeği insanlık duygusu eyleyip aleme saldın!" (D.K.Ö, 74).

6.1.6. Topluma Faydalı Birey Olma Bilincini Geliştirme

Bu unsur toplumsal olarak yara, iz bırakan alanlar olarak temsil edildiği kadar sosyal iyileşmenin birey üzerindeki yapıcı etkilerini belirlemek için de değerlendirilmiştir.

"Çok okurdu Duha Koca. Öğrendiklerini çevresine aktarmasıyla da tanınıyordu obada. Kimi zaman bir tümcenin, bir sözcüğün bile okuyanı esenliğe erdireceğini denemelerinden biliyordu." (D.K.Ö, 51).

6.1.7. Kendini Tanıma

Bireyin kendine ait farkındalıklarının gelişmiş olması, öz yeterliliklerini keşfetmesini sağlayacağından onu olaylara ve durumlara karşı daha güçlü ve çözüm odaklı yapacaktır.

Bilin ki, ünüm Rum'dan Şam'a, Bağdat'tan Halep'e yayılmıştır. Derdinize benden başka kimse çare bulamaz (D.K.Ö, 26).

"Kendini iyi tanıyordu Dirse Han. Kara düşüncelerin onu bunaltıp kötümserliklere sürükleyeceğini biliyordu." (D.K.Ö,228).

6.1.8. Kendi Sorunlarına Benzer Sorunların Başkalarının Da Başına Geleceğini Düşünerek Yalnız Olmadığı Duygusuna Kapılma

Bu duyguya sahip bireylerin bu duruma karşı vereceği tepkiler yapıcı sonuçlar doğurabileceği olumsuz duygulara da sevk edebilir. Önemli olan o duyguyla baş ederek olumlu bakış açısı geliştirmek ve iyimser düşünceleri beslemektir.

Oğuz'da Tepegöz 'den zarar görmeyen, dertli olmayan, korkudan ölecek hale gelmeyen kimse kalmadı. Başına kötülük gelenler, yaşadıklarını Aruz Koca'ya yakınıp ağlaşıyorlardı (D.K.Ö, 111).

6.1.9. Milli ve Manevi Değerlere Sahip Olma

Bir milletin kendine özgü değer ve kültürel yargılarının toplamı olan milli ve manevi değerler, onları tek bayrak tek ulus tek dil bilinci altında bir araya toplayan en önemli ögedir.

Kız da öyle olsun! Ama nişanlanıncaya değin çevremde dolaşmayacaksın, benden uzak duracaksın!" dedi. Töre öyle gerektiriyordu (D.K.Ö, 177).

İçine doğmuş olmalı ki, bir iki gün sonra Dede Korkut, yiğitler daha ona ulaşmadan, omzunda kopuzuyla çıkageldi. Töre, onun gibi ulu kişileri şenlikle karşılamayı gerektiriyordu." (D.K.Ö, 97).

6.1.10. Doğaya, Tüm Canlılara Duyarlı Olma, Çevreyi Koruma

Çevre bilinci oluşturma, kendisi dışındaki canlılara duyarlı davranma, kişinin farkındalıklarını artırması iyileşme sürecinde yeni ilgi alanları geliştirerek çok yönlü düşünmesini sağlar.

"Başı yükseklere eren kara dağların yıkılmasın! Gölgelice koca ağacın kesilmesin! Coşkun akan güzel suyun kurumasın!" (D.K.Ö, 81).

6.1.11. Olumlu Benlik Algısı Geliştirme

Bireyin kendini sevmesi kendine yönelik eksiklerini kabul ederek benliğiyle anlaşma içinde yaşaması ve kendi becerilerine yönelik güven duyması anlamına gelir. Bu unsurun geliştirilmesi sağlıklı benlik yapısı için önemlidir.

"Kitabı bir yana koyup yine düşünceye dalan Duha Koca, benliğiyle yüz yüze gelerek tutumunu değerlendirmeye koyuldu. Oğlumun çıkıp Azrail'e karşı direndi diye canının alınması, büyüklenme duygusuna kapılanlara ibret olsun diye kurgulanmış bir öykü olabilir." (D.K.Ö, 53).

6.1.12. Ebeveyn ve Çocukların Arasındaki Çatışmaların Çözüme Ulaşması

İletişim ve sorun çözme becerilerinin geliştirilmesine yönelik kişilik gelişimini destekleyen kalıcı bir beceridir. Çocuklar ve ebeveynleri arasındaki iletişim ilk sosyal birliği temsil eden aile kurumunda başladığı için önemlidir.

O zaman çıkar yol tez bulunmuştu. Dumrul, babasının uyarısını haklı bulup, köprüden geçenden de geçmeyenden de para koşulunu kaldırmış, Duha Koca'nın nasıl soylu bir evlat yetiştirdiğini kanıtlamıştı (D.K.Ö, 50).

Baba, ana, oğul, eş, o kutsal ışıkta acının sevince dönüştüğünü gördüler. Birbirleriyle kucaklaştılar, içlerinde sevinci kutsayarak mutluluk yuvası evlerinin yolunu tuttular (D.K.Ö, 79).

6.1.13. Kalıp Yargıların Yumuşatılması

Kişinin olaylar ve durumlar karşısında öğrenilmiş yargıları konusunda ısrarcı tavırlar sergilemesine denir. Sağduyulu ve yenilikçi bir tutum takınabilmek için yeni öğretilerle desteklenmiş anlayışlara açık olmayı kasteder.

"İçinden geçirdiklerinle gerçeğin özüne vardın sen, ey Duha! Deli Dumrul'un isteğine yönelik yanlışlığı sonradan kavrayarak ona karşı sert tutumunu yumuşatmayı yeğlerken, yanlışlığın özüne erdin. Düşünerek vardığın sonuçlara beni de inandırdın." (D.K.Ö, 74).

6.1.14. Rol Model Bulma, Doğru Rehber Seçme

İnsan hayatının kılavuzu kimi zaman etrafında saygı duyduğu zekasına tecrübelerine güvendiği bir akıl hocası olurken kimi zaman da varlığından güç aldığı bir olgu ya da nesne olabilir. Önemli olan ihtiyaç halinde doğru yönlendirmeleri yaptığına inanılan rol modelleri bulmaktır.

Düşündüm ki, ona hayvan değil, insan oğlu olduğunu söylerseniz size inanır. Bu oğlana dedeliğinizi kılavuz eyleyip öğüt verirseniz, ola ki Oğuz bir yiğit daha kazanır (D.K.Ö, 100).

Oğuz töresine göre, adı her önüne gelen de veremiyordu. Oğuz'un törelerini bilen, sezgisi güçlü, toplumun engelleri aşmasında yol gösteren oğuz boylarında adı 'Korkut Ata' diye bilinen Dede Korkut veriyordu (D.K.Ö,237).

6.1.15. Olayları Çok Yönlü Düşünme, Değerlendirme

Bireylerin durumları çok yönlü olarak düşünmesi ve bütüncül bir bakış açısı geliştirmesi beklenir. Yaratıcı düşünce becerisini de geliştirmeye yarayan bu unsur olaylara farklı bir gözle bakmayı sağlar.

Deli Dumrul, kuru çay üzerine köprü kurdurmuş, geçişi paraya bağlayarak, haksız kazanç yolunu seçtiği halde bir gencin ölümüne tanık olunca doğru yolu buldu. Baba ile anaya gelince; önce canlarını vermediler. Olayı mantık süzgecinden geçirdikten sonra, can vermeye koştular. Onları başlangıçtaki olumsuz kararları yüzünden uyarıyor, sonradan gerçeği kavradıkları için bağışlıyorum (D.K.Ö, 78).

Araştırma kapsamında 'İletişim Becerilerini Geliştirme', 'Toplumda Kabul Görmek için Kendini Gerçekleştirmekten Kaçınmamak', 'Dünya Sorunlarına Duyarlı Olma', 'Engelli Bireylere Duyarlı Olma' ve 'Öfke, Stres ve Zaman Yönetimi Becerisi 'ne ilişkin bulgulara rastlanmamıştır.

7. SONUÇ

Bibliyoterapi, kitapların aracı rolünü üstlendiği, okullarda ve kişisel gelişim merkezlerinde uygulanmasının son derece basit olduğu, süreç temelli bir iyileşme durumudur. Tedavi bireyin doğrudan kendisine yönelik farkındalıkları kavraması ve yaşamın özünü anlamlandırarak yeni bir yol haritası belirlemesini sağlamaktadır. Kitaplarla kurulan ilişki kişinin sorunlarına yönelik rastlantısal izlerle karşılaşması olaylara ve sonuçlarına yönelik yalnız olmadığı duygusuna kapılmasını sağlar ve rahatlatır. Uzmanlar, okurların ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik hazırladıkları okuma listeleri ile iyileşme sürecinde kişiye olumlu tercih alanları bırakmış olur. Ayrıca yapılan çalışmalar tekniğin uygulanması sırasında ortaya çıkabilecek aksaklık ve zorluklar açısından başucu rehberleri olarak kullanılabilir. Bu çalışma Türk eğitim sisteminde nadir kullanılan bir sağaltım yöntemi olan bibliyoterapinin, edebiyatımızın klasiklerinden 15.yy. derlemesi Dede Korkut Hikayelerinin yapılandırmacı bir yaklaşıma göre yorumlanmasına dayanır. Çalışmaya konu olan eserin bir yöntem ve yaklaşımla yeniden yorumlanma çabası yazının özgün değerini ortaya koymuştur.

KAYNAKÇA

Akgün, E. ve Karaman Benli, G. (2019). Okul Öncesi Dönem Çocuklarla Bibliyoterapi: Bir Uygulama Örneği. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 11(1):100-111.

Binyazar, A. (2023). *Dede Korkut'tan Öyküler*, Can Sanat Yayınları, İstanbul.

Doğanay, M. (2019). 5, *6, 7 ve 8. Sınıf Türkçe Ders Kitaplarındaki Metinlerin Bibliyoterapi Açısından İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Goddard, A. T. (2011) Children's Books For Use İn Bibliotherapy. *J Pediatr Health Care*, 25: 57-61. DOI: 10.1016/j.pedhc.2010.08.006

Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi.* Ankara: Siyasal Kitabevi.

Halsted, J. W. (2002). *Some of My Best Friends are Books: Guilding Gifted Readersfrom Preschool to High School.* Scottsdale, AZ: Great Potential Press.

Janaviciene, D. (2010). Bibliotherapy process and type analysis: Review of possibilities to use it in the library. II Tiltai. *Klaipeda University*, (Lithuanian) 4(53), 119-132.

Karagül, S. (2018). Çocuk Edebiyatı ve Bibliyoterapi. *Çocuk ve Medeniyet*, 3(6), 43-55.

Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber* (3. Baskıdan Çeviri, Çeviri Editörü: S. Turan). Nobel Yayın Dağıtım.

Sever, S. (2004). *Türkçe Öğretimi ve Tam Öğrenme*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Sturn, B. W. (2003). Reader's Advisory And Bibliotherapy: Helping And Healing. *Journal of Edu-Cational Media Ana Library Sciences*, 41(2), 171-179.

Tathan Bekaroğlu, E. (2019). Kitapların Psikoterapide Bir Aracı Olarak Kullanımı: Vaka Örneği İle Bibliyoterapi Uygulaması. *Akademik Sosyal Bilimler Dergisi*, 94(7), 250-258.

Yılmaz, M. (2014). Bilgi ile İyileşme: Bibliyoterapi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28(2).

"ÇİZGİLİ PİJAMALI ÇOCUK" KİTABININ YAŞAM BECERİLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Fatma ERSOY[1] Halil Erdem ÇOCUK[2]

ÖZET

21. yüzyıl farklı fikirlere saygı duyan, bireylerin olaylara farklı bir pencereden bakmalarını mümkün kılan baktığını yaratıcı fikirlerle yeniden yorumlayabilen, problem durumlarıyla başa çıkabilen ve sürece yönelik çözümler üretebilen bireylere ihtiyaç duymaktadır. Bireyin erken yaşlardan itibaren kazanmaya başladığı ve hayatının hemen hemen her döneminde önemli olan ve hayatını şekillendirmeye yardımcı olan bazı temel beceriler vardır. Bireyin daha kaliteli bir yaşama sahip olması için yaşamını daha kolay, etkili ve verimli bir şekilde yönetebilmesini sağlayan bu yeterliliklere yaşam becerileri denir. Özellikle insan hayatının her döneminde yer alan kitaplar bu becerilerin geliştirilmesine katkı sağlayan önemli birer araç konumundadır. Çocuklar, okuma eylemi sırasında sadece okuma becerisi kazanmakla kalmaz. Çocuk kitapları ise çocukları duygu, düşünce bakımından beslerken aynı zamanda çocuklara farklı becerileri de öğrenme ve edinme imkânı sağlar. Çocuklar, kitaptaki karakterler aracılığıyla bazı olgu ve olaylara karşı empati yapabilmekte ve bu yolla yaşam deneyimlerini yönetebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından belirlenen "öz farkındalık, empati, kişilerarası ilişkiler, yaratıcı düşünme, iletişim, eleştirel düşünme, problem çözme, karar verme, stresle başa çıkma, duygularla başa çıkma" yaşam becerilerinin "Çizgili Pijamalı Çocuk" kitabında yer alıp almadığını tespit etmek, yer alan yaşam becerilerinin dilsel görünümlerini ortaya koyarak açıklamaktır. Bu çalışmada içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. "Çizgili Pijamalı Çocuk" kitabı belirli ölçütlere göre incelendiğinden dolayı araştırmanın veri toplama yöntemini doküman incelemesi oluşturmaktadır. Çizgili Pijamalı Çocuk kitabında on temel yaşam becerisinin tamamının yer aldığı görülmüştür. Yaşam becerilerinden en fazla "öz farkındalık ve iletişim" becerilerine yönelik bulguların varlığından söz edilebilir. Kitapta en az "yaratıcı düşünme ve stresle başa çıkma" becerilerine yer verilmiştir. Elde edilen bulgular yaşam becerilerinin kuram tanımlarıyla örtüşmektedir. Becerilerin bütünlüğünü sağlayan en temel husus iyi iletişim kurabilen becerilerini geliştirmeye yönelik yaklaşımlara açık olan dışa dönük bir çocuk karakterin seçilmiş olması metin akışına farklı bir boyut kazandırmaktadır. Eğitim materyallerinden birisi olan kitaplar çocuğa yalnızca dört temel becerisinin geliştirilmesiyle sınırlı kalmayıp öğrendiklerini uygulayabilen günlük yaşamında gelişmiş becerilerinin farkında olabilen ve bunlara karşı duyarlılık gösteren bireyler olarak yetişmesini olanaklı kılmak ister. Söz konusu eserin, temel yaşam becerilerine yönelik öğretileri belirlemesi, alan yazında mevcut eksiklerin tespiti ve giderilmesi hususunda çalışmanın literatüre katkı sağlaması planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yaşam Becerileri, Çocuk Kitapları, "Çizgili Pijamalı Çocuk"

AN ANALYSIS OF THE BOOK "THE BOY IN STRIPED PYJAMAS" IN TERMS OF LIFE SKILLS

ABSTRACT

The 21st century needs individuals who respect different ideas, enable individuals to look at things from a different perspective, reinterpret what they look at with creative ideas, cope with problem situations and produce solutions for the process. There are some basic skills that an individual starts to acquire from an early age, which are important in almost every period of his/her life and help shape his/her life. These competencies that enable individuals to manage their lives more easily, effectively and efficiently

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi. Karamanoğlu Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, SBE, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi ABD. fatmaersoy3370@gmail.com, ORCID: 0009-0008-8809-6444

[2] Doç. Dr. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, halilerdemcocuk@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0027-4223

in order to have a better quality of life are called life skills. Especially books, which take place in every period of human life, are important tools that contribute to the development of these skills. During the act of reading, children not only acquire reading skills. While children's books nourish children in terms of emotions and thoughts, they also provide children with the opportunity to learn and acquire different skills. Through the characters in the book, children can empathize with certain phenomena and events and manage their life experiences in this way.

The aim of this study is to determine whether the life skills identified by the World Health Organization (WHO) as "self-awareness, empathy, interpersonal relationships, creative thinking, communication, critical thinking, problem solving, decision making, coping with stress, coping with emotions" are included in the book "The Boy in the Striped Pyjamas" and to explain the life skills by revealing their linguistic manifestations. Content analysis method was used in this study. Since the book "The Boy in the Striped Pyjamas" was analyzed according to certain criteria, the data collection method of the study was document analysis. It was observed that all ten basic life skills were included in the book "The Boy in Striped Pyjamas". Among life skills, the most common findings were related to "self-awareness and communication" skills. The skills of "creative thinking and coping with stress" are the least emphasized in the book. The findings overlap with the theoretical definitions of life skills. The most fundamental issue that ensures the integrity of the skills is the selection of an extroverted child character who is open to approaches to improve his/her skills and who can communicate well, which adds a different dimension to the text flow. As one of the educational materials, books are not limited to the development of the child's four basic skills, but also want to enable them to grow up as individuals who can apply what they have learned, who are aware of and sensitive to their developed skills in their daily lives. It is planned that this work will contribute to the literature in terms of determining the teachings on basic life skills, identifying and eliminating the existing gaps in the literature.

Keywords: Life Skills, Children's Books, “The Boy in the Striped Pyjamas”

1. GİRİŞ

Her alanda yaşanan gelişme ve değişmeler farklı becerilere sahip bireylerin ortaya çıkmasını sağlar. Bu bireyler, farklı düşünen, üreten, yeniliklere açık, uyumlu, vb. özelliklere sahiptir. Bireyin yaşamı boyunca karşılaştığı zorluklarla baş edebilmesi için bireye kolaylık sağlayacak ve karşılaştığı problem durumlarıyla baş edebilmesi için sahip olduğu becerilere yönelik yeterliliklere yaşam becerileri denir (WHO, 1999: 1). Yaşam becerileri farklı kaynaklar tarafından farklı şekilde sınıflandırılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından yaşam becerileri ile ilgili yapılan sınıflandırma en çok kabul gören sınıflandırmadır. Yaşam becerileri stresle ve duygularla başa çıkma, öz farkındalık ve empati, karar verme ve problem çözme, yaratıcı ve eleştirel düşünme olmak üzere on yaşam becerisi beş gruba ayrılır.

Birey, yaşam becerilerini erken yaşlarda kazanırsa yaşamını daha kolay ve doğru bir şekilde yönetebilir. Birey bu becerileri kimi zaman rol-model yöntemiyle kimi zaman deneme-yanılma yöntemiyle kimi zaman da kitap gibi eğitim materyalleriyle kazanmakta ve öğretilerini pekiştirmektedir. Bu becerileri kazanmak ve öğrenmek kadar geliştirmek de önemlidir. Özellikle insan hayatının her döneminde yer alan kitaplar bu becerilerin geliştirilmesine katkı sağlayan önemli birer araç konumundadır.

Çocuklar, kitaptaki karakterler aracılığıyla bazı olgu ve olaylara karşı empati yapabilmekte ve bu yolla yaşam deneyimlerini yönetebilmektedir. Kitaptaki karakterle özdeşim kurmaya başlayan hedef kitle olan çocuk okur, olaylara farklı açılardan bakmayı, izlenimleri ve yaşam becerileri arasında anlam ilişkisi kurmayı öğrenir.

Bu çalışmada, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından belirlenen "öz farkındalık, empati, kişilerarası ilişkiler, yaratıcı düşünme, iletişim, eleştirel düşünme, problem çözme, karar verme, stresle başa çıkma, duygularla başa çıkma" yaşam becerilerinin "Çizgili Pijamalı Çocuk" kitabında yer alıp almadığını tespit etmek, yer alan yaşam becerilerinin dilsel görünümlerini ortaya koyarak açıklamaktır.

2. YÖNTEM

Çalışmada "Çizgili Pijamalı Çocuk" kitabında Dünya Sağlık Örgütü tarafından belirlenen yaşam becerilerinin yer alıp almadığını tespit etmek, yer alan yaşam becerilerinin hangi bakımdan verilmeye çalışıldığını ortaya çıkarmak için yapılan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Bu çalışmada içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. "Çizgili Pijamalı Çocuk" kitabı belirli ölçütlere göre incelendiğinden dolayı araştırmanın veri toplama yöntemini doküman incelemesi oluşturmaktadır.

3. YAŞAM BECERİLERİ

Yaşam becerileri kavramı, araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) yaşam becerilerini şu şekilde tanımlamıştır: "Bireylerin gün içerisinde karşılaştığı zorluklarla etkili bir şekilde başa çıkmasını sağlayan ve günlük hayatın getirdiği bazı istekleri uygun bir şekilde karşılayabilmek için kişinin sahip olduğu davranış ve becerilerdir (WHO, 1997). Gelişim ve değişim içerisinde olan bireyin kendisini daha etkili bir hale getirmesi için gerekli olan yeterlilikleridir (Kolburan ve Tosun, 2011). Yaşam Becerileri, kişilerin yaşamının her anında çevresiyle uyumlu bir şekilde yaşamasını sağlayan beceriler olarak tanımlanmıştır (Danish, vd., 2004). 1997 yılında Dünya Sağlık Örgütü tarafından

yayınlanan raporda yer alan 10 temel yaşam becerisi arasındaki ilişki şu şekilde gösterilmiştir (WHO, 1997).



Şekil 1: Yaşam Becerilerinin Temel Bileşen İlişkileri (WHO, 1997)

Birbiriyle bağlantılı olduğu düşünülen becerilere aynı grupta yer verilmiştir. Yaşam becerilerinin bir kısmının 21. yüzyıl becerileriyle ilgili olduğu görülmektedir.

4. ÇOCUK KİTAPLARI

Kitaplar, çocuğun kişiliğinin ve yaşamının şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Kitaplardan kazandığı bilgi ve beceriler sayesinde onlardan edindikleriyle ön bilgilerini kullanarak karşılaştığı durum ve olaylara karşı farklı açılardan bakabilmeyi öğrenir. Kişinin kendisini fark etmesini, tanımasını, çevresindeki insanlarla ilişkilerinin olumlu olmasını, empati yapma yeteneğinin gelişmesi gibi birçok unsurda etkilidir.

Kitaplar aracılığıyla çocuklar çevresindeki insanlardan farklı insanları tanıma fırsatı yakalar ve farklı kültürlerin, yaşamların olduğunu fark eder. Onları tanımaya ve anlamaya çalışarak başkalarına saygı duymayı öğrenir. Çocuğun kişilerarası ilişki ve etkili iletişim becerisi gelişir. Nitelikli çocuk kitaplarıyla hayal dünyası genişleyen çocuk, farklı bakış açılarına sahip olur; yaratıcı ve eleştirel düşünme becerisi kazanır.

Çocuk kitapları yazılırken bu kitapların çocukların kişilik gelişiminde önemli bir yere sahip olduğu unutulmamalıdır. Bu yüzden çocuklar gelişimine uygun kitaplarla desteklenirse onlara yaşam becerileri küçük yaşlardan itibaren kazandırılmış olur. Bunun için kitaplar yazarın sadece kendi hayat deneyimini aktardığı ya da doğru bildiklerini öğretmeye çalıştığı eserler olmamalıdır. Yazar, kitaplar aracılığıyla çocuğa kendini, çevresini, hayatı tanımasına imkân sağlayacak yaşam durumları oluşturmalı ve bunları çocuğa kazandırmaya çalışmalıdır. Çünkü yaşam becerileri bireye en somut şekilde kitaplarla aktarılır.

5. BULGULAR

Çizgili Pijamalı Çocuk Kitabının Özeti



Şekil 2: Çizgili Pijamalı Çocuk Kitabı Hikâye Haritası

Kitap, yazar John Boyne tarafından kaleme alınmış ve İrlanda edebiyatının önemli eserlerinden birisidir. 2007 yılında İrlanda Kitap Ödüllerinde, Yılın Çocuk Kitabı Ödülü'nün sahibi olmuştur. Ödüllere doymayan ve 46 dilde çevirisi bulunan eser aynı zamanda sinemaya da uyarlanmıştır.

Kitap, Berlin'de ailesi ile birlikte yaşayan 9 yaşındaki Bruno'nun babasının işinden dolayı Polonya'ya taşınmalarıyla değişen hayatını anlatıyor.

Taşındıkları yere ve eve alışamayan, burada kendisini çok yalnız hisseden Bruno bir gün odasının penceresinden dışarıyı izlerken bir şey fark eder. Bir çit ve çitin arkasında çizgili pijamalı insanlar vardır. Bu kişileri ve yaşadıkları yeri merak etmeye başlar. Bruno'nun gördüğü yer bir toplama kampıdır. Oranın bir çiftlik olabileceğini düşünen Bruno bunun için bir gün keşif yapmak amacıyla gezintiye çıkar. Odasından gördüğü çitlerin tel örgüler olduğunu görür. Tel örgülerin diğer tarafında bir çocuk görür. Onunla tanışır, isminin Shmuel olduğunu ve kendisi gibi 9 yaşında olduğunu öğrenir. Shmuel'in görüntüsünden ismine kadar her şey Bruno'ya farklı gelir. Sohbet etmeye başlarlar ve arkadaş olurlar. O bölgeye yaklaşmak yasak olmasına rağmen Bruno gizli bir şekilde zaman zaman o bölgeye gider ve Shmuel ile görüşür.

Arkadaşlıkları zamanla dostluğa dönüşür. Arada Shmuel'e yiyecek götürür ve onunla oyun oynamak ister ancak tel örgülerden dolayı bu durum zordur. Bruno bir gün annesi ve kız kardeşiyle Berlin'e döneceklerini öğrenir. Bu haberi arkadaşıyla paylaşmak için onun yanına gider ve o sırada Shmuel'in babasını kamp alanında kaybettiğini öğrenir. Arkadaşına babasını arama konusunda yardım etmek ister. Gitmeden bir gün önce ona bu konuda yardım etmek için geleceğini söyler. Bruno'nun kamp alanında dikkat çekmemesi için Shmuel ona çizgili pijama getirir ve Brono o giysileri giyerek tel örgülerin diğer tarafına geçer. Bir yandan o

bölgeyi keşfetmeye çalışan Bruno bir yandan arkadaşının babasını arar. O sırada büyük bir kalabalığın ve kargaşanın ortasında kalan Bruno ve Shmuel ne olduğunu anlamadan sürüklenmeye başlarlar. Bruno, arkadaşının elini asla bırakmaz ve kendilerini karanlık bir yerde bulurlar. Bruno'ya ailesi bir daha ulaşamaz ve Bruno'dan kalan tek şey tel örgülerin diğer tarafında kalan giysileridir.

Çizgili Pijamalı Çocuk Kitabının Analizi

Karakter: Bruno

Karakterlerin Kişisel Özellikleri: Yardımsever, cesur, hoşgörülü, duyarlı, bilinçli, meraklı, üretken, eleştiren ve sorgulayan bir çocuk karakter.

Tablo 1. Kitapta Yer Alan Yaşam Becerilerinin Dağılımına İlişkin Frekans ve Yüzdelikler

Yaşam Becerileri	**F**	**%**
Öz Farkındalık	17	31, 4
İletişim	8	14, 8
Karar Verme	6	11, 1
Duygularla Başa Çıkma	5	9, 3
Eleştirel Düşünme	4	7, 4
Problem Çözme	3	5, 6
Kişilerarası İlişki	4	7, 4
Empati	3	5, 6
Yaratıcı Düşünme	2	3, 7
Stresle Başa Çıkma	2	3, 7
Toplam	54	100

Kitapta Yer Alan Yaşam Becerileri

Öz Farkındalık Becerisi

Kitapta bu beceri, bireyin yetenekleri, ilgi alanları, güçlü ve zayıf yönlerinin farkında olması bakımından ele alınmıştır.

(…)

Bruno ondan biraz korktuğunu itiraf etmekten pek hoşlanmıyordu, ama kendisine karşıdürüst olacaksa-ki hep olmaya çalışırdı-bunu itiraf etmek zorundaydı (Boyne, 2023: 23).

(…)

"Ben çocukken dedi Bruno kendi kendine, "Berlin'deyken, keşfetmekten hoşlanırdım. Orası her tarafını bildiğim ve dilediğim her şeyi gözlerim kapalı bulabileceğim bir yerdi. Burada hiç gerçek bir keşif yapmadım. Belki başlama zamanı gelmiştir (Boyne, 2023: 96).

Örneklerde görüleceği üzere öz farkındalık becerisinin çocuğun zayıf ve sevmediği yönleri ile ilgi duyduğu, hoşlandığı, uygulamaktan keyif aldığı eylemlerin bütünü olarak ele alınması bu becerinin tamamlayıcı yönlerini oluşturur. Dilsel görünümlerine yer verilmiş ifadeler bu beceriyi destekler niteliktedir.

Duygularla Başa Çıkma Becerisi

Kitapta bu beceri, olumsuz duyguların nedenlerini belirleme, yaşanılan durumun duyguları nasıldeğiştirdiğini fark etme bakımından ele alınmıştır.

(…)

"Ne yapıyorsun?" diye sordu, olabildiğince nazik olmaya çalışarak. Birinin eşyalarını karıştırdığını görmekten mutlu olmasa da… (Boyne, 2023: 5).

Örnek veride çocuğun öğretilmiş duygularının ait olduğu toplumsal çerçeve içinde uygulanabilirliğini sınayan bir beceri olduğu görülmektedir. Bu beceri çocuğun yüzleşmek zorunda olduğu duygularıyla başa çıkmada gün yüzüne çıkar.

(…)

Tekrar ağlayacağını hissetti ama Maria'nın önünde bebek gibi görünmek istemediği için kendini tuttu. Gözlerini yerden kaldırmadan odaya bakındı, bulacak ilginç bir şey var mı diye araştırdı (Boyne, 2023: 21).

Bu beceriyi örneklendiren kitaba ilişkin bulguda çocuk karakterin duygu durumlarını yönetebilmek amacıyla dikkatini dağıtıcı unsurlara yoğunlaştığı odak noktasında farklılıklar meydana getirmeye çalıştığı gözlemlenmiştir.

Eleştirel Düşünce

Kitapta bu beceri, olası durumları göz önüne alarak fikir ortaya koyma, yaşananlardan çıkarımda bulunma, düşünceyi destekleyen fikirleri ortaya koyma, olayları farklı bakış açısıyla değerlendirme bakımından ele alınmıştır.

(…)

O zaman bence toprak şimdi olduğundan çok daha iyi görünmeliydi, öyle değil mi? Bu pisliğin içinde herhangi bir şey yetiştirilebileceğini sanmıyorum (Boyne, 2023: 35).

(…)

"İşinde yanlış bir şey mi yaptın? Herkesin senin önemli biri olduğunu söylediğini ve Fury'nin senin için büyük planları olduğunu biliyorum. Ama sana ceza vermek istemese böyle bir yere asla göndermezdi."

"Bu görevin önemini anlamıyorsun." dedi baba.

"Eğer bu, güzel evimizden arkadaşlarımızdan ayrılıp böyle berbat bir yere gelmemiz demekse işinde pek iyi olduğunu sanmıyorum. Bence yanlış bir şey yapmış olmalısın ve gidip Fury'den özür dilemelisin. Belki o zaman bu saçmalık biter. Belki pişman olduğunu söylersen seni bağışlar." (Boyne, 2023: 49)

Kitapta bu beceriyi örnekleyen ifadeler çok yönlü olarak ele alınmış kitaba ilişkin farklı varlık kadrosu içerisindeki bireylerin etkileşimini de örneklendirmiştir. Beceri, diyaloglara dayanarak sorun teşkil eden duruma yönelik farklı bakış açılarıyla çözüm üretme gayreti içinde bulunmuş.

Kişilerarası İlişkiler Becerisi

Kitapta bu beceri, aile ilişkisi, çevre ile ilişkiler, bireyler arası bağın kurulması, bireylerin birbirini anlaması bakımından ele alınmıştır.

(…)

"Ama planlarımız vardı! diye itiraz etti.

"Planlar mı? Diye sordu anne bir kaşını kaldırarak. "Ne tür planlar?"

"Bu ele vermek olur." Dedi Bruno. Planlarının içeriğini açıklayamazdı (Boyne, 2023: 11).

(…)

Bu tür durumlarda Bruno, kendini huzursuz hissederdi. Çünkü kalbinin derinliğinde, emrinizde çalışsalar bile kimseye saygısızlık yapmaya gerek olmadığını biliyordu. Ne de olsa görgü kuralları denen bir şey vardı (Boyne, 2023: 61).

(…)

O gün kâğıt kalem alıp oturdu ve ona burada ne kadar mutsuz olduğunu, Berlin'deki eve dönmeyi ne kadar çok istediğini anlattı. (…) Ama ona en çok, orada yaşayan insanlardan söz etti; çizgili pijamalarını, aynı kumaştan takkelerini anlattı, sonra onu ne kadar çok özlediğini söyledi ve imzaladı: "Seni seven torunun Bruno." (Boyne, 2023: 88)

Bu cümlelerden yola çıkarak Bruno'nun çevresindeki kişilere nasıl davranılması gerektiğini bildiği gerek duygularıyla gerekse sosyal yaşamın uygun öğretilerinden yola çıkarak edindiği tecrübelerle etkileşim içerisinde olduğu kişilere karşı yaklaşımlarını yönetebildiği görülmektedir.

Empati Becerisi

Kitapta bu beceri, bir şeyler üretme, özgün ürünler ortaya koyma, nesnelerin fonksiyonlarını standartların dışında düşünme bakımından el alınmıştır.

(…) büyük bir meşe ağacı vardı; çok geniş gövdeli bir ağaç. Küçük bir çocuğu taşıyacak kadar güçlü, iri dallı yüksek bir ağaç.

Bruno'nun yeni eğlencesi için sadece iki şeye ihtiyacı ardı: Biraz ip ve bir araba lastiği. İpi bulması çok kolaydı; çünkü evin bodrumunda balayalar dolusu vardı. Araba lastiği ise bir sorundu (Boyne, 2023: 66)

(…)

Fikrini değiştirmemek için hemen yatağından atladı, bir ceket ve eski bir çift bot için gardırobunu alt üst etti. Bunların, gerçek bir kâşifin giyeceği türde elbiseler olduğunu düşünüyordu (Boyne, 2023: 92).

Örnek ifade yaratıcı düşünme becerisinin somutlaştırılması yeni ve özgün ürünler ortaya koyma nesneye anlam yükleme ve onu standartları dışarısına çıkararak farklı kullanım alanları oluşturmuştur.

Problem Çözme Becerisi

Kitapta bu beceri, arkadaşından destek alma, plan yapma, problem için uygun yöntemi seçme durumları bakımından ele alınmıştır.

(…)

"Etrafta dolaşırken bir kanıt bulabilir miyiz diye bakarız. Araştırma yaparken en akıllıcaşey bu. Tek zorluk, çizgili bir pijama bulmak."

"Eğer benim de bir çizgili pijamam olsaydı, o zaman etrafa gelip ziyaret edebilirdim vekimse fark etmezdi.

"Bu sorun değil." dedi Shmuel "Kendi bedenime göre bir tane alıp yanımda getirebilirim, sonra üstünü değişirsin ve babamı arayabiliriz (Boyne, 2023: 183).

Söz konusu eserin incelenmesine yönelik yapılan çalışmada kurguyu aydınlatan olay örgüsünün kırılma noktalarından bir tanesi bölümü problem çözme becerisinin dayanak noktasını oluşturmaktadır. Burada çocuk okura problem durumlarıyla baş etme sürece yönelik farklı bakış açıları kazandırma, çocuğun beceri dünyasını zenginleştiren buluşlara katkı sağlanmak istenmiştir.

Yaratıcı Düşünme Becerisi

Kitapta bu beceri, diğer bireylerin duygularını tanıma, kişilerin fikirlerini algılama, farklı yaşam şekillerini anlama, insan sevgisi, ortak özellikler sahip olma bakımından ele alınmıştır.

(…) Çünkü gözlerinin çevresi her zamankinden daha kıpkırmızıydı. Tıpkı başı belaya girip ağladığında kendi gözlerinin olduğu gibi (Boyne, 2023: 6).

(…)

Çocuğa baktı ve ona neden bu kadar üzgün göründüğünü sormayı düşündü; ama sonra kabalık olacağını düşündüğünden biraz tereddüt etti. Üzgün insanların bunun sorulmasını istemediklerini biliyordu (Boyne, 2023: 100).

Çalışmaya konu olan bu eserde bütün becerilerden farklı olarak metnin içeriğini destekleyen temasıyla örtüşen empati becerisi ayrı bir yer tutmaktadır. Bireyin duygularını tanıyarak o duyguları yakın tatma karsındaki kişiyi daha yakından tanıma dürtüsünün bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Karar Verme Becerisi

Kitapta bu beceri, arkadaşlık sevgisi, düşünce ve eylem arasında gerekli ilişkiyi kurma, seçenekleri değerlendirerek bir sonuca vararak önem sırasına koyma bakımından ele alınmıştır.

(…)

Belki onunla artık arkadaşlık yapmamı istemezler, diye mantı yürüttü, belki oraya gitmeme tamamen engel olurlar. (…) hikâyeyi kendine saklamaya, şimdilik kimseye hiçbir şeysöylememeye karar vermişti. Kendi sırrı olacaktı bu (Boyne, 2023: 122).

(…)

Ertesi gün, yani cuma günü yine ıslak bir gündü. Bruno uyanıp penceresinden dışarıya baktığında sağanak yağmur yağdığını görünce hayal kırıklığına uğradı. (…) Eğer Shmuel'i görmek ve günü onunla beraber geçirmek için son şansı olmasa -ayrıca macera çok heyecanlıolacaktı özellikle kıyafet değiştirmeyi içerdiği için- bugünlük vazgeçip özel bir planın olmadığıbir sonraki hafta, bir öğleden sonraya kadar bekleyebilirdi. Ama zaman geçiyordu ve bu konuda yapabileceğim bir şey yoktu (Boyne, 2023: 185).

Bu beceri karar verme sürecine yönelik yeni bir yaklaşım getirmek istemektedir. Karar verme becerisi seçim yapma ve bu seçimlerin sonuçlarıyla yüzleşebilme hususunda okuyucusunu sınamak ister. İyi-kötü, güzel-çirkin, doğru-yanlış tüm değerlerin bertaraf edildiği olaya yönelik çarpıcı çözümler üretmek isteyen bireyin anlık kararlarının toplamından oluşmaktadır.

Stresle Baş Etme Becerisi

Kitapta bu beceri, stresli durumu değiştirmeye çalışma, diğer bireylerden yardım alma bakımından ele alınmıştır.

(...)

"Söyle Bruno!" diye bağırdı Kotler, yüzü kıpkırmızı olmuştu. "Sana üçüncü kez sormayacağım."

"Onunla hiç konuşmadım, " dedi. Bruno hemen. "Onu daha önce hiç görmedim. Tanımıyorum onu." (Boyne, 193).

(…)

Ve sonra oda kapkara oldu ve yaşanan karmaşaya rağmen Bruno hâlâ Shmuel'in elini sımsıkı tutuyordu ve dünyadaki hiçbir şey Bruno'ya onun elini bırakmaya razı edemezdi (Boyne, 2023: 196).

Stresle baş etme sürecinin nasıl sonuçlanacağı okuyucu tarafından kestirilemez, okuyucunun yönlendirmesi devre dışı bırakılarak metnin akışı içerisinde gelişen olaya yönelik karakterin almış olduğu kararın beceriyle olan ilişkisine odaklanmak esastır. Stres yönetimi yapan karakterin kararlarını sorgulamaktan ziyade becerinin varlığına yönelik bulguların dilsel görünümleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çocuk karakter, stres kaynağını bilmekte bu sebepten bu alıcı kişiyle iletişimini sınırlayarak baş etmeye çalışmaktadır.

İletişim Becerisi

Kitapta bu beceri karşısındaki bireyi anlama, duygu ve düşünce paylaşımı, istekleri sözel ifade etme bakımından ele alınmıştır.

(…)

"Tüm bunlar hakkında ne düşünüyorsun Maria?" (Boyne, 2023: 19)

(…)

Bruno, sorusunu düşündü, kaba veya uzlaşmaya yanaşmıyormuş gibi anlaşılmasın diye busefer düzgün bir şekilde sözcüklere döküp bulmak istiyordu (Boyne, 2023: 51).

Her ileti bir mesajdır. Bu mesaj bazen bireye yöneliktir bazen hedefi toplu alıcı olan bir kitleye yöneliktir. Mesajların kişinin kendisini anlatma gayretinin bir sonucu olduğu düşünülebilir.

Sözel ifadelerden oluşabildiği gibi bedensel ve işlevsel her tepkinin sonucu olarak karşılaşılmaktadır.

6. SONUÇ

Bir çocuğun gelişim süreci tek yönlü ele alınamaz. Onun doğumundan başlayarak yetişkinlik döneminin sonuna kadar geçen süre, gelişim evrelerinde de farklılıklar meydana getirebilir. Bu farklılıklar onu ait olduğu toplumun bir ferdi olarak değerlendirmenin yanı sıra eğitim faaliyetlerinin bilişsel düşünme becerilerinin ve dil düzeyinin olaylar ve durumlar karşısında verdiği tepkilerle doğrudan ilişkilidir. Eğitim materyallerinden birisi olan kitaplar çocuğa sadece dört temel becerisinin yalnızca geliştirilmesiyle sınırlı kalmayıp öğrendiklerini uygulayabilen günlük yaşamında gelişmiş becerilerinin farkında olabilen ve bunlara karşı duyarlılık gösteren bireyler olarak yetişmesini olanaklı kılmak ister.

Yapılan bu çalışmada Çizgili Pijamalı Çocuk kitabında on temel yaşam becerisinin tamamının yer aldığı görülmüştür. Yaşam becerilerinden en fazla Öz farkındalık ve İletişim becerilerine yönelik bulguların varlığından söz edilebilir. En az yaratıcı düşünme ve stresle baş etme becerilerine yer verilmiştir. Elde edilen bulgular yaşam becerilerinin kuram tanımlarıyla örtüşmektedir. Becerilerin bütünlüğünü sağlayan en temel husus iyi iletişim kurabilen becerilerini geliştirmeye yönelik yaklaşımlara açık olan dışa dönük bir çocuk karakterin seçilmiş olması metin akışına farklı bir boyut kazandırmaktadır.

Alan yazında daha önce bu konuda yapılmış çalışmalarda hedef kitlesi çocuk olan eserlerin yaşam becerilerini okura kazandırmaya yönelik uygun içeriklerde sonuçların benzer çalışmalarla örtüştüğü tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Alaca, M. B., Er Nas, S. ve Kirman Bilgin, A. (2020). Fen bilimleri öğretmen adaylarının iletişim becerisi ile ilgili mesleki bilgilerinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 40*(3), 853-875.

Anagün, S. Ş., Kılıç, Z., Atalay, N. ve Yaşar, S. (2015). "Sınıf öğretmen adayları fen bilimleri öğretim programını uygulamaya hazır mı?". *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 10*(11), 127-148.

Balaman, F. ve Bolat, Y. (2017). Yaşam becerileri ölçeği: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6*(4), 22-39.

Boyne, J. (2023). Çizgili pijamalı çocuk. Tudem.

Danish, S. J., Forneris, T., Hodge, K. and Heke, I. (2004). *Enhancing Youth Development through Sport and Recreation. World Leisure,* 46, 38-49.

Dökmen, Ü. (2005). *Sanatta ve günlük yaşamda iletişim çatışmaları ve empati* (31. Baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık

Edis, A. (2022). *Çocuk kitaplarındaki yaşam becerilerinin karakter özellikleri ve içerik bağlamında incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Efeçınar, İ. ve Ataş, A. T. (2020). *Çocuklar için gerçek yaşam becerileri (5.bs.).* Remzi Kitabevi.

Ennis, R. H. (1985). Critical thinking and the curriculum. *National Forum: Phi Kappa Phi Journal, 65*(1), 28-31.

Facione, P. A. (2011). "Critical thinking: what it is and what it counts". *California Academic Press.*

Gün, S. (2021). *Üniversite öğrencilerinin psikolojik dayanıklılık, yaşam becerileri ve algılanansosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.

Güngör, S. ve Özcan, U. (2022). Karar Kuramı ve Karar Verme. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (33), 119- 125.

Izgar, H. (2015). Öğretmen Adaylarının eğitim stresi ve öğrenmeye karşı tutumları üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *X*(II).

Karataş, S. ve Özcan, S. (2010). Yaratıcı düşünme etkinliklerinin öğrencilerin yaratıcı düşünmelerine ve proje geliştirmelerine etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 11*(1), 225-243.

Kaya, A. (2020). Sınıf öğretmeni adaylarının 21. yüzyıl becerileri kapsamında girişimcilik becerilerinin incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi), Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

Kolburan, G. ve Tosun, Ü. (2011). İlköğretim ikinci kademe öğrencileri arasında yaşam becerileri eğitimi yoluyla I. kademede edinilmiş değerleri pekiştiren gelişimsel bir model önerisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Dergisi.*

Özdemir, E. (1983). Anadili Olarak Türkçe Öğretimi, *Türk Dili Dergisi Dil Öğretimi Özel Sayısı*, 379-380.

Sahil, Ö. (2019). *Muzaffer İzgü'nün çocuk kitaplarının çocukların eleştirel düşünme becerisinekatkısı,* Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Salı, G. (2012). Erken çocukluk dönemde empatinin gelişimi ve ailenin rolü. *International Journal of Early Childhood Education Research*, *1*(1), 63-92.

Sefer, S. R. ve Akfırat, O. N. (2009). Yaşam becerilerinin kazandırılmasında yaratıcı drama yönteminin kullanılması. *Yaratıcı Drama Dergisi*, *4*(8).

Sever, S. (2008). *Çocuk ve Edebiyat*, Tudem, Ankara.

Şahin, Ç. (2004). Problem çözme becerisinin temel felsefesi. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi,* 10.

Topçu Bilir, Z. (2019). *Yaşam becerileri programının beş yaş çocuklarının yaşam becerileri, benlik algıları ve sosyal duygusal uyum düzeylerine etkisi,* Hacettepe Üniversitesi EğitimBilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.

UNICEF (2002). Skills for health: skills-based health education, including life skills.

Uzun, Z. (2019). *Aile sağlığı merkezi çalışanlarının gebeler ile iletişimlerinin incelenmesi ve iletişim becerilerinin çalışan performansına etkileri,* Yüksek Lisan Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Vatansever Bayraktar, H. ve Bingül, Ç. (2021). Sınıf öğretmeni adaylarının algılarına göre beden dili metaforları. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, *8*(77), 3038–3.

World Health Organization [WHO]. (1999). *Partners in Life Skills Education Conclusions from a United Nations Inter-Agency Meeting*.

İLK TÜRK YEMEK KİTABI MELCEÜ'T-TABBAHİN'DE BULUNAN TATLILAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Abdullah BADEM[1]

ÖZET

Türk mutfağının kökleri Orta Asya'ya kadar dayanmakta olup göçebe bir hayat tarzı süren Türklerin Anadolu'ya göçü sonrası yerleşik hayata geçmesi ile toplumun yaşantısında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. İnsanların birçok medeniyet kurarak çok uzun süredir yaşadığı Anadolu'da zengin bir yaşantı olduğu söylenebilir. Ayrıca Anadolu'nun sahip olduğu zengin flora ve fauna toplumun refah düzeyinin artması ile mutfakta yiyecek çeşitliliğine de yansımıştır. Selçuklu Dönemi'nde nispeten sade olan Türk mutfağı Cumhuriyet Dönemi'ne gelinceye kadar önemli mesafeler kat etmiştir. Toplumun kültürel etkileşimi ile yemekler de çok çeşitlenmiştir. Bununla birlikte, tatlılar da zenginleşme göstermiştir. Bu çalışmada, Mehmet Kamil'in yazdığı ilk Türk yemek kitabının içerdiği tatlılar üzerinden Türk mutfağındaki tatlıların günümüze kadar değişimi değerlendirilmiştir. Kitabın yazıldığı günden günümüze 150 yıldan fazla zaman geçmesine rağmen tatlıların Türk mutfağında halen önemini koruduğu görülmektedir. Türk mutfağı tatlıları Hamur tatlıları, Sütlü, hafif tatlılar ve şekerlemeler ile Meyveli tatlılar olmak üzere üç ana gruba ayrılmaktadır. Tatlılardan baklavalar, helvalar, kadayıflar, lokmalar, aşüre, sütlaç ve ayva tatlısı türlerinin halen Anadolu'da yaygın olarak birçok çeşitleri ile yapıldığı görülmüştür. Kavun baklavası, lorlu baklava gibi tatlıların yapımının unutulduğu/unutulmaya yüz tuttuğu belirlenmiştir. Günümüz Türk toplumunun damak tadının değişimi ile tatlıların yapımında kullanılan malzemeler de değişiklikler meydana gelmiştir. Kitabın yazıldığı dönem ve öncesinde pekmez, bal asıl tatlandırıcı olup şeker nispeten varlıklı kesimin kullanabildiği bir tatlandırıcı olduğu, günümüzdeki modern yöntemlerle üretilen yağların yerine de susam yağı hatta hayvan iç yağlarının bile kullanıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tatlı, Türk Mutfağı, Geleneksel, Yemek

AN EVALUATION ON THE DESSERTS FOUND IN THE FIRST TURKISH COOKBOOK MELCEÜ'T-TABBAHIN

ABSTRACT

The roots of Turkish cuisine date back to Central Asia, and significant changes occurred in the life of the society when the Turks, who lived a nomadic lifestyle, settled down after migrating to Anatolia. It can be said that there is a rich life in Anatolia, where people have lived for a long time by establishing many civilizations. In addition, the rich flora and fauna of Anatolia is reflected in the diversity of food in the cuisine with the increase in the welfare of the society. Turkish cuisine, which was relatively simple during the Seljuk Period, made significant progress until the Republican Era. Foods have also diversified with the cultural interaction of the society. However, desserts also showed enrichment. In this study, the change of desserts in Turkish cuisine until today was evaluated based on the desserts contained in the first Turkish cookbook written by Mehmet Kamil. Although more than 150 years have passed since the book was written, desserts still maintain their importance in Turkish cuisine. Turkish cuisine desserts are divided into three main groups: Dumplings, Milky, light desserts and candies, and Fruit desserts. It has been observed that the desserts such as baklava, halva, kadayıf, lokma, aşure, rice pudding and quince dessert are still widely made in Anatolia with many varieties. It has been determined that the preparation of desserts such as melon baklava and curd baklava has been forgotten or is about to be forgotten. With the change in the taste of today's Turkish society, the materials used in making desserts have also changed. It has been determined that in the period when the book was

[1] Dr. Öğr. Üyesi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, 70100 Merkez Karaman, Türkiye, abadem@kmu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-8518-6366

written and before, molasses and honey were the main sweeteners, sugar was a sweetener that could be used by relatively wealthy people, and sesame oil and even animal fat were used instead of oils produced with modern methods.

Keywords: Dessert, Turkish cuisine, Traditional, Food

1. GİRİŞ

İnsanoğlunun yaşam şekilleri ve bulunduğu coğrafyadan elde ettiği besinler yeme şeklinin etkileyen unsurların başında gelmektedir. Yemek yeme alışkanlıkları yani mutfak kültürü coğrafyadan ve diğer etkenlerden etkilenmesi nedeniyle toplumdan topluma farklı olmaktadır (Önçel & Göde, 2016). Osmanlı İmparatorluğu, Oğuz Türklerinden Osman Gazi'nin kurduğu Osmanoğlu Hanedanı'nın hükümranlığında varlığını sürdürmüş çok uluslu sünni müslüman bir devlettir. Türkiye, topraklarının büyük bölümü Anadolu'da, küçük bir bölümü ise Balkan Yarımadası'nın güneydoğu uzantısı olan Trakya'da yer alan, Osmanlı İmparatorluğu'nun parçalanmasından sonra artakalan topraklarda kurulan bir ülkedir (wikipedia, 2020). Osmanlı İmparatorluğu bünyesinde çok farklı kültüre sahip milletler bulunmuş, dolayısıyla çok zengin bir yemek kültürü etkileşimi olmuştur.

Bu çalışma ile Osmanlı mutfağının ilk yazılı kaynağı kabul edilen Melceü't-Tabbahin'de kayıt altına alınmış tatlıların değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

Araştırma yöntemleri temelde iki gruba ayrılmaktadır. Birinci grup olan nicel araştırma, araştırma yapılan maddelerin belirli özeliklerinin aletler ile ölçülmesi esasına dayanır. Örnek; elmanın ağırlığının tartılması, kan şekerinin kandaki miktarının belirlenmesi, yemeğin sıcaklığının termometre ile ölçülerek kaydedilmesi… Nitel araştırma ise alet, ara-gereç, makine vb. ile ölçümü yapılamayanları tespit edebilmek için belirlenen bir yöntemdir. Özellikle, insan ya da toplum davranışlarının nedenleri ve sebeplerinin tespiti için başvurulur. Nitel araştırma yöntemlerinde gözlem, görüşme, dokuman inceleme gibi teknikler kullanılmaktadır (Baltacı, 2019). Bu çalışmada, derinlemesine inceleme ile ikincil kaynaklardan olan yazılı makale ve kitaplara başvurularak dokuman incelemesi yapılmştır.

Çalışmada, Osmanlı mutfağında bulunan, Melceü't-Tabbahin'de kayıt altına alınmış tatlılar incelenmiştir. Bunun için öncelikle Osman Güldemir'in (2010) "Osmanlı Yemek Yazması Kitabüt Tabbahin'in Günümüze Uyarlanması" adlı yüksek lisans tezi, bunun yanında yine içeriğindeki tariflerin Melceü't-Tabbahin'den alındığı bilinen 1864 yılında Londra'da ingilizce olarak basılan Türabi Efendi imzasını taşıyan "A Manual of Turkish Cookery" kitabının türkçe çevirisi (Aktürk, 2005) ve 2015 yılında Günay Kut-Turgut Kut tarafından hazırlanan Melceü't Tabbahin – Aşçıların Sığınağı (Kut & Kut, 2005) kitabı asıl kaynak olarak alınmıştır. Osmanlı yemekleri hakkında yazılmış diğer kitaplardan ve makalelerden de yararlanılmıştır. Yöntem açısından nitel olan bu çalışmada veri seti üzerinde detaylı ayrıştırma gerektirmeyen verilerin işlenmesi olarak tanımlanan (Baltacı, 2019) betimsel analiz ile elde edilen veriler yorumlanmıştır.

3. OSMANLI MUTFAĞINDA TATLILAR

Osmanlı İmparatorluğu'nun 600 yılı aşkın (1299-1923) süren hükümranlığı ve yayıldığı coğrafya neticesinde mutfak kültürü açısından çok zenginleşmiştir. Bu zenginlik birçok milletle etkileşimle daha da artmıştır. Osmanlı sarayında yemek öneme sahip olup, mutfakta ayrı bir bölüm olarak tatlı yapılan bir yerin olması tatlılara da önem verildiğine işaret etmektedir. Ayrıca Saray'ın mutfak defterleri, yemek tarifleri, sultan düğünlerini anlatan sürnameler, ziyafetlerin kaydedildiği masraf deflerleri ve halk edebiyatına kadar kaynaklar bu bilgiyi de doğrulamaktadır. Topkapı Sarayı 1475-1478 yılları arasında Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılmıştır. Sarayda 5.250 m²'lik alana sahip "Matbah-ı Hümayun ya da Matbah-

ı Amire" denilen mutfak kısmı bulunmaktadır. Ayrı ayrı sekiz bölüm olan mutfak içerisinde tatlı yapılan bir mutfak bölümü olan Helvahane'de bulunmaktadır. Helvahane'de tatlılar, şerbetler, ilaçlar hazırlanmakta, ayrıca macun, hoşaf, reçel, şurup, kuvvet macunlarının da yapıldığı ifade edilmektedir (Yerasimos 2019a: 27, 2019b: 182; Yılmaz & Akman, 2019). Bu mutfakta 17. yy'da 180 fazla ilaç tarifi olduğu belgelenmiştir. Mutfakta ayrıca temizlik maddeleri üretimi de yapılmaktadır (Akkor, 2016: 46).

Bu çalışmada, Melceüt Tabbahin'in asıl metni üzerinden araştırma yapıldığından Güldemir (2010) sınıflandırması baz alınmıştır. Bu sınıflandırma; 1) Hamur tatlıları, 2) Sütlü, hafif tatlılar ve şekerlemeler, 3) Meyveli tatlılar, şeklindedir.

3.1. Hamur Tatlıları

Hamur tatlıları kullanılan malzemeler, tatlının özellikleri ve yapım tekniği itibariyle çok çeşidi olması nedeniyle üç alt gruba ayrılmıştır. Bunlar: a) baklavalar, b) helvalar, c) kadayıflar, lokmalar ve diğer hamurlular.

3.1.1. Baklavalar

Bir çeşit şerbetli Türk tatlısı olan baklavaya yazılı olarak ilk 13. yy'da veya 15. yy ilk yarısında yaşayan Kaygusuz Abdal'ın şiirlerinde rastlanmaktadır. Ayrıca Saray'ın 1473 yılı Şaban ayındaki (hicri takvim) mutfak defteri kayıtlarında baklava malzemelerinden bahsedilmektedir. Bunun yanında baklavanın yapımında kullanılan yufkanın 1070'lerde bilindiği tespit edilmiştir (Işın, 2019b: 235). Baklava'nın Osmanlı mutfağında önemli bir yeri bulunmaktadır. Osmanlı mutfağında 15. yy'dan 18. yy'a kadar lokma, lalanga ve kadayıf en çok tüketilen tatlı türüdür.

Baklava Ramazan'ın 15. günü yeniçerilerilerin Hırkayı Şerifi (Hirka-i Sharif) ziyaretinde dağıtılan sıradan bir tatlı olarak anılmakta, ayrıca özel günler, kutlamalar ve tatillerde de yenilmektedir. Her on kişi için bir tepsi baklava hesabıyla, onbin kadar yeniçeriye baklava hazırlanmaktadır. Tepsileri taşıyacak yeniçeriler yeşil çizgili sırıklara tepsileri futalarıyla asıp, alayla birlikte kışlalarına baklava tepsilerini götürmektedir. Bu törene "Baklava Alayı" denilmektedir. Ayrıca Ramazan'da özellikle tüccar ve esnaflar dostlarına hediye olarak dolu bir baklava tepsisi göndermektedir (Işın, 2019b: 234; Yerasimos, 2019a: 279, 2019b: 197; Akkaya & Koc, 2017).

Baklava yapımının püf noktası yufkasının iyi açılması, ince hatta saydam bir biçimde olması gerektiği birçok tarifte ifade edilmektedir (Işın, 2019a: 181; Aktürk, 2005; Şavkay, 2000). Evliya Çelebi'ye göre iyi bir baklava, bir kağnı tekerleği kadar büyük, küçük bir paranın ağırlığı ile delinecek kadar yumuşak olması gereklidir (Işın, 2019b: 239; Yerasimos, 2019b: 196; Akkor, 2016: 259). Baklava yapımında 10-20-30-40-80 kat yufka kullanımı gerektiği ifade edilmektedir (Yerasimos, 2019a: 279; Işın, 2018: 207). Aslında çok katlı yufka kullanılması, yufkanın ince yapılmasına gönderme yapmaktadır. Ne kadar ince yufkadan hazırlanırsa pişirme esnasında daha çıtır çıtır olmakta, ağızda dağılmaktadır. Baklava yapımında içerisine süsleme ve lezzet amaçlı olarak ceviz, antepfıstığı, badem veya fındık ilave edilmektedir. Ayrıca çeşidine göre kaymak, buğday unu (muhtemelen o tarihlerde tam buğday unu bulunmaktadır), pirinç unu, şeker, tereyağı, kavun kullanılmakta, hatta musanna baklavasında fasulye, süt, yumurta akı, lor peyniri gibi malzemeler de kullanılmaktadır (Işın ve Çakmak, 2020: 115, Işın, 2019a: 181,

2019b: 235; Aktürk, 2005; Şavkay, 2000: 227). Bazı tariflerde baklava servisi esnasında üzerine toz şeker ve tarçın serpildiği ifade edilmektedir (Işın, 2019a: 181).

Güldemir (2010) çalışmasında 5 adet baklava çeşidinden bahsetmiş olup aynı baklava çeşitleri Kut ve Kut (2015) ve Aktürk (2005) kitaplarında da verilmiştir. Bunlar: adi baklava, kaymaklı baklava, baklava, kavunlu baklava ve Rumeli baklavası (Kut ve Kut, 2015; Aktürk 2005: pirinç baklavası). Aşağıda Güldemir (2010)'in uyguladığı iki reçetenin tarifi (Tablo 1, 2, 3, 4) verilmiştir.

Lorlu Baklava:

Tablo 1. Lorlu Baklava Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	**Miktar**
Un	500 g
Yumurta	200 g
Süt	100 ml
Tuz	6 g
Nişasta-un karışımı (1:1)	220 g
Sıvıyağ	20 g
Tereyağı	150 g
İçi için	
Lor	400 g
Şeker	180 g
Şerbeti için	
Şeker	630 g
Su	700 ml
Limon	40 g

Tablo 2. Lorlu Baklavanın Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Lorlu Baklavanın Fotografı	**Hazırlanışı**
	Unun ortası açılır, yumurta, süt ve tuz konup özleşinceye kadar yoğrulur. Yarım saat dinlendirilir. Fındıktan biraz büyükçe 80 eşit beze yapılır. Tek tek aralarına nişasta-un karışımı serpilerek yaklaşık 10 cm çapında yufkalar açılır, 20 tanesi üst üste koyularak tepsi büyüklüğünde açılır. Fırça ile tepsinin tabanı ve kenarları yağlanır. 40 kat koyulduktan sonra lor ve 1 su bardağı şekerin iyice karıştırılmasıyla hazırlanan harcın yarısı eşit bir şekilde yayılır. Üzerine 20 kat koyulur ve geri kalan harç yayılır. Son 20 kat yerleştirildikten sonra baklava şeklinde kesilir ve bir kaşık yardımıyla üzerine tereyağı gezdirilir. İlk 10 dakika 170^{0}C'de ardından 165^{0}C'de üstü pembeleşip altı kızarana kadar

	pişirilir, havadar bir yerde soğumaya bırakılır. Şerbet için su ve şeker orta ateşte kaynatılır, tırnağa damlatıldığında kolayca dağılmıyorsa limon suyu eklenir ve altı kapatılır, biraz ısısı düştükten sonra sıcakken baklavanın üzerine yavaş yavaş gezdirilir, şerbetini çektikten sonra tüketilir.

Kavun baklavası:

Tablo 3. Kavun Baklavasının Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	**Miktar**
Un	500 g
Yumurta	200 g
Süt	100 ml
Tuz	6 g
Nişasta-un karışımı (1:1)	220 g
Sıvıyağ	20 g
Tereyağı	200 g
İçi için	
Kavun	1200 g
Üstü için	
Şeker	180 g

Tablo 4. Kavun Baklavasının Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Kavun Baklavasının Fotografı	**Hazırlanışı**
	Unun ortası açılır, yumurta, süt ve tuz koyulur ve özdeşleştirilerek yoğrulur. Bıçakla kesildiğinde göz göz olmuşsa, unlanmış tahta üzerinde nemli bez örterek yarım saat dinlendirilir. Fındıktan biraz büyükçe 40 eşit beze yapılır. Nişasta-un karışımı serpiştirilerek, tepsi büyüklüğünde yufkalar açılır. Fırça ile tepsinin tabanı ve kenarları yağlanır. Yufkalar yerleştirildikten sonra üsleri tereyağı ile yağlanır. 20 kat olunca kavun içi yerleştirilir. Üzerine aynı şekilde 20 kat daha koyulur ve yağlanır. İlk 10 dakika 170°C'de ardından 165°C'de üstü pembeleşip altı kızarana kadar pişirilir, sıcakken üzerine toz şekeri serpilir. Havadar bir yerde dinlendirilir.

3.1.2. Helvalar:

Helva ismi Arapça "hulv" kelimesinden gelmekte ve çoğulu "hulviyyat" yani "tatlı" anlamında kullanılmaktadır. Helva, "her çeşit un/nişasta, yağ, bal veya şekerle yapılan tatlı" olarak ifade edilmektedir. Helvaya farklı dillerde verilen isimler "halawa, halva, halvah, halava, helva ve halwaa" şeklindedir. Helva, Türk, Arap ve Yahudi toplumlarının bulunduğu Türkiye, Ortadoğu, Doğu Akdeniz, Orta Asya ve Afrika'da bilinmektedir. Türkler, İslamiyet'i kabul ettikten sonra helvayla tanışmışlardır (Aktaş & Cebirbay, 2010; Işın, 2019).

Güldemir (2010) kitapta 13 adet helva çeşidinden bahsetmiştir. Bunlar: 4 çeşit nişasta helvası, badem helvası, sütlü helva, sütlü bademli helva, pirinç unu helvası, un helvası, helva, bademli pirinç unu helvası, bademli irmik helvası, peynir helvası. Aşağıda Güldemir (2010)'in uyguladığı iki reçetenin tarifi (Tablo 5, 6, 7, 8) verilmiştir.

Badem Helvası:

Tablo 5. Badem Helvasının Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	**Miktar**
Buğday nişastası	125 g
Su	1600 ml
Şeker	630 g
Tereyağı	150 g
Badem	150 g

Tablo 6. Badem Helvasının Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Badem Helvasının Fotografı	**Hazırlanışı**
	Nişasta su ile ezilir, şeker eklenerek orta ateşte yavaş yavaş karıştırarak koyulaştırılır. Kıvamlanınca tereyağı kaşık kaşık dökülerek yedirilir. Bademler ilave edilerek iyice pişirilir. Kenarlı bir tepsiye dökülür. Soğuyunca bıçak ile kesilerek tabağa dizilir. Lokum gibi olur.

Helva-yı Hâkânî:

Tablo 7. Helva-yı Hâkânînin Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	Miktar
Un	110 g
Nişasta	110 g
Pirinç unu	110 g
Tereyağı	110 g
Süt	427 ml

Kestirme için	
Şeker	315 g

Tablo 8. Helva-yı Hâkânî'nin Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Helva-yı Hâkânînin Fotografı	**Hazırlanışı**
	Tereyağı bir helva tenceresinde eritilir, içine unlar ve nişasta yavaş yavaş dökülerek yedirilir. Un kokusu gidinceye kadar kısık ateşte karıştırarak kavrulur. Süt, önceden şeker ve su ile hazırlanmış kestirme87 dökülür, iyice karıştırılır. Kapağı kapatılarak 15 dk dinlendirilir. Kepçenin tersiyle iyice ezilir ve tüketilir.

3.1.3. Kadayıflar, Lokmalar ve Diğer Hamurlular:

Osmanlı yemek kitaplarında revaniler başlığı olmasına rağmen çok fazla revani çeşidi olmadığı ifade edilmektedir. Ayrı bir başlık açılmasının yapım tekniğinin farklılığından olabileceği belirtilmiştir. Revaninin arap kökenli olduğu, Osmanlı orduları Suriye'yi fethettikten sonra revani tatlısı da Osmanlı mutfağına dâhil olmuştur (Şavkay, 2000). Revaninin yapımında irmik, yumurta, tereyağı, şeker, gül suyu, tarçın, şeker ya da bal kullanılmaktadır. Kadayıf da arap kökenli tatlı olup Osmanlı mutfağında daha çok çeşidinin bulunması çok beğenildiğinin, benimsendiğinin göstergesidir. İlk yemek kitabında da birçok çeşidinden bahsedilmektedir. Kadayıf yapımında tel kadayıf yanında tereyağı, yumurta, süt, şeker, ceviz, fındık, antep fıstığı, badem, bal, kaymak, vişne, pirinç unu, süt, gül suyu vd. malzemeler kullanılmaktadır (Şavkay, 2000; Aktürk, 2005).

Güldemir (2010) kitapta bu gruba 21 çeşit tatlı çeşidi kaydetmiştir. Bunlar: kalbura bastı, lokma, 2 çeşit irmik tatlısı, kazı boğan, nazik tatlı, bal kurabiyesi, kurabiye, cevizli kurabiye, 2 çeşit kadayıf, tencere kadayıf, yıkanmış kadayıf, kaymaklı kadayıf, kaymaklı-pirinçli unlu kadayıf, 2 çeşit kadayıf kızartma, yassı kadayıf, kadayıf böreği, yufka tatlısı ve kaymaklı ekmek kadayıfı. Aşağıda Güldemir (2010)'in uyguladığı iki reçetenin tarifi (Tablo 9, 10, 11, 12) verilmiştir.

Revani:

Tablo 9. Revaninin Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi

Malzemeler	**Miktar**
Tereyağı	65 g
Yumurta	250 g
Şeker	128 g
İrmik	150 g
Sıvıyağ	10 g
Bal	15 g

Su	200 ml
Şeker	80 g

Tablo 10. Revaninin Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Revaninin Fotografı	**Hazırlanışı**
	Tereyağı çırpılarak köpürtülür, yumurta eklenir ve çırpmaya devam edilir. Azar azar şeker ilave edilir. Aynı şekilde irmikde yedirilir, lokma hamuru gibi olur. Uygun bir tepsi yağlanır ve bu hamur dökülür. Kendi kendine yayılır. 165 °C'lik fırında üzeri kızarana kadar pişirilir. Bal-su ile az tatlı şerbet yapılır ve ılık haldeyken sıcak revaniye dökülür. Tekrar fırına verilir, suyunu çekince çıkarılır. Kesildikten sonra şeker ekilip tüketilir.

Kaymaklı Kadayıf:

Tablo 11. Kaymaklı Kadayıfın Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	**Miktar**
Kadayıf	250 g
Kaymak	160 g
Pirinç unu	80 g
Şeker	540 g
Su	600 ml

Tablo 12. Kaymaklı Kadayıfın Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Kaymaklı Kadayıfın Fotografı	**Hazırlanışı**
	Kadayıfın yarısı uygun bir tepsiye döşenir. Kaymak, pirinç unu ile yoğrulur, kadayıfın üzerine yayılır. Diğer yarısı üzerine döşenir. Önceden ısıtılmış 165 °C'lik fırında kızarıncaya kadar pişirilir. Şeker ve suyun kaynatılmasıyla elde edilen kestirmesi dökülür. Çekince tüketilir.

3.2. Sütlü, Hafif Tatlılar ve Şekerlemeler

Osmanlı tatlıları içerisinde bulunan diğer grup tatlılar sütlü ve hafif tatlılardır. Bunun içerisinde en önemlisi tavukgöğsü tatlısıdır. Osmanlı mutfağına Bizans'tan geçmiştir. Bu tatlı yanında yine kendine has özellikleri olan sütlaç tatlısı bulunmaktadır. Tatlıların yapımında genellikle ceviz ya da badem gibi kuruyemişler eklenerek ilave tat ve aroma sağlanmaktadır. Nitekim sadece kuruyemişler ile aşure tatlısı hazırlanmaktadır (Şavkay, 2000).

Güldemir (2010) kitapta bu gruba 15 çeşit tatlı çeşidi kaydetmiştir. Bunlar: cizleme, tavuk göğsü, aşure, süzme aşure, muhallebi, 3 çeşit güllaç, sütlaç, gül murabbası, gül lokumu, badem, 2 adet şekerli çeşidi. Aşağıda Güldemir (2010)'in uyguladığı iki reçetenin tarifi (Tablo 13, 14, 15, 16) verilmiştir.

Süzme Saray Aşuresi:

Tablo 13. Süzme Saray Aşuresinin Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	Miktar
Buğday	360 g
Su	6600 ml
Kuş üzümü	80 g
Su	300 ml
Şeker	270 g
Gülsuyu	20 ml
Badem	75 g
Fındık	90 g

Tablo 14. Süzme Saray Aşuresinin Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Süzme Saray Aşuresinin Fotografı	Hazırlanışı
	Buğday bolca su ile kaynatılır. Çatlamaya başlayınca yine su eklenir. Çektikçe su ekleme işlemine devam edilir. Tamamen koyulaşınca süzülür. Sıvı kısmı tekrar tencereye konur, kuş üzümü, su ve şekerden hazırlanmış kestirme eklenerek kaynatılır. Gül suyu ilave edilerek tabaklara paylaştırılır. Üzerine badem, fındık, fıstık dizilerek tüketilir.

Kaymaklı Sütlaç:

Tablo 15. Kaymaklı Sütlacın Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	Miktar
Pirinç	315 g
Süt	2500 ml

Şeker	300 g
Kaymak	200 g

Tablo 16. Kaymaklı Sütlaçın Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Kaymaklı Sütlaçın Fotografı	**Hazırlanışı**
	Pirinç bir taşım suda haşlanır, süzgeçte süzülür. Süt derin bir tencerede kaynatılır, pirinç eklenir ve yeterince pişip yumuşayınca şeker ilave edilir. Bir iki taşım kaynatılır ve kâselere koyulur. Üzerlerine kaymak döküp 180 °C'lik fırında sadece alt tarafı ısıtır vaziyette 10-15 dk özleştirilir. Soğuyunca tüketilir, nefis olur.

3.3. Meyveli tatlılar

Osmanlı tatlıları arasında bulunan diğer bir grup ise meyveli tatlılar olup, birçok meyve çeşidinden farklı tatlının yapıldığı görülmektedir. Özellikle günümüz meyve jölelerinin uygulaması niteliğinde olan "elmasiye"ler ile değişik meyvelerden jöleli tatlıların yapıldığı görülmektedir (Şavkay, 2000). Günümüze yakın tarihlerde yazılan yemek kitaplarında genellikle ayrı birer bölüm olarak verilen "hoşaf"lar ve "şerbet (şurup)"ler de bulunmaktadır.

Güldemir (2010) kitapta bu gruba 21 çeşit meyveli tatlı çeşidi belirtmiştir. Bunlar: 2 çişit vişneli ekmek, 2 çeşit elmasiye, şeftali tatlısı, ayva tatlısı, elma-armut, vişne hoşafı, kayısı-erik hoşafı, elma ve armut hoşafı, erik hoşafı, armut hoşafı, portakal hoşafı, nar hoşafı, tıflan hoşafı, ıslatma incir, üzüm hoşafı, 2 çeşit ayva murabbası, kabaruk ve frenk üzümü. Aşağıda Güldemir (2010)'in uyguladığı iki reçetenin tarifi (Tablo 17, 18, 19, 20) verilmiştir.

Şeftali Tatlısı:

Tablo 17. Şeftali Tatlısının Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	**Miktar**
Şeftali	1000 g
Şeker	360 g
Su	400 ml
Kaymak	100 g

Tablo 18. Şeftali Tatlısının Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Şeftali Tatlısının Fotografı	**Hazırlanışı**
	Şeftaliler iki parçaya ayrılır, küçük bıçak ile kabukları incecik soyulur, çekirdek bölgesindeki kırmızılar kazınır. Şeker ve su bir tencerede kaynatılarak kestirilir. Şeftaliler geniş bir tencereye dizilir ve üzerine kestirilmiş şeker koyulur. Kapağı örtülerek kısık ateşte ezilme yumuşaklığına gelene kadar pişirilir. Ateşten alınıp, tabaklara dizilir ve üzerine dibinde kalan şurubu gezdirilir. Soğuyunca tüketilir, pek güzel olur, istenirse üzerine kaymak koyulabilir.

Ayva Tatlısı:

Tablo 19. Ayva Tatlısının Yapımı İçin Gerekli Malzeme Listesi.

Malzemeler	**Miktar**
Ayva	1050 g
Su	2200 ml
Şeker	180 g
Ayva çekirdeği	4 g

Tablo 20. Ayva Tatlısının Fotografı ve Hazırlanışı (Güldemir, 2010)

Ayva Tatlısının Fotografı	**Hazırlanışı**
	Ayvalar 10 sb su ile haşlanır. 1 sb su ve şeker ile kıvamlıca şerbet hazırlanır. Ayvalar 1 sb haşlama suyu ve çekirdekler ile beraber küçük bir tencere içinde, kısık ateşte pişirilir. Soğuyunca tüketilir. Bazıları şeker ile beraber boya da katarlar.

4. SONUÇ

İnsanların dünyada bilinçli olarak tüketim amacıyla yiyecekleri işlemeye başlaması ile mutfak kültürü ortaya çıkmıştır. Etin direkt olarak ateşte pişirilmesi, su içerisinde haşlanması ya da buğdayın taşlarla ezilip öğütüldükten sonra suyla karıştırılıp hamur haline dönüşmesi sonrası közde ya da sıcak taşlar üzerinde pişirilmesi ilk uygulamalar olarak görülmektedir (Civitello, 2019). Orta Asya'dan günümüze gelen Türk Mutfağı erken dönemlerde nispeten sade bir niteliğe sahipken günümüze ulaşıncaya kadar ciddi bir zenginleşme olduğu görülmektedir. Orta Asya Dönemine ait yiyecekler incelendiğinde daha çok et ve süt ürünleri ağırlıklı iken, günümüzde tahıl, sebze ve meyve gruplarından da mutfağa önemli yiyeceklerin dahil olduğu rahatlıkla söylenebilir. Türk mutfağını önemli yiyecek gruplarından olan tatlılar için de aynı durumun olduğu görülmektedir (Halıcı, 2022; Halıcı, 2020; Cılızoğlu Eryılmaz, 2019; Yerasimos, 2019a, 2019b; Konya Büyükşehir Belediyesi, 2015).

Osmanlı mutfağının son zamanı, Cumhuriyet dönemi mutfağının erken dönemi sayılabilecek, modernleşmenin etkisinin yaygınlaşmaya başlamadığı yıllarda yazılan Mehmet Kamil'in ilk yemek kitabı karşılaştırma yapabilmek için tercih edilmiştir. Kitabın içerdiği tatlıların sayısının fazlalığı nedeniyle tatlılar gruplandırılıp yaygın yapıldığı düşünülen-bilinen tatlıların günümüze ulaşma vb. durumları irdelenmiştir.

Adı zikredilen çalışmada, Türk mutfağındaki tatlılar; i) Hamur tatlıları, ii) Sütlü, hafif tatlılar ve şekerlemeler ile iii) Meyveli tatlılar, olmak üzere üç ana gruba ayrılmaktadır. Bu gruplardaki tatlılardan baklavalar, helvalar, kadayıflar, lokmalar, aşüre, sütlaç ve ayva tatlısı türleri halen Anadolu'da yaygın olarak birçok çeşitleri ile yapılan tatlılardır. Ancak kavun baklavası, lorlu baklava gibi tatlıların yapımının unutulduğu belirlenmiştir. Günümüz Türk toplumunun damak tadının değişimi ile tatlıların yapımında kullanılan malzemeler de değişiklikler de meydana gelmiştir. Kitabın yazıldığı dönem ve öncesinde pekmez ve bal asıl tatlandırıcı olup şeker nispeten varlıklı kesimin kullanabildiği bir tatlandırıcı olduğu, günümüzdeki modern yöntemlerle üretilen yağların yerinde de susam yağı hatta hayvan iç yağlarının bile kullanıldığı belirlenmiştir. Tatlıların yapımında kullanılan malzemelerin çok çeşitli olduğu, birkaç malzemeden çok çeşitli malzemeye kadar değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir. Örneğin, baklavaların yapımında içerisine ceviz, antepfıstığı, badem, fındık gibi kuruyemişler, kaymak, buğday unu, pirinç unu, şeker, tereyağı, hatta kavun, musanna baklavasında; fasulye, süt, yumurta akı, lor peyniri gibi malzemeler kullanılmaktadır. Bu tatlıların yapımında kullanılan hammaddelere bakınca hem besleyici hem de enerji verici bir bileşime sahip olduğu da göze çarpmaktadır. Geleneksel hammaddelerin kullanılması tatlıların daha sağlık bir yapıda olmasını sağlamıştır. Tabi, şeker kolesterol vb. rahatsızlıkları olan kişiler yanında toplumun geneli için geçerli kural abartılı tüketimden uzak durulması gerektiği gözden kaçırılmamalıdır. Örnek verilecek olursa, modern yöntemlerle üretilen, bazılarının daha uzun raf ömrü için katkı maddesi eklenmiş olan sütlü dondurulmuş tatlıların tercihi yerine geleneksel üretilen sütlaç ya da Maraş usulü dövme dondurma tüketilebilir. Gıda katkı maddeleri tüketiminden uzak, sağlıklı süt vb. maddeleri içeren, kuruyemişler gibi besleyici besinleri barındıran yiyeceklerin de unutulmaması da sağlanır. Türk mutfağının birçok tatlı çeşidi içerdiği, son 150 yıldır bazıları unutulsa da halen yapıldığı görülmektedir. Çok yaygın yapılan tatlıların birçoğu da koruma amaçlı olarak coğrafi işaretleme ile kayıt altına alınmıştır. Tatlılar içerisinde baklava, helva, sütlaç gibi onlarcasının kayıtlı olduğu görülmektedir (TPE, 2024).

KAYNAKÇA

Akkor, Y. E. (2016). Gelenekten Evrensele Osmanlı Mutfağı. Alfa Basım Yayım. 2.baskı. ISBN: 978-605-106-806-0. İstanbul.

Aktaş, N. & Cebirbay, M. A. (2010). A Traditional Helva in Turkey: Koz helva. J. Food Agric. Environ, 8, 213-215.

Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388

Cılızoğlu Eryılmaz, L. Türk Mutfağından Seçme Yemekler. Remzi Kitabevi. İstanbul.

Civitello, L. (2019). Mutfak & Kültür, İnsanın Beslenme Tarihi. Ankara: Bilim ve Sanat.

Halıcı, N. (2020). Türk Mutfağı. Oğlak Yayıncılık. İstanbul.

Halıcı, N. (2022). Orta Asya ve Göç Yolu Dönemi Türk Mutfağı. Kitap Dünyası. Konya.

Işın, P. M. (2019a). Aşçıbaşı: Bir Osmanlı Subayının Yemek Kitabı-Mahmut Nedim bin Tosun. Yapı Kredi Yayınları, 4.baskı. ISBN: 978-975-363-825-6. İstanbul.

Işın, P. M. (2019b). Gülbeşeker Türk Tatlıları Tarihi. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Işın, P. M. & Çakmak, M. (2020). Şark Şekerciliği: Friedrich Unger, Yunanistan Kralı I.Otto'nun Şekercibaşısı. Yapı Kredi Yayınları. 1.baskı. ISBN: 978-975-08-4704-2. İstanbul.

Önçel, S. & Göde, M.Ö. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi, içinde, Gastronomiye Sosyolojik Bir Bakış. s: 99. (Ed: Hakan Yılmaz). Detay Yayıncılık. ISBN:978-605-9189-76-7. Ankara.

Şavkay, T. (2000). Osmanlı Mutfağı, Şekerbank TAŞ, Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü ve Radikal Gazetesi.

TÜRKPATENT, Türk Patent ve Marka Kurumu, (2020). https://ci.turkpatent.gov.tr/anasayfa erişim tarihi: 16.05.2024

Yerasimos, M. (2019a). 500 Yıllık Osmanlı Mutfağı. Boyut Yayıncılık. ISBN:978-975-23-0111-55.

Yerasimos, M. (2019b). Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü – Yorumlar ve Sistematik Dizin. Yapı Kredi Yayıncılık. ISBN:978-975-08-4568.

Yılmaz, G. & Akman, S. (2019). Gastronomic Value of Halva and Helva-i Gazi From Ottoman to Present. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 3, 3, 462-469.

OSMANİYE MUTFAK KÜLTÜRÜNDE YÖRESEL BİR İMGE: SACDA ETLİ KÖMBE

Samet TAŞ[1] İsmet KAYA[2]

ÖZET

Ülkemizin her bölgesinde un, su, tuz ile birçok unlu mamul ürünü yapılmaktadır. Her birinin kendine has özelliği, ayrı bir damak tadı olduğu bilinmektedir. Osmaniye mutfak kültürü, tarımsal ve coğrafi özellikleriyle önemli bir tarım merkezi olmasından dolayı mutfağında kendine has lezzetleri barındırmakta ve yemek kültürü olarak da çeşitlilik göstermektedir. Bunlardan biri de Osmaniye mutfak kültüründe yer alan, yöresel bir lezzet olan sacda etli kömbedir. Kömbe: hamurun baklava yufkası büyüklüğünde açılarak tepsiye yerleştirilip; hazırlanan kıymalı harcın açılan yufkaların arasına konulması, hazırlanan sosun yufkaların aralarına ve üzerine sürülerek iki sac arasında, sacların altında ve üstünde ateş yakılarak pişirilen yöresel bir üründür.

Osmaniye'nin sacda etli kömbesi ise ülkemizdeki diğer kömbelerden farklı bir lezzete ve yapılışa sahip olup eskiden daha çok özel günlerde ve törenlerde yapılsa da artık günümüzde her evde haftada, ayda bir yapılmaktadır. Kömbenin etli sac kömbesi, pekmezli kömbe, yoğurtlu kömbe, bayram kömbesi gibi farklı adlarda ve türlerde çeşitleri vardır. Etli kömbenin Hatay, Gaziantep, Kahramanmaraş, Malatya gibi farklı illerde, farklı şekillerde yapıldığı bilinmektedir.

Nitel bir araştırma olan bu çalışmada, yöresel yemeklerin korunması ve sürekliliğinin devamının sağlanması için Osmaniye'nin sacda etli kömbesinin tanıtılması ve alana kazandırılması amaçlanmıştır. Çalışma evrenini, Osmaniye il merkezinde ve ilçelerinde yaşayan 35-75 yaş arası kadın katılımcılar oluşturmaktadır. Veriler 15 Ekim 2022- 15 Aralık 2022 tarihleri arasında, katılımcılarla yüz yüze görüşülerek, yarı yapılandırılmış soru formu kullanılarak ve elde edilen bulgular kayıt altına alınarak toplanmıştır. Araştırmada toplamda 8 kadın katılımcı yer almıştır.

Bu çalışmada, unutulmaya yüz tutmuş yöresel lezzetlerin bilinebilirliği ve yaygınlaşması için Osmaniye'de bulunan resmî ve sivil toplum kuruluşları tarafından gerekli tanıtım, reklam sempozyum vb. çalışmaların yapılması gerektiği, yemeklerin yok olmadan kayıt altına alınması ve marka tescillerinin yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etli kömbe, Osmaniye Mutfağı, Yöresel Yemekler, Mutfak Kültürü, Osmaniye

A LOCAL IMAGE IN OSMANİYE CULINARY CULTURE: KÖMBE WITH MEAT ON SHEET

ABSTRACT

Many bakery products are made with flour, water and salt in every region of our country. It is known that each of them has its own characteristics and a different taste. Osmaniye culinary culture, as it is an important agricultural center with its agricultural and geographical features, has unique flavors in its cuisine and also shows diversity in terms of food culture. One of these is kombe with meat on the hair, which is a local flavor in the Osmaniye culinary culture. Kombe: rollout the dough to the size of a baklava phyllo and place it on a tray; It is a local product that is cooked by placing the prepared minced meat mixture between the rolled sheets of dough, applying the prepared sauce between and over the sheets, and lighting a fire between two sheets, under and above the sheets.

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD, e-mail: samet3359@gmail.com, ORCID: 0009-0009-2598-2235

[2] Prof. Dr. İsmet KAYA, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Karaman, e-posta: ismetkaya99@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-9664-3160

Osmaniye's meat-on-sheet kombe has a different taste and preparation than other kombes in our country, and although it used to be made mostly on special occasions and ceremonies, today it is made in every house once a week or once a month. Kombe has different names and types such as meaty sheet kombe, molasses Kombe, yoghurt kombe, holiday kombe. It is known that meat kombe is made in different ways in different provinces such as Hatay, Gaziantep, Kahramanmaraş and Malatya.

In this study, which is qualitative research, it is aimed to introduce and bring to the field the meat kombe of Osmaniye in order to preserve and maintain the continuity of local dishes. The study population consists of female participants between the ages of 35-75 living in Osmaniye city center and its districts. The data was collected between October 15, 2022, and December 15, 2022, by interviewing the participants face to face, using a semi-structured questionnaire and recording the findings. A total of 8 female participants took part in the research.

In this study, necessary promotions, advertisements, symposiums, etc. by official and non-governmental organizations in Osmaniye in order to make the local tastes that are about to be forgotten and popularize. It was emphasized that studies should be done, foods should be recorded before they disappear, and trademark registrations should be made.

Keywords: Kombe with meat, Osmaniye Cuisine, Local Dishes, Culinary Culture, Osmaniye

1. GİRİŞ

Toplumların kendine ait kültürel değerleri, yaşam tarzları, davranışları ve tutumları yeme içme alışkanlıklarının oluşmasında önemli bir role sahiptir. Toplumların kültürel farklılıkları yemek kültürleri üzerinde de farklılaşmalarına neden olmaktadır. Bu farklılaşmanın neticesi olarak Türk toplumuna ait yemeklerin çeşitlilik, tat ve özellik bakımından diğer topluluklara göre farklılıklar gösterdiği söylenebilmektedir (www.turkishcuisine.org, 2008). Türkler, tarih sahnesine çıktıklarından beri, yeme içme ve beslenmelerine çok önem vermişlerdir. Sosyal yaşamlarında yeme içmeyi çok özel bir yere koymuşlardır. Öyle ki Türk idarecileri, halkını aç ve çıplak bırakmamayı temel ilke olarak benimsemişlerdir (Talas, 2005: 275). Orta Asya'dan göçerek Anadolu'yu yurt edinen Türkler, çok eskilere dayanan tarihi geçmişleriyle zengin bir kültüre sahiptirler. Türkler; Orta Asya'nın mayalanmış süt ve et ürünlerini, Mezopotamya'nın tahıllarını, Akdeniz'in sebze ve meyvelerini, Güney Asya'nın baharatı ile harmanlayarak zengin bir Türk yemek kültürünün oluşmasını sağlamışlardır (Baysal, 1993: 12).

Osmaniye mutfak kültürünün genel durumu göz önünde bulundurulduğunda, yörenin önemli geçim kaynaklarından tarım ürünleri ve hayvancılığın yemekler üzerinde etkisinden söz etmek mümkündür. Osmaniye mutfak kültürünün aslında Anadolu mutfak kültürünü yansıttığını söylemek yanlış olmaz.

Kendine özgü mutfağa sahip yörelerin, yöresel özelliklerini yansıtan yiyecek ve yemekler dikkate alındığında (Cömert, 2014: 65), Sacda Etli Osmaniye Kömbesinin, Osmaniye yöresel mutfağı özelliklerini yansıtması açısından önemi yadsınamaz. Sacda Etli Osmaniye Kömbesinin literatürde istenilen düzeyde yer almaması, gelecek nesillere aktarımının fazla sağlanamaması, unutulma tehlikesiyle karşı karşıya kalması nedeniyle daha çok tanıtılarak hak ettiği değeri kazanması, bilinebilirliğinin artması, Osmaniye'ye ve ülkemiz mutfak kültürüne değer katması amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR

Çukurova'nın doğusunda yer alan Osmaniye, geçmişten günümüze birçok yerleşime ev sahipliği yapmıştır. Osmaniye'nin tarihi, eski dönemlere kadar uzanmaktadır. İlk çağlardan beri köklü birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olup; Türklerin Anadolu'yu fethinden itibaren Türk aşiretleri bölgeye yerleşmeye başlamıştır.

Osmaniye Türkiye'nin 80. ili olup doğusunda Gaziantep, güneyinde Hatay, batısında Adana ve kuzeyinde ise Kahramanmaraş illeri çevrilidir. Osmaniye ilimizde iklim, dağlık ve ovalık alanlarda farklılık göstermekle birlikte, Akdeniz bölgesinin karakteristik iklim özelliği görülmektedir. Osmaniye'de yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlı geçmektedir.

Tarım alanında buğday, yer fıstığı, mısır, ayçiçeği, soya fasulyesi ve turp öne çıkan ürünlerdendir. Bunun yanında zeytin, portakal, mandalina ve kiraz gibi meyvelerin üretimi de yapılmaktadır. Türkiye'de yer fıstığı üretiminin %29,7'si, kırmızıturp üretiminin %80,7'si, bamya üretiminin %9'u, mısır üretiminin %5,1'i, pırasa üretiminin %3,5'i, zeytin üretiminin %2'si, ıspanak üretiminin %1,8'i, marul üretiminin %1,4'ü verimli ve bereketli topraklara sahip Osmaniye ilimiz tarafından karşılandığı bilinmektedir (https://www.osmaniyede yatirim.com/sektorler/tarim-ve-hayvancilik).

Osmaniye mutfak kültürü, tarımsal ve coğrafi özellikleriyle önemli bir tarım merkezi olmasından dolayı mutfağında kendine has lezzetleri barındırmakta ve yemek kültürü olarak

da çeşitlilik göstermektedir (Üzülmez & Akdağ, 2019: 458). Bu bağlamda, Osmaniye mutfağını, daha çok yörede yetiştirilen ürünler şekillendirmektedir. Osmaniye mutfağında buğday ve buğdaydan elde edilen un, bulgur ve bulgur çeşitleri, dövme (yarma) gibi ürünlerin birçok yemek ve yiyecek çeşidinde kullanıldığı görülmektedir. Bu ürünler çorbalar, köfte çeşitleri, ekmek ve hamur işleri, tatlı ve pilavların ana ve yan maddesi olarak kullanılmaktadır. Osmaniye günlük mutfağında ot ve ottan yapılan yiyecekler önemli bir yere sahiptir. Bunlardan bazıları hardal (eşek turpu), ebegümeci (kömeç), semizotu (soğukluk), yarpuz, yılan otu (tırşık), ısırgan otu, kuzukulağı, pancar ve pazıdır. Bu otlar çorbalarda, tencere yemeklerinde, salatalarda ve böreklerde kullanılmaktadır.

Osmaniye mutfağı incelendiğinde, birçok ürünün ön plana çıktığı ve söz konusu bu ürünlerin sırasıyla; çorbalar, hamur işleri, yemekler, salatalar, mezeler ve ekşiler şeklinde sınıflandırılarak aktarıldığı görülmektedir (Üzülmez ve Akdağ, 2019: 462). Etli sac kömbesi eskiden daha çok özel günlerde ve törenlerde yapılsa da artık günümüzde her evde haftada, ayda bir yapılmaktadır. Etli sac kömbesi, pekmezli kömbe, yoğurtlu kömbe, bayram kömbesi gibi farklı adlarda ve türlerde kömbe çeşitleri vardır. Etli kömbenin Hatay, Gaziantep, Kahramanmaraş, Malatya, Elâzığ gibi farklı illerde, farklı şekillerde yapıldığı bilinmektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmamızda, nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma gıdalar, mutfak kültürü ve beslenme çeşitliliği ile ilgili olguların bütünüyle anlaşılmasında ve incelenmesinde başvurulan araştırma yöntemleri arasındadır. (Yıldırım & Şimşek, 2013; Harris vd., 2009). Nitel araştırmanın bir özelliği olarak Sacda Osmaniye etli kömbesinin derinlemesine ve ayrıntılı olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Katılımcılarla soru-cevap şeklinde görüşme yapılarak birebir bilgi alınmıştır. Araştırma Ekim-Aralık 2022 tarihleri arasında Osmaniye ve ilçelerinde ikamet eden 35-75 yaş aralığında olan 8 kadın katılmıştır. Katılımcılardan daha önceden randevular alınmış olup, belirtilen gün ve saatlerde görüşmeler yüz yüze gerçekleşmiştir. Görüşmelerde görüntü ve ses kaydı alınmış olup, görüşmeler yaklaşık 30 dk sürmüştür. Katılımcılar metin içerisinde "Kk" şeklinde gösterilmiştir. Araştırmaya dâhil olan bayan katılımcıların demografik bilgileri Tablo 1'de verilmiştir. Çalışmada cevaplanması için hazırlanan sorular, daha önce yapılmış benzer bir çalışmaya başvurularak oluşturulmuştur (Badem, 2021: 18).

4. BULGULAR

Araştırmaya katılan 8 kişiye ait demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Kk	Adı Soyadı	Doğum Tarihi	Memleketi	Cinsiyeti	Mesleği
1	M.O	1980	Osmaniye	Kadın	Memur
2	M.S	1975	K. Maraş	Kadın	Kamuda İşçi
3	M.Ç	1984	Osmaniye	Kadın	Memur
4	H. K	1953	Osmaniye	Kadın	Ev hanımı
5	C.K	1963	K. Maraş	Kadın	Ev hanımı
6	S.H	1966	Osmaniye	Kadın	Memur
7	T. A	1949	Kayseri	Kadın	Ev hanımı
8	F.M	1971	K. Maraş	Kadın	Ev hanımı

Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre, "Kaç yıldır Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapıyorsunuz? Sacda Osmaniye Etli Kömbe Osmaniye'de ne zamandan beridir yapılmakta olduğunu hakkında bir bilginiz var mı?" sorusuna katılımcılar "20 yıldır" (Kk1,2), "23 yıldır" (Kk3), "55 yıldır" (Kk4), "40 yıldır" (Kk5), "42 yıldır" (Kk6), "57 yıldır" (Kk7), ''33 yıldır" (Kk8) Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapıyorum cevabını vermişlerdir. Osmaniye'de ne zamandan beridir yapılmaktadır sorusuna ise katılımcıların büyük çoğunluğu "çok eskiye dayandığını" yaklaşık 80-100 yıldır yapıldığını dile getirmişlerdir.

"Ne kadar sıklıkla Sacda Osmaniye Etli Kömbe tüketiyorsunuz?" sorusuna katılımcılar "haftada 1 kez" (Kk1, 6, 8), "ayda bir kez" (Kk2, 5),''15 günde bir'' (Kk3, 4), ''2-3 haftada bir (Kk7), bilgisini vermiştir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapımı için özel bir dönem var mıdır?" sorusuna katılımcılar "bayramlarda, özel günlerde, misafir geldiğinde" (Kk 1, 3, 4, 5, 8) yapıldığını ifade etmişlerdir. Kaynak kişilerden (Kk2, 7) ise sürekli, her zaman yapıldığını, 'kış aylarında'' (K6) yapıldığını belirtmiştir. Katılımcılar "Sacda Osmaniye Etli Kömbe'nin bayramların vazgeçilmez yemeği olduğunu söylemişlerdir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapmayı kimden öğrendiniz?" sorusuna "annem" (Kk1, 3, 4, 5, 6, 7, 8), kayınvalidem" (Kk2) "cevabı alınmıştır.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapımında kullanılan araç gereçler nelerdir?" sorusuna katılımcılar "ekmek sinisi, oklava, bıçak, sacayak, ekmek sacı, senit (ekmek tahtası) (Kk1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8) kullandıklarını belirtmişlerdir**.**

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapmak için kullanılan malzemeler nelerdir?" sorusuna katılımcılar "kıyma, soğan, salça, sıvı yağ, pul biber, karabiber, un, tuz, yoğurt ve su", (Kk1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8), "sirke"(Kk2), "nane, reyhan" (Kk3), "reyhan" (Kk4), cevabını vermiştir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapımında kullanılan malzemelerin ölçüsü hakkında bilgi verir misiniz?" bazısı "İç harcı; "1,5 kg kıyma, 1 kg soğan, 2 yemek kaşığı salça, göz kararı pul biber, karabiber, tuz. Hamur malzemesi için yaklaşık 3 kg un, 1 bardak yoğurt, su ve tuz kullanarak yumuşak bir hamur elde ediyorum. Sosu için de ortalama 2 bardak sıvı yağ ve yoğurt kullanmaktayım.'' (Kk1), bazısı "İç harcı; "1,5 kg kıyma, 1 kg soğan, 1 yemek kaşığı salça, 1 yemek kaşığı pul biber, karabiber. Hamurunu göz kararına göre yaptığım için net bir tarif verememem ama malzeme olarak yaklaşık 2- 2,5 kg civarı kepekli un, su, tuz ve 2 yemek kaşığı sirke kullanıyorum. Sirke kıtır olmasını sağlıyor. Sosu içinde yaklaşık 2 bardak sıvı yağ ve yoğurt kullanıyorum.'' (Kk2), bazısı "İç harcı; "1 kg kıyma, 1,5 kg soğan, 2 yemek kaşığı salça, göz kararı pul biber, karabiber, reyhan. Hamur malzemesi için yaklaşık 1,5 kg un, 1 bardak yoğurt, su ve tuz kullanarak yumuşak bir hamur elde ediyorum. Sosu için de ortalama 1,5 bardak sıvı yağ ve yoğurt kullanmaktayım.''(Kk3), bazısı "İç harcı; "1 kg kıyma, 1 kg soğan, 2 yemek kaşığı biber salçası, 1 yemek kaşığı pul biber, karabiber, reyhan. Hamuru için yaklaşık 2 kg un, göz kararı su ve tuz kullanarak yumuşak bir hamur elde ediyorum. Sosu için de ortalama 1,5- 2 bardak sıvı yağ ve yoğurt kullanmaktayım.''(Kk4), bazısı "İç harcı; "1 kg kıyma, 1,5 kg soğan, 2 yemek kaşığı biber salçası, 1 yemek kaşığı pul biber, karabiber. Hamuru için yaklaşık 2 kg un, göz kararı su ve tuz ve 1 paket kabartma tozu kullanarak yumuşak bir hamur elde ediyorum. Sosu için de ortalama 250 gr sıvı yağ ve yoğurt kullanırım.''(Kk5), bazısı "İç harcı; "1,5 kg kıyma, 1 kg soğan, 1 yemek kaşığı salça, göz kararı pul biber, karabiber kullanıyorum. Hamuru için yaklaşık 3 kg civarı un, yetecek kadar su, tuz kullanıyorum. Sosu için de 2 bardak sıvı yağ ve 1 bardak yoğurt kullanıyorum.'' (Kk6), bazısı ''Hamuru için yaklaşık 2- 2,5 kg civarı un, yetecek kadar su, 2 kaşık yoğurt ve 1 kaşık tuz kullanırım. İç harcı

için; "1 kg kıyma, 1 kg soğan, 2 yemek kaşığı salça, bir tutam pul biber, karabiber. Üstüne ve alt katları için sosa da 500 gr yoğurt, 500 gr sıvı yağ ve üzerini süslemek için de 1 bardak susam kullanırız.'' (Kk7), bazısı "İç harcı; "1,5 kg kıyma, 1 kg soğan, 2 yemek kaşığı salça, 1 yemek kaşığı pul biber, karabiber kullanılır. Hamuru için yaklaşık 3 kg civarı un, su, 1 yemek kaşığından biraz fazlaca tuz kullanıyorum. Sosu için de 2 bardak sıvı yağ ve 2 bardak yoğurt kullanıyorum. Üzerini süslemek için çörek otu kullanırız.' (Kk8), "Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapmak için kullanılan malzemelerin kendine özgü özellikleri var mıdır?" sorusuna "Ev yapımı salça, kepekli un, ev yapımı pul biber" (Kk1, 2, 3, 4, 5, 6) "orta yağlı kıyma" (Kk 2, 7) cevabını vermişlerdir. Ayrıca katılımcıların tamamı ev yapımı salça, kepekli un, ev yapımı pul biberin de olmazsa olmaz malzemeler olduğunu söylemişlerdir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe yapım aşamalarını anlatır mısınız?" sorusuna bazısı, 'küçük parçalar halinde doğranan soğanlar bir kap içerisinde baharatlar, kıyma, salça eklenerek çiğden iç harç hazırlanır. Hamur için tüm malzemeler bir kap içerisine alınıp yoğurmaya başlanır. İstenilen kıvam elde edildikten sonra dinlenmeye bırakılır. Dinlendirilen hamurlar eşit bir şekilde yedi eşit parçaya bölünür. Tepsinin ilk katına açtığımız hamur güzel bir şekilde açılır ve içerisine sos gezdirilir. İkinci ve üçüncü katına da hazırladığımız sos dökülür. Dördüncü katına hazırlanan iç harcımız dökülür. Beş, altı, yedinci katların aralarına ve yedinci katın en üstüne sos sürülerek dilimlenir. Dışarıda yaktığımız ateş üstünde sac arasına koyarak pişirilir.''(Kk1), bazısı, 'tencereye biraz sıvı yağ eklenir. Biraz ısındıktan sonra kıyma eklenerek ince ince doğranmış soğanlar ilave edilerek 15-20 dk kavurmaya bırakılır ve salça eklenir. Pişmeye yakın pul biber, karabiber, tuz eklenir ve iç harcımız soğumaya bırakılır. Hamur için derin bir kaba unumuz boşaltılarak içine tuz, su, sirke eklenerek yumuşak bir hamur elde edilir. Hamur dinlenmeye alındıktan sonra dokuz eşit parçaya bölünür. Hamurlar oklava yardımıyla açılır. İlk katına yoğurtlu yağlı sos sürülür. İkinci, üçüncü kat aynı şekilde açılarak arasına sos sürülür. Hamurun altı açılır içine hazırladığımız iç harcın yarısı dökülür. Beş, altı, yedinci katlar da aynı şekilde soslanır ve yedinci katına kalan iç harç eklenir. Sekiz ve dokuzuncu kat açılıp arasına ve son katın üstüne sos sürülüp dikdörtgen olacak şekilde kesilir. Dışarıda yakmış olduğumuz ateş üstüne sacayak konulur ve üzerine ilk sacımız yerleştirilir. İçine hazırladığımız tepsi konulur. Tepsininim üzerine diğer sac eklenerek üzerine yaktığımız ateşten oluşan kömürler konarak altlı üstlü dikkatlice pişirilir. Daha sonra yanına hazırladığımız diğer yiyecekler ve içeceklerle birlikte servis edilir.'' (Kk2), bazısı, 'Kıymamızın içine doğranan soğanlar, karışık ev salçası, pul biber, karabiber, tuz, reyhan eklenerek iç harcımız hazırlanır. Reyhan iç harcımda olmazsa olmaz baharatımdır. Hamur malzemeleri bir kap içerisinde karıştırılarak yoğurmaya başlanır. Hamur kıvama geldikten sonra toparlamak için biraz sıvı yağ ile hamuru toparlıyorum. Dinlenen hamur dokuz eşit parçaya bölünür. Ekmek senidinde açılan hamurlar ilk üç kat arası soslanarak tepsiye dizilir ve iç harcımız üçüncü kata serpiştirilir. Daha sonra dört, beş ve altıncı katlar da aynı şekilde açılır ve araları soslanır. Yedinci katın içine kalan iç harcımız dökülür. Sekiz ve dokuzuncu kat hamurumuz açılıp araları ve en üst tabakası soslanarak kesilip dilimlenir. Dışarıda yaktığımız ateş üstünde iki tane sac arasına koyarak dikkatli bir şekilde pişirilir. Pişirme işlemi yaparken yerfıstığı kabukları kullanırız.'' (Kk3), bazısı, 'Hamur için tüm malzemeler bir kap içerisine alınıp yoğurmaya başlanır. İstenilen kıvam elde edildikten yarım saat kadar dinlenmeye bırakılır. Daha sonra ince ince doğranan soğanlar bir kap içerisinde baharatlar, kıyma, salça ve biraz sıvı yağ eklenerek çiğden iç harç hazırlanır. Dinlendirmiş olduğumuz hamur dokuz parçaya ayrılır. Ekmek sinisinin içine ilk üç kat arası soslayarak tepsiye dizilir ve iç harcımız dördüncü kata serpiştirilir. Daha sonra beş, altıncı katlar da aynı şekilde açılır. Yedinci katın içine kalan iç harcımız dökülür. Sekiz ve dokuzuncu kat hamurumuz açılıp araları ve en üst

tabakası soslanarak kişinin zevkine göre dilimlenir. Dışarıda yaktığımız ateş üstünde sac arasına koyarak pişirilir. Bizde pişirme işlemi genelde erkeklere aittir.'' (Kk4), bazısı,'' Hamur için tüm malzemeler bir kap içerisine alınıp özleşene yoğurmaya başlanır. Hamurun malzemesinin içine farklı olarak her zaman bir paket kabartma tozu eklerim. Hamurun üstüne sofra bezi örterek hamurun dinlenmesini sağlarım. İç harcı hazırlayacağımız kabı ayarladıktan sonra malzemelerini güzelce harmanlarız. İç harcına soğanı fazla kullanırım daha iyi bir reha veriyor. Dinlendirilen hamurdan dokuz parça ayırarak açmaya başlıyoruz. Ekmek sinisine ilk üç kat araları yoğurtlu sıvı yağ karışımı sosu süreriz. Dördüncü katına hatırladığımız bol soğanlı iç harcımızın yarısı eklenir. Beş ve altıncı katlar da aynı şekilde soslanır. Yedinci katın içine kalan iç harcımız dökülür. Sekiz ve dokuzuncu kat hamurumuz açılıp araları ve en üst tabakasına kalan sos dökülerek güzel bir şekilde dilimlenir. Dışarıda yaktığımız ateş üstüne sacayak konulur ateşin harlanmasının geçmesi beklenir. İki tane sac arasına hazırladığımız kömbe tepsisi yerleştirilerek üstü pişirildikten sonra üstündeki sac çıkartılır. Altınında pişmesinden sonra yanına hazırladıklarımızla yemeye başlarız.'' (Kk5), bazısı, 'küçük parçalar halinde doğranan soğanlar bir kap içerisinde baharatlar, kıyma, salça eklenerek çiğden iç harç hazırlanır. Hamur için derin bir kaba unumuz boşaltılarak içine tuz, su ve biraz yoğurt eklenerek yumuşak bir hamur elde edilir. Hamur dinlenmeye alındıktan sonra dokuz eşit parçaya bölünür. Hamurlar oklava yardımıyla açılır. İlk katına yoğurtlu yağlı sos sürülür. İkinci, üçüncü kat aynı şekilde açılarak arasına sos sürülür. Hamurun dördüncü katı açılır içine hazırladığımız iç harcın yarısı dökülür. Beş, altı ve yedinci katlar da aynı şekilde soslanır ve yedinci katına kalan iç harç eklenir. Sekiz ve dokuzuncu kat açılıp arasına ve son katın üstüne kalan sos sürülüp dikdörtgen olacak şekilde kesilir. Üzerine çörek otu ve susam serpiştirilir. Dışarıda yakmış olduğumuz ateş üstüne sacayak konulur ve üzerine ilk sacımız yerleştirilir. İçine hazırladığımız tepsi konulur. Tepsininim üzerine diğer sac eklenerek üzerine yaktığımız ateşten oluşan kömürler konarak ilk önce üstü daha sonra da altı dikkatlice pişirilir ve sıcak bir şekilde servis edilir.''(Kk6), bazısı,'' Hamur için tüm malzemeler bir kap içerisine alınıp yoğurmaya başlanır ve yarım saat kadar dinlenmeye bırakılır. Daha sonra ince ince doğranan soğanlar bir kap içerisinde orta yağlı kıyma, salça, tuz, baharatlar ve biraz sıvı yağ eklenerek çiğden iç harç hazırlanır. Kıvama gelen hamurumuz dokuz eşit parçaya ayrılır. Ekmek sinisinin içine ilk üç katın arası soslanarak tepsiye güzelce açılır. İç harcımızın yarısı dördüncü kata serpiştirilir. Daha sonra beşinci ve altıncı katlar da aynı şekilde hamur açılır ve sos arasına sürülür. Yedinci katın içine kalan iç harcımız dökülür. Sekiz ve dokuzuncu kat hamurumuz açılıp araları ve en üst tabakası soslanarak kömbemiz dilimlenir. Dışarıda yaktığımız ateş üstünde sac arasına koyarak pişirilir.''(Kk7), bazısı, ince ince doğranan soğanlar bir kap içerisinde kıyma, salça, baharatlar, tuz ve biraz sıvı yağ eklenerek iç harç hazırlanır. Hamur malzemeleri bir kap içerisinde karıştırılarak yoğurmaya başlanır. Hamurumuz kıvama gelince dinlenmeye bırakılır. Hamurlar eşit bir şekilde yedi parçaya bölünür. Büyük ekmek tepsinin ilk katına açtığımız hamur güzel bir şekilde açılır ve içerisine hazırladığımız sos dökülür. İkinci ve üçüncü katına da aynı işlemleri uygularız. Dördüncü katına hazırlanan iç harcımız dökülür. Beşinci, altıncı ve yedinci katların aralarına ve yedinci katın en üstüne sos sürülerek dilimlenir. Üstüne susam serpiştirilir. Dışarıda yaktığımız ateş üstünde sac arasına koyarak pişirilir.''(Kk8).

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe istenilen renk, tat, lezzet ve aroma gibi özelliklerin sağlanabilmesi için nelere dikkat etmek gerekir?" sorusuna "üstünün güzel kızarması için yoğurt yağ karışımı sürülmesi" (Kk1,2,4,5,8), hamurun içine 1 yemek kaşığı sirke" (Kk2), "iç

harcı için soğan kırmızı olmalı, un kepekli olmalı" (Kk3), "üzerine susam çörek otu kullanırım" (Kk5), "iç harcının çiğden hazırlanması" (Kk7), gerektiğini ifade etmiştir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe nasıl servis edilmelidir?" sorusuna katılımcıların "yanında ayran" (Kk7), "yanında ayran, toyga çorbası"(Kk2,3,5,6,1), "toyga çorbası'' (Kk4), ayrıca ayran, toyga çorbası dışında (Kk1,5,6) ''salata ve turşuyla da servis edildiğini söylemişlerdir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe muhafaza edilmeye uygun mudur?" sorusuna katılımcıların hepsi derin dondurucuda saklanabileceğini ve daha sonra çıkartılıp ısıtılarak tüketilebileceğini söylemişlerdir.'' Saklama kabı içerisinde derin dondurucuda saklanabilir''(Kk6)

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe yöresel başka adları var mıdır? Sacda Osmaniye Etli Kömbe adının nereden geldiğini biliyor musunuz?" sorusuna katılımcıların çoğunluğu ekmek sacının arasında yapıldığı için bu ismi aldığını söylemişlerdir. Yöresel başka adı var mıdır sorusuna ise (Kk 7) ''sac arası, kül kömbesi'', (Kk 2,3,4,5,6) ''etli tepsi böreği'', (Kk1) ''etli kömbe cevabını vermiştir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe ortaya çıkışı ile ilgili herhangi bir mâni, türkü veya tekerleme var mı?" sorusuna katılımcıların çoğunluğu bilmediğini, (Kk6)'Sac altında kömbe var. Sana da hıssa var, yen mi deyip kişinin eline vurulurdu küçüklüğümüzde, (Kk5) ''yediğimiz kömbe köfte, yeriz hafta hafta '' şeklinde çeşitli sözler söylediklerini belirmiştir.

"Sacda Osmaniye Etli Kömbe ile ilgili yapılan başka yiyecekler var mı? "sorusuna "ıspanaklı, çökelekli, patatesli, peynirli"(Kk1,2,3,7,6,8),"tavuk etli"(Kk3,4),"dağ mantarı (gövelek), cevizli, soğanlı"(Kk1),''patlıcanlı, pırasalı'' (Kk5) cevabını vermişlerdir. Genel olarak etli dışında en çok ıspanaklı kömbe yapılmaktadır.

Literatürde orijinal Osmaniye Sacda Etli Kömbesinin malzemeleri ve yapımı ile ilgili tam bir bilgi yer almamasına rağmen internet kaynaklarındaki ve yazılı kaynaklara göre; iç malzemesinin harcında orta yağlı kıyma, ev tipi salça, soğan, sıvı yağ, baharatlar ve tuz yer almaktadır. Hamurunda ise ev tipi kepekli un, su, tuz isteğe bağlı olarak sıvı yağ ve yoğurt kullanılmaktadır. İç harcının kavurarak yapılmasının yanında genelde çiğden yapanlar çoğunlukta olup, içine katılan baharatların da kişilerin damak tadına göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Osmaniye'nin Sacda Etli Kömbesinin yapımı ile ilgili fotoğraflar Şekil 1, Şekil 1.1. ve Şekil 1.2.'de verilmiştir.

Literatürde orijinal Osmaniye saçta etli kömbesinin malzemeleri ve yapımı ile ilgili tam bir bilgi yer almamasına rağmen internet kaynaklarındaki ve yazılı kaynaklara göre; iç malzemesinin harcında orta yağlı kıyma, ev tipi salça, soğan, sıvıyağ, baharatlar ve tuz yer almaktadır. Hamurunda ise ev tipi kepekli un, su, tuz isteğe bağlı olarak sıvıyağ ve yoğurt kullanılmaktadır. İç harcının kavurarak yapılmasının yanında genelde çiğden yapanlar çoğunlukta olup, içine katılan baharatlarında kişilerin damak tadına göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Osmaniye'nin Saçta Etli Kömbesinin yapımı ile ilgili fotoğraflar Şekil 1, Şekil 1.1. ve Şekil 1.2.'de verilmiştir.



Şekil 1. Osmaniye'nin Saçta Etli Kömbesi Hamurunun Hazırlanışı (Fotoğraf. Samet TAŞ)



Şekil 1.1. Osmaniye'nin Saçta Etli Kömbesinin İç Harç Malzemeleri. (Fotoğraf. Samet TAŞ)







Şekil 1.2 Osmaniye'nin Saçta Etli Kömbesinin, Saçta Odun Ateşinde Pişirilmesi. (Fotoğraf. Samet TAŞ)

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Yöreden yöreye, bölgeden bölgeye değişen lezzetleri barındıran yeme içme biçimleri, özel gün, kutlama ve törenlerde ayrı bir güzellik, ayrı bir anlam taşır. Türk Mutfağı, zengin çeşitliliği ve damak tadına uygunluk yönünden olduğu kadar birçok yemek ve yiyecek türü bakımından zengin bir yapıya sahiptir.

Türk mutfak kültüründe hamur işlerinin, böreklerin, kömbelerin ayrı bir yeri olduğu bilinmektedir. Et ve hamur işleriyle yapılan birçok lezzete örnek vermek mümkündür. Osmaniye'nin Meşhur Sacda Etli Kömbesi, il ve ilin tüm ilçelerinde eski usullere göre yapılmaktadır. Sacda Osmaniye Etli kömbesi düğünlerde, bayramlarda, özel misafirler geldiğinde sıklıkla yapılan özel bir lezzettir. Osmaniye'de ev yemekleri yapan yerlerde günlük olarak yapılmaktadır. Tarihçesi ile ilgili tam bir bilgi olmamakla beraber

katılımcılardan edinilen bilgiler ışığında yapımının yaklaşık 100 yıl öncesine dayandığı tespit edilmiştir. Görüşme yapılan kişiler tarafından Etli Kömbe, Tepsi Böreği gibi isimlerle anılmaktadır. Osmaniye etli kömbenin dışında; ıspanaklı, çökelekli, patatesli, pırasalı, tavuk etli, dağ mantarıyla (gövelek mantarı) yapıldığı katılımcılar tarafından söylenmiştir. Kömbenin, Türkiye'ye özgü özellikle Hatay, Osmaniye, Kahramanmaraş, Elâzığ ve Malatya yörelerinde daha çok yapıldığı bilinmektedir. Yapılış şekilleri yöreden yöreye göre farklılıklar göstermektedir. Geleneksel olarak sac arasında pişirilir. Ancak günümüzde daha çok evlerde elektrikli fırınlarda, dışarıda ise taş fırınlarda pişirimi yapılmaktadır.

Osmaniye Sacda Etli Kömbesinden farklı olarak Malatya Akçadağ ilçesinde Akçadağ Kömbesinin üretiminde; Akçadağ ilçesinde yetişen ve halk arasında "kunduru" buğdayı olarak bilinen buğdayın, taş değirmenlerde orta hızda ezilerek, kabuğu alınmadan öğütülmesiyle elde edilen kepekli esmer un kullanılır. Akçadağ Kömbesinin hamurunun yapımına bakıldığında Osmaniye kömbesiyle benzerlik gösterse de Akçadağ Kömbesinin iç harcı; iç yağı ve kuyruk yağıyla hazırlanan kavurma veya kıymayla yapılır. İçine ise cevizin de girdiği bir harç da yapılmaktadır. Malatya yöresinde mevsimine uygun olursa dağ otları da tercih edilir. Hayvanlarından keklikten kömbe, tavşandan da pilav yapılır. Sacda veya fırınlı sobalarda yapılan kömbeler oldukça yaygın ve köklü bir geleneğin ürünüdür. Keklik kömbesi, kürt kömbesi, un kavurmalı kömbe, patatesli kömbe, yüz kömbesi, koç kömbesi ve sac kömbesi başlıca kömbe çeşitleridir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Ayrıca Elâzığ ilimizde Etli Gömme (Kömbe) adıyla Akçadağ kömbesine benzer özellikte yapıldığı bilinmektedir. Elâzığ Gömmesinde (Kömbe) en üste gelecek yufka biraz kalınca açılıp yayıldıktan sonra üzeri hafifçe yağlanır, bıçakla ortadan ikiye bölünerek fırına atılır, altı üstü kızarınca fırından alınarak en üstteki katman kaldırılıp servis edilir. (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022).

Ülkemiz sınırları dışında yapılan börek çeşitleri içerisinde tam olarak etli kömbe olmasa da yapılışı, içerisine konulan iç harcı, malzemeleri ve pişirme yöntemleri bakımından benzerlik gösteren ürünler yer almaktadır. Bunlara örnek verilecek olunursa: Boşnak kültürünün izlerini taşıyan Pita olarak adlandırılan Boşnak böreği içerisine konulan iç harcı (kıyma, ıspanak, peynir) ve pişirme yöntemi bakımından kömbeyle benzer özellikler taşımaktadır (Çengiç, 2019). Ayrıca İspanyol yemek kültüründe yer alan Empanadas; iç harcında kıyma, ıspanak, deniz ürünleri gibi malzemelerle hazırlanıp fırında pişirilen bir çeşit hamur işidir. Tepsi böreği tarzında yapılıp dilimlenerek kesilen çeşitleri de bulunmaktadır. En çok yapılanı, küçük lokmalar halinde sunulan çeşididir (Majura Primary School, 2020).

Diğer yörelerde yapılan kömbelerin ne gibi farklarının olduğu konusunda daha kapsamlı, daha geniş bir çalışmanın yapılması gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca Osmaniye ilimize özel diğer yöresel ürünlerin, tatların da literatüre kazandırılması için bu alana yönelik çalışmaların yapılmasına ve arttırılmasına teşvik sağlanmalıdır.

Ülkemizin her bölgesinde un, su, tuz ile birçok unlu mamul yapılmaktadır. Her birinin kendine has özelliği, ayrı bir damak tadı olduğu bilinmektedir. Osmaniye'nin Sacda Etli Kömbesi ülkemizdeki diğer kömbelerden farklı bir lezzete sahiptir. Unutulmaya yüz tutmuş yöresel lezzetlerin bilinebilirliği ve yaygınlaşması sağlanmalıdır. Osmaniye'de bulunan yiyecek-içecek işletmelerinde kömbe ve çeşitlerinin yapılması hususunda işletmelerin teşvik edilmesi sağlanmalıdır. Yazılı ve görsel kaynakların literatür taramalarının yapılıp, kaynakların kayıt altına alınması gereklidir. Osmaniye'de bulunan resmî kurumlar ve sivil

toplum kuruluşları tarafından gerekli tanıtım, reklam, sempozyum, festival gibi çalışmaların yapılarak Osmaniye mutfak kültürünün korunması ve geliştirilmesi, yemeklerin yok olmadan kayıt altına alınması, mahreç ve coğrafi işaret tescillerinin yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Badem, A. (2021). Traditional Turkish Sweet Bread Discovered in Famine: Pear Bread. Van Yüzüncü Yıl University the Journal of Social Sciences Institute, 53, 11-30.

Baysal, A. (1993), "Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler", Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın No:3, s.12-20.

Cömert, M. ve Durlu Özkaya F.(2014).Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(2), 62-66.

Çengiç, A. (2019). Türkiye'de Yaşayan Boşnakların Halk Müziği Ve Oyunlarının Halk bilimi Açısından İncelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.

Elâzığ İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2023). Elâzığ Mutfağı. https://elazig.ktb.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 12. 11. 2023).

Harris, J. E., Glesanon, P. M., Sheean, P. M., Boushey, C., Beto, J. ve Bruemmer, B. (2009). An Introduction to Qualitative Research for Food and Nutrition Professionals. Journal of the American Dietetic Assocciation, 109:80-90.

https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/89770d86-91cb-4115-8af5-bb5eaa7c71f2.pdf

https://malatya.ktb.gov.tr/TR-58289/mutfak-kulturu.html.Erişim Tarihi:21.11.2022

https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/elazig/neyenir/gomme271591

https://www.osmaniyedeyatirim.com/sektorler/tarim-ve-hayvancilik

İnce, G. (2017). *Osmaniye Yemekleri.* Osmaniye: Akdeniz Ofset Sürekli Form.

Majura Primary School. (2020). History of Empanadas: https://www.majuraps.act.edu.au/ (Erişim Tarihi: 23.04.2023).

Malatya Mahalli Yemekleri, Malatya Valiliği Yayınları Ankara, 1996.

Talas, M (2005), "Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e Göre Türk Yemekleri", Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 18: s.273-283.

Tezcan, M. "Türklerde Yeme İçme Alışkanlıkları ve Buna İlişkin Davranış Kalıpları". www.turkishcuisine.org/articles.php?Pages=Articles (Erişim Tarihi: 21.01.2023).

Üzülmez, M., & Akdağ, G. (2019). Osmaniye ili gastronomik mirası ve sürdürülebilirliği üzerine bir araştırma. VIII. Ulusal IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu içinde (ss. 457-464). 19-20 Nisan Anamur/Mersin.

Yıldırım, A ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara, Seçkin.

COMPARATIVE ASSESSMENT OF REGULATORY STANDARDS GOVERNING ALGORITHMS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND DEPLOYMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Muruga Perumal RAMASWAMY[1]

ABSTRACT

The resurgence of artificial intelligence (AI) and its substantial leap in generative applications have prompted the need for new legal and regulatory standards governing the development and use of AI in various national jurisdictions. As international legal instruments with more coherent standards on AI are yet to emerge, some major jurisdictions have taken early initiatives to govern the growth and engagement of AI. However, such fragmented initiatives have the risk of resulting in diverse standards, creating impediments to international cooperation in the sustainable development of AI and its use in international business transactions. This paper seeks to identify and assess emerging regulatory initiatives governing algorithms in AI in two specific jurisdictions, China and the European Union. The paper aims to determine the core elements of the related normative frameworks in the two jurisdictions and examine differences discernable from the pioneering standards. The paper also aims to investigate regulatory standards governing the usage of algorithms, specifically in the context of recommendatory services offered on online platforms. The advancement of AI applications has enabled the possibility of deploying algorithms to achieve desired goals and outcomes, often within the purview of exclusive control and benefit of the service provider. Therefore, regulatory intervention becomes necessary to balance the interests of the involved stakeholders and to moderate the demands of control and cultivation of AI technology. The paper identifies specific regulatory standards that address a range of associated activities arising in this context, like tracking online behaviour, pushing of information, ordering search results and other influenced outcomes to demonstrate their contribution to promoting AI applications in rendering online platform services. Based on the comparative analysis, the paper assesses the key distinctions and common standards emerging from the two jurisdictions. The paper concludes by analysing the utility of the regulatory features identified in the two jurisdictions and how they could serve as a valuable reference for each other and third states, thereby contributing to the understanding and developing regulatory standards in AI.

Keywords: Artificial Intelligence, Regulation, Sustainable Development, Comparative Law, Legal Harmonization.

[1] Dr., Faculty of Law, University of Macau, e-mail: sendemailtomp@gmail.com

1. INTRODUCTION

The classic dichotomy of whether the law should anticipate or judiciously track changes in society and lay down normative standards governing the evolving activities or whether the law should intervene post-evolution to gauge the regulatory needs and lay down appropriate norms to ensure effective governance is arduous to answer. Law and regulation typically respond slowly to the changing needs of society, albeit with increasing efforts and calls for timely or anticipatory regulation through proactive legislative intervention. Beyond the goals of control or certainty, early legislative intervention is often sought to play a facilitative role in certain spheres of societal activities like developing or using emerging technologies. However, in specific fields of technology, where disparate developments mark the evolution, prognostic legislative efforts may not be pragmatic or desirable. In this regard, the recent revival of artificial intelligence (AI) technology and its explosive growth in a short span have resulted in a rather lukewarm legislative response among many national governments. Those circumstances raise concerns about the potential stifling effects on practical use and further development of the technology that the absence or shortage of necessary legal and regulatory standards could cause.

In addition, some sporadic national initiatives in developing early legislative measures governing AI have also triggered concerns about potentially diverse standards that could result from a lack of concerted and coherent efforts (Engler, 2023). Under such circumstances, the present paper aims to identify and assess early legislative efforts to govern algorithms in AI technology in a specific national and regional context. In this regard, the paper mainly examines two jurisdictions, namely the People's Republic of China (PRC) and the European Union (EU), that have enacted some of the earliest regulatory standards governing algorithms. The example of the PRC development gains significance because it is one of the very early initiatives regulating the use of algorithms. It is a model of an exclusive instrument addressing the algorithmic AI applications in information recommender services over the internet. Although the case of the EU initiative is not an exclusive instrument addressing algorithms, it is relevant for the present paper because it is already a result of a regional harmonisation of applicable regulatory standards. Moreover, it contains a set of regulatory standards governing a broader set of digital services that contextually address the use of algorithms and recommender services in various online platforms. Therefore, the case of the EU regime relating to algorithmic governance will serve as a comprehensive model for this study, covering a broader set of issues and challenges facing regulators in domestic and cross-border contexts (Di Porto & Zuppetta, 2021).

The first part of the paper systematically reviews specific regulatory standards enacted in the PRC in 2021 that exclusively govern the use of algorithms in the context of services rendering recommender of information over the internet. Delineating the scope of application of regulations to a range of activities in providing information services, the paper points out that the spirit of the rules transcends beyond some fundamental values and seeks to achieve the goal of sustainable development of allied applications and services. Provisions mandating specific mechanisms, proactive disclosure of the use of algorithms from the service providers, and the imposition of specific continuous duties upon them are highlighted. The prescribed

roles of the service providers in tackling situations involving illegal or negative content are examined.

To elaborate upon the focus of the present paper, this part also investigates how the regulations go beyond the controls and warrant service providers to improve underlying technological and management processes to promote the sustainable development and engagement of AI technology. The paper analyses the rules governing the engagement of algorithms, provides recommendations for specific types of information services, and identifies the set of prohibited practices and user behaviours. Finally, the analysis of the emerging PRC standards examines how various rights and freedoms of the users of recommendation services are sought to be protected under the algorithmic regulations and how the service providers are brought within the state supervisory mechanism.

The paper's third part, focusing on the comparable EU regulatory mechanism governing algorithms and recommender services, introduces the broader mandate of the EU Digital Services Act 2022 (EU-DSA, 2022). Not being a specific regulatory instrument governing algorithmic recommendation services, the paper adopts a two-step analysis of the specific provisions governing algorithms in general and information recommender services in particular. Provisions are examined in the context of different service avenues like online platforms, intermediary services, very large online platforms and search engines.

The objectives aimed at protecting the interest of consumers and fundamental rights are identified, and how the imposition of onus upon the service providers to incorporate different technical and management features seeks to uphold relevant rights is demonstrated. The range of monitoring and other safeguard mechanisms warranting internal efforts from the service providers and empowering the supervision of external state bodies are analysed to highlight the cooperative spirit contemplated under the EU regime for promoting a sustainable engagement and utility of AI technology.

After scrutinising the specific provisions governing algorithms and recommender services under the broad regulatory framework of EU DSA 2022, the paper proceeds to investigate how the proposed comprehensive Artificial Intelligence Act of the EU is taking shape in addressing the use of algorithms. Such an analysis helps identify how regulatory standards governing algorithmic engagement manifest in the development and use of AI in the broader context and its potential influence on forming comparable standards in other jurisdictions and in the international efforts on legal harmonisation. The paper concludes by analysing the findings related to the two jurisdictions and identifies the comparable distinctions and similarities in emerging regulatory standards governing the use of algorithms in AI. The paper also makes some specific recommendations from the study regarding how certain key regulatory features identified in the two jurisdictions could serve as a helpful reference for each other.

2. PIONEERING REGULATORY EFFORTS IN PRC GOVERNING ALGORITHMS

The PRC was one of the jurisdictions that enacted early regulatory standards in 2021 governing the use of algorithms, specifically in providing recommendations for rendering information services over the Internet (PRC-Algorithmic-Regulation, 2021) . PRC Algorithmic Regulations

2021 seeks to achieve a broad number of objectives, including the conventional values of public interest and socialist tenets, as well as various other public and private goals, namely national security, upholding legal rights and sustainable development of related services (Albrecht, 2022). The genesis of these regulations can also be traced to some fundamental laws governing the security of cyberspace and data and the protection of personal information. It also defines the qualities constituting an algorithmic recommendation technology that involves the process of generation and synthesis embedded with specific recommendation features in the search and presentation of information. Algorithms enabling personalised furnishing of information, altering the presentation sequence and filtering of search results are some of the specific functions that will subject the algorithm to fall within the purview of the regulations.

In addition to the prescription of the obligation to abide by relevant legal standards, the 2021 regulation attaches significance to two sets of factors that could influence the services employing algorithmic recommendations. Firstly, it mandates service providers to follow a range of ethical values and principles, including social, commercial, and professional ethics, as well as principles like good faith and transparency. The emphasis on ethical values in the regulatory framework governing algorithms evidences the significance attached to non-binding persuasive principles (Wang, 2023). Secondly, the recommendation emphasises the importance of self-discipline and the development of industry-specific standards and service-level specifications governing recommendatory algorithmic technology. While emphasising adherence to critical values, it is relevant to note that the 2021 regulation recommends optimising and promoting constructive use algorithms by service providers and prohibits their engagement in offering services that could cause negative effects or transgression.

The service providers must constitute bodies responsible for the secure use of algorithms and create relevant management and technical mechanisms to administer various associated functions related to algorithmic use effectively. The service providers should prepare and publicise rules pertinent to providing recommendation services and designate necessary technical staff and support for such services. A continuous duty of periodic inspection, assessment, and verification of the entire chain of algorithmic processes, including the models used, data utilised, and outcomes produced, is prescribed to service providers. The generation or synthesis of information resulting from algorithms must always be explicitly labelled, which is a prerequisite before transmitting such information.

The regulation imposes categorical duties upon service providers to take immediate measures to stop and eliminate the spread of unlawful information using algorithms. If the resulting information is found to be of a negative character, the service providers still have an obligation to take necessary measures to address and eliminate the negativity. The obligation of the service providers in this regard is not prescribed in a specific manner. However, the general mandate to proactively intervene in circumstances causing negativity creates a crucial onus upon the service providers to take responsibility for the consequences of engaging an algorithm. As the technological development of algorithms and their functioning could often be clandestine in characteristic, the significance of such rules imposing a general responsibility upon the service provider need not be overstated. Interestingly, the 2021 regulations not only regulate the use of algorithms but also mandate service providers to constantly monitor and

seek improvements in the functioning of the underlying technology. A good example is the obligation to strengthen the algorithmic user models and the process of profiling user labels or interests to ensure that unlawful or negative information is not recorded and used as a basis for making recommendations.

Obligations relating to the design and management of the user interface or webpages embedded with algorithmic functioning of various information-seeking and display aspects warrant constant improvement of related management and technological features (PRC-Algorithmic-Regulation-2021, Article-11). Specific functions and features sought to be improved include manual intervention mechanisms and features enabling users to make independent selections. In addition, service providers are generally prescribed strategies to eliminate duplication or fragmentation of information and enhance transparency and clarity of rules governing related functions like searching, sorting, and pushing information. The prescribed measures aim to prevent and reduce potential disputes related to the services offered.

In addition to the general obligations, the regulations impose specific duties upon certain algorithmic recommendation services, like those providing news over the Internet. The regulations prohibit the generation or synthesis of fake news or the transmission of news originating from unauthorised sources. Employing algorithms for certain purposes is categorically forbidden. Algorithms cannot be used to register counterfeit accounts for carrying out illegal trade. Some typical practices, like manipulating user accounts through algorithms or using them to generate false likes or comments, are prohibited. Similarly, the use of algorithms to block information to artificially prioritise content or search result display or cause undue influence of public opinion online are some of the other forbidden uses of algorithms. Engagement of algorithms capable of causing distortion of competition among service providers of internet information or triggering monopoly practices is banned outrightly.

2.1. Shielding the Rights and Freedoms of Users

In streamlining the employment of algorithms in providing recommendation services, the 2021 regulations seek to uphold various rights and freedoms of the potential users of such services. The first and foremost is the right to be informed of the use of algorithms in making relevant recommendations, accompanied by due notice of the fundamental principles and envisioned purposes of the services rendered. The users' freedom to opt out of being targeted based on personal characteristics or even to turn off the algorithm-prompted recommendation services altogether is categorically recognised. Moreover, users should be conferred the freedom to choose or delete tags utilised by algorithmic systems designed to function based on their personal characteristics. When recommendation services are targeted at minors, the service providers are obliged to protect the interest of minors in the online environment and only provide information that is in the benefit and interest of the minors.

Promoting information that could impair the physical and psychological health of minors or could cause internet addiction is prohibited. The protection of the interests of other vulnerable groups like consumers, the elderly, or labourers is also emphasised, and this could potentially

address related challenges (Zhenxing, 2023) . The regulations are designed to prevent senior citizens from being susceptible to online fraud and to protect them from unsafe usage of relevant recommendation services. Using algorithms to provide services or market goods to consumers mandates the appropriate service providers to ensure transaction fairness. Moreover, they should refrain from discriminatory or unlawful practices based on consumers' preferences, online habits or other personal characteristics.

In situations where algorithmic recommendations are used to provide services in the context of labour coordination, the service providers are obliged to uphold the rights and interests of labourers and seek improvements to the algorithms used in related functions. The regulations also recognise the right to report or file appeals and complaints against the recommendation service providers and require them to set up necessary portals facilitating the filing, handling and effective redressal of the related complaints. Some limitations of these avenues are highlighted by some studies (Su & et.al., 2023). Violations of different provisions of the regulations are meted out with various consequences like imposition of fines, administrative sanctions and even criminal liability in appropriate cases.

2.2. Registration and Supervision of Service Providers

The 2021 Regulations provide a detailed prescription of the state supervisory system governing services providing algorithmic information recommendations. The primary state entity endowed with this responsibility is the Internet Information Department, which is required to establish relevant mechanisms to supervise services graded in different categories that are classified based on their functionalities, content handling, and the extent of intrusion in the conduct of users. Prescribed services are required to furnish a range of details, like the nature of the algorithm used and an associated self-assessment report to the department using a prescribed filing system for algorithms.

Upon the satisfactory completion of filing, the department is expected to issue a filing index number that the service providers should prominently display in an appropriate place of the service interface. Certain services that have the potential to impact public opinion or social mobilisation should be subjected to a security assessment. The Internet information departments are designated to carry out security assessments and related inspections and prescribe relevant corrective measures. The service providers, in turn, are required to retain logs, furnish necessary data and provide full cooperation and support in the successful conduct of the security assessment.

3. THE EU REGULATORY STANDARDS GOVERNING ALGORITHMIC SYSTEMS

Unlike a specific legal instrument governing the use of algorithms, as seen in the case of The PRC, the rules governing the engagement of algorithms in the European Union (EU) are spread in different legal sources. One relevant source enacted recently, which contains certain restrictions on algorithmic recommendation services, is the EU DSA 2022. It has a broad mandate and is not an exclusive legal instrument governing the use of algorithms in digital market transactions. The primary objective of the EU DSA is to establish harmonised regulatory standards to enhance predictability, trust, and safety in online transactions, ultimately protecting consumer interests and upholding fundamental rights.

The EU DSA rules address various legal issues arising in the context of offering intermediary services in the digital marketplace, including the due diligence obligations of the service providers and their liability. The DSA also prescribes rules governing its enforcement and enhancing cooperation between relevant authorities. With these broad objectives, the regulation contains various preambular prescriptions and intermittent rules addressing the use of algorithms, the discussion of which is crucial for the present paper.

3.1. Specific Reflections on the Engagement of Algorithms in Digital Services

The rules governing algorithms are incorporated under the EU DSA regime due to the explicit acknowledgement of the role algorithms play in prioritisation and sorting the order of presentation of information in online platforms rendering diverse services. Before concrete rules on algorithms under the EU DSA are analysed, specific intentions and prescriptions related to algorithms could be derived from the preamble, which reveals specific fundamental characteristics that define the EU regime governing algorithms in rendering digital services. Online service providers use algorithms to rank or suggest information or influence the presentation of other forms of digital components, and the need to regulate the underlying process to protect the interest of users was a clear motivation of the EU DSA.

The EU lawmakers fully understand the need to balance the utility of the algorithms and the associated recommendation systems in providing better user experience through efficient information interaction and retrieval with the potential risks like pushing information or influencing online user behaviour. Under such circumstances, there is a clear conviction that online platforms should have the onus of informing their users of relevant details about the functionality of the algorithmic recommendations system and how the resulting information is presented or prioritised. The importance of delivering such details to the users simply and understandably is realised in the EU DSA. Finally, the need to communicate to the users how the parameters or criteria upon which the information prioritised or presented was derived, for example, by using methods like profiling or online behaviour, is warranted by the EU DSA (Goodman & Flaxman, 2016).

The EU lawmakers are also fully aware of the possible network effects that can rapidly enhance the number of users of any online platform and turn it into a very large platform or search engine. Hence, the EU DSA has enacted specific rules governing very large online platforms, which also address the issue of the use of algorithms in providing their underlying services. The EU lawmakers had identified that very large online platforms or search engines are prone to four distinct sets of systemic risks, including the risk of associated services adversely affecting various fundamental rights of citizens.

One concern is the possible design and deployment of algorithmic systems that could stifle freedom of speech or competition. In assessing such a systemic risk, the importance of paying attention to all the algorithms used in the relevant systems, including the recommender systems that could contribute to the risk, is emphasised. Especially when the use of algorithms results in the pushing of information or its amplification, the importance of carrying out a risk

assessment by the service providers with due regard to the algorithms used and documenting the relevant risk assessment data is considered a necessary exercise.

The significance of using appropriate measures while testing relevant systems using algorithms is emphasised. In addition, the EU standards recognise the importance of adapting algorithms aptly to mitigate any negative effects resulting from related personal recommendations and to improve upon the underlying criteria used to make those recommendations. The role of adapting algorithmic systems as part of a crisis response mechanism, which the European Commission may require very large online platforms and search engines to implement, is also recognised.

Similarly, the need for such online platforms and search engines to furnish data related to their algorithmic systems to an independent audit process by competent auditors to verify regulatory compliance is warranted. Relevant authorities are categorically granted the power to demand various data related to algorithms, including training data and data on testing and ascertaining the functioning and accuracy of algorithmic systems for content moderation or making recommendations for verifying compliance.

3.2. Essential Rules on Algorithms under the EU DSA

The EU DSA does not define algorithms. However, the closely associated term of recommender system is defined as typically employing algorithms in tracking, pushing and sorting information. The definition comprehends both full and partial automation in systems used by online platforms to achieve various functionalities of information recommendation. They include suggestions or prioritisation of information made to users through an online interface that could either be based on user-prompted searches or engagement of other methods of determination of ordering or promoting of the underlying information.

Despite the calls for transparency in algorithmic applications in Europe, which had been emphasised even before the EU DSA (STOA, 2019), specific challenges to achieving the same in the light of certain EU laws remained (Maggiolino, 2019). The EU DSA prescribes some important obligations for intermediary service providers that call for due diligence in creating a safe and transparent environment online. For example, while prescribing the terms and conditions of service, the intermediary service providers are obliged to furnish information regarding the usage of their services, including various tools and measures utilised for moderating the content. As a part of such information relating to content moderation, the intermediary service providers must publicly disclose the details of any algorithmic decision-making in plain language and machine-readable format (EU-DSA-2022, Article-14).

The EU DSA requires very large online platforms and search engines to carry out a risk assessment, whereby they should identify and assess the systemic risk that could emanate from the design and operation of their services and systems (Beck & Worm, 2023). As a part of such risk assessment, systemic risks that could originate from using any algorithmic systems should also be identified and assessed. In the risk assessment process, they must specifically enquire whether and how the design of any recommender systems used and its constituent algorithms contribute to the identified systemic risks. (EU-DSA-2022, Art-34 (1) and (2a)). After the identification of the systemic risks, they are required to adopt measures aimed at

mitigating the systemic risks so identified. They should include measures to test and adapt their respective algorithmic and recommender systems.

In addition, they are also obliged to give access to specific data for scrutiny by relevant regulatory authorities. As part of such obligation, the very large online platforms and search engines must also elucidate various details of their algorithmic and recommender systems, including their design, function and testing details (EU-DSA-2022, Article-40). By virtue of the powers to conduct inspections, authorised officials can also demand very large online platforms and search engines to explain algorithms used and raise questions to relevant personnel (EU-DSA-2022, Article-69 (5)). Furthermore, to monitor compliance with the regulations, the very large online platforms and search engines could be forced to provide the authorities with necessary access to their databases and algorithms and provide pertinent explanations.

3.3. Regulatory Standards Governing Information Recommendation Systems in DSA

Unlike in The PRC, where the relevant regulations specifically govern algorithmic recommendations in internet information services, the EU DSA rules have a more general outlook focusing on broader digital services. Therefore, the regulations of DSA do not always address the issue of using algorithms in conjunction with recommender systems. However, as the definition of recommender systems comprehends full or partially automated systems used by online platforms to suggest or prioritise specific information to recipients, which typically deploys algorithms in the automation process, the DSA rules governing recommender systems will also have indirect implications upon the formulation and functioning of algorithms.

The EU-DSA rules governing the liability of hosting service providers recognise the special circumstances arising from the use of recommender services as one of the possible scenarios that could potentially grant exemption from liability. It acknowledges that certain functions like automatic indexing of information uploaded and embodying a search function or making recommendations based on user profiles or preferences cannot be considered grounds constituting specific knowledge of illegal activities or illegal content by the service provider. At the same time, when a hosting service provider identifies illegal or incompatible content, the EU DSA permits the provider to take several responding actions, including restricting the visibility of the content. In this context, the rules recognise that visibility restriction can be achieved through content demotion in ranking or recommender systems.

As a part of the obligations to assess and mitigate risks imposed upon very large online platforms and search engines, they are required to finetune the design of the recommender systems to introduce preventive and containing measures against potential bias causing discrimination of vulnerable persons. As identified earlier, they should also consider how the design of their recommender system contributes to the systemic risks and how to test and adapt the recommender system to mitigate the identified risks. Moreover, to supplement the transparency obligations about the use of recommender systems, service recipients should be informed of the parameters used in a recommender system and offered alternative options directly within the online interface of the recommender systems, which are not dependent on individual profiling (EU-DSA-2022, Article-38), (EU-Regulation-2016/679, Article-4(4)).

In this regard, the specific obligations prescribed are the incorporation of the critical parameters used in a recommender system and the articulation of the option to modify or influence such parameters within the terms and conditions governing the use of the system. Any resulting incorporation in the terms and conditions should explain the most important criteria used for choosing the information that is recommended to the user and the justification for attaching the relative significance to the applied parameters (EU-DSA-2022, Article-27) (Grochowski & et.al., 2021). For monitoring and assessing regulatory compliance by the very large online platforms and search engines, the EU regulatory authorities are empowered to demand access to or seek reporting of a range of information, including data demonstrating the accuracy of the recommender systems as well as their functioning and testing.

It is also interesting to note that the EU DSA recognises the importance of developing voluntary standards, especially for facilitating the practical and consistent application of the regulatory obligation using technological means. In particular, the EU DSA promotes the development of relevant technical procedures in association with the industry to support regulatory compliance by intermediary services. The development of standards related to recommender systems is also contemplated as a part of such an initiative, which could be voluntarily adopted by intermediary service providers and serve as examples of best practices.

To monitor and study regulatory compliance, the providers very large online platforms and service providers are required to furnish details of the design and testing of the recommender systems along with an explanation regarding the logic and functioning of those systems to the prescribed authorities (EU-DSA-2022, Article-40(3)). Finally, the EU-DSA also contemplates support and promotion of the development of voluntary standards relating to the design of choice interfaces in recommender systems and the presentation of information based on critical parameters (EU-DSA-2022, Article-44 (1) (i)).

3.4. THE EU AIA

Drafting harmonised rules under the Artificial Intelligence Act (EU AIA) is the EU's flagship initiative to regulate the development and use of AI in general. The provisions proposed under the EU AIA are also aimed at complementing other legal and regulatory standards in the EU, including the laws guaranteeing non-discrimination. They include provisions intended to reduce the risk of discrimination in using algorithms, especially in the development process of AI systems involving the design elements and use of data sets.

The EU AIA evidences the importance of how an AI system should be defined and how the role of algorithms in an AI system should be recognised. In this regard, the importance of balancing the need to establish regulations to gain legal certainty and provide the necessary flexibility to nurture fast-evolving AI technology is recognised. Therefore, defining the concept of AI based on its fundamental characteristics distinct from the features of conventional software programming and systems is specifically emphasised. Following the logic, the essential characteristic of AI to make inferences using machine learning techniques that can secure outputs like predictions and recommendations is one of the elements identified as relevant for developing the definition. Another essential element identified as appropriate to

the definition is the capability of AI systems to derive distinct models and algorithms using data or system inputs.

To encourage research and development of high-risk AI systems, the EU AIA aims to guarantee relevant entities access to high-quality data sets in different fields and specialities. As a part of such an objective, the EU AIA prescribes facilitation initiatives providing access without discrimination to specialised data and training of AI algorithms conducted on such datasets. The EU AIA also demands certain record-keeping and documentation of technical details, including information about algorithms used, to ascertain relevant information about the development of high-risk AI systems and their lifetime performance to verify compliance with the rules under the EU-AIA. For example, the minimum details to be included in the technical documentation include specifications of the system design that should comprehend information about the general logic upon which the AI system was built and its algorithms (EU-AIA, Annex-IV, 2(b))

Moreover, to establish a methodology to classify a general-purpose AI model with systemic risk, the EU-AIA requires the underlying threshold to be adjusted periodically in line with emerging industrial and technological changes, including relevant algorithm improvements. The relevant providers are obliged to assess and mitigate the systemic risks through various measures, including establishing adequate cybersecurity protection and enhancing the same through securing algorithms.

Similarly, the providers of huge online platforms and search engines must assess and address systemic risks that could arise from various features of the AI system, including the design of algorithmic systems used in the services. In emphasising the importance of upholding the right to privacy and the right to protection of personal data, the EU AIA reiterates the relevance of critical principles of minimising data, implementing default protection of data and enabling protection by design. The EU AIA recognises that the measures taken by the service providers to uphold the fundamental principles should also allow the engagement of algorithms with data and train the relevant AI systems.

The intention of the EU-AIA to seek balance regulation and innovation is also evident in its approach of prescribing regulatory intervention in certain significant circumstances while recognising the role of certain guarantees provided by establishing relevant rules to facilitate the evolution and growth of the underlying AI technology. An excellent example of this is the provisions warranting fresh conformity assessment when AI systems undergo substantial modifications. Whenever any changes to an AI system could affect its compliance with the regulations, the EU AIA mandates that a new conformity assessment be carried out. However, in situations where AI systems are designed to learn continuously and adapt automatically to circumstances after they were placed on the market or engaged in service, the EU AIA recognise the importance of establishing rules to confirm that any changes to the underlying algorithm and its pre-determined performance that were already assessed should not constitute a substantial modification.

4. FINDINGS AND CONCLUSION

The study of emerging regulatory standards governing the use of algorithms in AI applications that provide information recommendations on online digital platforms in the two critical jurisdictions of PRC and EU reveals various unique features. A comparative analysis of those regulatory standards also reveals similarities and differences that would be relevant to draw upon future international harmonisation of algorithmic regulations. Firstly, some of the notable unique features of the PRC regime are discernible from the analysis of the relevant regulatory standards. It is important to note that being one of the first jurisdictions to enact an exclusive regulatory instrument governing algorithmic recommendation in the internet information networks, the PRC did not have much to benefit from comparative law or jurisprudence on the matter. Despite the limitation, the regulatory standards in the 2021 provisions of the PRC are pioneering and comparable to the subsequent developments in the EU. Although the use of algorithms in AI applications is diverse, the legislative will to enact an exclusive instrument addressing information recommendatory services over the internet demonstrates the significance and the priority attached to streamlining the field of algorithmic application in information services.

At a quick glance, the EU approach seems distinct because of its choice to enact a broader regulatory framework governing digital services in general and incorporating algorithmic regulation within. However, a closer analysis of the actual scope of the relevant provisions in the EU DSA 2022 indicates that the algorithmic applications in recommender services are the primary concern. Nevertheless, the broader mandate of the EU DSA enables the classification of different categories of service providers. It prescribes targeted regulatory standards based on their operations' scale and potential impact.

The comparison of the objectives of the 2021 regulation of the PRC and the 2022 regulation of the EU indicates that the former aims to serve a much broader set of interests involving both public and private goals. For example, the goal to achieve national security and socialist tenets stand distinct in the PRC regulations compared to the EU regime, which is primarily focused on securing the interests of the users of digital services. However, the explicit desire to promote sustainable development of services related to the algorithmic information recommendation in the PRC could be argued as evidence of regulatory intention to seek a balance between the regulation and development of algorithmic technology. Similarly, the specific reference in the EU DSA objectives to protect consumer interest and uphold people's fundamental rights, in general, reveals its distinct flair.

While the regulations in the PRC are primarily prescribed to algorithmic information recommendation service providers in general, the EU regime prescribes rules to different categories of service providers like intermediary service providers, very large online platforms and very large search engines. Such a regulatory approach could arguably be more effective as the compliance burden will be commensurate with the risks posed by different service providers based on the nature and scale of their operations. The comparative regulatory standards in the PRC and EU also reveal that supervisory authority is conferred upon diverse administrative entities in the EU regime, and such a division of responsibility would arguably

augment the monitoring and enforcement of specific obligations of the relevant service providers.

In terms of the specific obligations governing algorithmic recommendation service providers, such as the designing of the user interface, providing freedom and flexibility to choose the parameters governing the presentation or sorting of information, and disclosure of the use of algorithms and tracking of user behaviours, both jurisdictions seem to have adopted more or less similar standards. While the PRC regime strongly emphasises the role of ethical values, self-discipline and self-assessment among service operators, both recognise the importance of nurturing industry and service-specific voluntary standards. The PRC regime imposes various responsibilities upon service providers in handling negative or unlawful information and attaches special obligations for service providers handling news information. Although the EU regime does not carry parallel provisions for news information recommender service, its specific content moderation obligations, especially about attributing knowledge and handling illegal or negative content, could provide valuable references for further refinement of related obligations in the PRC.

Some key distinctions are noticeable with reference to a range of other obligations imposed upon the service providers despite various similarities between the PRC and EU regimes. In the case of the PRC regime, the obligations are widely imposed upon the service providers without many checks and balances. However, the EU regime warrants more disclosure, independent auditing and potential administrative intervention to ensure compliance with obligations. As identified from the analysis of the PRC regime, which has clearly articulated the prohibition of the use of algorithms for particular purposes and imposition of specific caveats in using algorithms in services pertaining to vulnerable groups like minors, elderly and labourers, useful references could be derived by the EU regulatory authorities as well as others who intend to enact specific regulations governing the use of algorithms.

Finally, a closer review of the relevant provisions of the proposed EU AIA reveals the utility of the regulatory standards governing the use of algorithms beyond recommender services in online platforms. Mainly, the definition of the concept of AI reflects the indispensable role of algorithms, the need to nurture the growth and sophistication of algorithms in line with technological changes, the obligations to assess and mitigate systemic risks posed by algorithms, and the risk-based classification of AI technology are some of the essential features of the EU AIA will serve as valuable references for building regulatory models. Finally, it is crucial to note that the identified regulatory features in the EU-AIA, which balances the governance and growth of the algorithmic applications in various frontiers of AI technology, will no doubt serve as an essential reference for other jurisdictions and international harmonisation initiatives for promoting sustainable development and use of AI technology.

REFERENCES

Albrecht, D. (2022). The Internet Information Services Algorithm Recommendation Management Regulations in China. *Computer Law Review International, 23*(4), 97.

Engler, A. (2023). The EU and U.S. diverge on AI regulation: A transatlantic comparison and steps to alignment. Brookings, Governance Studies. From https://www.brookings.edu/articles/the-eu-and-us-diverge-on-ai-regulation-a-transatlantic-comparison-and-steps-to-alignment/

EU Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) 2024 and Annexes (EU-AIA).

EU Regulation 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)

EU-Regulation-2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the Protection of Natural Persons with Regard to the Processing of Personal Data and on the Free Movement of Such Data 2016.

Goodman, B., & Flaxman, S. (2016). European Union regulations on algorithmic decision-making and a "right to explanation". Retrieved May 2024 from arxiv.org: http://arxiv.org/pdf/1606.08813

Maggiolino, M. (2019). EU Trade Secrets Law and Algorithmic Transparency. Bocconi Legal Studies Research Paper No. 3363178, p. 16.

Provisions on the Management of Algorithmic Recommendations in Internet Information Services. PRC-Algorithmic-Regulation. (2021).

STOA. (2019). A Governance Framework for Algorithmic Accountability and Transparency. European Parliament, Scientific Foresight Unit (STOA). European Parliament Research Services.

Su, Z., & et.al. (2023). China's algorithmic regulations: Public-facing communication is needed. *Health Policy and Technology, 12*(1), 100719.

Wang, L. (2023). Reflections on the Regulation of Algorithms in China: Legal Reform and an Ethical Response. In M. Timoteo, B. Verri, & R. Nanni, Quo Vadis, Sovereignty? New Conceptual and Regulatory Boundaries in the Age of Digital China (p. 109). Springer.

Zhenxing, K. (2023). The Regulation of the Platform Labor Process Algorithms in China. *China Legal Science, 11*, 116.