

**2024** Haziran

# SOSYAL, BEŞERÎ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA

**Araştırmalar ve  
Değerlendirmeler**

**EDİTÖRLER**

Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN

Doç. Dr. Derya İLİC

**gece**  
kitaplığı

**İmtiyaz Sahibi • Yaşar Hız**  
**Genel Yayın Yönetmeni • Eda Altunel**  
**Yayına Hazırlayan • Gece Kitaplığı**  
**Editörler • Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN**  
**Doç. Dr. Derya İLİC**

**Birinci Basım • Haziran 2024 / ANKARA**

**ISBN • 978-625-425-761-2**

© copyright

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

**Gece Kitaplığı**

**Adres:** Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak Ümit Apt  
**No:** 22/A Çankaya/ANKARA Tel: 0312 384 80 40

[www.gecekitapligi.com](http://www.gecekitapligi.com)  
[gecekitapligi@gmail.com](mailto:gecekitapligi@gmail.com)

**Baskı & Cilt**  
**Bizim Buro**  
**Sertifika No: 42488**

# Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Araştırmalar ve Değerlendirmeler

Haziran 2024

Editörler:

Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN

Doç. Dr. Derya İLİC



# İÇİNDEKİLER

## BÖLÜM 1

### ÜLKE MARKALAMASININ TEMEL UNSURLARI VE DİJİTAL MEDYA KULLANIMLARI: TÜRKİYE TANITIM OFİSİ'NE YÖNELİK BİR ANALİZ

*Işıl AKTUĞLU, Sinem YEYGEL ÇAKIR* ..... 1

## BÖLÜM 2

### ŞİDDET OLGUSU VE TÜRKİYE'DE AİLE İÇİ ŞİDDETİN BİR PANORAMASI

*Hacer TOR, Tugay Yasin IRMAK*.....33

## BÖLÜM 3

### MODERNLEŞME SÜRECİNDE EĞİTİM-KALKINMA İLİŞKİSİ

*Mehmet Salih DEMİR* .....59

## BÖLÜM 4

### ANALYZING THE DISTRIBUTION OF CRYPTOCURRENCY AIRDROPS AS A FAIR DIVISION PROBLEM: AN AXIOMATIC PERSPECTIVE

*Burak DOĞAN*.....89

## BÖLÜM 5

### MÜŞTERİ GERİ BİLDİRİMİNİN İŞLETME VE ÇALIŞAN PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

*Aybüke Aslıhan AKKOÇ, Hüseyin ASLAN* ..... 111

## BÖLÜM 6

### FİRMALARDA LİKİDİTE, RİSK, KÂRLILIK VE FİRMA DEĞERİ ARASINDAKİ KARŞILIK ETKİLEŞİMLERİN KANONİK KORELASYON YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ: BORSA İSTANBUL DA BİR UYGULAMA

*Mehmet KUZU*..... 127

BÖLÜM 7

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE FARKLILIK  
YÖNETİMİ:AFGANİSTAN ÖRNEĞİ

*M. Yonous JAMI*..... 143

BÖLÜM 8

TR33 BÖLGESİNİN MARKALAŞMA DEĞERLERİ: COĞRAFI  
İŞARETLİ ÜRÜNLER

*Feyza AYDIN ÇOLAKOĞLU, Dilşen ONSEKİZ*..... 159

BÖLÜM 9

AGNOSTİSİZM ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME

*Fatimatüzzehra YAŞAR, Halil İbrahim KÖSE* ..... 183

BÖLÜM 10

İBN HALDUN VE SANAT ANLAYIŞI

*Hazel Merve DANIŞKANER, İbrahim MAZMAN* ..... 203

BÖLÜM 11

GÜLŞEHRÎ'NİN *KERÂMÂT-I AHİ EVRAN* MESNEVİSİNİN KAYIP  
RAİF YELKENCİ NÜSHASI VE METİN NEŞRİNE KATKILARI

*İlyas KAYAOKAY*..... 235

BÖLÜM 12

FASİH AHMET DEDE DÖNEMİNİN SOSYAL DOKUSU: BİR  
DÖNEMSEL BAĞLAM ÇALIŞMASI

*İbrahim MAZMAN, Sabriye BAĞCI MAZMAN*..... 279

# BÖLÜM 1

## ÜLKE MARKALAMASININ TEMEL UNSURLARI VE DİJİTAL MEDYA KULLANIMLARI: TÜRKİYE TANITIM OFİSİ'NE YÖNELİK BİR ANALİZ

*Prof. Dr. Işıl AKTUĞLU<sup>1</sup>*

*Prof. Dr. Sinem YEYGEL ÇAKIR<sup>2</sup>*

1 Ege Üniversitesi, isil.karpat@ege.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2493-5866

2 Ege Üniversitesi, sinem.yeygel@ege.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3947-1275

## Giriş

Bir ülkenin kültürel değerlerinin temsili ve uluslararası alanda itibarının artırılması amacıyla gerçekleştirilen ülke markalaması, esasen ülke imajı ve algısını oluşturmaya dayanmaktadır. Bu kapsamda ülke markalaması, uluslararası rekabet avantajı sağlayabilmek amacıyla bir ülkenin ekonomik, kültürel, politik ve sosyal kazanımlarını artırmaya yönelik olarak yürütülen marka yönetimi süreçlerini içermektedir. Ülke markalaması son yıllarda stratejik bir güç olarak değerlendirilmekte, hem ülke kimliğinin ifade edilmesi hem de ülkenin marka değerini içermekte dolayısıyla ülke orijinli markaların uluslararası rekabet ortamında kabul edilmesi amacıyla bir plan dahilinde ele alınmaktadır. Özellikle güçlü ülke imajının bir ülkedeki yatırım kapasitesi, ihracat oranları, turizm hacmi, hatta o ülkeye beyin göçünü arttırmak gibi bir güç elde etmesini sağlaması dikkate alındığında, ülke markalamasının önemi daha fazla ortaya çıkmaktadır.

Ülkelerin markalanmasında temel bakış açısı, ülkeleri tıpkı bir ürün olarak ele alarak ülkelerin rekabet güçlerini ve pazardaki konumlarını stratejik olarak ortaya koymak, bu süreçte ülke kimliğini ve ülkeyi ayırt edici özelliklerini etkili bir iletişim stratejisiyle marka olarak tanıtmaktır. Günümüzde marka iletişimde dijital teknolojilerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda da ülke markalamasında dijital iletişim kanalları hedef kitleye ulaşmada sağladığı avantajlar nedeniyle sıklıkla kullanılmaktadır.

Bu çalışmada ülke markalaması kapsamında dijital medya kullanımına sıklıkla yer veren ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak Türkiye'nin iç ve dış turizm pazarında bir marka ve cazibe merkezi haline gelmesi amacıyla faaliyet gösteren Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı(TGA)'nın web sayfasındaki paylaşımlarında ülke markalamasının unsurlarını nasıl ele aldığı, hangi unsurları kullandığı örnek olarak sunulacaktır.

## Ülke Markalaması ve Önemi

Uluslararası rekabet ortamında ülke orijinli markaların ülke ekonomisine katkıları arttıkça ülkeler de tıpkı ürün ve hizmetler gibi marka yönetimi uygulamalarına ağırlık vermektedirler. Ülke imajının güçlendirilmesi sadece ekonomik getiri değil aynı zamanda vatandaşların gurur duygusunu da pekiştirmekte ve uluslararası pazarlarda hakimiyet konusunda önemli olmaktadır. Bu nedenle son yıllarda ülke orijinli markaların dünya pazarlarında rağbet görmesi nedeniyle merkezi yönetimler ülke markalamasına yönelik uygulamalara ayrı bir özen göstermektedirler. Günümüzde ülkeler de artık birer marka olarak değerlendirilmekte ve markalaşma yönünde çaba sarf etmektedirler. Elbette somut bir ürünün markalaştırılması ile daha karmaşık, daha geniş ve heterojen yapıya sahip olan ülkelerin mar-



kalaştırılmasında farklılıklar olacaktır. Ancak pazarlama disiplini içinde artan bir öneme sahip olan markalaşma çalışmaları, ticari bir kuruluş gibi temelde kar amaçlı olmasa da, aynı yöntem ve yaklaşımla ülkeler açısından da uygulanabilir durumdadır (Saran & Karpat, 2002, s. 46).

Bugün dünyanın birçok ülkesi, ülke markasının öneminin bilincine varmış, ülke markalaşma projelerini benimsemişler hatta bazıları markalarını tanıtmak için yasalar çıkarmış, özel-kamu ortaklıklarını koordine etmekle görevli özel kuruluşlar kurmuştur. Örneğin İsviçre, Pro Helvetia, Location Switzerland, OSEC Business Networks ve Swiss Tourism gibi farklı kuruluşlar arasında öncelikleri belirlemek ve koordine etmek amacıyla Presence Switzerland (İsviçre Varlığı) organizasyonunu kurmuştur(-Fetscherin, 2010).

Ülkelerin markalaşması nispeten yeni bir olgu olmasına karşın, ulusların hem iç hem de dış pazarlarında karşı karşıya kaldıkları küresel rekabet göz önüne alındığında sıklıkla karşımıza çıkan bir olgudur. Uluslar üç ana hedefi gerçekleştirme ihtiyacıyla ülkelerin markalaşmasını geliştirmek için daha bilinçli çabalar sarf etmektedir. Bunlar; turist çekmek ve turist gelirlerini arttırmak, yatırımları teşvik etmek ve ihracatı artırmaktır. Bunlara ek olarak nitelikli insan kaynağını ülkeye çekmek ve para istikrarını sağlamak da sayılabilir (Karabulut & Canpolat, 2022: 395).

Marka yönetimine ilişkin literatür incelendiğinde ülke markalamasının ulus markalaması olarak birbirinin yerine kullanıldığı görülmekle birlikte, ülke markalaşması kavramının; menşei ülke, destinasyon markalaması, ülke imajı ve ülke kimliği, ülke-ürün imajı gibi kavramlarla birlikte değerlendirildiği görülmektedir. Ülkelerin marka unsuru olarak değerlendirilmesi ve ülke markası terimi üzerinde çalışmaların ilk örneklerine ise alan yazımında kabul gördüğü şekliyle 90'lı yılların başlarında Simon Anholt'un çalışmalarında rastlanmaktadır. Uluslararası ilişkiler disiplininde günümüzdeki kullanım şekli ve uygulamalarda farklılıklar oluşsa da bu disiplinde kullanım pratiklerinin önünü açması bakımından Anholt'u öncü araştırmacılarından biri olarak tanımlamak mümkündür. Anholt, ülke markalaşmasının pazarlama ve markalaşmadan çok daha geniş kapsamlı olduğunu, uluslararası ilişkiler ve kamu diplomasisi gibi diğer disiplinleri de içerdiğini ifade etmektedir. Ona göre marka, ticaret dünyasında en az üç farklı anlama gelebilir: Birincisi, bir ürünün tasarlanmış kimliğine (ürünün görünümü, ambalajı, logosu, dış görünümü, iletişimleri) atıfta bulunabilir. İkincisi, bazen ürünün arkasındaki organizasyonun kültürüne atıfta bulunmak için daha iddialı bir şekilde kullanılır ve üçüncüsü ise hedef kitlenin zihninde ürünün veya şirketin itibarına atıfta bulunabilir. Dolayısıyla, markalaşmanın ilk anlamıyla bakılacak olursa, ülke markalaşması aslında ülkelerle ve onların kendilerini dünyanın geri kalanına sunma biçimleriyle ilgilidir. Anholt, ülke markalaşması konusunda ülkelerin, birçok devlet

kurumu aracılığıyla, dünya çapındaki çeşitli profesyonel kitlelerle sayısız ilişkiler içerisinde olduğunu ve tüm bu kurumların işlemlerini gerçekleştirirken iyi organize edilmiş, tutarlı, modern, kendine saygılı bir devlet izlenimi oluşturabilmek için iyi yönetilmiş bir sürecin gerekliliğini vurgulamaktadır. Profesyonel bir “görünüm ve his” aktaracak tek bir logo ile iyi tasarlanmış kartvizitler, kurumsal videolar, bilgi broşürleri, bildiriler, basın bültenleri, web siteleri gibi etkili olacak materyaller kullanılarak ülke hakkında daha iyi bir izlenim yaratılacağını ifade etmektedir (Anholt, *Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations*, 2011).

Ülkelerin birer marka olarak ele alınması ve profesyonel anlamda bir süreç dahilinde yönetilmesiyle, o ülkenin hedef kitlelerin nezdinde olumlu bir imaj yaratılmakta ve ülkeye katma değer sağlanmaktadır. Bu katma değer ülke orijinli markaların kabul görmesinden, turizm gelirlerinin artmasına kadar pek çok alanda etkisini hissettirmekte, ülke vatandaşlarının aidiyet ve ulusal gururunu yüceltmektedir. Özellikle günümüz diplomasinin yeterli olmadığı koşullarda ülke markalaması önemli bir güç unsuru olarak görülmektedir. Ülkelerin uluslararası rekabet alanında başarısı için artık bir gereklilik haline gelen ülke markalaması alanında aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere ülkelerin marka yönetim esasları kapsamında zaman zaman farklı bakış açıları ortaya konulmuştur.

**Tablo1.** *Ülkelere Marka Olarak Davranmanın Temel Konuları (Chernatony, 2008: 18)*

Yazar	Temalar
Aldersey-Williams	Bir ülkenin markalaşması veya yeniden markalanması tartışmalı ve oldukça politikleştirilmiş bir faaliyettir.
Wolff Olins	Markalar tarihsel olarak ürünler ve şirketlerle ilişkilendirilse de markalaşma teknikleri kitle iletişiminin her alanına uygulanabilir; Siyasi liderlerin, örneğin ilham vermek için, kendi partilerinin ve tercihen ülkenin marka yöneticileri olmaları gerekmektedir.
O'Shaughnessy and Jackson	Bir ülkenin imajı o kadar karmaşık ve değişkendir ki, marka imajı gibi bir terimin içerdiği netliği inkar eder. Bir ulusun kimliğinin farklı yönleri, uluslararası sahnede farklı zamanlarda, güncel siyasi olaylardan ve hatta en son film veya haber bültenlerinden etkilenecek odak noktasına gelir.
Gilmore	Ülke markasını oluştururken doğruluğun önemi; taraflı vatandaşlarda bulunmak yerine ulusal kültürün mevcut değerlerinin güçlendirilmesidir.

Mihailovich	Ülke markalaştırmasına yönelik basit yaklaşım, ters etki yaratabilir; Sürdürülebilir uzun vadeli istihdam ve refah gibi hedefler, her türlü kümelenme ve yakın ilişkilere dayalı ittifakın vurgulanmasıyla karşılanabilecek hedeflerdir.
Anholt	Markalaşmanın sözcük dağarcığı alaycı ve kibirli görünebilir; bu nedenle politikacıların bu tür terminolojiyi açıkça kullanmaktan bir dereceye kadar kaçınmaları gerekmektedir.

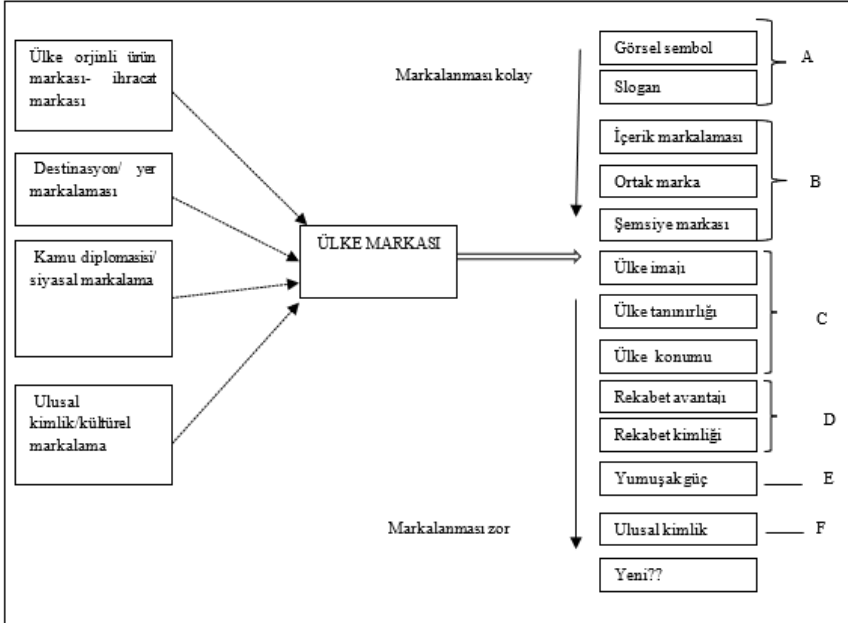
Anholt (2010), *“Ticareti ve yatırımları teşvik etmede ülkelerin açık, kısa ve öz politikalara sahip olması önemlidir. Güçlü ve olumlu bir marka imajı vatandaşlara ve şirketlere sürekli eşlik ettiğinden, ülke markaları önlerinde bir kartvizit gibi gider, kapıları açar, güven yaratır, saygı yaratır ve kalite, yeterlilik ve dürüstlük beklentisini yükseltir”* diyerek ülke markalamasının önemini belirtmektedir. Ülke markalaması, aslında bir ülkenin politik etkilerini güçlendirerek, ekonomik ve kültürel anlamda geliştirmeye odaklanmış ülke imajına yönelik çabaların bütüncül bir perspektifle ele alınması olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda “ülke markası, ulusun kültürel temelleri üzerinden farklılaşarak tüm hedef kitleler için uygunluk sağlayan unsurların benzersiz, çok boyutlu bir karışımı olarak tanımlanmaktadır (Chernatony, 2008) Buradan hareketle ve tablodaki görüşleri değerlendirildiğinde, ülke markalamasının özünü, ülkenin günlük siyaset söylemlerinden uzak tutularak uzun vadeli, sürdürülebilir stratejiler eşliğinde ulusal kültür ve değerleri kapsayan bir yapı dahilinde ele alınması gerektiğini söylemek mümkündür. Buna ilişkin olarak Fan ise, ülke markalamasını *“uluslararası hedef kitle düzeyinde, bir ülkenin ve bir ulusun imajının yaratılabileceği veya değiştirilebileceği, izlenebileceği, değerlendirilebileceği ve proaktif olarak yönetilebileceği bir süreç”* olarak tanımlamaktadır. Fan’ın geliştirdiği bu yeni tanım, ülke imaj yönetiminin kullanımı sadece bir terim olarak algılanmadığını, aynı zamanda birkaç faydası daha olduğunu belirtmektedir. Böylece ülke markalaması konusunda sadece neyin ‘markalanabileceği’ ve neyin markalanamayacağı konusundaki kafa karışıklığını açıklığa kavuşturmanın yanı sıra markalaşmanın kullanımı konusundaki kamuoyu şüphesinin üstesinden gelmeye de yardımcı olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre bu yeni tanım, ülke imaj yönetimi kavramını ve ülke markalamadaki temel amacını daha doğru bir şekilde tanımlanmaktadır (Fan, 2010: 101).

Ülke markalaması; tüketici temelli marka değerini, ürün tercihlerini, kurumsal marka mimarisini ve paydaş katılımını kapsayan çok

yönlü bir süreçtir. Bu kapsamda ülke markalamasının temel amaçları arasında ön plana çıkan temel konular şunlardır:

1. Ülkenin rekabet gücünü arttırmak, ülke orijinli markaların uluslararası pazarlarda yer almasını sağlayarak ekonomik anlamda güçlenmesine destek olmak.
2. Ulusal kimliği güçlendirerek veya yeniden biçimlendirerek ülke imajı ve itibarını geliştirmek, vatandaşın aidiyet hislerini, ülkeye güveni ve vatandaşlık gurunu pekiştirmek.
3. Ülkenin yurt içi /yurtdışı siyasi ve ekonomik çıkarlarını desteklemek, ülkede üretilen ürünlerin tercihini arttırmak, ülke imajı-ürün özellikleri ile bütünleşmesini sağlamak, uluslararası sorunların çözümünde liderlik rolünü üstlenmek, diplomaside daha etkin olabilmek.
4. Kültürel, sanatsal, sportif faaliyetlerde etkinliklerle ülke imajını desteklemek, ülkenin turizm faaliyetlerine destek olmak, ülkenin farkındalık ve tanınırlığını arttırmak.

Bir ülkenin imajı, tüketici algıları ve marka değeri arasındaki etkileşimi anlamak etkili ülke markalama stratejileri için çok önemlidir. Bu kapsamda destinasyon markalaması, ülke markalaması, siyasal markalama gibi farklı unsurlar temelinde bir ülke markasının temel bileşenlerini ortaya koymak ve bu bileşenlerin arasında uyum ve denge yaratmak önemlidir. Şekil 1.'de ülke markalaşmasının kökenlerini özetlenmektedir.

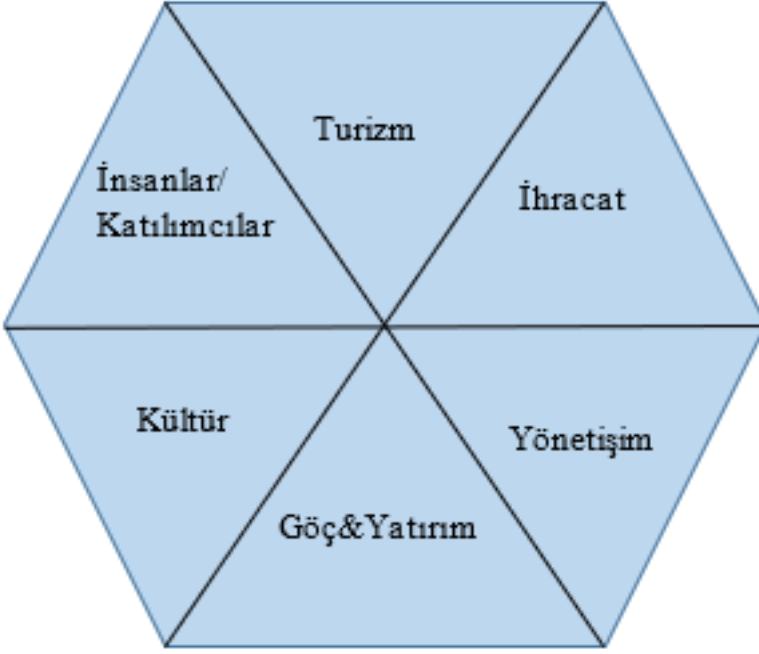


Şekil 1. Ülke Markalaşması Kavramı: Kökenler ve Yorumlar (Fan, 2010: 99)

Şekil.1’de görüldüğü gibi ülke markalaması ülke orijinli ürünler, destinasyon, kamu diplomasisi ve ulusal kimlik eksenlerinde farklı açılardan ele alınmaktadır. Bu bağlamda ülke markalamasını farklı düzeylerde değerlendirmek mümkündür. Buna göre “A” düzeyinde ülke markası sadece görsel bir sembol veya slogan olarak ele alınmaktadır. Bu nedenle kolayca markalanabilir ve iletilebilir. “B” düzeyinde ise bir ülke markası, örneğin turizm veya ihracat gibi birçok sektör markasını destekleyen bir şemsiye marka olarak kabul edilmekte hatta aynı zamanda bir içerik markası veya ortak marka olarak da ele alınabilmektedir. Ülke vatandaşları hatta ülke ziyaretçileriyle etkileşimi artırıcı yönde, etkili ve düzenli içerik paylaşımıyla ülke imajının geliştirilmesine destek olmaktadır. Markaların ortak bir amaç doğrultusunda işbirliği yapması olarak da tanımlanan ortak marka kavramı, ülke markalaması açısından özellikle ikili işbirliklerinin geliştirilmesine ve böylelikle daha fazla erişim ve ülke markası konusunun güçlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Bir sonraki “C” düzeyinde ise bir ülke markası, kurumsal markalamanın rolüne oldukça benzer bir rol olan ülkenin imajı, itibarı ve konumuyla ilgilidir. “D” düzeyinde ülke markalaşması, bir ülkenin rekabet gücünü oluşturmayı ve sürdürmeyi amaçlamaktadır. “E” Düzeyinde ülke markalaması, bir ülkenin kurumları, kültürü, politikası aracılığıyla oluşan yumuşak gücünün geliştirilmesinde ve sürdürülmesinde önemli bir araç olarak kullanılabilir. Başarılı ülke markalama kampanyaları, uluslararası izleyiciler arasında daha olumlu bir imaj yaratılmasına yardımcı olacak ve böylece bir ülkenin itibarını daha da güçlendirecektir. “F” Düzeyinde ülke markalaşması ulusal kimlikle yakından bağlantılı olup, ülkenin ulusal değerleri, kimliği ve kültürel özüne dayanmaktadır. Bu bağlamda tıpkı kurum kimliği tanımlamalarında olduğu gibi ülke kimliğini, bir ülkenin vatandaşlarını başka bir ülkeden ayıran özelliklerin toplamı olarak da değerlendirmek mümkündür. Dolayısıyla ülke markalaşmasının özünde ülke kimliğini oluşturan unsurlar oldukça önemlidir.

Ülke markalaşması, uluslararası alanda kendini tanıtmak ve böylece daha iyi bir itibar kazanmak amacıyla yapılan çalışmaların bir bütün olarak ele alınmasıdır. Ülke itibarına verilen önemin her geçen gün daha da artmasına bağlı olarak ülke markalaması konusunda da itibar ölçümleri konusundaki çalışmalar dikkat çekmektedir. Bu kapsamda ülke markalaması konusunda aşağıdaki Şekil.2’de görüldüğü gibi Anholt tarafından geliştirilen Ülke Marka Ölçeği (Nation Branding Index-NBI), hükümetlerin, kuruluşların ve işletmelerin güçlü bir ulusal imaj ve itibarı ölçmelerini sağlayan altı boyuttan oluşmaktadır.

Şekil 2. Anholt Ülke Markası Altıgeni(<https://www.ipsos.com>)



Anholt'un ülke markası endeksini oluşturan unsurlar kısaca şu şekilde açıklanabilir(Anholt, 2023):

- **İhracat**; “Menşe Ülke Etkisi” olarak da bilinir, bir ürünün nerede üretildiğini bilmenin, o ürünün satın alınma olasılığını artırıp artırmadığını, bir ülkenin bilimde belirli bir güce sahip olup olmadığını ve teknolojinin ulusal ve küresel arayışlarda yenilikçi olarak değerlendirilip değerlendirilmediğini inceler.
- **Yönetişim**; hükümetin algılanan yetkinliğini ve dürüstlüğünü, vatandaşlara muamelesini ve onların haklarına saygısını, ayrıca uluslararası barış ve güvenlik, çevrenin korunması ve dünyadaki yoksulluğun azaltılması alanlarındaki küresel davranışı içermektedir.
- **Kültür**; Kültürel yönler, bir ülkenin mirasına ve müzikten, filmlerden, sanattan ve edebiyattan elde edilen çağdaş kültürel “varlıklarına” ilişkin algıların yanı sıra sporda algılanan mükemmelliğe ilişkin algıların bir araya getirilmesiyle ölçülür.
- **İnsanlar/Katılımcılar**; Bir ulusun dostluğuna ilişkin genel değerlendirme kriteri olarak, katılımcıların bir ülkeyi ziyaret ederken kendilerinin hoş karşılanıp karşılanmadıkları ölçülür. Ayrıca, kişisel düzeyde insanların çekiciliğini başka bir ifadeyle katılımcıların

o ülkeden yakın bir arkadaşına sahip olmak isteyip istemeyecekleri ile profesyonel düzeyde insan kaynağı potansiyeli (katılımcıların o ülkeden nitelikli kişiyi işe almaya ne kadar istekli olacakları) ölçülmektedir.

- **Turizm;** Katılımcılar, doğal güzellik, tarihi binalar ve anıtlar ile kentsel yaşam ve turistik mekanların canlılığı olmak üzere bir ülkenin turizm çekiciliğini üç ana alanda değerlendirmektedir. Kısa-cası bir ülkenin turizm potansiyeli (katılımcının bir ülkeyi ziyaret etme olasılığı) derecelendirilmektedir.
- **Göç & Yatırım;** Bir ülkenin yetenek ve sermaye çekme gücü yalnızca insanların o ülkede okumayı, çalışmayı veya yaşamayı düşünüp düşünmeyeceğiyle değil, aynı zamanda ülkenin ekonomik refah, eşitlik fırsatı olup olmadığı ve sonuçta yüksek yaşam kalitesine sahip bir yer olarak algılanıp algılanmadığı hakkındaki algılarla ölçülmektedir.

### Ülke Markalaması ve İtibar Yönetimi

Markalama çalışmalarında, markanın inşasında birçok farklı değişkenin birlikte ele alınması ve bu değişkenlerin kendi aralarında tutarlı bir bütünlük içinde entegre edilerek sürecin yönetilmesi önem taşımaktadır. Bu noktada gerek kurumsal markalama gerekse ülke markalamasına yönelik kurumsal pazarlama yönetimi sürecinde ülke markasının ya da kurumsal markanın hedef kitleler ve paydaşlar gözünde tutarlı bir şekilde algılanmasını sağlamak için çalışılmaktadır. Bu uzun ve zorlu kurumsal pazarlama yönetimi yolculuğunda ulaşılmaya hedeflenen nihai nokta, marka itibarının hedef kitleler zihninde güçlü bir şekilde oluşmasını ve yerleşmesini sağlamaktır.

Ülke ya da yer adları ve marka adları ortak bir amacı paylaşır. Tıpkı markaların yaptığı gibi ülke adları da duyguları uyandırır, bilişleri ortaya çıkarır ve davranışları etkiler. Ülke markalaması sürecinde, kurumsal pazarlamada kurumsal marka için oluşturulmaya çalışılanlara benzer olarak, en gerçekçi, en rekabetçi ve en ilgi çekici stratejik vizyonu belirleme ve bu vizyonun ülke ile dünya arasındaki her türlü iletişim eylemiyle desteklenmesini, güçlendirilmesini ve zenginleştirilmesini sağlama çabaları söz konusudur. Dolayısıyla fiziksel ürünler, mallar ve hizmetler için fiyat, marka adı, ambalaj ve satış kimliğinin temsil ettiği gibi, ürün veya hizmet değerlendirmelerine yönelik dışsal bir ipucunu temsil eden marka kimliğine benzer olarak bir ülke markası da hedef kitlenin o ülkenin adını duyduğunda bir kurum markasını duyduğunda yaşadığı bilişsel ve duygusal sürecin işlenmesine neden olur. O ülkeye ait resimler (tarihi, turistik yerler, ülkeyi kişinin zihninde temsil eden bir görüntü vb.), ülkeyi

temsil eden bir tanımlama ve duygu durumu yaratarak, kurumsal markada da tanımladığımız gibi tutum oluşum sürecinde kişinin bir yol olmasını sağlamakta, dolayısıyla ülke markalama süreci ve itibar yönetimi stratejik olarak yönetilmesi gereken bir alanı oluşturmaktadır (Gertner, Berger, Gertner, 2007:107). Bu noktada ülke markasına yönelik itibar yönetimi süreci ile kurumsal markayı inşa eden kurumsal pazarlama ve kurumsal itibar yönetimi süreçleri, kapsam ve stratejik süreç olarak benzerlikler göstermektedir. Günümüz küresel dünya düzeninde bir ülkenin güçlü bir aktör olarak rol alabilmesi ve politik, kültürel, ekonomik arenada ülkesine kazanç sağlayabilmesi güçlü bir ülke itibarına sahip olması ve bu bağlamda fark edilirliliğinin güçlü olması ile ilişkilidir. Bu durum klasik anlamda pazarlamada ürün/hizmet/kurum markaları için de dile getirilen anlayış ve markaların bu amaçla pazarlama enstrümanlarını stratejik olarak kullanma pratikleri ile benzerlik göstermektedir. Ülke markalamasında da temel hedef, paydaşlar nezdinde itibarı yüksek bir ülke markası yaratabilmektir. Bu açıdan bakıldığında kurumsal itibar ve kurumsal itibar yönetimi kavramları üzerinde durmak yerinde olacaktır.

Kurumsal itibara yönelik literatür incelendiğinde, genel olarak kabul görmüş tek bir tanım olmadığı, çok sayıda benzersiz tanım ve tanımlar arasında geniş anlam farklılıkları bulunduğu görülmektedir. Kavramsal olarak kurumsal itibara yönelik kaynaklar arasında farklılıklar olmasına rağmen, temelde belli ana kavramlar etrafında kümelenmiş benzer tanımların da olduğu belirtilmektedir. Kurumsal itibara yönelik benzer tanımların toplandığı ana kavramlar; *farkındalık durumu olarak itibar*, *bir değerlendirme olarak itibar* ve *bir varlık olarak itibardır*. Söz konusu bu ana kavramlar ve bu kavramlar çerçevesinde ortak kurumsal itibar tanımlarına yönelik içerikler aşağıdaki gibi özetlenebilir (Barnett vd., 2006:32-33):

- ***Farkındalık (Awareness)***: İlk kavram kümesi, yani farkındalık olarak itibar, gözlemcilerin veya paydaşların bir işletme hakkında genel bir farkındalığa sahip olduğunu, ancak bunun hakkında yargılarda bulunmadıklarını belirten bir terime veya kullanılan dile atıfta bulunan tanımları kapsar. Bu kümede kurumsal itibarı tanımlamak için en sık kullanılan terim algılardır. Bu kümelenme içinde kurumsal itibar; algılar, gizli algılar, net algılar, küresel algılar, algısal temsiller ve kolektif temsillerin bir toplamı olarak tanımlanmaktadır. Bu kümeye ayrıca bilgi veya duyguların temsili olarak kurumsal itibara yapılan atıflar da dâhildir ve bunlar markaya olan farkındalığı gösterir.
- ***Değerlendirme (Assessment)***: İkinci ana kavram kümesi, değerlendirme olarak itibardır. Gözlemcilerin veya paydaşların bir markanın durumunun değerlendirilmesine dâhil olduğunu gösteren bir terime veya kullanılan dile atıfta bulunan tanımları



içerir. Bunlar, bir muhakeme, tahmin, değerlendirme veya ölçü olarak kurumsal itibarla ilgili referansları kapsamaktadır. Bu dört terim anlam olarak eşanlamlıdır. Bu küme aynı zamanda saygınlığa, markanın hangi alanda tutulduğuna ve ne kadar çekici olduğuna dair referansları da içermektedir. Görüş ve inanç terimleri de bu kümeye uyar, çünkü bunların tanımları doğası gereği yargılayıcıdır.

- **Varlık:** Varlık olarak adlandırdığımız üçüncü kavram kümesi, itibara marka için değer ve önem taşıyan bir şey olarak atıfta bulunan tanımları içerir. Bu grup, bir kaynak veya maddi olmayan, finansal veya ekonomik bir varlık olarak terime yapılan atıfları kapsamaktadır. İtibarı farkındalık veya değerlendirme olarak çerçeveye alan tanımlar, bir markanın itibarının gerçek bir değere sahip olduğu fikrini kapsamaz. Bu kavram kümesi içindeki tanımlar, itibarın kendisini tanımlamaktan çok, itibarın sonuçlarına yönelik olan algılamaları içermektedir.

Aaker'in değerler sistemi üzerinden tanımladığı kurumsal marka ve itibar kavramları ve yukarıda açıklanan farkındalık, değerlendirme ve varlık temel kavramları üzerinden açıklanan itibar kavramı, ülke marka itibarının tanımlanmasında da ele alınan temel eksenleri oluşturmaktadır. Bir ülkenin fiziksel olarak sahip olduğu kültürel, turistik, ekonomik varlıklar somut ve soyut bir takım değer tanımlamaları ve değerlendirme ölçütleri ortaya koymaktadır. Bu söz konusu varlıklar o ülkeyi temsil eden karakteristik değerleri de içermektedir. Söz konusu bu varlıklar paydaşlar zihninde bir ülkeye yönelik farkındalığın oluşması ve ülke markasının inşa edilmesini de beraberinde getirmektedir. Ülkeye ait somut ve soyut varlıklar ve bunlardan hareketle oluşan farkındalık ve değerlendirme süreçleri ülke markasına yönelik itibarın tanımlanmasında da etkili olmaktadır.

Ülke marka iletişim çalışmaları, ülkeye has özellikleri taşımaktadır. Ülke markalama hedeflerine ulaşmanın temeli, çeşitli iç ve dış paydaş grupları arasında iletişim yoluyla güven oluşturmaktır. Ayrıca ülke markası, ürün veya kurumsal markalara göre daha büyük ölçüde inanılabilirlik ve dolayısıyla güvenilirlik değerlerinin varlığı ile ilişkilidir. Bir ülke markasının temsilcilerinden herhangi biri (iş dünyası, devlet kurumları, kar amacı gütmeyen kuruluşlar vb.) aracılığıyla gerçekleştirdiği her iletişim, güvenilir marka değerini karşılamalıdır. Çünkü marka yalan vaatlere izin veremez, zira güvenilirlikteki böylesi bir zafiyet hali çok geniş bir perspektifte tanımlanan iç ve dış paydaşlar açısından tüm ülke marka değerine yönelik sunumlara zarar verecektir. Aynı nedenden ötürü, marka fikrinin ülke markalaşmasına aktarılmasının iletişim araçları, kanalları ve yöntemleri açısından da sınırları vardır. Buna göre ülke markasının yansıtıldığı iletişim kanal ve içerikleri çağdaş ve aynı zamanda vatansever olmalı, ülkenin

gelenek ve politikalarını yansıtmalı, sürekli olarak olumlu bir ülke imajı oluşturmalı, iç ve dış paydaşlar nezdinde güveni sağlamalıdır (Kusraeva, 2023:254-255).

### Ülke Markalamasında Online İtibar Yönetimi Kavramı

Dijitalleşme ülke markalaşmasını önemli ölçüde etkileyen ve bir ülkenin konumlandırılmasında bir tema ya da alan olarak görülen bir kavramdır. Bu noktada ülke markalaması sürecinde dijital ülke kavramı, ülke konumlandırılmasında karşımıza çıkan bir alan olarak görülmektedir. Dijitalleşmenin ülke markalamasında bu derece bir önem kazanmasında, dijital ortamlardan etkileşim kurulan kişi ve ülke sayısının yani ülke markalaması sürecinde dijital ortamlardan ilişki içinde olunan paydaş sayısının artması ve ülke markalamasında kullanılan iletişim araçlarının dijitalleşmesi etkili olmaktadır. Dijital iletişim araçları, hedef kitleyle etkileşimin etkinliğini hızlı bir şekilde izleme, analiz etme, kontrol etme, isteklerini ve memnuniyet düzeyini değerlendirme olanağı sağlar (Kusraeva, 2023:250).

Dijital çağda küresel bir marka adı, küresel bir destinasyon ya da ülke markası oluşturmanın ayrılmaz bir bileşeni, dünyanın her yerindeki hedef kitleler ile iletişim kurmak için dijital ortamlarda varlık göstermek ile mümkün olmaktadır (Gertner vd., 2007:108). *Çünkü dijitalleşen ve bilgi temelli bir yapıda yaşayan günümüz bireyi, karar aşamalarında ihtiyaç duyduğu bilgiyi aramak için genellikle dijital ortamlara yönelmektedir.* Bu açıdan bakıldığında ülke markalamasında sanal varlık alanları ve deneyim alanları yaratılması ülke markalamasında itibar yönetim sürecinde de önemli bir stratejik karar noktasını oluşturmaktadır.

Dijital süreçte bilgi iletişim teknolojileri bilgiye çok daha geniş bir perspektiften ihtiyaca göre sınıflandırılmış bir şekilde bakabilmeyi sağlamaktadır. Büyük verinin anlamlı bir bütün halinde sınıflandırılarak kullanıma açık olması, kurumsal pazarlama açısından kurum kimliğinin özellikle kurumsal davranış süreçlerinde bilgi edinme, bilgiyi paylaşma, geniş hedef kitle grupları ile ilişkileri yönetme gibi konularda etkili sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada, kurumsal pazarlama bakış açısından herhangi bir markayla etkileşime girmiş birey ya da bireylerin marka ile yaşadıkları deneyim değerlendirilerek, hedef kitle davranışlarının analiz edilmesi, onlara daha iyi hizmet sunulabilmesi mümkün hale gelmektedir. Kurumsal pazarlama sürecinde dijital ortamlar kurumsal markaya yönelik olumlu bir kurumsal imaj ve kurumsal itibar yaratma yönünde önemli katkılar sunmaktadır (Elden, Yeygel Çakır, 2021:339). Bu noktada ülke markalamasında bir marka yaratma ve itibar oluşturma sürecinde dijital ortamlarda oluşturulan deneyim alanları, ülke markası ve etkileşim içinde olan paydaş gruplarının bir araya geldikleri, bilgi paylaşımları yaptıkları alanlardır. Bir ülkenin itibar yönetim sürecinde çok geniş bir hedef kitleye, çok farklı

içeriklerle, hedefli bir iletişim ile ulaşılmasında fırsatlar sunan dijital ortamların, ülke markalaması sürecinde de katkıları yadsınamaz bir boyuttadır. Söz konusu dijital kanallar üzerinden yürütülen iletişim çalışmaları ile online itibar yönetimi çalışmalarının hedef kitleler ile buluşturulması ve paydaşlar nezdinde ülke markalamasında güçlü bir itibar algısının yaratılması yönünde çalışmalar yapılması söz konusudur.

“Online itibar yönetimi; bir kişi, kurum ya da marka adına yapılan olumlu veya olumsuz yorumların ve bilgilerin; arama motorları, sosyal medya, haber siteleri, bloglar, forumlar, şikâyet siteleri gibi mecralar üzerinden kontrolü sağlanarak yapılmaktadır. Ancak dijital iletişim aynı zamanda birtakım riskleri de beraberinde getirmektedir. İnternetin iki yönlü iletişim sağlama özelliği olan interaktivite, çok iyi kullanılmadığı takdirde kurumsal itibar kaybına neden olabilmektedir. Takipçiler zaman ve mekândan bağımsız olarak kurumca paylaşılan bilgilere çok çabuk ulaşılabilen ve dakikalar içinde yüzlerce yorum yapabilmektedirler. Sosyal medyada kimliği belirtmeden rumuzlarla paylaşılan söylenti ve suçlamalar çok çabuk yayılabilmekte, kimi zaman bu suçlamalara hukuki işlem yapılamamakta, suçlamalar kalıcı olabilmekte ve arandığında kolayca bulunabilmektedir” (Büyükoğan, 2020:383). Bu noktada ülke markasının itibar yönetiminde dijital kanalları kullanmanın risklerini de dikkate almak önemlidir. Güvenlik riskleri ve uygulama sırasındaki olası hatalar, ülke markalaması için hayati önem taşıyan güven kaybına neden olabilir (Kusraeva, 2023:250). Dijitalleşmenin ülke markalamasında doğru kullanılabilmesi bu sürecin söz konusu ülke açısından doğru anlaşılacak, dijital ortamlarda kullanım pratiklerinin geliştirilmesiyle de ilişkili bir durum ortaya koymaktadır. Ülke markalamasında doğru hedef kitleye doğru dijital ortamdan etkili ve hedefli bir içerikle ulaşıırken, öncelikle ortamın özellikleri ve hedef kitlenin bu ortamı kullanma pratikleri iyi analiz edilerek, markalama ve itibar yönetimi sürecinde hedeflenen amaçları en etkin karşılayacak dijital kanal ve sanal deneyim pratiği üzerinden stratejiler geliştirilmelidir. Bu süreçte dijital ortamlarda her türlü bilginin hızlıca üretilip yayılabilmesi durumu da göz önüne alınarak, ülke markası adına kriz yaratabilecek olumsuz içerik paylaşımlarına karşı dijital ortamlar dikkatlice takip edilmeli ve gerekli içerik paylaşımları yapılarak ülke marka itibarı korunmalıdır.

Online kurumsal itibar; geleneksel itibarla aynı kriterler kullanılarak değerlendirilebilirken, etkileşim ve güven, veri kaynaklarının güvenilirliği ve ayrıca çevrim içi özel nitelikler olarak işlemlerin güvenliği ve gizliliğini vurgulayan bileşenler bağlamında da değerlendirilebilmektedir. Bu kapsamda paydaşlar, online kurumsal itibara yönelik değerlendirmelerini bir şirketin web sitesine ve sosyal medya içeriklerine dayandırarak yapabilmektedirler. Dolayısıyla, online kurumsal itibar yalnızca bir şirketin yaptığı veya söylediği şeyle değil, sosyal medya kullanıcılarının markalar

hakkındaki fikirlerini dile getirmesiyle tanımlanır. Online kurumsal itibarın bu geniş kapsamlı ve takip edilmesi zor değerlendirme kriterleri, şirketlere kurumsal itibar etrafındaki paydaşların paylaşımlarını yönetmede bazı zorluklar yaratabilmektedir. Öte yandan internet, şirketlere paydaşları dinlemek ve çevrim içi tartışmaları izlemek için yeni bir yol da sunmaktadır. Bir şirket, çevrimiçi sohbetlere katılarak itibarının gelişimini etkileyebilir (Rantanen vd., 2020:47). Ülke marka itibarının korunması amacıyla bazı ülkeler bunu aynı zamanda ulusal gurur olarak değerlendirdikleri için dijital ortamlarda koruma odaklı uygulamalar gerçekleştirmektedirler. Ulusal ajanslar olarak da tanımlanan bu özel yapılar çevrimiçi ortamdaki paylaşımlar ve içerikleri kontrol ederek ülke itibarına yönelik olumsuzlukları bertaraf etme yönünde önlemler almaktadırlar.

Ülke itibarını güçlendirmek için geçmiş dönemlerde özellikle geleneksel iletişim kanallarına ek olarak kültürel ve bilimsel etkinlikler, lobcılık, dış ilişkilerde etkinlik ve diplomasi, ekonomik forumlar ve basınla ilişkiler gibi etkinlikler sıklıkla kullanılmaktaydı. Ancak dijitalleşmeyle birlikte ülke itibarına yönelik dijital kanalların önemi daha fazla hissedilir hale gelmiştir. Dijital ortamda kurumsal itibarı etkileyen ve online kurumsal itibarda belirleyici olan faktörleri, ülke markalaması sürecinde online itibar yönetimi bağlamında da ele almak mümkündür. Bu kapsamda söz konusu faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Bilbil & Güler, 2017:382-383):

- **Arama Motoru Optimizasyonu (SEO):** Bu teknik ile kurum web sayfası arama motorlarında anahtar kelimelerle eşleşerek ilk sıralarda çıkmakta, bu da kurum web sayfasının trafiğini arttırmaktadır. Kurumun arama motorlarında görünürlüğünün düşük maliyetle artırmasının yanı sıra, kurumlara web sayfasını ziyaret eden kişilerle ilgili veri toplama imkanı sağlamaktadır. Kurum web sitesinin arama motoru optimizasyonun yüksek olması, dijital ortamda kullanıcının kurumla istediği anda etkileşim kurmasını, kuruma ulaşmasını kolaylaştıracağı için kurumsal itibar üzerinde de olumlu yönde etkisi yüksektir.
- *İnternet Ortamında İletişim Kanalları:* Kurumlar internet ortamında farklı iletişim kanallarını kullanmak durumundadır. Gerek kendi kanalları, gerekse paydaşlarının ya da diğer kişi/kurumların kanallarında kurumla ilgili bilgiler yer almaktadır. Kurumlar bu kanalları takip ederek itibarını olumsuz etkileyecek durumları ortadan kaldırmakta, paydaşlarıyla iletişim kurabilmekte ve kanalları takip eden kişilerle ilgili bilgi sahibi olmakta ve bu bilgilere göre strateji geliştirmektedirler. Bu kanallar; kurumun web sitesi, diğer kurumların web siteleri, sanal basın bültenleri, intranet ve ektranet ağları ve sosyal medya olarak açıklanabilir. Kurumlar

tüm bu kanallara eşit derecede dikkat etmeli ve profesyonelce yönetmelidirler. Özellikle sosyal medya araçları kurumların en çok etkileşim kurduğu araçlar olduğundan, bir plan dâhilinde yönetilmesi ve aksiyonda bulunulması önem taşımaktadır

Çevrim içi (online) ve çevrim dışı (offline) kurumsal itibar yönetimini bir arada değerlendiren yaklaşımların yanı sıra bütünsel bir yönetim anlayışı kapsamında ele almayan yaklaşımlar da bulunmaktadır. Online kurumsal itibar yönetimini ayrı bir süreç olarak ele alan yaklaşımda süreç; *izleme, ölçme ve katılımdan (uygulama)* oluşan üç aşamada tanımlanmaktadır. Bu yaklaşımda, online kurumsal itibar yönetimi süreci işletmelerin ilk önce online platformları takip etmesi ile başlamaktadır. İkinci aşamada söz konusu online platformlar izlenmeli ve mevcut durum analiz edilmelidir. Son aşamada ise online platformlarda kurumsal marka hesapları oluşturularak, yorumlara, konuşmalara, sohbetlere katılmalı ve ölçümleme yapılarak değerlendirme ve kontrol gerçekleştirilmelidir. Çevrim içi (online) ve çevrim dışı (offline) süreçte bütünsel kurumsal itibar yönetimi yaklaşımına göre ise, kurumsal itibarın yönetilmesinde online ve offline alanlardaki itibar yönetim süreçlerinin birlikte ele alınması üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda bütünsel kurumsal itibar yönetimi süreçleri; *kurumsal itibar sorunlarının tanımlanması, tanımlanan kurumsal itibar sorunlarının analizi, analiz edilen kurumsal itibar sorunlarına tepki verme, kurumsal itibar yönetim sürecinin kontrolü (denetlenmesi)* biçiminde sıralanabilmektedir (Koçyiğit, 2017:321-324).

Ülke markasının gücü, ülke itibarı ve ülke marka değeri ile orantılı olarak artmaktadır. Bu bağlamda tıpkı kurumsal itibar yönetimi gibi ülkelerin de itibar yönetimi çalışmaları özellikle de çevrimiçi ortamlarda itibar yönetimi uygulamaları belirli bir plan dahilinde ele alınmaktadır. Süreç ilk olarak ülke itibarına yönelik sorunun tespiti ve durumun analiz edilmesi ile başlamaktadır. Bu noktada ülke itibarına olumsuz etki edecek olası kriz etmenlerinin tanımlanmasına çalışılmaktadır. Bu etmenler analiz edilerek itibar yönetim sürecinde stratejilerin belirlenmesine yol gösterecek verilere ulaşılması amaçlanmaktadır. Bu süreçte dijital ortamlar ve bu ortamlarda akan veriler ülke itibarının analizinin yapılarak, ülkenin paydaşlar nezdinde sahip olduğu olumlu/olumsuz itibar algısının tanımlanmasını ve ülke itibar sorunun belirlenmesini sağlayacaktır.

Ülke itibar planlaması aşamasında önemli hususlardan bir diğeri de analiz sonucuna bağlı olarak geliştirilen stratejinin ne şekilde ele alınacağı ve ülkenin itibar odaklı stratejik tepkisinin ana hatlarını ortaya koymaktır. Bu aşamada ülkenin paydaşları ile ülkenin tüm değer unsurlarını ortak bir paydada toplayabilecek ülke iletişim unsurları belirlenmektedir. Ülke itibarının stratejik eylemleri arasında ülke marka değeri belirleyicilerinin net olarak tanımlanması, iletişim yöntem ve tekniklerinin belirlen-

mesi, ülkenin kültürel, bilimsel, ekonomik ve siyasi tüm aktörleri ile koordineli olarak çalışması yer almaktadır. Ülke itibarı çalışmalarında planlama kadar bu süreçte yapılan uygulamalarda karşılaşılan zorluklar, plan sürecindeki sapmalar, uygulamaların performansını etkileyen tüm unsurlar değerlendirilerek bir sonraki eylem planına hazırlıklı olmak amaçlanmaktadır.

Ülke itibarının yönetiminde dijital uygulamalarda süreç, dijital ortamın yapısına bağlı olarak şekillenmektedir. Dijital ortamların eş zamanlı ve karşılıklı iletişime imkan veren yapısı, kullanıcının içerik üretebiliyor olması ve bilginin hızlı yayılımına imkan veren doğası bu ortamlardaki iletişim sürecinin etkinliğini artırırken, aynı zamanda takip ve değerlendirmeyi kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte dijital ortamlarda hızlı akan iletişim ve herkesin içerik paylaşabiliyor olma durumu, olumsuz sözlü pazarlama süreçlerinin ortaya çıkmasına neden olabilmekte ve kriz durumları yaratabilmektedir. Bu nedenle ülke itibarının yönetim sürecinde dijital ortamların takibinin iyi yapılması ve gerekli durumlarda müdahalelerin sağlanması önemlidir.

### **Ülke Markalaması ve Online İtibar Yönetiminde Dijital Kanallar**

Ülke markalaması özünde bir propaganda değildir. Kurumsal pazarlamanın temel mantığında marka için söylenen markaya özgü temel değerler yaratmada olduğu gibi, ulusun önceliklerini iletmenin yaratıcı yollarının arandığı bir süreç olarak düşünülmelidir. Bununla birlikte ülke markalaması, kurumsal ve ürün markalamasından farklıdır, dolayısıyla iç ve dış paydaşlar arasında güven inşa etmeye ilişkin diğer hedeflerin peşinden gider ve ülkenin sahip olduğu lokomotif nitelikteki sanayisini veya sektörünü teşvik eder; dolayısıyla ülke markalamasının uygulanması, ülkenin faaliyetlerinin çeşitli alanlarının temsilcilerini de içermektedir. Bu bağlamda ülke markalamasında dijital iletişim araçlarının kullanımı yalnızca ülke markasının gelişimini teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda dijital ortamlar doğaları gereği ülke markalamasının ihtiyaçlarına göre yeni ve spesifik uygulamaların belirlenmesine de katkıda bulunabilmektedir. Dijital iletişim araçları yalnızca belirli hedef kitlelere kişiselleştirilmiş erişim sağlamayı içermez, aynı zamanda iletişimi yönetebilir ve etkinliğini ölçebilir (Kusraeva, 2023:263).

Ekonomik, kültürel ve teknolojik ortamlardaki değişiklikler, tüketicilerin zamandan ve paradan tasarruf etme arayışlarında internet ve e-ticaret kullanımını artırmalarına yol açmıştır. Bu nedenle, markalar dijital ortamlarda internet siteleri ya da sosyal medya hesapları gibi kanallar üzerinden çevrimiçi varlık gösterme çabası içine girmişlerdir. Benzer şekilde, kendisini turistler, yatırımcılar ve bölge sakinleri de dahil olmak üzere farklı hedeflere çevrimiçi olarak tanıtmak isteyen bir ülke için de başka hiçbir

marka adının ülkenin kendi adından daha ayırt edici, hatırlanması kolay, taklit edilemez bulunamayacağı iddia edilebilir. Bu bağlamda birçok ülke, ülkelerine ziyaretçi çekmeyi umarak, dijital ortamda sanal varlık alanlarını çeşitli kanallar üzerinden inşa ederken, televizyon ve basılı reklamlarında da ülkelerinin adını taşıyan internet sitelerinin ya da sosyal medya hesaplarının tanıtımını yapmaktadırlar (Gertner vd., 2007:106).

Bu noktada kurumsal pazarlamada etkili bir kurumsal kimlik yönetiminin işletilebilmesi, kurumsal iletişim boyutunun dijital ortamda başarılı bir sosyal medya iletişimi ile gerçekleştirilebilmesine bağlıdır. Kurumsal iletişim kapsamında başarılı bir sosyal medya iletişimi içinse kurumsal markanın faaliyet alanı, sosyal medyada sunacağı hizmetin tipi ve kurumsal markanın amaçları göz önüne alınarak, kurumsal pazarlama yönetimi çerçevesinde planlama sürecinde amaç ve stratejiler belirlenirken, bir sosyal medya stratejisinin de belirlenmesi önemlidir. Bu noktada kurumlar; Facebook, Instagram, Pinterest ve Youtube gibi sosyal medya araçlarını hangi amaçlarla ve nasıl kullanacakları ile ilgili planlarını, kurumsal markanın kurumsal pazarlama amaçları içinde etkisi görülen kurum felsefesine uygun bir biçimde oluşturmalıdır (Salman & Eroğlu, 2017:530). Benzer olarak ülke markalamalarında da arama motoru optimizasyonu (SEO), banner reklamlar, ön gösterimler gibi dijital kanallar kullanılmaktadır. Bunların yanı sıra blog oluşturma ve sosyal ağlar, video barındırma (video hosting), dijital TV, e-Öğrenme ve oyun içi reklamcılık uygulamalarının da ülke markalama çalışmalarında kullanıldığı görülmektedir (Kusraeva, 2023:254-255).

Şirketler, sosyal medyada daha geniş bir toplulukla yani birbiriyle etkileşim içinde olan ağlar (network'ler) ile ilişki kurarken, kurumsal itibarlarını ve ortamın içerdiği riskleri yönetmek için prosedür ve uygulamaları daha fazla kullanmaya ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ortamda kurumsal itibarın nasıl yönetilebileceğinin net bir şekilde anlaşılması, işletme için hayati bir önem kazanmıştır. Web 2.0 etkisinde etkileşim gücü artmış bu yeni ortamda etkili markalaşma ve itibar yönetimi, işletmelerin çeşitli paydaş gruplarıyla ortaklık içinde çalışmasını gerektirmektedir. Sosyal ağ, katılımcıların ortak sosyalleşme alanları olarak inşa ettikleri, karşılıklı etkileşime dayalı ve içeriğin ortaklaşa yaratıldığı bir anlayış aracılığıyla yönlendirilmektedir. Sosyal ağ ve Web 2.0 olgusu, yeni nesil bir tüketici bir başka deyişle üreten ve tüketen özelliklerini birlikte gösteren bir tüketici nesli doğurmuştur. Kurumsal itibar yönetimi; iki yönlü, yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya bir süreçtir. Bir şirketin çevrim içi davranış biçimi ve daha geniş kitlesi tarafından algılanma şekli, açık hayırseverlikten, hayır kurumlarına bağışlardan, gösterişli web sitelerine ve hatta geri dönüştürülmüş kağıda basılan yıllık kurumsal sosyal sorumluluk raporlarından çok daha önemlidir. Sosyal ağın iletişimi çok yönlü bir hale getirdiği, bilginin

yayımlarını hızlandırdığı dijital çağda, bu ortamlar üzerinden gayri resmi toplantılar, informal sohbetler saniyeler içinde internette yapılabilirken, toplu postaya aktarılan dosyalar birkaç dakika içinde bloglarda yayınlanabilir ve yorumlanabilir olmaktadır. Bu tür faaliyetler potansiyel olarak şirket imajına zarar verebilir ve kurumsal itibar üzerinde olumsuz bir etki yaratabilir. Web ağlarının gücü, sosyal iletişimin hızını, erişimini ve etkileşimini olağanüstü bir şekilde artırmıştır ve sosyal ağlarda akan süreç, birbiri ile etkileşimde olan insan sayısı arttıkça, bağlantının da artacağı, bu kişilerin birbirlerinin içeriğine bağlanması durumunda ise, değerin katlanarak artacağı üzerinde durmaktadır. Online itibar yönetimi süreci; kurumların dijital ortamlarda sürdürülen kurumsal itibarı yansıtıcı aktiviteleri *izlemelerini*, bunlara *katılmalarını* ve diğer şeylerin yanı sıra dijital ortamların itibar ve markalaşma üzerindeki etkisini *ölçmelerini* önermektedir (Jones vd., 2009:928-929).

Ülke markalaması ve online itibar yönetimi sürecinde de, paydaş grupları ile etkileşim kurulması ve ülkeye yönelik paydaş algılarının takip edilmesi çok önemlidir. Öyle ki bu süreçte yaşanabilecek bir küçük olumsuz sözlü pazarlama süreci, geri dönülmesi zor ve ülke marka itibarını ciddi anlamda zedeleyecek krizlerin yaşanmasına neden olabilmektedir. Çevrimiçi ortamların ve özellikle Web 2.0 etkisiyle şekillenen kullanıcı için bir dijital sosyalleşme ortamı haline gelen sosyal medyada, kullanıcıların aktif oldukları, eş zamanlı, hızlı ve interaktif iletişimle işleyen iletişim sürecinin iyi takibi, ülke marka itibarının online süreçte en iyi şekilde yönetilmesi adına önem arz etmektedir.

Ülke markalaması sürecinde belirlenen iletişim stratejisi ve bu strateji kapsamında kullanılmasına karar verilen dijital iletişim araçları, hedef kitle ile kurulan iletişim sürecinde ortaya koydukları deneyim ve bir ülkeye has marka değeri üzerinden bir görüş oluşturma ve yansıtma kapasitesiyle sürece çeşitli faydalar sunmaktadır. Daha önce de üzerinde durulduğu gibi ülke markalaşmasında güven önemli bir marka değeridir ve bu bağlamda bir algının oluşturulması ve itibarın inşasında iletişimin stratejik bir önemi bulunmaktadır. Bu bağlamda ülke markalamasında kullanılan söz konusu dijital iletişim araçları ve bunların ülke markalama hedeflerine ulaştırılmasındaki etkileri Tablo 2’de özetlenmiştir (Kusraeva, 2023: 258).



**Tablo 2:** Ülke Markalarının Hedeflerine Ulaşmasında Dijital İletişim Araçları  
(Kusraeva, 2023: 259-260)

Dijital İletişim Aracı	Aracın Faydası	İlişkili Ülke Markalaması Amacı	Yorum/Açıklama
<i>Bloglar ve Sosyal Ağlar</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hedef kitleyle güvenilir ilişkiler kurma</li><li>• Hedefli iletişim etkinlikleri yapma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yabancı yatırımı, işletmeleri ve yetenekleri çekmek.</li><li>• Ülkenin kültürel mirasının iç ve dış paydaşlar arasında tanıtılması.</li><li>• Ülkenin iç paydaşları nezdinde olumlu bir imaj oluşturmak.</li><li>• İhracatı artırmak.</li><li>• İç ve dış turizmin artması.</li></ul>	<u>Su konularda daha az yararlıdır:</u> Dış ve iç paydaşlar arasında ülke politikasına ilişkin olumlu bir imaj oluşturmak.
<i>Video barındırma (Video hosting)</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Geniş bir kitleye erişim</li><li>• İzleyicilerle etkileşim için geniş format yelpazesi.</li><li>• Hedeflenen iletişim Hedef kitle katılımı</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bir ülkenin kültürel mirasının iç ve dış paydaşlar nezdinde tanıtılması.</li><li>• Ülkenin iç paydaşları nezdinde olumlu bir imaj oluşturulması.</li><li>• İç ve dış turizmin artırılması.</li></ul>	<u>Su konularda daha az faydalıdır:</u> Yabancı yatırımı, işletmeleri ve yetenekleri çekmek. İhracatı artırmak. Dış ve iç paydaşlar nezdinde ülke politikasına ilişkin olumlu bir imaj oluşturmak.

<i>Dijital TV</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kültür ve ritüelleri oluşturma yeteneği</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yabancı yatırımları, işletmeleri ve yetenekleri çekmek.</li> <li>• Ülkenin kültürel mirasının iç ve dış paydaşlar nezdinde tanıtılması.</li> <li>• Ülkenin iç paydaşları nezdinde olumlu bir imaj yaratılması.</li> <li>• İhracatın artırılması.</li> <li>• İç ve dış turizmin artırılması.</li> <li>• Ülke politikasının iç ve dış paydaşlar nezdinde olumlu imajının oluşturulması</li> </ul>	<u><i>Yararlılık platformu bağlıdır.</i></u>
<i>e-Öğrenme</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kültür ve ritüelleri oluşturma yeteneği.</li> <li>• Kişiselleştirilmiş etkileşim.</li> <li>• Hedefli iletişim.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yabancı yatırımları, işletmeleri ve yetenekleri çekmek.</li> <li>• Ülkenin kültürel mirasının iç ve dış paydaşlar arasında tanıtılması.</li> <li>• Ülkenin iç paydaşları nezdinde olumlu bir imaj oluşturmak.</li> <li>• İç ve dış turizmi artırmak.</li> </ul>	<u><i>Daha az yararlı olduğu durumlar:</i></u> İhracatın artırılması. Dış ve iç paydaşlar nezdinde ülkenin politikasına ilişkin olumlu bir imaj oluşturulması.

<i>Oyun içinde reklamlar (advertising, in-game advertising)</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Belirli bir hedef kitleye erişim.</li><li>• Kültür oluşturma yeteneği.</li><li>• İmaj yönetimi.</li><li>• Yepyeni bir tüketici deneyimi yaratma fırsatları.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yabancı yatırımı, işletmeleri ve yetenekleri çekmek.</li><li>• Ülkenin kültürel mirasının iç ve dış paydaşlar arasında tanıtılması.</li><li>• İhracatı artırmak.</li></ul>	<p><u>Su konularda daha az faydalıdır:</u> Ülkenin iç paydaşları hakkında olumlu bir imaj oluşturmak.</p> <p>İç ve dış turizmi arttırmak.</p> <p>Dış ve iç paydaşlar nezdinde ülke politikasına ilişkin olumlu bir imaj oluşturmak.</p>
---	---	--	---

### **Türkiye Tanıtım Çalışmalarında Dijital İletişim Ortamı Olarak Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) Web Sitesi Değerlendirmesi**

Ülke markalaması konusunda oldukça önemli avantajlara sahip ülkemizde bu alandaki çalışmalar Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yetki alanı içerisinde yer almakta olup, bakanlığa bağlı olarak Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) ile dünyada yaşanan gelişmeler ve değişimler çerçevesinde ülke marka değerini arttırmaya yönelik reklam ve tanıtım çalışmaları gerçekleştirilmektedir.

15 Temmuz 2019 tarihinde kurulan Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), Türkiye'nin iç ve dış turizm pazarında bir marka ve cazibe merkezi haline gelmesi, somut ve somut olmayan doğal, kültürel, biyolojik ve insan ürünü mirasların keşfedilmesi, geliştirilmesi ve tanıtılması, kısa, orta ve uzun vadeli iletişim/pazarlama çalışmalarıyla Türkiye turizm kapasitesi ve turizm yatırımlarının ülke ekonomisindeki payı ve hizmet kalitesinin artırılması amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir. Ajans, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca belirlenen turizm strateji ve politikaları doğrultusunda Türkiye'nin turizm hedeflerine ulaşması, mevcut turizm olanaklarının dünya çapında tanıtılması ve pazarlanması, potansiyel turizm olanaklarının ise keşfedilerek geliştirilmesi ve kazandırılmasına ilişkin olarak tüm tanıtım/pazarlama/iletişim faaliyetlerini yürütmektedir. **Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA)** tüm faaliyetlerini, Türkiye'nin uluslararası pazarda hedeflediği konumu kazanmasına katkıda bulunmak ve pekiştirmek, Türkiye'nin dünya çapında konuşulan bir marka haline gelmesini desteklemek, Türkiye'nin ağırladığı turist sayısını ve karlılığını arttırmak, turizm sektörü için potansiyel yatırım projelerinin uygulanmasını kolaylaştırıp kentlerin gelişimine katkı sağlamak için sürdürmektedir. (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2024)

Ülke markalaması konusunda ülkemizdeki çalışmalar değerlendirildiğinde, gerek bakanlık gerekse de tanıtım ofisinin stratejik bakış açısıyla hareket ettiği görülmektedir. Bakanlığın 2024-2028 stratejik plan raporu incelendiğinde ülke markalaşması adına iki temel kapsayıcı amacı olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu amaçlardan ilki, “*Turizm Sektöründe Ülkeimizin Rekabet Gücünü, Pazar Payını ve Marka Değerini Artırmak*” olarak belirlenmiştir. Bu amaç kapsamında; sürdürülebilir turizm tanıtımına öncelik verilerek turist sayısı ve turizm gelirinin artırılması, tanıtım faaliyetlerini artırarak “Türkiye” markasının değerinin yükseltilmesi, destinasyon bazlı markalaşma çalışmalarının artırılması, turizmde sürdürülebilirliğin ve fiziki altyapı yatırımlarının güçlendirilmesi, turizm tesisi sayısının artırılması ve hizmet kalitesinin geliştirilmesi hedeflerinin olduğu görülmektedir. Ülke marka gücünün artırılması için; tüketici eğilimlerinin sürekli analizine yönelik çalışmalar, ürün ve pazar çeşitliliğinin artırılması, “Türkiye” markasının tanıtımında dijital kanallara ağırlık verilmesi, sürdürülebilir turizm odaklı tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi, yapay zekâ ve büyük veri işleme gibi teknolojik gelişmeler takip edilerek tanıtım faaliyetlerinde kullanılması gibi stratejiler belirlenmiştir. Ülke markası için ikinci amaç ise “*Uluslararası Alanda Bilinirliğimizi Artırmak ve İş Birlikleri Geliştirmek*” olarak tanımlanmıştır. Bu amaç kapsamında ise, uluslararası alanda ilişkilerin ve iş birliklerinin geliştirilmesi, kültür ve sanat alanında bilinirliğin artırılması, kültürel miras ve değerlerin bilinirliğinin artırılması hedefleri belirlenmiştir. Bunların yanı sıra kültür, sanat ve turizmin etkili birer diplomasi aracı olarak kullanılması ve bu alanda faaliyet gösteren kuruluşlara destek verilmesi, Türkiye’nin görünürlüğünün artırılmasına katkı sağlayacağı düşünülen uluslararası organizasyonları ile yabancı ülkelerle iki taraflı gerçekleştirilecek organizasyonlarda etkin rol alınması gibi stratejiler benimsenmiştir (<https://sgb.ktb.gov.tr/>)

### **Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA)’na Yönelik Bir Analiz**

**Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA)’nın uygulamaları, ülke markalaşmasında Fan’ın öne sürdüğü model (Şekil 1) doğrultusunda, farklı seviyelerdeki markalaşma çalışmaları açısından analiz edilmiştir. Bu doğrultuda markalaşmanın temel unsuru olan ve ilk aşamasını belirleyen görsel sembol ve slogana yani *A düzeyine* ilişkin uygulamaların sıklıkla yer aldığı görülmektedir. Özellikle uluslararası alanda *Turkey* yerine *Türkiye* ifadesinin kullanılmaya başlanması ile tüm tanıtım materyallerinde bu ibareye yer verilmiş, görsel sembol olarak da özel tasarlanmış Türkiye markası logosuyla birlikte sunulmuştur. Bunun yanı sıra TGA web sitesinde “güvenli turizm”, “Türkiye”, “GoTürkiye” logoları ile iletişim çalışmalarında kullanılabilecek çeşitli destinasyonlara ve tarihi yerlere yönelik fotoğraflar markalaşma konusunda turizm sektöründeki profesyo-**

nellerin kullanımına sunulmuştur. Markalaşmada bir bütünlük içerisinde hareket etmenin öneminden ötürü söz konusu dokümanlar ve fotoğraflar siteden indirilebilme seçeneği ile TGA dışında ülke tanıtımında rol oynayan kurumlarının da kullanımına açılmıştır. Ayrıca dikkat çeken bir diğer unsur, son yıllardan önemi artan sürdürülebilirlik olgusu ve sürdürülebilir turizm hedefine yönelik olarak yeşil renk kullanımının da ön plana çıkmış olmasıdır.

Modelde **B düzeyi** kapsamında yer alan içerik markalaması, ortak marka ve şemsiye markası kapsamında bir değerlendirme yapılacak olursa, GoTürkiye ile içerik markalamasına yönelik pek çok tanıtım unsurunu barındıran ve TGA ana sayfasından bağlantılar kısmında turistlere yönelik ülke marka tanıtımı sağlamak amacıyla oluşturulan bir alan tasarlandığı görülmektedir. Bu durum aynı zamanda şemsiye marka stratejisinin bir unsuru olarak da değerlendirilebilmekte ve GoTürkiye bağlantısı ile uluslararası arenada Türkiye markası açısından tutarlı bir kimlik sunumunu sağlamaktadır. Logo ve görsel semboller kadar ülke tanıtımına ilişkin içerik sunumları da ülke marka imajının oluşumunda önemli katkılar sunmaktadır. Ülke imajının geliştirilmesine yönelik içerik markalaması kapsamında destinasyona göre tanıtım videoları yayınlanması, turizm tesis bilgileri, ören yerleri ve müzeler hakkında içerik sunumunun oldukça etkili kullanıldığı görülmektedir. Covid-19 Pandemisi sonrasında turistlerin seyahatlerinde sağlık ve güvenlik hassasiyetleri dikkate alındığında, TGA'nın web sayfasında buna ilişkin pek çok bilgi aktarımının olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle güvenli turizm programı sertifikalı konaklama, restoran, kafe ve turizm tesis bilgilerinin yanı sıra bu tesislerin sahip oldukları sertifikasyonlara ilişkin içerikler de bulunmaktadır. Ülke imajının güçlendirilmesi için işbirlikleri ve ortak markalaşma çalışmaları da önemli olmaktadır. Bu kapsamda ülke kimliğinin tanıtımında müzik, sanat, spor, gastronomi gibi alanlarda başarılı örneklerle işbirlikleri TGA'nın çalışmalarında da görülmektedir. Örneğin; gastronomi açısından dünya genelinde kabul görmüş bir ödüllendirme sistemi olan Michelin Yıldızı işbirliğinde bir Türkiye Haritasının oluşturulduğu görülmektedir.

Modelin üçüncü düzeyi olan **C düzeyinde** markalaşma açısından stratejik eylem planlarının oluşturulması ve bunların uygulanabilirliği ülke marka algısı açısından önem taşımaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2024-2028 stratejik plan raporunda da ifade edildiği gibi; ülkemizin yurt dışı tanıtımında ve imaj yönetiminde birikim ve deneyime sahip olması; niteliksel ve niceliksel olarak zengin kültür-sanat yapılarına sahip olunması, turizm ve destinasyon çeşitliliğimizin birçok ülkeye göre daha zengin olması ile spor, sanat ve kültürel başarıların ülke tanıtımına katkıları yadsınmaz. Bu bağlamda ülke markası oluşturmada farklılık yaratmak ve uzun yıllar rekabetçi bir avantaj yaratacak şekilde ülke konumunu belir-

leyebilmek ulusal kimliğin doğru şekilde aktarılmasıyla mümkündür. Son yıllarda GoTürkiye'nin yürüttüğü ülke imajına yönelik çalışmalar tanınırlık konusunda olumlu etkilerde bulunmuş ve özellikle turizm alanında önemli kazanımlar elde edilmesini sağlamıştır. TGA'nın web sayfasında da görüleceği üzere, GoTürkiye ile birlikte destinasyonlara yönelik ve özgün markalama unsurlarını içeren kültürel miras, doğal güzellikler ve tarihi mirasla ilgili çeşitli fotoğraf, video ve içerikler sunulmaktadır. Örneğin, web sayfasında yayınlanan "Gezsen Anadolu"yu isimli video, şemsiye markalama ülke imajı ve tanınırlığı konusundaki sunumları içermektedir. Benzer olarak, ülke tanınırlığı açısından farklı amaçlarla seyahat yapacak olanlar için, bisiklet rotası, kültür rotası, gastronomi turizmi gibi alanlara yönelik rotalar ve içerik sunumları da yer almaktadır.

Modelin *D düzeyinde* yer alan rekabet avantajı ve rekabet kimliği, ülke marka konumunun bir çıktısı olarak da değerlendirilebilir. Güçlü rekabet avantajı ve güçlü ülke imajı ülke marka değerinin en önemli öncüllerinden biri olmanın yanı sıra ülke vatandaşlarının gurur ve aidiyet duygusunun pekişmesini de sağlamaktadır. Örneğin; turizm alanında Türkiye'nin uluslararası arenadaki rekabet gücü Covid-19 Pandemisi sonrasındaki süreçte önem kazanan güvenli ve sürdürülebilir turizm uygulamalarındaki sertifikasyon ve akreditasyon süreçlerini etkin bir şekilde yürütmesine katkı sağlamıştır. Bu kapsamda TGA'nın web sitesinde güvenli ve sürdürülebilir turizm konusundaki akreditasyon ve sertifikasyon süreci hakkında detaylı bilgilerin yer alması turizm sektörünün denetimi ile Türkiye ülke marka imajının olumlu olarak algılanması ve güçlü bir itibarın oluşması hedeflenmiştir. Tarihi yerler, sanat, kültür, gastronomi, spor ve doğa ana başlıkları altında turistlere, turizm sektörüne ve basına içerik sunumları yapılarak ülke imajına katkıda bulunmaktadır. Böylece markalamanın tüm unsurları ile beraber tutarlı ve kapsamlı Türkiye markası algısı oluşturmak hedeflenmektedir. Bunun yanı sıra ülke marka algısı ve rekabet gücü açısından Türkiye markasının tanıtılması için iş dünyasına yönelik toplantı, fuar ve kongre turizmi bağlamında sunulan etkinlik takvimleri ve "Türkiye Standı" altında ortak katılım fırsatları yaratılmakta, Türk iş dünyası bu etkinliklerle uluslararası pazarlarda yer edinebilmektedirler. Bunun sonucunda da Türkiye markası fuar, kongre ve iş dünyasına yönelik toplantıların organize edildiği bir destinasyon olma teması ile de tanımlanmaktadır. Ülke markalaşmasında rekabet avantajı sağlanmasında bir diğer unsur Anholt'un "Ülke Markalamasında Altı Boyut"ta bahsettiği insanlar/katılımcılar kategorisinde yer alan profesyonel düzeyde insan kaynağı potansiyeline yönelik çalışmalar web sayfasında aktarılmaktadır. TGA web sayfasından görüleceği üzere, bu alanda sektöre nitelikli istihdam yaratılması amacıyla turizm profesyonellerine yönelik eğitim programı "All in Türkiye" uygulaması yürütülmektedir. "Türkiye Uzmanlık Kursları" adı

altında çevrimiçi eğitimlerle desteklenen bu uygulama, aynı zamanda Türkiye tanıtımında kurumlara satış yapmaya olanak sağlayacak pazarlama ve marka kaynaklarının edinilmesi, ziyaretçilere aktarılacak bilgi düzeylerinin artırılması ve yeni iş imkanlarına ulaşımın sağlanması gibi yararlar sunan ülke markasının rekabet üstünlüğüne destek olacak uygulamalar olarak belirlenebilir. Fan'ın ülke markası oluşumunun temelinde yer aldığını belirttiği ülke orjinli marka kavramına yönelik çalışmalar TGA'nın web sitesi üzerinde yapılan içerik sunumlarında görülmektedir. Örneğin, TGA'nın web sayfasında sunulan içeriklerde Türk kahvesi ve Türk çayına yönelik sunumlarla ülke orjinli markaya gönderme yapılmıştır. TGA web sitesinde yer alan "Delicious Türkiye" içerik sunumunda ülke orjinli ürün markası ve içerik markalaması kapsamında Türk kahvesi ve Türk çayının tarihi, nasıl yapıldığı gibi bilgilerin yer aldığı videolara yer verilmiştir. Türk kahvesinin UNESCO tarafından soyut kültür mirası olarak kabul edilmesi bu çalışmaların somut göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Rekabet gücünün artırılmasına yönelik olarak TGA güvenli ve sürdürülebilir turizm programlarına yönelik sunumlar, bilgi dosyaları ve bu programların uygulanmasında ve iletişim çalışmalarında kullanılacak görsel kimlik unsurlarına yönelik tutarlı bir kullanım için logo, oda kapı kartları, uyarı levhaları, afişler vb. görsel kimlik elemanları site üzerinden kullanıma sunulmaktadır.

Modelin *E Düzeyinde* ülke markalamasının unsuru olarak belirtilen ve bir ülkenin kurumları, kültürü, politikası aracılığıyla oluşan yumuşak gücün geliştirilmesi ve sürdürülmesi diğer stratejik amaçları destekleyerek ülke markasının gücünün artmasına yardımcı olmaktadır. Bilindiği gibi yumuşak gücü oluşturan unsurlar arasında; dünya markası yaratabilme kapasitesi gibi özel sektörün yarattığı değerler, eğitim fırsatları ve dünya eğitim sıralamalarında yer alan eğitim kurumları, ülkedeki sivil toplum kuruluşları, iyi yönetim uygulamaları, yaşam tatmin düzeyini geliştirici devlet politikaları, diplomasi alanında uygulanan barışçıl yaklaşımlar sıralanabilir. Bu açıdan bakıldığında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı stratejik planda ülkemizin kültür, sanat ve turizm alanlarında yumuşak güç oluşturma becerisi güçlü yön olarak değerlendirilmekte ve ülkemizin dünyada bilinirliğini daha da artırmak adına "yumuşak güç" anlayışıyla kültürel diplomasi faaliyetlerine önem verileceği ifade edilmektedir. Uluslararası alanda ülkemizin bölgesel gücünün artması (yumuşak güç) bağlamında TGA'nın uygulamalarına baktığımızda, özellikle mutfak kültür çeşitliliğimizin gastronomi turizmine talebi artırması fırsat olarak tanımlanmakta ve buna yönelik uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Türk mutfaklarının tanıtılması ve rekabet avantajı elde edilmesi açısından, Türkiye'nin farklı bölgelerinde, dünya genelinde kabul görmüş bir ödüllendirme sistemi olan Michelin Yıldızı alan restoran ve otel mutfaklarının görüntülerinin

yer aldığı “Michelin Guides Turkish Map” videoları ile Türk mutfağının tanıtılması ve böylelikle yumuşak güç alanında rekabet üstünlüğü sağlanması amaçlanmaktadır.

Ayrıca kültürel zenginliklerin tanıtılmasına yönelik olarak web sayfasında yayımlanan “#togethertoday” hastaghiyle dünyaca ünlü düşünür Mevlana Celâddin-i Rumi’nin “*Her umutsuzluğun ardından bir umut, kararlığın ardından da nice güneşler vardır.*” sözüyle Türkiye’nin her zaman insanların yanında olduğu mesajı vurgulanarak, barışçıl bir iletişim dilini kullandığı görülmektedir. Türkiye markasının tanıtımında yumuşak güç unsuru olarak değerlendirilebilecek bu video ve hastaglerin yanı sıra Mevlana videosu aracılığıyla geçmişten günümüze kültürel mirasın aktarımı sağlanarak, rakip ülkelerin turizm faaliyetlerinden daha fazla sayıda kişiye erişim sağlanmasına destek olunmuştur. Benzer olarak düzenli olarak her yıl gerçekleştirilen “Kültür Yolu Festivalleri”ne yönelik videolar da ülke markalamasında bir yumuşak güç etkisi olarak Türkiye’nin sahip olduğu kültürel ve tarihi mirasın tanıtımı ve geniş kitlelerle buluşmasında etkili markalama çalışmaları arasında yer almaktadır. Ülke marka değeri unsurları içerisinde sanat ve spor etkinlikleri de kültürel zenginlikler kapsamında yer almakta ve ülke markası için rekabet avantajı sunacak yumuşak güç unsurları olarak değerlendirilebilir. Bu kapsamda tıpkı Mevlana Celâddin-i Rumi’nin felsefesini yansıtan sözlerinin kullanılması gibi dünyaca ünlü Türk neyzen ve sufi müziği icracısı Mercan Dede’nin besteleri eşliğinde Türkiye coğrafyasındaki somut ve soyut kültürel miras zenginlikleri “Turkish Terapy” videosu ile ziyaretçilerle buluşturulmaktadır. Türkiye’deki bisiklet rotalarını anlatan bir video ile de yaşam tarzı açısından sporu önceliklendiren ziyaretçilere yönelik yardımcı gezi rehberinin oluşturulması hedeflenmiştir.

Modelin en son aşamasında yer alan **F Düzeyinde** ülke markalaşması açısından farklılık yaratmada tüm süreçlerin birleştirici unsuru olan ulusal kimlik ve ulusal kimliğinin bileşenlerinin doğru olarak ifade edilebilmesi ülke marka değeri açısından oldukça önemlidir. Ülke kimliğini yansıtmada tıpkı kurum kimliği planlamasında olduğu gibi ülkeyi tanımlayan soyut/somut unsurlar ve tüm aktörler, belirli bir plan dahilinde iletişim çalışmalarıyla hedeflere aktarılmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda Türkiye markasının başta ulusal bayrağı ve marşı olmak üzere ülke orjinli ürünleri, somut/soyut kültürel miras unsurları, müze ve ören yerleri, kültürel ve sanatsal etkinlikler gibi Türk kimliğini oluşturan bütün unsurlar farklı kanallarla sunulmaktadır. TGA’nın bu alandaki çalışmaları değerlendirildiğinde, ziyaretçinin gezi planlamasında ilk başvuru kaynağı olarak dijital medya kanallarında farklı dil seçenekleri ile içerik aktarımı yapıldığı görülmektedir. Ülke markalaşmasının A düzeyinde aktarıldığı gibi Türkiye logosu, Türk Bayrağının kullanım şartları, sürdürülebilir ve güvenilir turizm faaliyet-



leriyle özdeşleşen görsel kimlik kullanımları dikkatlice planlanmış ve se-körün kullanımına hazır hale getirilerek, Türkiye markasının tutarlı ve bir bütünlük içerisinde sunumu için içerik desteği sağlanmıştır. Türkiye Cum-huriyeti'nin 100. kuruluş yıldönümüne özel olarak "Google Art & Culture" işbirliği ile yapılan bir çalışma olan "A 100 Years of Cultural Journey" videosu kapsamında Türkiye markasının temel unsurları olan soyut ve so-mut kültürel miras öğeleri çarpıcı bir kurgu ile sunulmaktadır. Söz konusu video "#GoTürkiye", "#CulturalJourney", "#Unesco, #History" ve "#Cul-ture" ile sosyal medyada paylaşılmış ve yüksek erişim hedeflenmiştir.

Ülke kimliğinin tanıtımında ve ülke markalaşmasında marka değeri-ni güçlendirmek ve ülke imajının geliştirilmesinde iletişim uygulamaları, stratejik olarak önemli kazanımlar elde edilmesine olanak tanımaktadır. Güvenilir bir ülke algısının oluşturulması ve itibar yönetimi kapsamında ülke markalama hedeflerine ulaşılmasında TGA geleneksel ve dijital ol-mak üzere farklı iletişim araçlarını tercih etmektedir. Geleneksel iletişim anlayışı kapsamında e-dergi uygulamaları, reklam ve halkla ilişkiler kam-panyalarının yanı sıra basınla ilişkiler etkinlikleri ile sosyal medya uygula-malarına ağırlık verildiği görülmektedir. Bu kapsamda Instagram, TikTok, Youtube ve X'de yüksek takipçi oranlarına sahip olduğu tespit edilmiş-tir. TGA'nın ülke imajına yönelik yürüttüğü sürdürülebilir ve güvenilir turizmin yanı sıra ülke tanıtımı için farklı uygulamalar yaptığı sitesinde yayınladığı raporlardan da görülmektedir. Ülke tanıtımı kapsamında Şubat 2024 faaliyet raporu verilerine göre; 200'den fazla ülkede toplam 8228 brüt izlenme puanına erişilmiştir. Dijital kampanyalarda ise 200'den faz-la ülkede 10 adet film ile 868 milyon gösterime ulaşıldığı görülmektedir. TGA- GoTürkiye dijital platformunda ise 13.3 milyon aylık tekil izleyiciye ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra iletişim çalışmaları içerisinde fuarlar, kongre, konferans, işbirlikleri, etkinlikler ve ağırlamalar kapsamında tanıtım çalış-maları yürütülmüştür. Daha önce de ifade edildiği gibi tutarlı ve bütüncül bir yaklaşımla ele alınan iletişim faaliyetleri için "Markalama ve PR" baş-lıklı özel bir alan oluşturulmuş ve ilgili sektöre görsel kimlik kapsamında Türkiye ülke markalamasına yönelik fotoğraflar, videolar ve medya kitleri sunulmuştur. Güvenli turizm afişi, bannerlar ve GoTürkiye afişi örnekleri sitede yer almakta ve indirilebilmektedir. Marka olmada temel noktalardan biri, etkin bir denetleme sistemi kurmak ve geleceğe yönelik projeksiyon-lar oluşturulabilmektir. Bu kapsamda algı ve ölçümleme, marka değerinin belirlenmesi açısından önemlidir. GoTürkiye web sitesinde yer alan medya yansıma raporları ile yapılan etkinlikler, medya erişimleri vb. konular sis-tematik olarak raporlanmakta ve böylelikle farklı ülke medyalarında Tür-kiye markasına yönelik çıkan haberlerin yansımaları görülebilmektedir.

## Sonuç

Günümüzde küresel ortamda pek çok ülke, itibarını güçlendirerek daha fazla yatırım çekme, turizm gelirini artırma veya bölgesel gücünü korumak adına ülke markalamasında stratejik eylem planları hazırlamakta ve marka iletişim stratejilerine önem vermektedirler. Güçlü bir ülke markası oluşturmak, ürün ve hizmetlere yönelik markalama stratejilerine göre çok farklı etmenleri içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenle ülke markalamasında özellikle ülke kimliği çok net ortaya konulmalı ve başta ülkenin merkezi yönetimi olmak üzere hükümetler, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri gibi aldığı kararlar ve eylemleri ile ülke algısı üzerinde etkisi olan tüm grupların ülke imajıyla uyumlu davranmaları önem kazanmaktadır. Ülke markasına yönelik itibar oluşumu, ülke marka değerini güçlendirmektedir. Bir ülkenin marka değeri iç ve dış politikadaki etkinliğin yanı sıra vatandaşın ülkesinden gurur duymasını, ülkenin uluslararası rekabette öncü konuma gelmesini sağlamaktadır. Bu doğrultuda güçlü ülke itibarı güçlü ülke marka değerini yaratmaktadır.

Anholt'un ülke markası endeksini oluşturan unsurlarını değerlendirdiği "ülke markası altıgeni" olarak adlandırılan modelde de aktarıldığı gibi bir ülkenin marka değeri, ülke markası bileşenlerinin bir bütün dahilinde sistematik ve uzun vadeli öngörülerle planladığı takdirde artmaktadır. Bunun yanı sıra Fan'ın ülke markalaşması kavramına ilişkin öne sürdüğü boyutlar kapsamında tüm unsurların birbirini tamamlayan yapıda olduğu ve her bir düzeyin diğerinin performansı etkileyen aşamalardan oluştuğu ülke markalamasında, her bir bileşenin en ince ayrıntısına kadar düşünümlüp değerlendirilmesi başarıyı arttıracaktır. Marka yönetiminin ilkesi olan, bir markanın farkındalık noktasından başlayıp en son tüketicinin memnuniyetine varıncaya dek tüm aşamalarında uyum, tutarlılık ile marka kimliği ve özünü iletişim stratejileriyle oraya koymak esastır. Buradan hareketle ülke markasına yönelik uygulamalarda, özellikle marka iletişim çalışmalarında, markanın özü olarak ülke kimliği ve onu besleyen kültürel değerlerin aktarılması gerekmektedir.

Bu süreçlerde ülke markasına yönelik iletişim stratejilerinin oluşturulmasında dijital kanallar doğalarından kaynaklanan özelliklerle etkin bir şekilde kullanılmakta ve dijital ülke itibarının oluşumuna katkı sunmaktadır. Ülke marka itibarının taşınması gereken özellikler arasında yer alan, hedef kitlenin farkındalığını kazanmak, ülkenin sahip olduğu marka özüne ait unsurları sistematik olarak tanıtabilmek, geniş bir kitleye ulaşabilmek ve tüm bu süreçleri en ince ayrıntısına kadar takip ederek krizlerin oluşmasını engelleyebilmek dijital ortamları etkin kullanmakla mümkün olabilmektedir. Çünkü dijital iletişim kanalları kendi doğal yapılarında var olan hızlı bilgi akışı, geniş bir ağ yapısıyla hızlıca geniş bir kitleye ulaşabilme, eş zamanlı iletişim, etkileşim ve etkin kontrol sağlama özellikleriyle dijital ülke

marka itibar yönetim sürecinde de ülkelerin süreci daha kontrollü yönetebilmelerini sağlayabilmektedir. Bunların yanı sıra spesifik bir hedef kitleyi net belirleyerek onlara özel içerikleri oluşturabilmeye olanak sunan dijital ortamlar ülke markalamasının özünü oluşturan çok farklı temalara yönelik sistematik, spesifik ve yaratıcı içerikler oluşturarak hedef kitleyle karşılıklı bir iletişim içinde değişimlere uyum sağlayan, esnek bir ülke markası yönetim sürecini beraberinde getirmektedir.

## Kaynakça

- Anholt, S. (2010, Nisan 14). Why ‘Nation Branding’ Doesn’t Exist. <https://economictimes.indiatimes.com/why-nation-branding-doesnt-exist/articles-how/5799304.cms?from=mdr>. Erişim tarihi: 07.03.2024.
- Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2(1). <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1> Erişim tarihi: 10.03.2024.
- Barnett, M. L., Jermier, J.M. & Lafferty, B.A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, Vol. 9, No.1, 26–38.
- Bilbil, K. E. & Güler Ş. (2017). Dijital ortamda kurumsal itibar yönetimi ve viral uygulamalar ilişkisi. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 379-402.
- Büyükdöğün, B. (2020). Online corporate reputation management: a qualitative research on the use of twitter of the ceos. *Selçuk İletişim Dergisi*, 13(2), 378-408.
- Canpolat, E., & Karabulut, B. (2022). Ulus Markalama Bağlamında İyi Ülke Endeksi ve Ulus Marka Endeksi: Çin Halk Cumhuriyeti Örneği Üzerinden Bir Değerlendirme. *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 387-418
- Chernatony, L. d. (2008). Adapting Brand Theory to the Context of Nation Branding. K. Dinnie içinde, *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*, (s. 16-22). London, UK: Elsevier.
- Elden, M. & Yeygel Çakır, S. (2021). *Kurumsal Pazarlama*. Ankara:Nobel Yayınları.
- Fan, Y. (2010). Branding the Nation: Towards a Better Understanding. *Place Branding and Public Diplomacy* 6,, 6(2), 97-103. doi: 10.1057/pb.2010.16.
- Fetscherin, M. (2010). (The determinants and measurement of a country brand: the country brand strength index. . *International Marketing Review*, 27(4), 466- 479 . doi:10.1108/02651331011058617
- Gertner, R. K., Berger, K. A. & Gertner, D. (2007). Country-Dot-Com. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21:2-3, 105-116, DOI: 10.1300/J073v21n02\_08
- <https://www.ipsos.com/sites/default/files/2021-09/Anholt-Ipsos-Place-Branding-09-2021.pdf>. Erişim tarihi: 06.05.2024
- Jones B.; Temperley J. & Lima A. (2009). Corporate reputation in the era of web 2.0: the case of primark. *Journal of Marketing Management*, Vol.25, No.9-10, 927-939.
- Karabulut, B., & Canpolat, E. (2022, Aralık). Ulus Markalama Bağlamında İyi Ülke Endeksi: Çin Halk Cumhuriyeti Örneği Üzerinden Bir İnceleme. *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 387-418.
- Koçyiğit M. (2017). *Dijital Halkla İlişkiler ve Online Kurumsal İtibar Yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi.

- Kusraeva O. A. (2023). Nation brand communications go digital: Can it help to gain nation branding goals? *Vestnik of Saint Petersburg University. Management*, 22 (2), 249–266. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2023.205>
- Rantanen, A., Salminen, J., Ginter, F. & Jansen, B.J. (2020). Classifying online corporate reputation with machine learning: a study in the banking domain. *Internet Research*, Vol.30, No.1, 45-66.
- Salman G. & Eroğlu E. (2017). Sosyal medyada kurum kimliği yönetimi: Türkiye'nin en büyük 500 şirketi üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi/e-GİFDER*, Vol.5, Sayı 1, 525-547.
- Saran, M., & Karpat, I. (2002). Ülkemizin Marka Değeri ve İhracatın Artmasında etkileri: Türkiyenin İmajı ve Marka Değerinin Artırılmasına İletişim Çabaları. *Kalder Forum*, 2(8), 46-50.
- The Anholt-Ipsos Nation Brand Index Press Release – Supplemental Report November 2023, [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/NBI\\_2023\\_Press\\_Release\\_Supplemental\\_Deck\\_WEB.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/NBI_2023_Press_Release_Supplemental_Deck_WEB.pdf). Erişim tarihi:06.05.2024.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Dair Başkanlığı. 12. Kalkınma Planı. T.C Strateji ve Bütçe Dair Başkanlığı: [https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani\\_2024-2028\\_11122023.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf). Erişim tarihi: 09.05.2024.
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı: <https://tga.gov.tr/hakkinda>. Erişim tarihi: 18.03.2024.



## BÖLÜM 2

### ŞİDDET OLGUSU VE TÜRKİYE'DE AİLE İÇİ ŞİDDETİN BİR PANORAMASI

*Hacer TOR<sup>1</sup>*

*Tugay Yasin IRMAK<sup>2</sup>*

1 Prof. Dr. Hacer TOR, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0001-7187-5814

2 Tugay Yasin Irmak (MSc), ORCID ID: 0000-0003-3218-3780

## GİRİŞ

Şiddet, insanlık tarihinde çok uzun zamandır yer alan bir kavramdır. Bireylerin davranışlarını şekillendirerek onların yaşamlarını olumsuz etkileyen; insanı, doğayı, toplumu ve tüm dünyayı saran bir tehlike olarak şiddet, çok boyutlu bir olgudur. Her toplumda farklı biçimlerde yer almaktadır. Her yaşta, hayatın her döneminde, her sınıfta ve toplumda görülebilen şiddet, karmaşık ve hassas bir sorunsal olarak toplumbilimciler tarafından ele alınmıştır. Bu bağlamda hangi davranışların şiddet kabul edildiği, toplumun yapısı ve kültürel normları göz önünde bulundurularak değişmektedir.

Şiddet, modern toplum düzeninde çeşitli yaklaşımlar ile ele alınmaktadır. Kadınlara, çocuklara, hayvanlara, yaşlılara ve engellilere uygulanan şiddet kadar toplumsal gerilimlerden ve siyasi kutuplaşmadan beslenerek oluşan sınıf, ırk, din, mezhep, kültür ve cinsiyet üzerine şiddet türleri de görülmektedir. Bu durumda ortaya çıkan yaklaşımlar, bir çeşit kavram karmaşasına sebep olmaktadır. Akabinde şiddeti bir suç olgusu olarak ele alan değerlendirmeler, hukuksal süreçlerle ifade edilmektedir ve şiddete sebep olan bireysel ve toplumsal gelişmeler kimi zaman göz ardı edilmektedir. Şiddetin ortaya çıkışında rol oynayan anlaşmazlık, insan ilişkilerinde göz ardı edilmemesi gereken bir faktördür. Anlaşmazlıklar neticesinde yaşanan çatışma ortamı, şiddete davetiye çıkarmaktadır. Bu yüzden çatışma kavramı, şiddeti masaya yatırırken hem önemli bir referans görevi görmektedir hem de şiddet ile ilgili tüm yaklaşım ve kavramları analiz etmede destekleyici bir rol oynamaktadır.

Çatışma, şiddeti ele alırken konuya daha iyi açıklık getirebilmek adına önem arz etmektedir. Şiddet, çatışma ile ortaya çıkan bir boyuttur. Sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi gibi sosyal medyanın pek çok alanında bu konu üzerinde çalışmalar yapılmıştır. “Kimi siyaset bilimciler çatışmayı; “değer, güç, statü ve kaynaklar üzerinde hak iddia etmek ve ele geçirmek için rakipleri yok etme ya da kabilesel, etnik, dilsel, kültürel, dinsel, sosyo-ekonomik, siyasal vb. sıfatlar yüklenmiş grupların uyuşmaz amaçlar üzerinden birbirleri ile mücadelesi” olarak tanımlamaktadır” (Şahin, 2013: 33). Toplum ve aile çerçevesi içerisinde ise çatışma, bireylerin müdahil olduğu ve yönetilmesi gereken bir süreç olarak öne çıkmaktadır. Çatışma bireyin “kendi içinde”, tutum, değer ve tercihleri arasında olabileceği gibi, “dış dünya” ile ilişkili olarak, bireyler arasında “ikili çatışma” şeklinde de olabilir. Eşler arasında olan ikili çatışma, eşlerden bir tarafın, kendi isteklerini karşı tarafın engellediği veya engellemek üzere olduğu algılaması ile başlayan ve iki tarafın algılarını, duygularını, davranışlarını ve elde ettikleri sonuçları içeren bir süreçtir (Yiğitoğlu, 2009: 46).



Çatışma ortamı, bireylerin ihtiyaçlarında, beklentilerinde ve ideolojilerinde yaşanan farklılıklardan doğarak bireyler arasındaki ilişkileri bozabilmektedir. Çocuk-ebeveyn, öğrenci-öğretmen, çalışan-patron gibi hiyerarşik bir biçimde, düzen, güç ya da iktidar zemininde oluşan toplum yapısında yaşanan fikir ayrılıkları çatışmayı doğurabilmektedir. Eşler ve arkadaşlar gibi ortak bir duygusal paydada bir araya gelen bireyler de çatışma yaşayabilmektedirler. Her iki durumda da gerilimi en aza indirmek için uzlaşma yoluna gidilmesi, çatışmadan doğacak olan şiddetin önüne geçebilir. Tarafların birbirleri üzerinde tahakküm kurmaya çalıştıkları çatışmadan ötürü meydana gelecek şiddet, ilişkileri dengeleme yoluna çekilen bir set haline dönüşmekte ve uzlaşma yolu kapanmaktadır. Çatışma, çözüm bulunması gereken bir anlaşmazlık üzerine kurulan karşılıklı bir ilişki biçimiyken şiddet ise özü itibarıyla diğerini eşit bir zeminde konumlandırmayı reddeder ve onu karar süreçlerine dâhil etmez. Failin mağdur üzerinde hâkimiyet kurduğu ve onu kontrol altında tuttuğu, mağdurun ise kapana sıkışmış gibi bu ilişki içinde sıkıştığı ve dışarı çıkamadığı görülür (Aşan, 2021).

Bireylerin aile ortamında ilişkilerini sağlıklı bir şekilde devam ettirmesi için çatışmayı yönetebilmek son derece kritik önem taşımaktadır. Kullanılan üslup kadar problemlerin nasıl masaya yatırıldığı ve hangi çözüm önerilerinin sunulduğu da göz ardı edilmemelidir. Tartışmaların yapıcı, iyi niyetli ve güvenli bir şekilde, demokratik bir ortamda yapılması tek başına yeterli olmayabilir. Aynı zamanda bireyin de bilinçli bir şekilde kendisini geliştirip meselelere yapıcı bir bakış açısı getirmesi beklenmektedir (Cüceloğlu, 2018). Bu aşamalarda yaşanacak olumsuz bir gelişme, şiddetin ortaya çıkmasına zemin hazırlayarak sadece aile yaşamını değil, aynı zamanda toplumsal barışı da tehdit etmektedir.

### **Şiddet Tanımı**

Şiddet ile ilgili çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü, şiddet kavramını ele alan temel kuruluşlardan birisidir. “Fiziksel güç ya da kuvvetin, amaçlı bir şekilde kendine, başkasına, bir gruba ya da topluluğa karşı fiziksel zarara ya da fiziksel zararlar sonucunda ihtimalini artırmaya, psikolojik zarara, ölüme, gelişim sorunlarına ya da yoksunluğa neden olacak şekilde tehdit edici biçimde ya da gerçekten kullanılmasıdır” (Dünya Sağlık Örgütü, 2002: 4). Şiddetin uygulanış türü ile ilgili Dünya Sağlık Örgütü (2002), kişinin kendisine ve başkalarına uyguladığı şiddet olarak iki ayrı boyuttan bahsetmiştir.

Şiddetin tanımı, amaçlarına ve algılayış biçimlerine göre değişiklik göstermektedir. Dolayısıyla şiddetin tasviri, toplumun değer yargılarına ve hukuk sistemine göre değişebilmektedir. Bir toplumda şiddet olarak kabul edilen bir olay, diğer bir toplumda farklı karşılanabilmektedir. Şiddetin,

özellikle gelişmemiş ülkelerde sadece fiziksel şiddet olarak algılanması durumu kuşkusuzdur. Bu algıda o toplumun yaşayış biçimleri etkilidir (Kocacık, 2001).

Ünsal, şiddeti dar ve geniş açıdan tanımlamıştır. Ona göre dar anlamda şiddet, insanların bedensel bütünlüklerine doğrudan gerçekleştirilen eylemdir. Can ve mala karşı bir kast durumu söz konusudur. Başkalarına olduğu gibi kişiler kendilerine karşı da şiddet uygulayabilmektedirler. Geniş anlamda şiddet ise bireyler üzerinde yarattığı etkileri tam olarak belirlenemeyen, dolaylı biçimde maruz kalınan baskılardır (Ünsal, 1996: 32). Ekonomik şiddet, trafik şiddeti, doğaya yapılan şiddet ve medyadaki şiddet gibi türler örnek verilmektedir. Şiddet, çok boyutlu olarak farklı türlerde ortaya çıkmaktadır.

Bourdieu (2014), şiddeti genel bir perspektifte incelemiştir. “Sembolik şiddet” kavramını kullanan Bourdieu, şiddete maruz kalanlar açısından şiddeti fark edilmesi ve idrak edilmesi güç, kimi zaman belirsiz, hisler ile iç içe geçmiş bir biçim olarak tanımlamıştır.

Baudrillard’a (2003) göre şiddet, modern hayatın bir kancası olarak karşımıza çıkan güvensizlik ve fanatizm üzerinden karşılık bulmuştur. Kültürel değerler, küresel bir boyuta ulaştıkça özgünlüğünü yitirmektedir. Bilgi teknolojileri ve gelişmiş enformasyon ile birlikte geniş kitlelere ulaşan adalet, eşitlik, özgürlük ve insan hakları gibi evrensellik ilkeleri aynı zamanda bölünmelere sebep olmaktadır. Bu sebeple ortaya çıkan küresel şiddet kavramı, kutuplaşma ile birlikte linç kültürü ve siber zorbalık gibi yeni nesil şiddet kavramlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

### Şiddet Türleri

Şiddet türlerinin açıkça kabul edilen tanım biçimlerinde genellikle en dar anlamlara gelen ifadeler kullanılmaktadır. Resmi olarak kullanılan bu tanımlamalar, kadınlar açısından tartışmalıdır. Kadınların bakış açısına göre şiddet eylemlerini saptamak ve kapsayıcı, dengeleyici bir sonuca ulaşmak, bir sosyal bilimci gözünden şiddet derecesinin ölçülmesiyle mümkün olmaktadır (Walby, 1990).

Collins, şiddeti mikro-sosyolojik açıdan ele almıştır. Şiddetin fiziksel, duygusal ve bedensel açıdan etkilerine değinmiştir. Şiddetin yarattığı duygu değişimleri sebebiyle gerçekleştirilmesi kolay olmayan bir eylem olarak nitelendirmiştir. Ayrıca Collins, “şiddet tüneli” metaforunu kullanmış ve üç tünel üzerinde durmuştur. Birkaç dakikadan daha fazla olmayan, sürüşme ve kısa süreli gerilimler ile ifade edilen tür *Kısa şiddet tüneli* olarak adlandırılmaktadır. Daha kuvvetli bir motivasyon ve tekrarlayan eylemler ile birkaç saati bulabilen tür ise *Orta şiddet tüneli* ismiyle ifade edil-

mektedir. *Uzun şiddet tüneli* ise günler, hatta haftalar sürmektedir. Cinayet, tecavüz ve gasp gibi karanlık eylemleri barındırmaktadır (Collins, 2012).

Ergil'e (2001) göre, şiddet türlerini artış gösteren alkol ve tütün bağımlılığı neticesinde ortaya çıkan intiharlar, kişinin kendisine uyguladığı şiddet olarak ele alırken çocuk ve eşe uygulanan şiddeti, aile içi şiddet olarak ele almıştır. Aile içi şiddet türünde şiddetin boyutu ve yapısı, ailenin sosyo-ekonomik durumuna göre değişiklik gösterebilmektedir. Dayak, bir çeşit baskı ve zulüm temsilidir. Karşılıklı nefretin kuşaklararası aktarımıyla ortaya çıkan şiddet ise kan davasıdır. Genellikle kapalı toplumlarda katı gelenek kurallarının dışına çıkan bireylerin, özellikle kadınların öldürülmesi ise namus cinayeti kapsamına girmektedir. Trafik kazalarında yaşanan kayıplar ve zaman içerisinde bu durumun artış göstermesi ise ayrı bir tür olarak nitelendirilmektedir.

Limnili ve Özçakar (2017) tarafından hazırlanan "Farklı Boyutlarıyla Şiddet" adlı çalışma da şiddet, 4 ana başlık altında değerlendirilmiştir. Bu başlıklar **fiziksel şiddet**, **ekonomik şiddet**, **cinsel şiddet** ve **psikolojik şiddet** olarak sıralanmaktadır.

### **Fiziksel Şiddet**

Fiziksel şiddet, güç kullanarak her türlü fiziksel zarar veren davranışların bütünü olarak ifade edilmektedir. "Şiddete maruz kalma sonucunda; fiziksel yaralanmalar, hematomlar, diş kırıkları, burun dudak yaralanmaları, bilinç kaybı, ilaç ve alkol kullanımı ve depresyon ortaya çıkabilir" (Atman, 2003: 333). Başkasının vücut bütünlüğüne zarar veren, ona acı çektiren her türlü saldırı fiziksel şiddet olarak nitelendirilebilir. Fiziksel şiddet; tokat, yumruk, tekme atmak, itmek, ısırarak, kolunu bükme, boğazını sıkmak, kesici ya da delici bir alet ile yaralamak, işkence yapmak, ateşle ya da kaynar suyla yakmak gibi yöntemleri içermektedir (Özgençtürk, Karğın ve Baltacı, 2012).

Vahip ve Doğanavşargil'in (2006) psikiyatri polikliniğine gelen hastalar üzerinde uygulanan testler sonucunda fiziksel şiddet görmüş hastaların %63'ü, şiddete çocukluk dönemlerinde maruz kalmıştır ve kadın hastaların %62'sine eşleri tarafından şiddet uygulanmıştır. Hastaneye başvuran hastaların sadece %17'sinin herhangi bir fiziksel şiddete maruz kalmadığı saptanmıştır. %17'lik kısım, her ne kadar şiddete uğramadığını belirtse de %83'ünün çocukluk, yetişkinlik ya da evlilik döneminde fiziksel şiddet mağduru olduğu ortaya çıkmıştır.

Adak'a göre (2013) uygulanan fiziksel şiddet, her ne kadar erkek üzerinden tanımlansa da kadınların erkeklere uyguladığı fiziksel şiddet de göz ardı edilmemelidir. Yapılan araştırmalarda bu durum daha az görünür olmuştur. "Madalyonun Öteki Yüzü: Erkeğe Yönelik Şiddet" isimli çalış-

mada erkeğe uygulanan şiddetin yeterince görünür olmamasını iki sebeple açıklamıştır. Şiddete uğrayan erkeklerin toplum içerisinde dışlanmışlık korkusu yaşaması ve bu durumun gururlarını zedelemesi sebebiyle erkekler, genellikle polise ihbarda bulunmamaktadır. Aynı sebepten ötürü müdahale gereken durumlarda erkeklerin hastaneye başvurmaması gibi bir tutum geliştirmesi de ikinci sebep olarak belirtilmektedir.

### **Ekonomik Şiddet**

Bireyi kontrol etmek, kısıtlamak ya da cezalandırmak adına onun temel ihtiyaçlarını gidermesini engelleyici her türlü davranış, ekonomik şiddet sayılmaktadır (Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008). Bakımından sorumlu olduğu kişilere para vermemek ve onları sosyal hayata katılmaları ve kendilerini geliştirmeleri için gerekli olan her türlü ekonomik destekten mahrum etmek, kazandıkları paraları ellerinden almak ve çalışmalarına izin vermemek ekonomik şiddet olarak değerlendirilmektedir. Bir erkeğin eşine evden dışarıya çıkmaması ve istemediği kişilerle görüşmemesi için para vermemesi de bir çeşit ekonomik şiddettir (Özgentürk vd., 2012: 59-60).

Ekonomik şiddet, ataerkil toplum düzeni sebebiyle genellikle kadınların başına gelen bir şiddet türüdür. Kadının ekonomik gereksinimlerinin karşılanmaması ve maddi açıdan kısıtlanması, zorla ve istemediği işlerde çalıştırılması ve çalışmak istediği halde engellenmesi gibi durumları kapsamaktadır (Eşkinat, 2013). “Türkiye genelinde bu davranışlardan en az birine yaşamın herhangi bir döneminde maruz kalan kadınların oranı %30, son 12 ayda maruz kalan kadınların oranı ise %15’tir” (Yüksel-Kaptanoğlu, Çavlin ve Ergöçmen, 2014: 11).

### **Cinsel Şiddet**

Bireyin rızasının dışında, risk barındıracak ve utanç verici bir biçimde bireyi cinsel ilişkiye zorlamak cinsel şiddet olarak ifade edilmektedir (Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008). “Dünya Sağlık Örgütü cinsel şiddeti, iş, ev ya da her türlü ortamda gerçekleştirilebilen, cinsel ilişkiye zorlama, istenmeyen cinsel davranışlarda bulunma, rahatsız etme, cinselliği vurgulayan eleştirilerde bulunma ve sözler söyleme, istenmeyen cinsel içerikli konuşmalar yapma davranışları olarak tanımlamıştır” (Harcar vd., 2008: 53).

Cinsel şiddet bulgularının saptanmasında mağdurların mağduriyetlerini açıkça dile getirememesinden ötürü güçlükler yaşanmaktadır. Eylemi gerçekleştiren bireyler, mağdur birey ile aralarında hiçbir bağ bulunmayan yabancılar ya da aile, arkadaş çevresinden bireyler de olabilmektedir. Bi-

reylerin istem dışı bir zorlama ile cinsel birliktelik yaşadıkları gözlenmektedir. Cinsel şiddete, kimi zaman fiziksel şiddet de eşlik etmektedir.

Aşağıda cinsel şiddete uğrayan kadınlarda; ölümcül ve ölümcül olmayan psikolojik sonuçlar görülmektedir:

**Ölümcül olmayan sonuçlar;** Yaralanmalar, istenmeyen gebelikler, cinsel yolla bulaşan hastalıklar, jinekolojik sorunlar, iritabl kolon sendromu, kendine zarar veren davranışlar, düşükler, baş ağrısı.

**Psikolojik sonuçlar;** Depresyon, korku, anksiyete, kendine güvensizlik, cinsel bozukluklar, yeme sorunu, travma sonrası stres sendromu.

**Ölümcül sonuçlar;** Özkıyım (intihar), öldürme (homisid), maternal mortalite (anne ölümü), HIV/AIDS (Atman, 2003: 335).

### Psikolojik Şiddet

Leymann (1996), psikolojik şiddeti benlik duygusunu ortadan kaldıracak ya da yaralayacak şekilde gerçekleştirilen eylemler olarak tanımlamıştır. Psikolojik şiddet, bireye karşı sistematik bir şekilde psikolojik baskı uygulamak, duygusal olarak zarar vermek, manipüle edici şekilde ve toplumdaki soyutlayıcı bir biçimde davranmak, cezalandırmak amacıyla yapılan her türlü şiddeti kapsamaktadır (KSGM, 2008).

Bağırarak, küçük düşürmek, alay etmek, küçümsemek, lakap takmak gibi davranışlar psikolojik şiddete girmektedir. Türkiye’de çok karşılaşılan şiddet türlerinden olarak çoğu zaman görmezden gelinmekte, şiddet olarak kabul edilmemektedir. Bu sebepten ötürü tespiti oldukça zordur (Polat, 2016).

Çocuklara karşı uygulanan psikolojik şiddette ise onlara değersiz olduklarını hissettirmek, istenmediklerini söylemek, kızmak, onlarla dalga geçmek, onları dışlamak ve onların eşyalarına zarar vermek gibi davranışlar görülmektedir. McGee (2003), gerçekleştirdiği bir araştırmada duygusal ve psikolojik şiddete uğrayan çocukların fiziksel şiddete göre çok daha olumsuz etkilendiklerini belirtmiştir. Raporda en çok çocuklara aşağılayıcı lakaplar ile seslenilmesinin çocukları olumsuz etkilediğinden bahsedilmiştir.

Yoksunluk ve ihmal, psikolojik şiddetin içerisinde yer almaktadır. Sevgi, şefkat, huzur, barış gibi bireyleri erişmek istedikleri bir şeyden alı koymak, bu bağlamda değerlendirilmektedir. Bireylerin sosyal hayatını kısıtlayıcı eylemler ise onları derin bir bunalıma sürükleyebilmektedir. “Yoksunluk ve ihmal birbirini takip edebilmektedir. Yoksun bırakılan bireyler, yoksun bırakanları, ihmal ile cezalandırabilirler. Her iki durumda da engellenmiş olan birey, psikolojik şiddeti zaman zaman fiziksel şiddete dönüştürebilir” (Harcar vd., 2008: 54).

## Şiddet Sınıflaması

Şiddeti değerlendirirken şiddete maruz kalan, şiddeti yaşayan gruplara göre bir sınıflama yapıldığında temel olarak şu alt başlıklar altında incelenmektedir.

1. Kadına yönelik şiddet
2. Çocuğa yönelik şiddet
3. Yaşlıya yönelik şiddet
4. Akranlar arası şiddet
5. Kardeşler arası şiddet
6. Flört şiddeti
7. Engelliye yönelik şiddet
8. LGBT şiddeti
9. Mülteci şiddeti
10. Kişinin kendine yönelik şiddeti (Polat, 2016: 16).

**Kadına yönelik şiddet;** Birleşmiş Milletler Kadınlara Yönelik Şiddetin Engellenmesi Bildirgesi'nde: "İster kamusal isterse özel yaşamda meydana gelsin, kadınlara fiziksel, cinsel veya psikolojik acı veya ızdırap veren veya verebilecek olan cinsiyete dayanan bir eylem veya bu tür eylemlerle tehdit etme, zorlama veya keyfi olarak özgürlükten yoksun bırakma" olarak tanımlanmaktadır (UN, 1993 akt. Harcar vd., 2008). Kadına yönelik şiddette genellikle kadınların yakın ilişki kurduğu eşler ve birlikte olduğu erkekler dikkat çekmektedir. "Dünya Sağlık Örgütü'nün verilerine göre dünya çapında kadınların %35' i fiziksel ve cinsel şiddet görmekte ve bunların %30'u partnerleri %7'si ise partneri olmayan kişiler tarafından uygulanmaktadır. Bu kişilerin şiddet uygulaması ise biyolojik, psikolojik ve sosyal nedenlerden ötürü ortaya çıkabilmektedir" (Polat, 2016: 19).

**Çocuğa yönelik şiddet;** ihmal ve istismar çerçevesinde çocukların fiziksel, psikolojik, sosyal ve duygusal gelişimlerini olumsuz etkileyen eylemlerin bir bütünü olarak ele alınmaktadır. Ebeveyn ya da bir başka yetişkin tarafından çocuğa karşı uygulanan ve onu kısıtlayıcı her türlü davranış şiddet olarak kabul edilmektedir (Hıdıroğlu, Topuzoğlu, Ay ve Karavuş, 2006). Çocuk istismarında temel faktör insan eyleminden kaynaklanan bir olaya bağlı meydana gelmesi gerektiğidir. Çocuğa zarar veren depresyon, sel gibi afetler ya da hastalıklar o yüzden kapsam dışındadır. "Eylemin yol açtığı zararların ötesinde yasaklanmış olması gerekmektedir. Önlenabilirlik, dikkat çeken bir noktadadır. Oluşacak zararların önüne geçilebilecek mekanizmaların üzerinde durulmalıdır" (Polat, 2016: 20-21).

**Yaşlılara uygulanan şiddet;** aile içerisinde rastlanan şiddet türlerinden birisidir. Yaşlılar, fiziksel, cinsel, psikolojik ve ekonomik istismarın yanında terk edilme ile de karşı karşıya kalmaktadırlar. Yaşlı bireylerin günlük ihtiyaçlarının karşılanması, fiziksel ve zihinsel olarak yetersiz kaldıkları konularda onlara yardımcı olunması olası bir ihmalin önüne geçecektir. Yaşlılara uygulanan şiddetin ağır yaralanma ve hatta ölüme sebep olma durumlarını ortaya koyan bir araştırma raporuna göre: “1996 da %6,1 olan yaşlı otopsi oranı %44,3'lük bir artış göstererek 2001 yılında %8,8 oranına ulaşmıştır. Yaşlıya zarar vermek amacıyla yapıldığı kesin olarak söylenebilecek eylemlerin (kesici delici alet yaralanması ve ateşli silah yaralanması) artışı da dikkat çekicidir” (İnce, Aliustaoğlu, Yazıcı ve İnce, 2007: 37).

**Akranlar arasında görülen çatışma ve şiddet;** son zamanlarda üzerinde daha çok durulan meselelerin başında gelmektedir. Yaş ve fiziksel yapı farkından kaynaklanan durumlarda bireyler şiddete maruz kalabilmektedir. Akran şiddeti, bu sebepten ötürü çoğunlukla çocuklarda görülmektedir. Çocuklara karşı uygulanan şiddetin bir alt türü olarak değerlendirilmektedir. Olweus (1984)'a göre akran şiddeti üç kategoride ele alınmaktadır. İtme ve darp etme gibi fiziksel olarak saldırganlık, küçük düşürme, dalga geçme, tehdit etme, lakap takma ve el hareketi yapma gibi sözle taciz etme ve dolaylı olarak kötü davranma, son olarak da zorbalık ve haraç gibi doğrudan ve şiddetli bir çatışma ortamı yaratma bu kategoriler arasında yer almaktadır.

**Kardeşler arası yaşanan şiddet;** üzerinde en az durulan şiddet türüdür. Bu alanda yeterli çalışma bulunmamaktadır. Konunun göreceli olması ve sınırlarının bilinmemesi sebebiyle ampirik veri kapsamında yeterli bir şekilde değerlendirilmemiştir. Küçük çocuklarda ebeveynler açısından normal karşılanan şiddet, birçok ülkede normalleştirilen, önem verilmeyen bir olgudur. Ancak ileriki yaşlarda yaşanan çatışmalara şiddetin zemin hazırlaması açısından küçümsenmeyecek bir meseledir.

**Flört şiddeti;** partnerlerin birbirlerine karşı fiziksel, cinsel, psikolojik ve ekonomik olarak şiddet uygulaması olarak tanımlanmaktadır. Yoğun duygu paylaşımının olduğu ilişkilerde şiddet de bir o kadar hararetli bir biçimde ortaya çıkabilmektedir. Şiddet uygulayan kişinin psikolojisi, aile yapısı ve bireylerin kültürel normlarındaki farklılıklar gibi pek çok faktör tetikleyici olabilmektedir. Şiddet, genellikle kadına yönelik olarak ortaya çıkmakta, kadına yönelik baskı ve onun davranışlarını kontrol etme gibi eğilimler saptanmaktadır.

**Engellilere yönelik şiddet;** “Engellilik; doğuştan veya sonradan herhangi bir hastalık veya kaza sonucu bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yetilerin çeşitli derecelerde kaybedilmesidir” (Kavaklı ve Özkara,

2012: 66). Son zamanlarda engelliler, toplum grupları içerisinde en dikkat çeken bireyler arasında yer almaktadır. Yaşadıkları engel sebebiyle şiddete karşı verdikleri reaksiyon da sınırlı kalabilmekte ya da gölgelenmektedir. Görme ve işitme engelli bireylerin taleplerini görmezden gelme, onlara acıma, onları toplumdan dışlama hatta onlarla alay etme engelli bireylere karşı uygulanan şiddet içerisinde yer almaktadır.

**LGBT şiddeti;** “LGBT; Lezbiyen, gay, biseksüel, transgender (trans-seksüel veya travesti) ve interseks kelimelerin baş harflerinden oluşturulmuştur” (Dunne, 2011. akt. Polat, 2016). Son zamanlarda queer, heteroseksüel veya cisseksüel olmayan bireyleri tanımlamak için kullanılan bir şemsiye ifade biçimi olarak yer almaktadır. Cinsiyet kimliği ve yönelimine karşı çıkan, kültürel açıdan marjinal bir ifade biçimi olarak öne çıkmaktadır. Kara (2020), LGBTQ+ toplumun çoğunluğunun aksine farklı cinsiyet kimliği ve yönelimi olan bireylerinin sadece bazı toplumlarda tolere edilebilir bir seviyede olduğunu ifade ederken dünyanın genelinde bu bireylerin kötü muameleye maruz kaldıklarının da altını çizmektedir. Dışlanma, ayıplama, marjinalleştirilme, etiketlenme ve nefret söylemleri bu duruma örnek gösterilmektedir. Cinsel şiddete de maruz kalan bu bireyler, toplumun her kademesinde çeşitli güçlüklerle karşılaşmaktadırlar.

**Mülteci şiddeti;** Mülteci, ırkı, dini, milleti, belli bir sosyal grup tarafından siyasi fikirleri sebebiyle korkan ve zulüm göreceği endişesini taşıyan, bu sebeple ülkesinden ayrılan kişiler için kullanılmaktadır (Cenevre Sözleşmesi, 1951). Mülteciler, kendi ülkelerinden savaş, terör, etnik temizlik, soykırım gibi sebeplerden başka ülkelere iltica talebinde bulunan bireylerdir. Belirsizlik ve öngörüsüzlük, yoğun baskı ve zulüm ortamında yaşamak zorunda kalan mültecilerin başta fiziksel olmak üzere cinsel, ekonomik ve psikolojik şiddeti en ağır biçimde yaşadıkları, yapılan araştırmalar gözler önüne sermiştir. Özellikle yalnız ya da refakatsiz olan mülteci kadınlar ve çocuklar, fiziksel ve cinsel şiddet, seks işçiliği, emek sömürüsü gibi ağır tablolarla yüzleşmektedirler. Bu sebepten ötürü korunmaya en muhtaç kesimlerdir. (İKGV, 2015).

**“Kişinin kendine uyguladığı şiddet;** kendine fiziksel zarar verme, intihar eğilimi ve intihar eylemlerini içermektedir. Çoğu zaman yaşanan kişisel ruhsal sorunların bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır” (Harcar vd., 2008: 54). İntihar, kişinin kendisine uyguladığı şiddette başı çeken bir davranıştır. Kısaca intihar, bireyin kendi yaşamına son vermesidir. İntiharlar, şiddetin en trajik boyutudur. Kişinin kendisine uyguladığı şiddet, travmatik etkileri en yoğun şiddet türüdür.

Durkheim, intiharı sosyolojik bir olgu olarak tanımlamaktadır. Ona göre intiharın temel sebepleri toplumda aranmalıdır. Yapılan incelemelerde intiharın bireyin toplumsal yaşamdan kopması ile tetiklendiğinin altını çiz-



mektedir. Bu durumda toplumsal bağların da zedelendiğini aktarmaktadır. Anomi, kültürel yozlaşma, bencillik gibi kavramlar neticesinde toplumun düzenleyici gücünün yara alması, bireyleri intihara sürükleyebilmektedir (Durkheim, 2014).

### **Aile Kavramı ve Aile İçi Şiddet**

Aile, toplumun en küçük parçasıdır. Bir kurumdur. Heteronormatif sistemde bir erkeğin ve bir kadının devlet kanalıyla resmi bir evlilik yaparak kurulmasıyla oluşmaktadır. Birey ve aile ilişkisi iç içedir. Birey, bulunduğu aile ortamında doğmakta, büyümekte, olgunlaşmakta ve topluma hazır hale gelmektedir. İçinde bulunduğu toplumun kültürel normlarından etkilenen bireyler, toplum ile olan ilk temasını aile vasıtasıyla gerçekleştirmektedir (Bayhan, 2013).

Ailede cinsiyet, iki boyuttan oluşmaktadır. Biyolojik cinsiyet, dış görünüş farklılıklarını vurgulayan ve nesnel boyutu olan kadın ve erkekte oluşmakta iken toplumsal cinsiyet ise toplumun cinsiyet kavramlarına yükledikleri anlamlardan meydana gelmiştir. Roller de bu sebeple değişiklik göstermektedir (Can, 2013). Cinsiyet rolleri, toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Kadına ve erkeğe yüklenen çeşitli sorumluluklar ve onlardan beklentiler vardır. Türk toplumunda erkeklere yüklenen görevler çalışmak ve ev geçindirmek iken kadınlar açısından ev temelli görevlerdir. Yemek pişirmek, temizlik yapmak, çamaşır yıkamak ve çocuklar ile ilgilenmek gibi örnekler bulunmaktadır (Mavili-Aktaş, 2006).

Sanayi devrimi ile birlikte artan şehirleşme, aile yapısının küçülerek geleneksel karakterini kaybetmeye başlamasına zemin hazırlamıştır. Kapitalist üretim faaliyetleri çerçevesinde ortaya çıkan yeni iş gücü seçenekleri, modern şehirlerdeki aile yapılarını değiştirmiştir. Üretime katılan erkekler ve artan kadın istihdamı bu değişimin öncüsü olmuştur. Anne, baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aileler, modern şehirlerin temelini oluşturmuştur. Şehir hayatının tetiklediği stres, yalnızlaşma ve güvensizlik ortamı, aile kurumu için tehditleri de beraberinde getirmiştir.

Waite (2000), 21. Yüzyıl için ailenin “sosyal bir örgüt” adı altında değerlendirilmesinin altını çizmiştir. Bu bakımdan aile, sadece geçmişteki gibi akrabalık ilişkilerinden ibaret olan bir oluşumdan yeni yüzyılın üreten, tüketen, sosyalleşen ve nesillerin devamı için sorumluluk alan, derinliği olan bir yapıya bürünmüştür. Aile bireylerinin sorumlulukları artmıştır. Aile, daha kurumsal ve işlevsel hale gelmiştir. Erkeğin olduğu gibi kadının da ekonomik bağımsızlığını kazanması ve çocuk bakımı daha önemli hale gelmiştir. Evlilik anlaşmaları çerçevesinde rollerin dağılımı ve bu anlamda eşitlik / fedakârlık dengesi aynı zamanda bir çeşit güvensizlik ve bireysellik yaratarak boşanma sayılarının yükselmesine sebep olmuştur.

Bu noktada aile ve evlilikte sözü geçen “ortaklık ve fedakârlık” değerlerinin çoğunlukla kadından beklendiği, “yuvayı dışı kuş yapar”, “olayları alttan almak”, “her başarılı erkeğin arkasında bir kadın vardır” vb. basmakalıp önyarguların artık kadınlar tarafından kabul görmemesi ve kutsal evlilik bağı ve ortaklığı yerine, kadının kontrol altına alınarak hak ve özgürlüklerinin kısıtlanması durumunun reddedilmesi de boşanma oranlarını önemli ölçüde artıran unsurlar arasındadır (Harcar vd., 2008: 63).

Aile içi şiddet, son yıllarda üzerinde en çok durulan araştırma konularının başında gelmektedir. Kadın, çocuk ve yaşlıyı da içerisinde barındıran aile ortamında görülen şiddet olgusu, çok boyutlu bir şekilde değerlendirilmektedir. Aile içi şiddetin sebepleri araştırılırken bireyler arası ilişkiler, ailenin ve toplumun yapısı, ekonomik koşullar, kültürel değerler, dini ve siyasi etmenler ve kültürel gelişmeler gibi pek çok faktör göz önünde bulundurulmaktadır. Ardından aile içi şiddet ile mücadele konusunda yürütülen çalışmalar ve çalışmaların adli ve idari boyutu, sağlık çalışanları ve polis güçlerinin de katkısı ile topyekün bir eylem planı olarak gerçekleştirilmiştir.

Stover (2005), aile içi şiddetin net bir tanımı olmadığını ifade etmektedir. Akademisyenler, kendi perspektifleri ve alanları doğrultusunda çeşitli tanımlamalar yapmıştır. Aile içi şiddet yaklaşımı, 1975 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştirilen Ulusal Aile İçi Şiddet Araştırması (National Family Violence Survey) ile ilk kez hayata geçirilmiş ve şiddetin ender rastlanan bir olgudan ziyade Amerikan ailesinin şiddet dolu bir toplumsal kurum olduğunu bu araştırma göstermiştir (Taşdemir-Avşar, 2015: 731). Bu araştırma, ailede yaşanan şiddetin yoğun bir şekilde gerçekleştiğinin altını çizmiştir. Ancak şiddete yaklaşım biçimi, şiddetin türleri açısından sığ ve yetersiz olduğu gerekçesiyle de eleştirilmiştir. Feminist yaklaşıma göre getirilen eleştiride kadınlar ile yapılan görüşmeler baz alınarak yapılan şiddetin erkek şiddeti olduğu, erkek egemen bir görüşün ve erkeklerin iktidarını sağlamak için şiddetin yapıldığı ve bu şiddetin aile içerisinde hakim kılınmak istendiği anlayışına dikkat çekilmiştir (Altınay ve Arat, 2007).

Aile içi şiddete getirilen geniş ölçekli tanımlardan birisi kişinin anne, baba, çocuk, kardeş ya da diğer akrabalarına karşı fiziksel, cinsel, ekonomik ve psikolojik şiddet uygulamasıdır (Kelly ve Johnson, 2008). Goldstein (2007) ise aile içi şiddeti tanımlarken aile bireylerinin birbirlerini kontrol etme mücadelesinden söz etmektedir. Sözel ve fiziksel olarak çeşitlenen şiddet eylemleri, tehditten cinsel saldırıya, aşağılamaktan öldürmeye kadar en üst perdeden de gerçekleşebilmektedir.

Aile içi şiddet raporlarında kadına yönelik şiddetin açık ara üstün olduğu tartışmasızdır. Bu konuda dünyanın çeşitli ülkelerinde çarpıcı

verilere ulaşılmıştır. “Tüm dünyayı temsilen seçilen 32 ülke arasından, kadınlara uygulanan şiddetin en yaygın olduğu yerler Nikaragua ve Papua Yeni Gine (sırasıyla %69 ve % 67) olarak bulunurken, en az görülen yer olarak Paraguay (% 10) ve Filipinler (% 10) olarak belirtilmiştir” (Zara-Page ve İnce, 2008: 82). Avrupa’daki aile içi şiddet verilerinde ise İspanya ve İsveç örneği dikkat çekmektedir. İspanya’da yapılan bir araştırmaya katılan kadınların %12,9’u son bir yıl içerisinde eşlerinden şiddet gördüğünü söylerken %16,2’si ise cinsel istismara maruz kaldıklarını aktarmışlardır (Krahé, Bieneck ve Möller, 2005).

Türkiye’de aile içi şiddete dair yapılan araştırmalar ise son yıllarda artış göstermiş olmakla birlikte yeterli seviyede değildir. “Dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de aile içi şiddet özel hayatın mahremiyet alanında görülen hassas bir konudur. Türkiye’de bu konuda az araştırma yapılmıştır. Daha çok 1980’li yıllardan sonra aile içi şiddet sosyolojik olarak ele alınmıştır” (Tılıç, 1997: 119 akt. Kocacık ve Çağlayandereli, 2009: 29). 1987’de yapılan ‘Dayağa Hayır Yürüyüşü’ bu alanda gerçekleştirilen eylemlerden biri olarak dikkat çekmektedir.

1994’te beş bölge ve 4287 hanede o dönemin başbakanlığı tarafından gerçekleştirilen “Aile İçi Şiddetin Sebep ve Sonuçları” isimli araştırmada ise aile içi şiddet ve aile bireylerinin sosyo-ekonomik düzeyi ile ilgili ilişkiyi ortaya çıkaran verilere ulaşılmıştır. “Kavga ve gerginlikler sonucunda eşlerin kendilerine ağır söz kullandığını belirten kadınların oranı %52.47’dir. Erkeklerin %34.04’ü kavgalar sırasında eşlerini dövdüklerini ifade ederken, kadınların %29.59’u bu olayı yaşadıklarını belirtmişlerdir. Araştırmaya göre şiddet, kentte ve kırdaki tüm sosyo-ekonomik gruplarda görülmektedir” (Kocacık ve Çağlayandereli, 2009: 29).

Şiddetin ‘terbiye etme’ üzerinden kodlanarak meşrulaştırılması, şiddet eylemlerinin tekrarı ve sonuçların açığa çıkmasının önüne geçilmesi gibi tehlikeleri gün yüzüne çıkarmıştır. 2000’li yıllarda Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı tarafından yapılan kapsamlı bir çalışmada kayda değer sonuçlara ulaşılmıştır. Şiddete uğrayan kadınların %80’i, şiddet karşısında sadece pasif direniş sergilemişlerdir. 23 şehrin yer aldığı bir çalışmada ise görüşüne başvuru alan kişilerin %64’ü, erkeğin eşine karşı uygulamış olduğu şiddeti onaylamaktadır. Katılımcılar ayrıca kadınların %35,1’inin bazen dayak yemeyi hak edecek davranışlar sergilediklerini ifade etmiştir (T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı, 2000).

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Polikliniği tarafından evli kadınlar ile ilgili gerçekleştirilen bir araştırmaya göre aile içi şiddet vakalarının sistematik bir biçimde devam ettiği ve saklanmaya çalışıldığı bildirilmiştir. 16-59 yaşları arası 300 kadının yer aldığı araştırmada kadınların %57’si fiziksel, yüzde 36’sı duygusal, %32’si ekonomik,

%30,7'si cinsel ve %29,3'ü ise sözel anlamda şiddete uğramıştır (Akyüz, Kuğu, Doğan ve Özdemir, 2002). Aile içi şiddet, bu sebeple diğer şiddet türleri ile iç içe ve kapsamlı bir çalışma alanı olarak toplumun panoramasını yansıtmada konusunda ayna görevi üstlenmektedir.

### **Aile İçi Şiddette Kadın Parantezi**

Şiddete maruz kalan bireylerin daha çok kadınlar, şiddet uygulayan bireylerin ise daha çok erkekler olması, kadınların erkeklere oranla toplumda eşit ve adil olmayan bir pozisyonda yer aldıklarının kanıtıdır. Kadına yönelik şiddetle mücadele ve kadının toplumdaki konumunun iyileştirilmesine dair yapılan araştırmalar, kadının her şeyden önce bir birey olarak kendini konumlandırmasının önemine dikkat çekmektedir. Basmakalıp ve birbirini tekrar eden ifade biçimleri, yönlendirmeler, öneriler ve temenniler haricinde kadının öz değerini, yeteneğini kuvvetlendirecek ve özgür bir birey olarak ideolojisini ifade edebileceği pozitif bir düzlem gereklidir. “Yetkinlikler yaklaşımı”, bu bağlamda toplumsal cinsiyet rollerinin kadına yüklediği anlamların dışında kadının birey olma bilincine sahip olarak toplumdaki yerini almasının önemine dikkat çeken bir kavram olarak öne çıkmaktadır (Nussbaum, 2002).

Şiddetin sistematik bir biçimde devam etmesine rağmen kadının evliliğini sürdürmesi ve aile yaşamına devam etmesi paradoksu, iki sebep ile açıklanabilir. Bunlardan birisi sosyal öğrenme teorisi ve aile içi şiddetin yakın ilişkisidir. Bu teoriye göre kişi, iyi ya da kötü her türlü davranışı samimi ilişki içerisinde olduğu; aile bireyleri, arkadaş, öğretmen ve mesai arkadaşları ile iletişimi esnasında öğrenir. Öğrenme olayı bir süreçtir ve bu süreç içerisinde kişi, belirli bir davranışa dair bir takım olumlu veya olumsuz tanımlamaları, gerekçeleri ve motifleri de öğrenir (Özgentürk vd., 2012: 62). Şiddet, öğrenme biçimiyle içselleştirilerek ve normalleştirilerek nesilden nesle aktarılmaktadır. Aile içi şiddet eylemleri de bu sebeple kimi zaman göz ardı edilmektedir.

İkinci sebep, ataerkil toplum yapısı sebebiyle erkeğin kadın üzerindeki üstünlük kurma ve kontrol etme davranışlarının ağır basmasıdır. Bu sebep, aynı zamanda radikal feministlerin teorisiyle aynı doğrultudadır. Radikal feminizme göre şiddetin kökenlerinde ataerkil aile yapısı yer almaktadır. Kadının fedakârlığı ve alttan alan tutumları, toplum tarafından benimsenmiş ve bu doğrultuda beklentiler oluşmuştur. Kadına çizilen bu sınırlar neticesinde bir baskı ortamı ve çözümsüzlük durumu ortaya çıkmıştır. Öğrenilmiş çaresizlik kavramı da, kadının şiddete uğramasına rağmen susup ona dayatılan roller ile evliliğini sürdürmesine neden olmuştur. Gelles (1976), bu sebepleri ayrıca 7 başlık altında ele almıştır. Kadınlar, olumsuz düşüncelere sahiptir. Kadınlar, kocalarının değişeceği fikrine tutunmaktadır. Ekonomik mecburiyet vardır. Babanın ekonomik

yardımı söz konusudur. Yalnız başlarına kadınlar inisiyatif alamaz. Kadınlar, boşanmış kadınların toplum tarafından dışlandığını düşünür. Çocuklu kadınların iş sahibi olması daha zordur.

Bu durum, Türk aile yapısında bazı toplum bilimcilere göre kadının erkeğe bağımlı olmasının şiddet için potansiyel bir oluşum yarattığı tezini desteklemektedir. Bunun temel sebebi kadının ve erkeğin rollerinin toplumsal cinsiyet kodları çerçevesinde, geleneksel düzlemde kesin çizgilerle ayrılmış olmasıdır. Çocuk doğurma, çocuk bakımını üstlenme ve eve bağımlı olma gibi görev ve sorumlulukların kadına yüklenmesi neticesinde kadının bağımlı bir role bürünmesi, ihmal ve istismara açık olması şiddet ortamını körüklemektedir (Harcar vd., 2008).

Sınıf analizi, ailede kadına yönelik şiddet profilinde ön plana çıkan faktörlerdendir. Bu sebeple ailede dezavantajlı konumda olan erkeklerin şiddeti bir baskı ve otorite aracı olarak kullandığı görülmektedir. Maçoluk ve fiziksel üstünlük taslama gibi alt kültür davranışları geliştiren erkekler, ekonomik ve sosyal açıdan yetersizliklerini şiddet ile gölgeleme eğilimindedir (Walby, 1990). Tauchen, Witte ve Long (1991), ailede kadına yönelik şiddetin yüksek olmasında sosyoekonomik faktörlerin altını çizmektedir. Orta ve alt gelir grubu ailelerde kadına yönelik şiddet bulgularına daha fazla rastlanmaktadır. Yüksek gelir grubuna sahip ailelerde ise her ne kadar bir tatmin olma durumu söz konusu iken ekonomiyi yönetme konusundaki rollerin dağılımı, şiddet ihtimalini ortaya çıkarmaktadır. Kadının ekonomik bağımsızlığının önemi kadar gelir gider dengesinin yönetilmesi de şiddetin önüne geçen faktörler arasındadır.

Aile içi şiddette kadının ön planda olmasının sebeplerinden bir tanesi de ailedeki güç dengesizliğidir. Kadının ekonomik, sosyal ve eğitim açısından erkekte daha avantajlı olduğu durumlarda aile içi şiddetin artış olasılığı daha yüksektir (Altınay ve Arat, 2007). Güç ve iradenin daha çok kadında olmasını kabullenemeyen, aile içi rolleri yönetemeyen erkeklerin şiddet uygulayarak kendilerini ifade etmeye çalışmaktadır. İktidar mücadelesi, aile hikâyesine göre farklılık göstermektedir.

Yaş farkı, ailede kadına yönelen şiddetin unsurları arasında yer alan bir başka nedendir. Evlilikteki yaş farkı, şiddeti körükleyebilmektedir. Yapılan bazı çalışmalarda erkeğin kadından yaşça büyük olması, kadının şiddete uğrama ihtimalini artırmaktadır (Tang, 1999b). İlerleyen yıllarda yaş farkından kaynaklı fiziksel şiddet ile psikolojik ve ekonomik şiddet de eklenmektedir.

Dini sebepler, kadına yönelik şiddette değerlendirilmesi gereken diğer bir başlıktır. Dini sebepler ve ataerkil toplum yapısı, iç içe geçmiş bir şekilde ele alınabilir. “Ulus’a (2005) göre örf ve adetlerimizin temellerini oluşturan islamiyet ve ataerkil toplum özelliği kadının toplum içerisinde-

ki rolünü etkiler vaziyettedir. Buna göre, kadın doğduğu andan itibaren içinde bulunduğu toplumun kendisi için uygun gördüğü normlarla karşı karşıya kalır” (Zara Page ve İnce, 2008: 86). Kız ve erkeklerin, doğduktan sonra toplumsal cinsiyet normlarına göre yetiştirilmesi bu konuya örnek gösterilebilir. Aynı zamanda uygulanan şiddet ile birlikte işlenen namus cinayetleri, Türkiye’de yaygın olarak görülmektedir. Kadının ailesinin isteğinin dışında biriyle ilişki yaşaması, ondan hamile kalması, kadının evden kaçması ve eşini terk etmesi gibi sebepler namus cinayetlerine davetiye çıkarmaktadır (Tezcan, 2003).

### **TKDF Ev İçi Şiddet Acil Yardım Hattı 2007-2021 Yılları Arası Verilerinin İstatistiksel Analizi**

TKDF (Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu), Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve şiddetin her türlü ile mücadele etme konusunda rol oynayan etkin bir federasyondur. Türkiye’de bu bağlamda toplumsal duyarlılık yaratma ve harekete geçme motivasyonunu görev edinen bir kuruluştur. Uzmanlar ve sivil toplum örgütleri eşliğinde çalışmalar gerçekleştiren federasyon, Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu’nun (UNFPA) destekleriyle kayda değer sonuçlar elde etmiştir.

TKDF Ev İçi Şiddet Acil Yardım Hattı, 2004 yılında Hürriyet gazetesi tarafından “Aile İçi Şiddete Son” Kampanyası çerçevesinde kurulmuş olup, 2014 yılından beri TKDF tarafından işletilmektedir. Ev İçi Şiddet Acil Yardım Hattı, Türkiye’de kadına karşı şiddeti önleme ve şiddete müdahaleye yönelik 7/24 çalışan ilk ve tek özelleşmiş acil yardım hattıdır (TKDF, 2023: 5). Türkçe ile birlikte İngilizce, Arapça, Kürtçe ve Farsça dillerinin de olduğu 7/24 hizmet veren bir sistemdir. İhtiyaçlar ve beklentiler göz önünde bulundurularak sosyal hizmet uzmanları, psikologlar ve hukukçular bireyleri ilgili kurum ve kuruluşlara yönlendirmektedir. Gerekirse kolluk kuvvetleri ile temas sağlanmaktadır. Kadınların yaş, eğitim, ekonomik düzey, kimlik ve göçmenlik statüsü gibi pek çok kategori göz önünde bulundurularak ayrıntılı analizler ile yapılan araştırmalar kamuoyu ile paylaşılmaktadır. Bu doğrultuda TKDF, şiddete yönelik strateji ve eylem planlarının hayata geçmesi konusunda kritik bir konumdadır.

TKDF Acil Yardım Hattı’na gelen çağrıların veri seti üç dönemde incelenmiştir:

1. 6284 sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun öncesi, yani 4320 sayılı Ailenin Korunmasına Dair Kanun’un yürürlükte olduğu dönem (Ekim 2007 - Şubat 2012)
2. 6284 sayılı Kanun’un yürürlüğe girmesiyle başlayan dönem (Mart 2012 - Şubat 2020)

3. COVID-19 pandemisi süreci ve devamını kapsayan dönem (Mart 2020 - Aralık 2021) (TKDF, 2023: 7).

Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun, yani 6284 Sayılı Kanun, 20 Mart 2012’de yürürlüğe girmiştir. “Bu Kanunun amacı; şiddete uğrayan veya şiddete uğrama tehlikesi bulunan kadınların, çocukların, aile bireylerinin ve tek taraflı ısrarlı takip mağduru olan kişilerin korunması ve bu kişilere yönelik şiddetin önlenmesi amacıyla alınacak tedbirlere ilişkin usul ve esasları düzenlemektir” (T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi, 2012). Yasa, fiziksel şiddet ile birlikte psikolojik, ekonomik ve cinsel şiddet gibi diğer şiddet biçimlerini de içerisine almaktadır.

TKDF Ev İçi Şiddet Acil Yardım Hattı’na 2007-2021 Yılları Arasında 20 bini aşkın kişi ulaşmıştır. En çok arama ise pandeminin etkisinin en fazla hissedildiği 2020 yılı olarak kayıtlara geçmiştir. Şiddete maruz kalanlar ile ilgili gelen aramaların %79,80’ini kadınlar oluşturmaktadır. Kadın ve çocukların oranı %9,98 iken erkeklerin oranı %4,14’te sınırlı kalmıştır. Çocukların dâhil olduğu diğer veriler ise %5’in altındadır. (TKDF, 2023).

En çok arama İstanbul ilinden yapılmıştır. Bunu sırasıyla Ankara ve İzmir takip etmiştir. Şiddete maruz kalanların yaş aralığı ise en çok 31-55 yaş grubudur (%42,16). Onu 19-30 yaş aralığı takip etmektedir (%36,68). Çocuk yaş grubunda şiddete uğrayanlar ise %13,57’lik bir birimi oluşturmaktadır. Yaşlı grup ise %7,60’tır (TKDF, 2023).

Şiddete uğrayan bireylerin %73,27’si evli, %11,59’u bekârdır. Boşanmış bireyler %6,93’ü oluşturmaktadır. Dini nikâhla evlendirilmiş, sözlü, nişanlı, ayrı ya da dul yaşayan bireylerin oranı ise %3’ün altındadır. Medeni durum göz önünde bulundurulduğunda en fazla şiddet mağduru olanlar evli bireylerdir (TKDF, 2023).

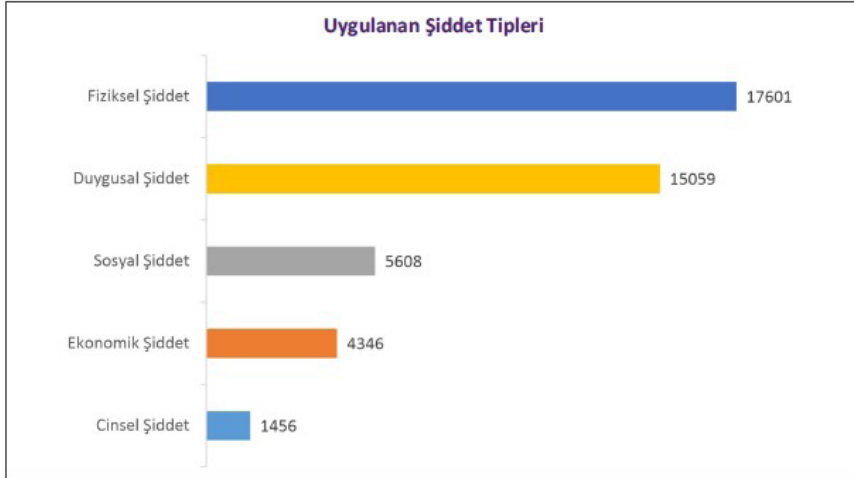
Şiddet uygulayan kişiler ile ilgili veriler de gelen çağrılar ile analiz edilmiştir. Faillerin %62,94’ünü eşler oluşturmaktadır. %20,62 ise aile içerisinde. Diğer kişiler %6,93 iken erkek arkadaş, eski eş, komşu ve nişanlıların oluşturduğu dilim %3’ün altındadır. Bu kişilerin %90’ı erkek, %6’sı kadındır. Aynı zamanda faillerin şiddet uyguladıkları kişilere ulaşmak için bu hattı aradıkları sonucuna ulaşılmıştır (TKDF, 2023).

Fail tipleriyle ilgili artı bir parantez, aile içi şiddete ayrılmıştır. Aile içi şiddette baba (%29), en yüksek fail tipi yüzdesine sahiptir. Fail tipinin kendi ailesinden olduğu yüzdelik kısım ise %19’dur. Bu oranları sırasıyla oğlan çocuk (%17), kardeş (%16) ve anne (%15) takip etmektedir. Kız çocuk, annesine, dayı ve kız kardeş gibi veriler ise %3’ün altında kalmıştır (TKDF, 2023).

Pandemi döneminde şiddete uğrayan bireylerin genellikle kadınlar olduğu saptanmıştır ve vakalarda gözle görülür bir artış söz konusu olmuştur. Şiddet uygulayanların en yüksekği 31-55 yaş grubundadır (%37,88). Bu oranı %34,34 ile gençler (19-30 yaş) oluşturmaktadır. Yaşlılar ise %16,11'dedir. 0-18 yaş grubu olan çocuk failler ise %11,11'lik dilimdedir.

Faillerin medeni durum tablosunda da çarpıcı sonuçlar yer almaktadır. Şiddet uygulayanların %85,19'u evlidir. Boşanmış failler %4,45 ile sınırlı kalmıştır. Bekâr olanların oranı ise %3,66'dır. 6284 sayılı kanun öncesi faillerin %87'si evlilerden oluşmaktaydı. Boşanmış olanlar %4, bekârlar ise %2'de sınırlı kalmıştır. Pandemi döneminde evli faillerin yüzdesi %81'e gerilemiştir. Boşanmış faillerin oranı ise artarak %8'e yükselmiştir (TKDF, 2023).

Gelen aramalar üzerinden uygulanan şiddet tipine göre veriler de elde edilmiştir. En yüksek şiddet tipi, 17.601 ile fiziksel şiddet olmuştur. Duygusal (psikolojik) şiddet, 15.059 ile ikinci sıradadır. Bu verileri 5.608 ile sosyal şiddet, 4.346 ile ekonomik şiddet ve 1.456 ile cinsel şiddet takip etmektedir. 'Flört şiddeti' ve 'ısrarlı takip' tipleri, acil yardım hattına 2022 yılında eklendiği için bu listeye girememiştir. Ancak veri tabanında bu iki tipe ait rakamlar bulunmaktadır. 6284 sayılı Kanun sonrasında ise duygusal şiddet vakaları neredeyse iki kat artış göstermiştir. Bu durum için medya araçlarının ve kadın örgütlerinin gerçekleştirdiği farkındalık hareketlerinin etkili olduğu sonucuna ulaşılabilir (TKDF, 2023).



Şekil 1. Uygulanan Şiddet Tipleri

Fiziksel şiddetin uygulandığı 17.601 vakada aramaların bireysel, aile ve komşu olarak yapıldığı saptanmıştır. Şiddete maruz kalanların %79'u kadınlardır. "Erkeklerin şiddete maruz kaldığı durumlar incelendiğinde ise



babanın çocuğa fiziksel şiddet uyguladığı, eşine şiddet uygulayan babanın çocukları tarafından fiziksel şiddete uğradığı, kıskançlık krizine giren kadının eşine şiddet uyguladığı, yaşlı veya engellilere uygulanan şiddet gibi durumlar kayda geçirilmiştir” (TKDF, 2023: 24).

Duygusal şiddetin olduğu 15.059 vakada mağdurların %76’sı kadındır. 6284 sayılı Kanun öncesinde şiddet mağdurları %67 iken bu durum pandemide %71’e yükselmiştir. Erkeklerin duygusal şiddete uğradığı konular arasında baskı, tehdit ve boşanma gibi mevzular yer almaktadır. Şiddete uğrayanların %36’sı genç, %48’i orta yaş grubuna aittir (TKDF, 2023).

Sosyal şiddete dair vaka sayısı 5.608’dir. Arayan kişilerin %55’i, bu şiddetten mustarip bireylerdir. Bu oran Mart 2012 - Şubat 2020 arasında %59’a ulaşmıştır. 2012 yılı öncesinde şiddet görenlerin kadın olduğu vakaların oranı %82 (1.463 kişi) iken COVID-19 pandemisi sonrasında bu oran %90’a yükselmiştir (534 kişi). Pandemi sonrasında failin komşu, işveren ve eski erkek arkadaşı olduğu vakalarda ise %6 artış olmuştur (TKDF, 2023: 25).

Ekonomik şiddete maruz kalanların sayısı 4.346 olarak belirlenmiştir. Ulaşan bireylerin %64’ü şiddet mağduru. Bu oran, pandemide %83 artış göstermiştir. Ekonomik şiddete uğrayanların %95,4’ü kadındır. Yaş grubu olarak %56 ile en çok orta yaş, diğer yarısı da 35 yaş altı olarak dağılım göstermektedir. Faillerin %91’i erkektir. Pandeminin etkilerinin azaldığı dönemde ise kadın şiddet mağdurlarında azalma, çocuk mağdurlarda artış yer almıştır (TKDF, 2023).

Cinsel şiddet yaşayanların sayısı 1.456’dır. Yapılan tespitlerde şiddete uğrayanların %73’ü kadın, %11’i kadın ve çocuk ve %10’u kız çocuktan oluşmaktadır. Kadınlardan sonra en çok çocuklar için şiddet çağrılarını alınmıştır. Ergen çocuklara karşı uygulanan cinsel şiddet artmıştır. Bu artışta pandemi dönemi dikkat çekmektedir. Faillerde eşin sebep olduğu cinsel şiddette azalma olurken erkek arkadaş, flört, eski sevgili gibi kişilerde artış gözlenmiştir. Faillerin neredeyse hepsi erkektir (TKDF, 2023).

## Sonuç ve Öneriler

Şiddet, insanlığın yeryüzünde bulunduğundan beri yer alan bir olgu olduğundan ötürü tarih boyunca farklı şekillerde kendisini göstermiştir. Geçmişten günümüze şiddet, boyut atlayarak, isim ve tür değiştirerek çeşitlenmiş ve artış göstermiştir. Şiddet, günümüzde küresel bir kriz boyutuna ulaşmıştır. Fiziksel şiddetten psikolojik şiddete, cinsel şiddetten siber şiddete kadar uzanan türlerin dışında düşmanlıklar, savaşlar, cinayetler ve soykırımlar gibi üst perdeden kitlesel etkileri olan sonuçlara yol açmıştır. Şiddet, doğrudan ya da dolaylı hatta sembolik olabildiği gibi kişinin kendisine, ailesine karşı uyguladığı örüntüler ile de değerlendirilmektedir.

Ev, okul, iş yeri, sokak, toplu taşıma, banka, doğa, ibadethane, vakıf, tören, etkinlik ya da internet fark etmeksizin şiddet kendisini her mekânda ve koşulda konumlandırmaktadır.

Kökeninde anlaşmazlığın olduğu şiddet, iletişim krizleri ile birlikte ortaya çıkan çatışma ortamının bir sonucudur. Sağlıklı iletişim, çatışmanın olmadığı ilişki anlamına gelmemektedir. Kriz yönetimi ve empati ile bireyin aile ve toplum içerisindeki iletişim becerilerini ve ilişkilerini geliştirmesi elzemdir. Aksi takdirde anlaşmazlığın çözülemediği, rekabet ve mücadelenin kişisel hırslar ile bezenerek bir tür iktidar mücadelesine dönüşen çatışma neticesinde ortaya çıkan şiddet, ağır sonuçları olan yıkıcı bir olgudur. İktidar mücadelesinin bir yöntemi olarak kullanılan şiddet, uzlaşma yolunu kapamakta, bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerini tahrip etmektedir. Bireyi, bireyin çevresini, aile yapısını ve toplumsal huzur ve barış ortamını hedef alan şiddet, kitlesel bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda toplum bilimi içerisinde çok yönlü olarak ele alınmaktadır.

Hiçbir sosyal tabakada şiddet eylemi sıfırlanabilmiş değildir. Toplumumuzda sosyoekonomik düzey ve şiddetin sıklığı arasında pozitif yönde bir korelasyon vardır. Refah düzeyinin yüksek olduğu toplumsal gruplarda şiddet eylemlerine daha az rastlandığı kabul edilmektedir. Buna karşın sosyoekonomik anlamda daha alt gelir gruplarında şiddet eylemlerinin daha sık yaşandığı kabul edilir (Yener, 2023: 291). Şiddet türleri, toplumsal tabakalara göre çeşitlilik gösterir. Sosyoekonomik gelir düzeyi düşük olan toplumlarda fiziksel şiddet, daha fazla yer alırken yüksek olan yerlerde psikolojik şiddet daha yüksektir.

Aile içi şiddet, toplum dinamiklerini derinden sarsan son derece ciddi bir toplumsal meseledir. Şiddet türlerinin biri ya da birkaçını içerisinde barındıran, hibrit bir oluşum olarak ortaya çıkan aile içi şiddet, önlenemediği zaman bir çeşit domino etkisi yaratarak etki alanını genişletmekte, nesilden nesle aktarılarak toplumun kanayan yarasına dönüşmektedir. Şiddetin aile içerisindeki boyutu her ne olursa olsun davranışın cezai müeyyidesi konusunda gösterilen en ufak bir taviz, cezanın caydırıcı etkisine darbe vurmaktadır. Başta İstanbul Sözleşmesi'nin kaldırılması ve sonrasında 6284 sayılı Kanun özelinde tartışmaların yaşanması, özellikle aile içi ve kadına yönelik şiddet ile mücadelede eşitlik ve adalet ilkeleri bakımından şiddet ile mücadeleye zarar vermiştir. Hedef, şiddet türlerini birbirinden ayırt etmeksizin bireysel, ailesel, toplumsal ve kurumsal olarak şiddet ile topyekûn mücadele etmek ve şiddetin önüne geçmek, şiddet davranışlarına verilen cezalarda kamu yararı da göz önünde bulundurularak caydırıcı hükümleri uygulamak olmalıdır.

Aile içi şiddet, somut olarak tek bir neden ile açıklanamamaktadır. Şiddetin nasıl ve hangi koşullarda başladığı araştırılmalıdır. Şiddetin

öğrenilmiş ve normleştirilmiş şekilde uygulanması görüşünü destekleyen sosyal öğrenme teorisi, ataerkil toplum yapısı, sınıf ve statü ayrımı, ekonomi, yaş ve dini sebepler gibi pek çok maddede aile içi şiddet, kendisini göstermektedir. İlkaracan, Gülçür ve Arın'a (1996) göre aile içi şiddetle mücadele için öncelikle toplumun kültürel normları sorgulanmalıdır. Kadın erkek eşitliğinin sağlanması ve kültür alt yapılarında değişimin mümkün olabilmesi ile birlikte şiddetin önüne geçecek adımlar atılmış olur. Kadının obje konumundan sıyrılarak uğradığı şiddetin toplum nazarında kabul edilmemesi önemlidir. Kadın haklarının ön plana çıkarılarak toplumun inanışlarının değiştirilmesi şiddet ile mücadelede mihenk taşıdır.

Aile içi şiddet ile birlikte kadına yönelik şiddet, toplumun değişmeyen sorunudur. Bu mesele ile mücadele edebilmek için öncelikle meseleyi toplumsal bir olgu olarak ele alabilmek gereklidir. Şiddet ile mücadele yöntemlerinin yanında farkındalık çalışmalarının yapılması, koordinasyon ve sistematik bir çalışma disiplini muhtaçtır. Kadına yönelik şiddette kolluk kuvvetleri, mahkemeler, sosyal hizmet çalışanları, psikologlar, sosyologlar, sağlık çalışanları ve dernekler eylem ve müdahale planında bir uyum içerisinde çalışmalıdır. TKDF, içerisinde birden fazla organı barındıran bir federasyon olarak aile içi şiddetin araştırılması ve istatistiksel verileri sağlaması konusunda etkin bir rol oynamaktadır. Bununla beraber hukuki değişiklikler ve yasaların uygulanıp denetlenmesi, toplumu bilgilendirici eğitim programları, konunun hassasiyetini vurgulaması açısından kritik bir konuma sahiptir. Eğitim programları, geleneksel ve yeni medya araçları ile şiddeti tüm boyutlarıyla değerlendirmek açısından destekleyicidir.

TKDF verilerine göre pandemi döneminde aile içi şiddetin evrimi de göz ardı edilmemelidir. Pandeminin toplumsal dinamiklere radikal biçimde dokunarak aile ilişkilerini etkisi altına alması, kuşkusuz şiddet ortamına davetiye çıkaran çatışma ortamlarını oluşturmuştur. Ev içi şiddet türlerinin, özellikle de kadına yönelik şiddetin gözle görülür bir biçimde artış göstermesi, aynı zamanda boşanma oranları sebebiyle boşanmış bireylerin eşlerine karşı uyguladığı şiddet de kapanma süreçlerinde saptanmıştır.

Şiddetin her türlü ile baş edebilmek, onu oluşturan koşulları minimize etmek ve şiddetin sonuçlarını hafifletmek, öncelikle şiddete uğrayan bireylerin pasif konumdan aktif konuma geçebilmesi ve toplumda bunun zemininin hazırlanması ile mümkündür. Kadın, erkek, çocuk, yaşlı ve engelli gibi şiddet ile yüz yüze gelmiş toplumun her kademesindeki birey, süreci açık bir şekilde paylaşabilmelidir. Toplumun bakış açısı, şiddete uğrayan bireylere karşı acıma ve dışlama şeklinde değil, onları bilinçlendirme ve harekete geçirme şeklinde olmalıdır. Bu sayede bireylerin öz değeri yükselerek hukuksal süreçler de dâhil atılması gereken adımlar bilinecek; süreç, zamanında ve doğru bir şekilde yürüyecektir. Ancak bu sayede

toplum ve dünya barışını hâkim kılmak için şiddet ile mücadele, kapsamlı, örgütlü ve bilinçli bir hareket planı çerçevesinde gerçekleştirilebilir.

## KAYNAKÇA

- Adak, N. (2013). Madalyonun Öteki Yüzü: Erkeğe Yönelik Şiddet, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 1-28.
- Akbalık, F. G. (2001). Çatışma Çözme Ölçeği'nin (Üniversite Öğrencileri Formu) Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (16), 7-13.
- Akyüz, G., Kuğu, N., Doğan, O. ve Özdemir, L. (2002). Bir Psikiyatri Polikliniğine Başvuran Evli Kadın Hastalarda Aile İçi Şiddet, Evlilik Sorunları, Başvuru Yakınması ve Psikiyatrik Tanı, *Yeni Symposium*, 40(2), 41-48.
- Altınay, A. G. ve Arat, Y. (2007). *Türkiye'de Kadına Yönelik Şiddet Araştırma Raporu*, Ankara: Tübitak Yayınları.
- Aşan, E. (2021). İlişkilerde Çatışma ve Şiddet Üzerine Bilgi Notu. [Online]. <https://www.art-izan.org/toplum-siyaset/guncel-toplum-siyaset/iliskilerde-catisma-ve-siddet-uzerine-bilgi-notu/> [Erişim Tarihi: 21.03.2024].
- Atman, U. (2003). Kadına Yönelik Şiddet; Cinsel Taciz / Irza Geçme, *STED*, 12(9), 333.
- Baudrillard, J. (2003). The Violence Of The Global. [Online]. <https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/download/14558/5403?inline=1> [Erişim Tarihi 28.03.2024].
- Bayhan, V. (2013). Beden Sosyolojisi ve Toplumsal Cinsiyet, *Doğu-Batı Düşünce Dergisi*, 16 (63), 147-164.
- Bourdieu, P. (2014). *Eril Tahakküm*, (Çeviren, Yılmaz, B.), İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Can, İ. (2013). Tarih, Toplum ve Kültür Bağlamında Aile ve Kadın. M. Aydın, (Ed.), *Sistemik Aile Sosyolojisi* içinde, 215-248. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Collins, R. (2012), Entering And Leaving The Tunnel Of Violence: MicroSociological Dynamics Of Emotional Entrainment in Violent Interactions, *Current Sociology*, 61(2), 132-151.
- Cüceloğlu, D. (2018). *Sürtüşme ve Çatışmalar*. [Online] <https://www.aymavisi.org/psikoloji/Surtusme%20ve%20Catismalar%20%20Dogan%20Cuceoglu.html> [Erişim Tarihi: 22.03.2024].
- Durkheim, E. (2014). *İntihar*, (Çeviren Ozankaya, Ö.), İstanbul: Cem Yayınevi.
- Dünya Şiddet ve Sağlık Raporu: Özet (2002). Genova: World Health Organization.
- Ergil, D. (2001). Şiddetin Kültürel Kökenleri, *Bilim ve Teknik*, 399, 40-41.
- Eşkinat, R. (2013). Türkiye'de Kadına Yönelik Ekonomik Şiddet (Boşanmış Kadınlara Yönelik Araştırma), *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 289-302.

- Gelles, R. J. (1976). Abused Wives: Why Do They Stay?, *Journal of Marriage and the Family*, 38(4), 659-668.
- Goldstein, M. (2007). *Seeking Protection From Domestic Violence*, Arnavutluk: OSCE Yayınları.
- Harcar, T., Çakır, O., Sürgevil, O. & Budak, G. (2008). Kadına Yönelik Şiddet ve Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddetin Durumu, *Toplum ve Demokrasi*, 2(4), 51-70.
- Hıdıroğlu, S., Topuzoğlu, A., Ay, P. ve Karavuş, M. (2006). Kadın ve Çocuklara Karşı Fiziksel Şiddeti Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi: İstanbul’da Sağlık Ocağı Tabanlı Bir Çalışma, *Yeni Symposium Journal*, 44(4), 196-202.
- İKGV (2015). İnsan Kaynağını Geliştirme Vakfı. Seks İşçiliğinin Karanlık Yüzü Çocukların Fuhuş Sektöründe Sömürülmesi. [Online] [http://www.ikgv.org/sws\\_dosyalar/seks\\_isciliginin\\_karanlik\\_yuzu.pdf](http://www.ikgv.org/sws_dosyalar/seks_isciliginin_karanlik_yuzu.pdf) [Erişim Tarihi: 03.04.2024].
- İlkkaracan, P., Gülçür, L. ve Arın, C. (1996). *Sıcak Yuva Masalı*, İstanbul: Metis Yayınları.
- İnce, H.**, Aliustaoğlu, S., Yazıcı, Y. ve İnce, N. (2007). İstanbul’da Adli Tıp Bakışı ile Yaşlı Ölümleri ve Özellikleri, **İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi**, 70(2), 34-38.
- Kara, Y. (2020). Is Queer Social Work Possible?, *Social Sciences Studies Journal (SSSJournal)*, 61, 1718-1723. doi: 10.26449/sss.j.2278.
- Kavaklı, U. ve Özkara E. (2012). Kişisel, Sosyal ve İş Hayatında Özürlü Bireylere Tanınan Haklar ve Özürlü Olguların Medikolegal Değerlendirmesi, *DEÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 26(1), 65-66.
- Kelly, J. B., ve Johnson, M. P. (2008). Differentiation Among Types of Intimate Partner Violence: Research Update and Implications for Interventions, *Family Court Review*, 46(3), 476-499. [Online] <https://doi.org/10.1111/j.1744-1617.2008.00215.x> [Erişim Tarihi 04.04.2024].
- Kocacık, F. (2001). Şiddet Olgusu Üzerine, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-7.
- Krahé, B., Bieneck, S. ve Möller, I. (2005). Understanding Gender and Intimate Partner Violence from an International Perspective, *Sex Roles*, 52, 807-827.
- Leymann, H. (1996). The Content and Development of Mobbing at Work, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(2), 165-184. [Online] <https://doi.org/10.1080/13594329608414853> [Erişim Tarihi: 29.03.2024].

- Limnili, G. ve Özçakar, N. (2017). Farklı Boyutlarıyla Şiddet, *Klinik Tıp Aile Hekimliği Dergisi*, 9(2), 55-60.
- Mavili Aktaş, A. (2006). *Aile İçi Şiddet / Kadının ve Çocuğun Korunması*, Ankara: Elma Yayınevi.
- McGee, C. (2003). *Childhood Experiences of Domestic Violence*, London: Jessica Kingley Publisher.
- Mültecilerin Statüsüne İlişkin 1951 Cenevre Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği.
- Nussbaum, M. (2002), Capabilities and Social Justice International Relations and the New Inequality, *International Studies Review*, 4(2), 123-135.
- Olweus, D. (1984) Aggressors and Their Victims: Bullying at School. In N. Fru- de and Gault (Eds.), *Disruptive Behaviour in Schools*, 57-76, New York: Walley.
- Özgentürk, İ., Karğın, V. ve Baltacı, H. (2012). Aile İçi Şiddet ve Şiddetin Nesilden Nesile İletilmesi, *Polis Bilimleri Dergisi*, 14(4), 55-77.
- Polat, O. (2016). Şiddet, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 15-34.
- Stover, C. S. (2005). Domestic Violence Research: What Have We Learned and Where Do We Go From Here?, *Journal of Interpersonal Violence*, 20, 448-454.
- Şahin, Y. (2013). Çatışma Kuramları ve Kimlik Temelli Çatışmalar; Teorik Bir Giriş, *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 1 (1), 32-55.
- Tang, C. S. (1999b). Wife Abuse in Hong Kong Chinese Families: Acommunity Survey, *Journal of Family Violence*, 14, 173-191.
- Taşdemir Afşar, S. (2015). Türkiye’de Şiddetin “Kadın Yüzü”, *Journal of Economy Culture and Society*, 0(52), 715-753. [Online] <https://doi.org/10.18368/IU/sk.04297> [Erişim Tarihi: 04.04.2024].
- Tauchen, H. V., Witte, A. D. ve Long, S. K. (1991). Domestic Violence: A Non-random Affair, *International Economic Review*, 32(2), 491-511.
- Tezcan, M. (2003). *Türkiye’de Töre Cinayetleri*, Ankara: Naturel Yayınları.
- T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı (2000). *Aile İçi Şiddetin Sebepleri ve Sonuçları*, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü. (2008). *Aile İçi Şiddetle Mücadele El Kitabı*, Ankara.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi (2012). Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun.

- TKDF (2023). TKDF Ev İçi Şiddet Acil Yardım Hattı 2007-2021 Yılları Arası Verilerinin İstatistiksel Analizi. Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu ve Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu.
- Ünsal, A. (1996). Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi, *Cogito (Kış-Bahar)*, 6, 29–36.
- Vahip, I. ve Doğanavşargil, Ö. (2006). Aile İçi Fiziksel Şiddet ve Kadın Hastalarımız, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 17, 107-114.
- Walby, S. (1990). *Theorizing Patriarchy*, Oxford: Blackwell.
- Waite, L. J., (2000). The Family as a Social Organization: Key Ideas for the Twenty First Century, *Contemporary Sociology*, 29(3), 463-469.
- Yener, Ş. (2023). Şiddet, Şiddet Türleri ve Okulda Öğretmene Yönelen Şiddet, *İçtimaiyat Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 278-294.
- Yiğitoğlu, S. (2009). Adölesan Gebe ve Eşlerinin Antenatal ve Postnatal Kaygı Düzeyleri ile Evlilikte Uyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yüksel-Kaptanoğlu, İ., Çavlin, A. ve Banu Ergöçmen, A. (2014). Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması Özet Rapor. [Online]. 1-41. <https://www.openaccess.hacettepe.edu.tr/xmlui/handle/11655/23341>[Erişim Tarihi: 28.03.2024].
- Zara-Page, Z. ve İnce, M. (2008). Aile İçi Şiddet Konusunda Bir Derleme, *Türk Psikoloji Yazıları*, 11(22), 81-97.



## BÖLÜM 3

### MODERNLEŞME SÜRECİNDE EĞİTİM-KALKINMA İLİŞKİSİ

*Mehmet Salih DEMİR<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> **ORCID ID:** 0009000672489062 (**YÖKSİS Tez Referans No:** 10530483) **Tez Adı:** *Eşgüdümlü İki Alan: Eğitim – Öğretim ve Modernleşme*, **Danışman:** Doç. Dr. Fahri ÖZTEKE, Batman Üniversitesi, Tarih Bölümü

## 1.GİRİŞ

Türkiye’de eğitim sistemiyle ilintili problemler ve bunların çözümünün modernleşme teşebbüslerine yansımaları her zaman tartışma konusu yapıldı. Buradan hareketle, Türk eğitim sisteminde yaşanan aksaklıkların giderilmesinin ülkeyi daha iyi yerlere getireceği düşünüldü. Eğitim öğretimde, “müfredat-üretim-istihdam” zincirinin iyi tasarlanması gerekliliğine dair çeşitli araştırmalar gerçekleştirildi. Okulda dört duvar arasında verilenlerle yetinilmeden, gençlerin çeşitli pratikler aracılığıyla ‘*gerçek hayat*’a hazırlanması adına yeni fikirler ortaya kondu. Naçizane bu çalışmada, Türkiye ve dünyadan bir takım örneklerle“okul-ilerleme”arasındaki bağlantıya dair spesifik çözüm önerileri sunuldu.

Eğitim ile alakalı meseleler ve çözüm önerilerine dair araştırma, komplike ve birbirinden ayırt edilmesi son derece zor alt başlıkları beraberinde getirdiğinden, bunlarla bağlantılı birçok alt bileşenin müstakil ve detaylı araştırılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu yönüyle çalışmamız son derece zordur. Bu zorluğun temel sebeplerinden biri, eğitim-öğretim-kalkınma meselesinin, önemli, derin ve teferruatlı bir alan olması gerçeğidir. Bu kapsamda yeri geldikçe, üretime ve istihdama dair veriler, yeri geldikçe Cumhuriyet döneminden, Avrupa’da eğitim aracılığıyla kalkınmış ülkelere kadar örneklerle çalışmamızı destekledik iddiamızı kanıtladık.

Türkiye’nin eğitim sistemi kökenli yaşadığı sorunsalın çözümüne katkı yapma gayreti en büyük amacımızı oluşturmaktadır. Çalışmamız bu anlamda değerlendirildiğinde, Türkiye’nin eğitim sistemi aracılığıyla kalkınmasının şifreleri veya yol haritası olarak değerlendirilebilir. Çalışmamız ile savunduğumuz kalkınma amaçlı eğitim stratejisi, tamamen özgün fikirlerimizden oluşmakta, Türk eğitim sisteminde, uygulamada ilk olabileceği açısından önemlidir. Bu sebeple önemsenmesi, ciddiye alınması gerekir.

Çalışmamız ile eğitim – kalkınma ilişkisinin sistematik önemi ortaya konuldu, eğitim sistemini üretime entegre edecek, uygulama ağırlıklı bir müfredata geçme, üretimi arttırmada önemli bir sonuç doğurması hedeflendi. Türkiye’nin bu alanda zafiyetleri var ise tespit etme, çözüm odaklı öneriler sunma ve ülke kalkınmasını hızla sağlayacak bir strateji geliştirme amaçlandı. Türk maarif meselesinin eğitim camiası, iş dünyası ve kamuoyunun dikkatine sunulması amaçlanmış, soruna dikkat çekme, yaşanan paradokstan kurtulma ve çözüm önerileri konusunda farklı fikirlerin harekete geçirilmesi diğer bir amacımızı oluşturur.

Eğitim ve öğretim toplumları dönüştüren temel dinamiklerin başında gelmektedir. Eğitim aracılığıyla toplum ve/veya ülkeler çağın koşullarına uygun şekillenir, başta iktisadi ve teknolojik olmak üzere her türlü alanda rekabet yeteneği kazanırlar. Eğitim, siyasi, ekonomik ve toplumsal ihtiyaç-

lara göre dinamik bir süreç halinde sürekli evrime uğrar. Eğitim değişim ve ilerlemenin motor gücü olarak, toplumu dönüştürme gücü yanında, kendisi de bu değişim-dönüşümlerden etkilenecek, toplumsal ihtiyaçlara göre sürekli tekâmül geçiren bir olgudur. Eğitim bu anlamda her tür terbiyeyi bünyesinde barındırır. Toplum, eğitim aracılığıyla öğrendiği marifetleri, günlük yaşamda kullanarak, iklim ve benzeri diğer coğrafi koşullara daha rahat adapte olma, doğaya hükmetme ve zorlukla mücadele etme yeteneği edinirler.

Endüstri devrimi neticesinde, üretim etkinliklerinin büyük oranda insan yerine makine gücüne dayanmaya başlanması, üretimde ihtiyaç duyulan nitelikli işgücüne olan talebi arttırdı. Bu değişim eğitime yeni anlamlar yüklenmesi ve eğitimin üretime daha çok entegre olması gerektiği yönünde beklentiler arttı. Eğitim artık üretim ve kalkınmanın lokomotifleri olarak itibar görmeye başladı.

İster kabul edelim, ister etmeyelim, Türk eğitim sistemi, irtifa kaybetmeye devam etmektedir. Eğitimde “her hükümet değişikliği” döneminden geçtik, her “*Milli Eğitim Bakanı değişikliği*” nde bile, eğitim-öğretimde sistem veya müfredatın değişmesi, deyim yerindeyse deneme tahtası haline getirilmesi, eğitimde yaşanan verimsizliğe ve kısır döngüye sebep olmaktadır. Eğitim politikaları, deneme tahtası haline getirilmeyi kaldıramayacak kadar ciddi bir iştir. Türkiye, eğitim-öğretim sisteminde sorunlar yumağı haline gelen meseleyi çözümede maalesef yıllardır bir arpa boyu yol alamamaktadır. Türkiye’de yürütülen istikrarsız eğitim politikaları neticesinde ortaya çıkan ve ekonomik açıdan, toplumsal fay hatlarının oluşması ve derinleşmesinde, ciddi bir tesir yaratan eğitim arızaları giderilmedikçe, ülkenin kalkınması olanak dâhilinde değildir. Bu sebeple eğitim politikalarında özellikle kaçınılması gereken tutum, popülizmden uzak durmaktır.

Türkiye’nin yetiştirdiği önemli eğitimcilerden Cahid Okurer (1917-1973), eğitim politikasına dair şu kritik değerlendirmede bulundu: “*Cahid Okurer, 1950’lerden itibaren Türkiye’nin eğitim ve kalkınma meseleleri hakkında hem yazmış hem de siyasette ve eğitim bürokrasisinde aktif görev yapmıştır...*”, Okurer’in eğitim hayatındaki sorunların çözümüne dair şu önerisi son derece önemlidir ve geçerliliğini hâlâ korumaktadır: “*Milli eğitim politikası üzerine söylenenlerin gerçekleşebilmesi için buna önce milli eğitim bakanlarının inanması ve tatbik iradesine sahip olması lazımdır. Buna diğer hükümet üyeleri de inanmalıdır*”, (Gündüz, 2021, s. 334).

Çağın gelişmiş ekonomi ve başarılı eğitim sistemine sahip tüm ülkelerde, eğitimin kalkınma aracı olarak kullanıldığı gözlemlenmektedir. Bu kapsamda günümüzde eğitim-öğretim etkinlikleri, uygulamalı mesleki

ve teknik olarak doğrudan, üretim, istihdam ve kalkınmayı sağlamaya dönük önemli bir araç olarak kullanılmaktadır.

Türkiye'nin eğitim-öğretim meselesi, acilen çözüme kavuşturulması gereken önemli konu başlıkları arasında önümüzde durmaktadır. Liselerde uygulanan mesleki ve teknik eğitim müfredatı ortaokul 7.ve 8.sınıf seviyesine kadar çekilmek suretiyle, ülkenin üretim kapasitesinin artırılmasında kullanıma, istihdamı artırma ve kalkınmayı sağlamaya dönük çabalar, Türk eğitim sisteminin nihai hedefi haline getirilmelidir. Okulları üretim endeksli birer küçük atölye veya fabrikaya dönüştürme, stratejik hedef olarak ortaya konulmalı, orta ve uzun vadeli kalkınma planlarına dâhil edilmelidir. Böyle bir yol dışında kalkınmayı sağlayacak başka bir çare veya yöntem de görünmemektedir. Bu strateji başarıya ulaştığı takdirde ekonomik parametrelerin hızla değişeceği kesindir.

Üretim odaklı bir eğitim stratejisi uygulandığı takdirde, devlet ve toplum rahat bir nefes alacak, Türkiye'nin üretim ve kalkınma, kabiliyet ve kapasitesi ciddi oranda artacaktır. Eğitim sistemini üretim ve kalkınma için seferber eden ülkelerde, ciddi oranda katma değer elde edilmekte kalkınma kolaylaşmakta ve hızlanmaktadır. Türk eğitim tarihinin önemli eğitimcisi, yazar, pedagog, düşünür, bilim insanı ve Cumhuriyet dönemi önemli şahsiyetlerinden İsmail Hakkı Baltacıoğlu (1886-1978), eğitimde teori pratiğe aktarılmadığı takdirde, okulun bir bina olmaktan öteye geçemeyeceğini öne sürdü: *“Bugün yaşamak azminde bulunan bir milletin, bir cemiyetin, çocuklarının talim ve terbiyede yalnız bir maksadı olabilir, bu maksat onları hayata hazırlamaktır. Asıl olan “Mektep için mektep” değil, Hayat için mekteptir”*, (Baltacıoğlu, 1329, s. 11).

## 2.EĞİTİM ÖĞRETİMİN TARİHSEL EVRİMİ

Eğitim-öğretimin kökeni, insanlığın toplayıcı-avcılıktanyerleşik bir yaşama geçişi, bir arada yaşama ve günlük hayatlarını idame etme zorunluluğu hissettiği tarihe kadar uzanır. İnsanlar çevre şartlarına adapte olma ve yaşamlarını sürdürmek maksadıyla, eğitim-öğretimi kolaylaştırıcı bir araç olarak kullanır, bu tecrübeden öğrendiği pratiği diğer kuşaklara aktarır. Devletin çeşitli işlerinden, tapınaklardaki usul ve esaslara, ekonomiye ve kütüphane kataloglarına varıncaya kadar geniş bir alanda miras bırakan Sümerler, eğitim-öğretim etkinliklerini ilk defa geniş kapsamlı ve etkin bir şekilde uygulayan uygarlıktır: *“Bu mirasın önemli ayrıntılarından biri de Sümerlerde eğitim ve okul faaliyetleridir. Sümer medeniyetinde bugünün eğitim, kavram, metot, mekân ve davranışlarından pek çoğunun prototipi mevcuttur”*, (Gündüz, Eski Çağda Eğitim, 2014, s. 3,4)

Tarihin birçok tecrübesi eğitim-öğretim etkinliklerinin gündelik hayata katkı verdiğinde anlamlı hale geldiğini, somut fayda sağladığını

göstermektedir: “*Bu bağlamda öğretim, eğitimin disiplinli ve sistematik bir şekilde önceden ayarlanmış bir yerde ve planlanmış bir zaman diliminde tatbik edilmesidir. Öğretimde temel hedef, eğitimden somut sonuçlar alınmasına katkı sağlamaktır. Kısaca öğretim, eğitimin insan yaşamına evrilmiş halidir*”,(Çelik, 1997). Eğitim, devlet ve bu aygıtı oluşturan kurumların ortaya çıkmasıyla, devletin ihtiyaç duyduğu nitelikte eleman yetiştirme, örgütlenmeyi güçlendirme ve sürdürülebilir kılmada hayati olarak algılandı. : “*ilk eğitim uygulamaları soylulara yönelikti ve devlet için memur yetiştirmeyi amaçlamaktaydı*”, (Ekinci A. , 2010).Süreçle birlikte eğitim olgusu gereksinim duyulan alan ve ihtiyaca göre şekil değiştirerek, çoğu zaman iktidarlar tarafından sosyal bir araç olarak değerlendirildi: “*Eğitim olgusu tarihsel süreç içinde toplumların sosyal açıdan önemli bir mekanizmasını oluşturmuştur. Bu yüzden siyasi iktidarlar da eğitimi bir sosyal politika aracı olarak görmüşlerdir*”,(Tangülü, 2012, s. 389-410)

Eğitim-öğretimde planlı ve sistematik bir şekilde ilerlenmesi milletlerin kalkınması açısından kritik önemdedir. Bu manada eğitim, sosyal bir olgu olmakla beraber, bireylerde arzu edilen davranışları ve her türlü öğrenimi kazandıran bir döngü olarak tanımlanmaktadır. Toplumların eğitim düzeyi gelişme endeksini belirleyen en önemli parametrelerden biridir. Eğitim, sosyal anlamda birey-toplum ilişkisinden hareketle, kaygı oranının daha düşük olduğu bir yaşam sürdürülmesine yardımcı olur, (Karakaya, 2006,s,393). Eğitim ve bilgi düzeyinin düşük olduğu fertler, gündelik hayatta daha fazla hata yapma eğiliminde olup, iş ve meslek yaşamlarında daha düşük verim elde ederler. Eğitilmiş fertlerin kurallara, kanun ve normlara riayet etmesini sağlamak diğer şahıslara göre daha kolaydır.Kısaca eğitim, dinamik bir kavram olarak yaşamın her alanına etkide bulunur. Eğitim ile toplumların üretim ve kalkınması arasında fonksiyonel bir bağ bulunmaktadır.

Eğitimin işlevi, ekonomik-toplumsal-siyasal ihtiyaçlara göre sürekli değişip-dönüşerek gelişti. Eğitimciler arasında son yıllarda varılan genel kanağe göre, eğitim-öğretim, çok kapsamlı ve dinamik bir süreç olarak, bünyesinde çeşitli bilgi, donanım, edinim, tutum, davranış değişiklikleri ile birtakım kazanımlar barındırır. Eğitim aracılığıyla bireylerde ortak davranış kalıpları oluşur ve milletler çağdaşlaşma yolunda ilerleyerek başarılarıyla adından söz ettirirler, (Tezcan, 1988: 221). Eğitim-öğretimin işlev ve önemine ilişkin, dünyada birçok kapsamlı çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar, eğitim-öğretim etkinliklerine daha çok önem veren, başta İskandinavya ülkeleri olmak üzere Avrupa’da, eğitime daha az önem veren ülkelere kıyasla, ekonomik ve diğer toplumsal sorunların çözümünde daha başarılı oldukları, modernleşme ve diğer kalkınma parametrelerinde daha ileri düzeyde olduklarını kanıtlamaktadır.

İngiltere’de başlayan Endüstri Devrimi, eğitime akademik anlamlar dışında, mesleki, teknik, uygulama ağırlıklı ve üretim faaliyetlerine doğrudan tesir edecek ekonomik bir işlev de yükledi. Sanayi Devrimi ile birlikte insan gücü yerine üretimde makine gücünün kullanılmaya başlanması, yeni üretim biçiminin ihtiyaç duyduğu nitelikleri tamamen değiştirdi, eğitim artık devlet ve toplum için kritik bir hal aldı. Böylece üretimde ihtiyaç duyulan nitelik, bilgi, beceri ve yeteneklere sahip eleman yetiştirme, eğitimin en önemli amacı haline geldi. Sanayi İnkılâbı ile birlikte, başta Batı dünyası olmak üzere, eğitime bakış açısı da ekonomik ve toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda değişti ve eğitime yeni anlamlar yüklendi, yeni bir eğitim tanımına gereksinim duyuldu. Eğitim, Avrupalı pedagoglar tarafından sürekli devinim gösteren bir mekanizma olarak tarif edildi: “*Batı dillerinde kullanılan eğitim(education) kavramı Latince “educare” kavramından alınmıştır. Bu anlamıyla eğitim, daima etki etmek etkide bulunmak anlaşılır. Burada bir sınırlamada bulunmak gerekir kibu etkileme yalnızca insanlar üzerine yapılan bir etkilemedir*”, (Güler, 1997, s. 16).

Mustafa Kemal Atatürk’ün zihin dünyasının şekillenmesinde baskın etkiye sahip Jean Jacques Rousseau(1671-1741), eğitime dair dikkat çeken tespitler yaptı. Rousseau, eğitimi canlı bir organizmaya benzeterak, eğitim olmadan kişilerin gerçek manada yurttaş olma bilincine ulaşamayacaklarını seslendirdi: “*Bitkiler kültürle, insanlar eğitimle biçimlenir*”,(Rousseau, 2018, s. 15). Fransız Devriminde hayati rol oynayan Georges Jacques Danton (1759-1794), medeniyetin ilerlemesi için, eğitimin ekmekten sonra en temel gereksinim olduğu fikrini ortaya attı. Eğitime hayati bir anlam yükleyen Danton’un yaklaşımı, “*toplum-insan*” ilişkisini inceleyen yeni fikir akımlarının ortaya çıkmasına yardım etti, (Irzık & Erzan, Haziran,2008, s. 15). Öte yandan, eğitim sosyolojisinin kurucusu Emile Durkheim (1858-1917), eğitim kavramının tanımına dair şu kritik tespitlerde bulundu. Ona göre eğitim: “*Toplumsal hayata hazır olmayan genç kuşağa yetişkin kuşak tarafından uygulanan etkidir. Buna göre eğitimin amacı : “Genç nesli, yöntemli bir şekilde toplulaştırmaktır”, yani bireyi toplumun değer ve normları ile donatmaktır*, (İnal, 1991).

. Yerli düşünürlerden Nurettin Topçu (1909-1975), eğitim-öğretime büyük bir kutsiyet atfetti. “*Hareket Davası*”nın öncü bir şahsiyeti olan Topçu, eğitim etkinliklerinin bireyi yalnızca maddi açıdan değil manevi yönleriyle de tatmin ettiğini iddia etti: “*Biliyoruz ki mektep, öğrenme yeridir. Hayatta her gün yeni şeyler öğrenmedeyiz. Lakin hayat, hadiselerinin sahip olduğu çokluk gözü ile ele alındığı zaman, mektep değildir. İsterseniz hayata da mektep deyiniz. Ancak hayat çok gayeli öğretim yapar, mektep ise tek gayeli öğretim yapar; hayat hadiselerinin manasız, ne sebebi ve ne de hikmeti anlaşılmaz çokluğundan kurtaracak zihinleri manalı ve tatmin verici birliğe ulaştırır. Böylelikle, insan iradesine takip edeceği istikameti*

*gösterir ve birliğe götüren her hareket gibi ruhu sonsuzluğun sevgisine kavuşturur. Bu sebepten denebilir ki mektep, mabeddir”*, tespitine yer verdi. (Topçu, 2021, s. 51)

Eğitime yeni anlamlar yükleyen araştırmacılarından biri de, Türkiye’de önemli bilim insanları arasında yer alan, Saffet Bilhan(1934-) olmuştur. Bilhan, derin bir bilgi birikimine sahip ve eğitim sosyolojisi alanında ilk ciddi eserler veren önemli bir eğitimcidir. Onun bakış açısına göre eğitim-öğretim, bireyin kişiliğinin şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Bilhan’a göre, eğitim-öğretim pratik faaliyetlerle insanların kabiliyetlerinin ortaya çıkmasına tesirde bulundu. Türkiye’de, modern pedagojinin tesisinde önemli katkısı olan İsmail Hakkı Baltacıoğlu (1886-1978)’na göre ise eğitim, bireyin beceri ve yeteneklerini keşfetmesine, kabiliyetlerinin ortaya çıkmasına olanak sağlar: *“terbiye fertlerde bir şahsiyet vücuda getirme işidir. Eğitim, bireyin yaratılışlarında var olan hafıza, zekâ v. b. özelliklerinin yanında kişide var olan yetenekleri geliştirmek, onu hayatta başarılı olabilecek şekilde yetiştirmektir”*, (Altın H. , 2014). Baltacıoğlu’na göre: *“Terbiyenin vazifesi insiyak halk etmek değil, mahlûk insiyakları muhite tetabuk etmektir”*, (Altın H. , 2014). Baltacıoğlu, bir yazısında eğitimin temel gayesinin bireyi doğrudan yaşama hazırlamak olduğunu söyledi. Onun zihin dünyasında eğitim öğretim dört duvar arasına sıkıştırılan teoriler topluluğundan ibaret değildir. Aynı zamanda Cumhuriyetin eğitim felsefesinin inşasında büyük pay sahibi olan Baltacıoğlu, teori pratiğe aktarılmadığı takdirde okulun bir bina olmaktan öteye geçemeyeceğini öne sürdü: *“Bugün yaşamak azminde bulunan bir milletin, bir cemiyetin, çocuklarının talim ve terbiyede yalnız bir maksadı olabilir, bu maksat onları hayata hazırlamaktır. Asıl olan “Mektep için mektep” değil, Hayat için mekteptir”*, (Baltacıoğlu, 1329, s. 11).

Kısaca eğitim-öğretim *işlev açısından*, tarih boyunca devlet ve toplumun ihtiyaç ve beklentileri ile eşgüdümlü olarak değişim ve dönüşüme uğradı. Çoğu zaman iktidarlar tarafından siyasal ve sosyal politika aracı olarak etkin bir şekilde kullanıldı. Neticede üretim biçimi, şekli ve üretimde kullanılan araçların çap ve niteliğinin değişmesi sonucu, eğitime duyulan ilgi ve atfedilen önem hayati ve vazgeçilmez bir ölçüt haline geldi, günden güne bu değer artmaya devam edecek gibi görünmektedir.

### 3.TÜRKLERDE EĞİTİME VERİLEN ÖNEM

Dünyanın en eski milletlerinden biri olan Türklerin, talim ve terbiyeye değer verdiğini gösteren birçok tarihi belge mevcuttur. Eski Türklerde yazılı bir hukuk ve eğitim-öğretim sisteminin olmaması sebebiyle, toplum içinde bu ihtiyaçlar töre kanalıyla verilmekteydi. Türklerin gerek savaşçı bir millet olması, gerek iklim ve coğrafya etkisiyle eğitim-öğretim gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak görüldü.

Türk eğitim tarihini kronolojik açıdan, Türklerin Müslüman olmadan önce ( Hunlar, Göktürkler, Uygurlar) ve İslam'ı kabul ettikten sonra (Karahanlılar, Selçuklular, Osmanlılar, Türkiye Cumhuriyeti) olarak 2 dönem halinde analiz etme, akademik ve tarihsel realite açısından uygun olacaktır. Türkiye'nin yetiştirdiği önemli eğitim tarihçileri arasında yer alan Yahya Akyüz(1941-), Türklerin Müslüman olmadan önceki dönemine ilişkin tespitlerini özetle şöyle sıralar: *“Türk toplumlarının eğitim anlayış ve uygulamaları, yaşama biçimlerinin etkisiyle şekillenmiştir, Eski Türk’lerde köklü bir bilim sevgisi var olup, alp insan tipine önem verilmektedir, Alp insan tipinin temel özelliklerinden biri, onun cesur olduğu kadar bilge bir kişi oluşudur, Eski Türklerde mesleki eğitim de önemli bir yer tutar,(Akyüz, 2009, s. 5)*

Türklerin İslam'ı kabul etmeleri, başta eğitim ve kültür hayatı olmak üzere, tepeden tırnağa her şeyi değiştirdi. Planlı ve sistematik eğitimin verildiği kurumlar olan medreseler, Türklerin eğitim yaşamına dâhil oldu. Türklerin sosyal yaşamı, derinden etkilenerek İslam'a uygun şekillendi. Türkler, Arap ve Fars alfabelerini aldı, Arapça ve Farsça eserler vermeye başladı, eğitim ve bilim dili yoğun bir biçimde Arapça ve Farsça(özellikle Arapça) etkisine girdi. Tüm eski gelenek, görenek ve eğitim anlayışı terk edilerek, ilahi yasalar çerçevesinde şekillenmeye başlandı. Karahanlılarla başlayan İslam dininin etkisi altında oluşan toplumsal dönüşüm süreci, Gazneliler, Selçuklular, Anadolu Beylikleri, Osmanlılar ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kısıtlı bir dönemine kadar etkisini sürdürdü, eğitim öğretim faaliyetleri yoğunlukla medreselerde devam etti.

Osmanlıda medrese eğitimi dışında, Enderun'da kapsamlı bir eğitim verilmekteydi. Enderun devlet adamı veya devletin ihtiyaç duyduğu nitelikte personel yetiştirmeyi amaçlamaktaydı. Osmanlı Devleti'nde medreselerde verilen İslami eğitim öğretim müfredatının dışına çıkılması, ilk defa 1773 yılında Deniz Bilimleri Mühendisliği, 1793 yılında Askeri Teknik Mühendisliği, 1827 yılında Tıbbiye alanında eğitime başlanması ile gerçekleşti. Osmanlı eğitim sisteminin temel felsefesi, devletin durumunun kötüleşmesi nedeniyle 18. yüzyılda, daha ziyade devletin dağılmaktan kurtarılmasını amaçlayan bir hal aldı.

Osmanlı eğitim sisteminde ilk modernleşme adımı olarak, günümüz ortaokul düzeyinde eğitim veren kurumlar olan sivil rüştiyeler, ilk defa 1838 yılında açıldı. Askeri rüştiyelerin ilki Tanzimat Döneminde Sultan Abdülaziz (1830-1876) tarafından 1875 yılında açıldı. 1868 yılında mektebi sultaniler eğitim öğretim faaliyetine başladı. İdadi Mektepleri *“Lise derecesinde okul ”* ise, eğitim alanında ilk nizamname olan ve Fransız milli eğitim sisteminden ilham alınarak hazırlanan, 1869 Maarif-i Umumiye Nizamnamesi' ne dayanarak kuruldu. Dönemin Maarif Nazırı Mehmet Esad Safvet Paşa(1814-1883) tarafından nizamname dayanak gösterilerek, ge-



rek İstanbul'da gerek taşrada pek çok idadi açıldı. Devlete yönetici ve bürokrat yetiştirmek için Tercüme Odası (1833) ve Mülkiye Mektebi (1859) eğitim-öğretim faaliyetine başladı, ordunun ihtiyaç duyduğu uzmanları yetiştirmek üzere modern tarzda eğitimler önemsendi. Osmanlıda batılı tarzda eğitim vermek için açılan ve önem arz eden yüksek eğitim kurumu, 1869 Maarifi Umumiye Nizamnamesiyle kurulan Darülfünun oldu.

Türkiye Cumhuriyeti eğitim felsefesi ise, dini eksenli medrese ve geleneksel anlayış terk edilerek, daha modern ve bilimsel olma iddiasındaydı. Eğitim-öğretim aracılığıyla, kul yerine vatandaş yetiştirme, devletin kuruluş ve gelişimini tamamlamaya dönük bir eksene odaklanma amaçlandı. Cumhuriyet rejimi gerek varlığını koruma ve sürdürme, gerek laiklik, bilimsellik ve modernleşmeyi savunmanın zorunlu bir sonucu olarak, eğitim-öğretimi devletin ve rejimin temeli ve teminatı olarak gördü. Bu anlamda eğitim Cumhuriyet rejiminin sigortası olarak algılandı. Bu sebeple: *“Milli Mücadele'nin başından itibaren... İstiklal ve ilerleme yolunda kalem, kılıçtan ayrı tutulmamıştır”*, (Başgöz & Wilson, 1968, s. 235). Milli Mücadele başarıya ulaştıktan kısa bir süre sonra, eğitim öğretimde müfredat ve kurumların disipline edilerek, bilimsel ve çağdaş bir eksene oturtulması adına hızlıca devrimlere başlandı. Cumhuriyet kadrolarının devrimlere ilk olarak eğitim ile işe başlaması, ulus bir toplumun inşa sürecini hızlandıran önemli bir etken oldu. Kısaca Atatürk liderliğinde Cumhuriyetin eğitim kodları milli, kalkınma esaslı, modern/laik ve halkçı prensiplere dayanmaktaydı.

#### 4. TARİHTE TÜRKLERİN MESLEKİ EĞİTİMLE OLAN SINAVI

Türk tarihinde mesleki ve teknik eğitimin, kadim bir geçmişe sahip olduğu, Türklerin bu mevzu'ya ayrı bir ehemmiyet verdikleri bilinmektedir. Mesleki eğitime ilk olarak, Asya Hun Devleti (Büyük Hun İmparatorluğu) (M. Ö. 220 - M. S. 216) döneminde ekonomik ve gündelik yaşamda önem verilmeye başlandı. Yahya Akyüz'ün *“Eski Türklerde mesleki eğitim de önemli bir yer tutar”*, tespiti, ispat niteliğinde olup önem arz etmektedir. Hunlarda, hayvancılık temel geçim kaynağı olduğu için, büyük sürüler beslediler, et, süt, yün ve deri gibi hayvan ürünlerini değerlendirdiler. Gereksinim duyulan araç gereç yapımında, usta-çırak ilişkisiyle beceri geliştirdiler. Madeni eşya ve silah yapımı konusuna önem verildiğinden, Hun yöneticileri işleyişin muazzam yürütülmesi amacıyla mesleki eğitimle özel olarak ilgilendi.

Türklerin mesleki eğitime olan ilgisi, Türkler Anadolu'ya yerleştikten sonra da devam etti. Türkiye (Anadolu)Selçuklu Devleti(1077-1308) döneminde mesleki eğitim, sistemli bir eğitim müessesesi olmasa da, ahilik teşkilatı tarafından yaygın bir mesleki eğitim verilmekteydi. Mesleki eğiti-

min yarattığı nitelik ve güven artışı, Anadolu'nun o dönem ticaretin odağı haline gelmesinde önemli roller üstlendi.

Osmanlı Devleti(1299-1923), mesleki eğitimin nüfusu besleme, refah, üretim potansiyeli ve nitelik arasında doğrudan ilişki olduğunun farkında ve bilincinde bir devlet idi. Konuya dair ilk önemli tespitlerden biri, çok yönlü bir âlim olan Kınalızâde Ali Çelebi (Ö. 979/1572)'den geldi. Çelebi, Osmanlı Devleti'nin seçkin ilim adamları arasındaydı. O, mesleki eğitimden verim alabilme, ekonomik kalkınmaya katkı sağlayabilmesi için, kişinin yetenek ve kabiliyetine göre bir mesleğe yönelmesi, üretim faaliyetine katılımın önemine işaret etti: “Çocuğun kabiliyetine uygun bir eğitim verilmesine dikkat edilmelidir... Herkes aynı yetenekte yaratılsaydı, her derece ve çeşitteki sanatlar meydana gelmez, âlemin düzeni bozulurdu. Eğer insanlar yeteneği olan dallarla ilgilenirse, az zamanda ve fazla gayret göstermeden sonuç elde edilir. Aksine bir durumda ise kişi çok zamanda az şey elde etmek durumuna düşer. Bütün ilimleri de öğrenmek mümkün olmadığından insanın yetenekli olduğu alanda ilerlemesi ve derinleşmesi daha uygundur”,(Doğan, 2010, s. 181).

Osmanlı mesleki eğitim kurumları, uygulama ve üretim odaklı faaliyetlere öncelik verdi. Kız-Erkek Teknik Öğretim Okulları, Ticaret Okulları, Orman ve Ziraat okulları açıldı. 24 Ocak 1847'de Ziraat Talimhanesinin açılması mesleki eğitime verilen önemin bir göstergesidir. “*Ayamama Çiftliği*”nde ziraat eğitimi ile tarımsal faaliyetlere katkı sağlayan “*Ameli Ziraat Mektebi*” diğer önemli girişimlendendi, (Ergin, 1997). Osmanlı Devleti'nde mesleki eğitim kapsamı, Tanzimat Dönemi'nde birçok mesleği bünyesinde barındıran kapasiteye ulaştı. Bu sayede Osmanlı Devleti, yüzyıllarca nüfusunu besleme başarısı gösterdi: “*Ahi teşkilatı*” ve “*Loncalar*” şemsiyesi altında teşkilatlanmış oldukça geniş mesleki eğitim kurumları, Osmanlı İmparatorluğu'nu yüzyıllarca beslemiş ve modern zamanlara kadar taşımıştır”, (Kenan, 2013).

Mesleki eğitim-kalkınma ilişkisinin hassas bir zeminde ilerleyen, hayati bir mevzuu olduğunu fark eden ilk Osmanlı padişahı, Sultan Abdülhamid (1842-1918)'dir. Abdülhamid, eğitim ve ekonomi arasında ilişki olduğunun bilincinde idi. Abdülhamid Ticaret Mekteplerinden, Tarım Mekteplerine, İpek Böcekliği Mekteplerinden Çoban Mekteplerine kadar, toplumun iktisadi hayatına katkı sağlayabilecek çabalar içerisinde bulundu. Abdülhamid, eğitimin üretimde kullanıldığında önemli bir silah olduğuna inanarak, ziraat, ticaret, madencilik ve ormancılık faaliyetlerinde bulunacak eğitim-öğretim kurumlarının açılmasına ön ayak oldu: “*Abdulhamid, ekonomik kalkınma için eğitimin ne denli etkin bir silah olduğunu çok iyi kavramış bir devlet adamıydı. Uzun hükümdarlık döneminde ziraat, orman, ticaret ve maden gibi doğrudan ekonomiyle ilgili alanlarda yükseköğretim düzeyinde eğitim veren okulların açılmasına öncülük etti*”,(Öz-

teke, 2019, s. 105-128) Mesleki eğitimin kalkınmaya etkisini önemli gören diğer bir Padişah, Sultan V. Mehmet Reşad (1844-1918)'tir. V Reşad, çırak mekteplerinin açılmasını sağladı, üretim ve ticaretin artırılmasını hedefledi. Bu çabalar, Osmanlıda mesleki eğitimin rolünün erken fark edilmiş olmasını göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Osmanlı Devleti'nde üretim faaliyetlerinde bulunmak ve ordunun ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mesleki eğitim kurumlarının açılmasına devam edildi: *"1857'de İstanbul'da Ticaret Nezareti bünyesinde bir "Ormancılık Okulu" açıldı. Okul 1881'de, 1874 yılında açılmış olan Maadin Mektebi ile birleştirildi. Ayrıca 1869'da İstanbul'da, yine ordunun ihtiyaçlarını karşılamak için bir Kız Sanayi Mektebi açıldı. Dikimhane özelliği taşıyan okul, önce Tophane Nezareti'ne daha sonra Ticaret Nezaretine bağlandı"*, (Editörler: Sabahattin Arıbaş & Mehmet Koçer, 2008, s.127).

Mesleki eğitime dair tüm birikim ve tecrübeler, Osmanlıdan Türkiye Cumhuriyeti'ne miras olarak aktarıldı. Türkiye'nin iktisadi hayatına önemli katkısı olduğunu bildiğimiz mesleki eğitim konusunda yapılan çalışmalar ve devletin bakış açısını irdelemek, meselenin ne derece önemli olduğunun dahaiyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Türkiye Cumhuriyeti ilk Eğitim Bakanı, mesleki ve uygulamalı eğitimin önemine vurgu yaptı: *"İlk Eğitim Bakanı İsmail Safa (1) kurulacak Cumhuriyetin eğitim programını açıkladığı, 8 Mart 1923 günlü, Umumi Maarif ve Terbiye Programı (Misak-ı Maarif) başlıklı Genelge'de (2), iş eğitimi ile ilgili esasları özetle şöyle saptamıştır: Etkinlik ya da iş ilkesi, çocuğun ilgi, istek ve gereksinimlerine göre çalışmasına ve bir şey üretmesine yönelik bir eğitim türüdür. Üretime dönük böyle bir eğitim, yalnızca ekonomik bakımdan değil, buluşçuluk ve yaratıcılık yönünden de bir eğitim şeklidir. Bu belli bir plan ve program içerisinde, yaparak, yaşayarak, bir iş yaparak bilgi, beceri ve alışkanlıklar kazanılmasını sağlayacak bir öğretim yöntemidir (3).*(Kocabaş & Arıkan, MUSTAFA NECATİ ve Cumhuriyet Eğitim Devrimi, 2010, s. 31), değerlendirmesinde bulundu.

Dünyada mesleki eğitimin üretim, istihdam ve kalkınmada başat güç olarak kullanıldığı bir dönemde : *"Türkiye'de 1933 yılında Milli Eğitim Bakanlığına bağlı Mesleki Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü kurulmuştur"*, (H.Demircioğlu, Türk Eğitim Tarihi, 2008, s. 232). Cumhuriyet'in ilk yıllarında sanayi hamleleri atılmasına destek için, Türk eğitim sistemi kalkınma hedefi belirlenirken aynı eşgüdümle hareket edildi. Dönemin Amerikan belgelerinde, Türkiye'de mesleki-teknik okulların önemsendiğine vurgu yapılması dikkat çekicidir: *"Türkiye.....sanayinin gelişmesi için şiddetle zanaatkar ve ustaya ihtiyaç duymuştur. Amerikan belgelerinde belirtildiğine göre Türk eğitim sisteminde yapılan düzenlemelerin bir kısmı bu hedefi gerçekleştirmeye yöneliktir. Milli Eğitim Bakanlığı özellikle küçük sanayi alanında gelişmenin bir koşulu olarak ortaöğretim derecesindeki*

mesleki teknik okulların gelişim göstermesini önemsemiş ve bu alanda eğitimi yaygınlaştırmayı hedeflemiştir”, (Öksüz & Köksal, 2018), “Amerikan belgelerine göre sanayi atılımı gerçekleştirmek isteyen Türk hükümetleri mesleki ve teknik eğitime oldukça önem vermiş, bakanlık da bu tarz okulların açılmasını teşvik etmiştir. İlköğretimi tamamlayan bazı öğrencilerin bu okullara yönlendirilmesi ile ülkenin kalkınması için bireylerin kısa sürede meslek sahibi olması ve iş hayatına atılması hedeflenmiştir”, (Öksüz & Köksal, 2018).

27. 06. 1962 tarihinde Mustafa İsmet İnönü (1884-1973), Bakanlar Kurulu (Hükümet) Programı teşkil etti. Programda dikkat çeken kısım, eğitim-öğretim sorunsalı ve çözüm önerilerinin, Türkiye’de hâlihazırda maruz kalınan problemlerin çözümünde güncelliğini koruduğuna inanmaktayız. Programda, eğitim kalkınma ve istihdam konusunda, iddiamızı destekleyen, programın ilgili ve önemli noktalarının altını çizmek gerekir: “Başbakan İsmet İnönü..., “Orta ve yüksek seviyede genel ve mesleki öğretim kurumlarımızın açılmasında, Devlet Planlama Teşkilatımızca belirtilen sektörlerin ihtiyaçları dikkate alınacak; böylece genel ve mesleki öğretim arasında memleket ihtiyaçlarına cevap verecek bir dengenin kurulmasına çalışılacaktır. Orta ve yüksek seviyede öğretim kurumlarımızda, azami verimi sağlayıcı tedbirler süratle alınacak ve yeni öğretim kurumları, vazifelerini en iyi şekilde yapmalarını mümkün kulan bütün şartlar hazırlanmak suretiyle, açılacaktır”, (Öztürk, 1968, s. 517,535,536,537). 1963 tarihli Bakanlar Kurulu Programı, Türkiye’nin mevcut eğitim-öğretim sisteminde oluşan sorunlar yumağına, teşhis olabilecek güncellikte olabilmesi açısından önemlidir : “Çağımızın kalkınma anlayışı içinde daha da önem kazanan milli eğitim konularımız, Kalkınma Planının gerektirdiği sayı ve nitelikteki personeli yetiştirme gücüne sahip olacak şekilde ele alınacaktır. Özellikle mesleki ve teknik öğretim kurumlarımız, gerek öğrenci kapasitesi bakımından, gerek çeşitli ve kaliteleri bakımından büyük ölçüde geliştirilecektir”, (Öztürk, 1968, s. 566).

Mesleki eğitim, üretim ve kalkınma konusunda, çarpıcı tespitlerde bulunan toplum bilimcilerden biri Ziya Gökalp(1876-1924)’tır. Gökalp alanın yetkinliğinde önemli Türk aydınları ve toplum bilimciler arasında yer aldı. “Türk Milliyetçiliğinin Babası ”olarak anılan Gökalp’ın, eğitim-kalkınma ilişkisine dair fikirleri, çalışmamızın nihai hedefiyle paralellik göstermekte, bizi çalışmaya teşvik etmektedir. Gökalp, özetle eğitimin üretim ve kalkınmada kullanılmasını gerektiğini ısrarla savundu. Mesleki eğitim ile ilgili yaptığı tespitlerin, günümüzde halen güncelliğini koruması dikkat çekicidir: “Çağdaş eğitimin hedefi, ileri milletlerin yaptıkları ve kullandıkları aletleri üretmekle gerçekleşir. Ekonomi, silah yapımı ve iş konularında yaşanan başarısızlıklar, okulların nitelikli bir eğitim vermediklerini gösterir”, (Doğan, 2010, s. 365), değerlendirmesinde bulundu.

Sağ entelijansiyanın önde gelen yerli düşünürü Nurettin Topçu (1909-1975), “*Türkiye’nin Maarif Davası*” adlı eserinde, mesleki eğitimin önemine atıfta bulunarak, kabiliyeti olanların meslek sahibi yapılması gerektiğini ifade etti: “*hakıyla okuyanlarla okuma dışındaki mesleklere kabiliyetli olanları da birbirinden ayırmalıyız, Her türlü çalışma tarzı, her meslek ahlaki ve insanidir, hepsine ihtiyaç vardır*”,(Topçu, 2021, s. 208), değerlendirmesi, Türkiye’nin hâlihazırda eğitim sisteminde yaşadığı en buhranlı meselelere o günden istikamet çizmiştir. Bu tespit akademik zayıflık gösteren çocukların, dört duvar arasından alınarak, mesleki ve teknik eğitimlere, üretim sahalarına yönlendirilerek, ülke kalkınmasına destek olmalarını sağlanması gerektiğine o günden işaret etti.

Aynıdoğrultuda bir tespit, eğitimci, dilci ve edebiyat tarihçisi olan Agah Sırrı Levend (1894-1978)’ten geldi. Levend, dört duvar arasında öğrenilen bilgilerin, gündelik yaşama katkısı olmadığında anlamsızlığını ortaya koydu. Levend, gençleri illaki yüksek tahsile zorlamanın anlamsız olduğunu savundu. Bunun yerine mesleki-teknik okullarda bir meslekte uzmanlaşma, üretim faaliyetlerine katılmasının daha hayırlı olacağını savunması çarpıcı bir tespit olarak karşımıza çıkmaktadır: “*Gençlere “ille de yüksek tahsil yapacağız diye kendinizi zorlamayın, liseden sonra kabiliyetinize göre bir meslek seçerek hayata başlayın tavsiyesini verir”, lise son sınıfta mesleki deneme ortamlarının oluşturulmasını önerir. Ona göre liselerin asıl işlerinden biri bu olmasına karşı, bu görev yapılmamaktadır*”, (Gündüz, Yeni Türk Mecmuasında İdeal İnsan, Eğitim ve Toplum, s. 195),

Harf Devrimi sırasında, Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı yapmış önemli bir şahsiyet olan Mustafa Necati (1894-1929), üretime katkısı nedeniyle, uygulamalı ve mesleki eğitimleri ısrarla savundu: “*uygulamalı, üretime ve araştırmaya dayalı bir eğitimden yanaydı..... . Meslek okullarına önem vermeyi sürdüreceğiz*”, (Kocabaş & Arıkan, MUSTAFA NECATİ ve Cumhuriyet Eğitim Devrimi, 2010, s. 95). Köy Enstitülerinin mimarı İsmail Hakkı Tonguç(1893-1960) ise, şu çarpıcı tespitlerde bulundu: “*Şu halde ilk yapılacak iş, kitabi mesaiye önem veren bugünkü okullarımızı, pratik çalışmalara değer veren kurumlar haline getirmektir*” .... “*çocuklardan iş kümeleri teşkil ederek, onları kendi kendilerini idare etmeye alıştırmamız lazımdır*” ..... “*Başka ve sonuncu mühim mesele, vatandaşları kendi işlerini kendileri görebilecek bireyler haline getirmektir. Bucak, ilçe gibi idare teşkilatına, meslek cemiyetlerine, endüstri, zanaat ve ticaret kurumlarını, sosyal hizmetlere mahsus teşkilatlere sokarak rol vermek suretiyle...*” ..... (Tonguç, 2021, s. 184)

Hilmi Ziya Ülken (1901-1974)’e göre, Türk eğitim sisteminin sağlam bir temele oturtulmasında, Osmanlı ünlü eğitimci ve teorisyen olan Mustafa Satı Bey’den sonra gelen en mühim isim, Türk Eğitim Sisteminde önemli bir iz bırakan İsmail Hakkı Baltacıoğlu(1886-1978)’dur. Ülken’e

göre Baltacıoğlu'nun eğitime dair dünya görüşünde, eğitim-üretim konusu kritik bir yer tuttu, kendisinden sonraki kuşakların pedagojik çalışmaların hareket noktasının belirleyicisi oldu: *“Baltacıoğlu'nun dünya görüşünde ‘‘istihsal’’ mühim bir yer tutmaktadır. Bu cümleden olarak eğitimde de iktisadi düşünce, yani üretim önemlidir’’*, (Altın H. , 2014). Baltacıoğlu, günlük hayatta karşılığı olmayan soyut, faydasız, kelime hamallığı gibi ezbere dayanan müfredatın derhal değiştirilmesi, öğrencilerin hayata hazırlanması gerektiğini savundu: ... .. *“kız ve/veya erkek öğrencilerimize şöyle bir teklif yapılırsa kitap ve defterlerinizle mi meşgul olmak istersiniz, yoksa pratik bir şekilde gösterilen bahçe işlerine, yemek pişirme ve yarende, testere, oyma kalemi gibi eşya ile donatılan işlikte mi çalışmak istersiniz? diye sorulsa, çocukların % 90'ı dersliklerin edilgen havasından kurtulup bahçe, laboratuvar ve işliklerin etkin havası içine girmeyi isterler’’*, (Tonguç, 2021, s. 184). Baltacıoğlu'nun tespitine paralel bir değerlendirme, 27. 10. 1965 tarihinde Başbakan Süleyman Demirel'in hükümet programında yer aldı: *“Milli eğitim politikamızın temeli; vatandaşın bir kül halinde kalkınabilmesine, maddi ve manevi hayatını teçhiz ederek ve milli şuuru hâkim kılarak yetişmesine yardım etmektir’’*; *“Milli Eğitim davası, ..., memleket kalkınmasının en güçlü vasıtalarından biridir. ... teknik eğitim... de geliştirmek zorundayız’’*, (Öztürk, 1968, s. 616).

2006 yılında ortaöğretimin yeniden yapılandırılmak istenmesi projesi kapsamında: *“ortaöğretimdeki öğrencilerin % 65'inin mesleki ve teknik eğitime, % 35'inin akademik eğitime yönlendirilerek insan gücü, eğitim düzeni ve istihdam arasındaki dengenin sağlanması hedeflenmiştir’’*, (Kenan, 2013). 2006 yılında ortaya konulan, Dokuzuncu Kalkınma Planında (2007-2013) mesleki eğitime dair önemli hedefler ortaya konuldu: *“Türkiye'de verilen mesleki ve teknik eğitimde modüler ve esnek bir sisteme geçileceği, yükseköğretim ve ortaöğretim düzeyindeki mesleki eğitimin program bütünlüğünü esas alan tek bir yapıya dönüştürüleceği, mesleki eğitimde nitelikli iş gücünün yetiştirilmesinde önemli yeri olan uygulamalı eğitime ağırlık verileceği belirtilmiştir’’*, (Sarıbyık, 2019), ancak bu tür kararların hayata geçilmesi veya arzu edilen başarı düzeyine ulaşılması mümkün olmadı. Türkiye'nin eğitim sistemine üretim ve dinamizm kazandırma gayesiyle ulaşılacak istenen hedefler, teorik anlamda son derece isabetlidir, ancak uygulamada ne oran ve düzeyde verim veya sonuç alındığı ise tartışmalıdır. Çalışmamızın esas amacı da tam bu noktada başlıyor. Mesleki eğitimden, üretimde yararlanmak gerektiğine dair önerilerimizin uygulanmasında başarı sağlandığı takdirde, ülke kalkınmasına ciddi katkı sağlayacağına olan inancımız tamdır.

Her ne kadar yeterli derinlikte olmadığı yönünde tenkit ediyor olsak bile, Eski Milli Eğitim Bakanı Sayın Mahmut Özer ( Görev Yılları: 2021-2023), mesleki eğitimle ilgili devrim niteliğinde reform gerçekleştir-

di. Geçen yılın (2022) Ocak ayı itibarıyla tüm mesleki ve teknik liselerin üretim hacmini arttırmak için mesleki-teknik eğitimin bir parçası haline getirdi. Sanayi sitelerinde mesleki eğitim merkezleri/veya irtibat büroları kurulmuş olması diğer olumlu gelişmeler arasındadır. Sayın Özer, mesleki eğitimin yayılması çabaları sonucunda mesleki eğitimden yararlananların sayısının hızla arttığını ortaya koyan Anadolu Ajansı'nın (AA) haberini aktaralım: “*Mesleki eğitim merkezlerindeki öğrenci sayısı 1 milyon 376 bine ulaştı*”, Bakan Özer, sosyal medya hesabından “*Eğitimde Türkiye Yüzyılı*” etiketiyle : “*Nitelikli iş gücü ve geleceğin ustalarının yetiştiği mesleki eğitim merkezlerimizdeki öğrenci sayımız, 159 binden 1 milyon 376 bine ulaştı. Ülkemizin üretmesi ve kalkınması için mesleki eğitimi her alanda güçlendirmeye devam edeceğiz*” ifadelerini kullandı. (Anadolu Ajansı) (AA) 09. 04. 2023, (<https://www.batmansonsoz.net/haber/mesleki-egitim-merkezlerindeki-ogrenci-sayisi-1-milyon-376-bine-ulas-ti-57534.html>/ ErişimTarihi:01. 06. 2023).

## 5. ÜRETİM ODAKLI EĞİTİM VE EKONOMİ

Sanayi Devrimi etkisiyle üretim şeklinin hızla değişmeye başlaması, yeni üretim biçiminin ihtiyaç duyduğu nitelikleri değiştirdi. Eğitim, kalkınma için kritik hale gelerek, üretimde kullanılan teknolojilere adapte olabilecek bilgi, beceri ve yeteneklere sahip nitelikli işgücü yetiştirme, eğitimin en önemli amacı haline geldi. Üretim faaliyetlerine tesir etmesi nedeniyle de eğitim olgusuna artık ekonomik bir işlev yüklendi. Dünyanın birçok ülkesinde mesleki eğitim, üretim odaklı olabilme olanağından dolayı, tarımdan hayvancılığa, sanayiden madencilığe, arıcılıktan balıkçılığa, ormancılığa kadar üretim hacmini artırma ve kalkınma parametrelerini değiştirme kabiliyeti kazandı.

Günümüzde mesleki eğitim yoluyla modernleşme-kalkınma, dünyanın birçok ülkesi için gerçekleştirilmek istenen temel hedef haline gelerek, küresel çapta mesleki eğitime dönük eğilimler ve beklentiler farklılaştı: “*Dünyada meslekî hareketliliğin arttığı ve çalışanların yetkinlikleri doğrultusunda farklı ülkelerde istihdam edilebildiği günümüzde meslekî eğitime yönelik geleneksel bakış değişime uğramaktadır. Ülkelerin 2020 ve 2030’lu yıllara yönelik uzun vadeli planları kapsamında hedefledikleri ekonomik düzeye ulaşmaları için akademik beceriler açısından donanımlı bireyler yetiştirmelerinin yanında meslekî açıdan nitelikli bireyler yetiştirmenin de önemi anlaşılmaya başlanmaktadır. Meslekî eğitimin yapısı ve süreci çeşitlilik gösterse de ülkelerin meslekî ve teknik eğitime yönelik yatırımları artmakta, süreçlerin iyileştirilmesi için yeni politikalar geliştirdikleri görülmektedir*”, (M.E.B., 2018-Kasım, s. 86).

Sanayisi gelişmiş-gelişmekte olan ülkelerde, üretim teknolojisinin ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücü eksikliği, ekonomide verim kaybı ve ya-

şanan çeşitli problemlerin başında gelmektedir. Mesleki ve teknik eğitim, nitelikli işgücü yetiştirme gibi önemli bir misyona da sahiptir. Bu nedenle üretimde kullanılan teknolojilere adapte olabilecek, üretim hacmi ve verimi arttıracak işgücü kazandırma önemli bir amaç haline geldi. Mesleki ve teknik eğitime önem veren ülkelerden tek bir amaç vardır, oda üretim ve kalkınmada ondan yararlanmaktır. Mesleki eğitim, üretimden kalkınmaya, teknolojiye çağdaşlaşma ve sanayileşmeye kadar birçok alana temel teşkil etmektedir. Bu açıdan eğitim-öğretim kalkınmanın en hayati aracı haline geldi. Bu öneme binaen modern ülkelerde eğitim artık, siyaset üstü bir konu olarak algılanmaktadır. Başta A. B. D. Güney Kore, Çin, Almanya, İsviçre, İngiltere, Japonya, Finlandiya ve İsviçre örneklerinde olduğu gibi, eğitim kurumları içişlerinde bağımsız hale getirilerek, orta ve uzun vadeli kalkınma programlarının, istikrarlı bir şekilde hayata geçirilmesine destek olmaktadır. Eğitim kalkınma ilişkisinin sistematik bir biçimde uygulanması neticesinde, ülkelerin üretim-milli gelirlerinin artması, teknolojide çağın yakalanması, donanımlı fertlerin yetiştirilmesi ve iş dünyasında ihtiyaç duyulan ana ya da ara eleman gereksiniminin karşılanması sağlanmaktadır.

Finlandiya örneğinde, temel eğitim kanunu ikinci maddesi, eğitimin üretim odaklı, stratejisinin de pragmatik olması gerektiğine ilişkin önemli bir çerçeve çizerek, özetle bilginin uygulamalı, mesleki-teknik eksenli, günlük hayatla ilişkilendirme ve hayat boyu devam etmeyi amaçlaması gerektiğine vurgu yapmıştır: *“Eğitimin amacı öğrencilerin insani değerlere ve etik sorumluluğa sahip olmalarını sağlamak ve öğrencileri hayatın içinde ihtiyaç duyacakları bilgi ve becerilerle desteklemektir. Eğitim; toplumsal uygarlığı ve eşitliği, öğrencilerin eğitime devam etmelerini ve hayat boyu öğrenmelerini teşvik etmelidir”*, (Demirkan, 2018). Finlandiya’da eğitim reformlarının hayata geçirilmesi sürecinde önemli görevler üstlenen, *“Eğitimde Finlandiya Modeli”* kitabının yazarı Pasi Sahlberg (1959. --) eğitim-öğretim konulu sohbetlerin birinde, mesleki-teknik eğitimde, üretim, istihdam ve kalkınmanın önemi ile zorunluluğuna dair kritik tespitlerde bulundu. Sahlberg, sohbetlerinde eğitim ve kalkınma ilişkisine vurgu yaparak, bir ülkenin kalkınması, o ülkenin okullarının uygulamaya ağırlık veren üretim odaklı, mesleki ve teknik bir yapılanma sürecine bağlı olduğuna işaret eder: *“Ernie, her Amerikalı gencin üniversite mezunu olması gerektiğine can-ı gönülden inanıyordu. Bense nitelikli bir mesleki veya teknik eğitimin bazı gençlerin çok daha hayrına olacağı görüşündeydim”*, (Sahlberg, Eğitimde Finlandiya Modeli, 2018, s. 21,22).

Güney Kore mesleki eğitim sistemi de, üretim ve kalkınma odaklı bir müfredata sahiptir. Ekonominin birçok faaliyet dalında işbaşında, üretim odaklı ve uygulamalı eğitim verilir: *“Meslek liseleri, tarım, sanayi, ticaret, balıkçılık/denizcilik ve ev ekonomisi alanlarında eğitim vermekte olup*



*müfredatlarının %40-60'ı genel derslerden oluşurken kalanı meslek derslerinden oluşmaktadır. Hükümet sanayinin giderek uzmanlaşmasından dolayı bu okulların geliştirilmesine çalışmaktadır. Eğitim daha fazla oranda işbaşında eğitim ile desteklenmektedir”, (Bakioğlu & Baltacı, Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi, 2013, s. 66).*

Almanya, mesleki ve teknik eğitimi, üretim hacmini artırma ve kalkınmanın temel amacı ve stratejisi haline getirdi. Devlet kısa sürede, işletmeler ve pazar arasında kurulan yoğun etkileşimde meslekî teknik eğitimi, etkin bir araç olarak kullanmakla dengeledi. Uyguladığı istikrarlı politikalar dikkat çekici, kısmen de ilginç bir şekilde beklenenden hızlı sonuç verdi. Bu başarıda Alman mesleki ve teknik eğitim sisteminin katkısı yadsınamaz. Almanya mesleki ve teknik eğitim sisteminin, üretimin tam odağında yer alması, birçok ülkeye örnek teşkil eder: *“Kuruluş amacı üretim ve hizmet sektörlerini ehil insan kaynağı ile beslemek olan ikili meslekî eğitim sisteminin etkililiği, daha çok yaratıcılık ve analitik düşünme vb. üst düzey bilişsel becerilerin gerektirdiği sektörlerin ekonominin odağına yerleşmesiyle tekrar gündeme gelmiştir”, (Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitimin Görünümü, Milli Eğitim Bakanlığı, Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi, No:1,Kasım 2018,2023 Eğitim Vizyonu, s. 77).*

Avustralya mesleki ve teknik eğitim sisteminin, okul çağı dışına çıkan yetişkinlerin de dâhil olduğu, kapsamlı bir üretim, istihdam ve kalkınma faaliyeti olarak planlanmış olması, istihdamın kapsam ve kapasitesini genişletti, ülke ekonomisine katma değer sağladı. Özel sektörle eşgüdümlü ve koordineli olarak, orta ve uzun vadeli kalkınma programları yürütülür. Üretim faaliyetinde bulunan pek çok sektörde, devlet kurumları gibi mesleki ve teknik eğitim yürüten özel sektör uzmanları/kurumları da faaliyetlere destek sağlamakta, diploma v. b. belgeleri verme yetkisine sahiptirler. Avustralya’da bazı liselerin müfredatlarında 10. 11. ve 12. sınıf talebelerine, üretim ve uygulama ağırlıklı çıraklık eğitimlerinin verilmesi önemlidir. Avustralya’da meslekî ve teknik eğitim *“Meslekî ve İleri Eğitim Enstitüleri”*, (Technical and Further Education Institution (TAFE) aracılığıyla yürütülmektedir.

Çin Halk Cumhuriyeti’nde, mesleki ve teknik eğitim, üretim, istihdam ve kalkınmada etkili araç olarak, ülkenin eğitim-kalkınma stratejisinin şekillenmesinde temel belirleyici olmuştur. Bu öneme binaen ülkede mesleki eğitim sistemi/müfredatı, küresel ölçekte büyüme ve rekabet aracı olarak, sürekli ciddi ve yapısal reformlardan geçirilerek güncellenir: *“Ülkenin ekonomik olarak hızla büyümesi ve işgücü açısından nitelikli insan kaynağı ihtiyacının kısa süre içinde hayati bir önem kazanması meslekî ve teknik eğitimde bir reform hareketi başlamasına neden olmuştur (Litao, 2016). 2000’li yılların başında hükümet, meslekî ve teknik eğitimi, formel eğitimin en önemli gelişim alanı olarak belirlemiş ve iyileştirilmesi için*

*stratejik plan oluşturmuştur*”,( Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitimin Görünümü, Milli Eğitim Bakanlığı, Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi, No:1,Kasım 2018,2023 Eğitim Vizyonu, s. 82).

Çin mesleki eğitim sistemi, çok stratejik veisabetli bir hamle ile ortaokul düzeyine kadar indirgenmiştir. Son derece yerinde olan bu hamlenin sonuçları, üretim çapı, hacmi ve kalkınmada hızlı bir şekilde geldiği seviye doğrular niteliktedir. Bugün itibariyle otomobillerin % 30’u,gemilerin % 40’a yakını, çeliğin %50’si,ayakkabı ve giyimin yaklaşık %55’, bilgisayarların % 75’i cep telefonlarının % 90’ı Çin tarafından üretilerek, dünyanın en büyük ihracatçısı ülke konumundadır. Çin hem mesleki ortaokul, hem de mesleki liselerde uygulanan müfredat sayesinde üretim kapasitesi ve kapasite kullanım oranını sonuna kadar zorlayan bir ülkedir. Ülkede uygulanan realist politikalar sayesinde, işgücü ihtiyacı ve istihdam olanakları ile paralellik arz eden mesleki eğitim kontenjanı belirlenmekte, ülkenin doğru bir istikamette yol almasına katkı vermektedir. Çin’de mesleki ve teknik uygulama okullarından mezun olanlar, kolaylıkla istihdam olanağı elde ederler : “*Mesleki Eğitim meslek liselerini ve Meslek Eğitimi kapsamaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti’nde Mesleki Eğitim 3 seviyede uygulanmaktadır. Bunlar; Mesleki Ortaokul, Mesleki Lise ve Meslek Yüksekokullarıdır. İlkokulu bitiren bir öğrenci 9 yıllık zorunlu eğitim kapsamında 3 veya 4 yıllık mesleki ortaokula gidebilirler. Mesleki ortaokul veya mesleki liselere giden öğrenciler iş gücü ihtiyacını karşılamak üzere eğitim görür ve istihdam edilirler*”, (Bakioğlu & Özcan, Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi, 2013, s. 21).

Ülkede “*Orta düzeyde mesleki eğitim, özel orta, teknik ve mesleki müfredatla verilmektedir.... Özel orta öğrenim okulları, orta düzeyde nitelikli işçi ve teknisyen yetiştirmektedir. Bu okullardan mezun olanlar devlet tarafından istihdam edilmektedir*”, (Bakioğlu & Özcan, Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi, 2013, s. 22), “*Meslek okulları arasında meslek ve tarım okulları bulunmaktadır. Bunlar, temel düzeyde teknik ve idari personeli hazırlamakta, yerel düzeyde çeşitli alanlarda çalışacak iş gücünü sağlamaktadır... Uzmanlaşmış orta öğretim okulları ve meslek okulları, mühendislik, tarım, ormancılık, tıp, maliye ve ekonomi, eğitim, beden eğitimi, sanat, turizm, aşçılık, uygulamalı sanatlar, siyasal bilimler ve hukuk, kâtiplik, moda tasarımcılığı ve kozmetik alanlarında eğitim vermektedir. 2001 yılında 17, 770 meslek lisesinde kayıtlı 11 642 300 öğrenci öğrenim görürken, 1980 de tüm lise çağındaki öğrenciler arasında meslek liselerine giden öğrenci oranı %19’dan 2001 yılında %45. 3’e yükselmiş ve şimdiye kadar da 50 milyon öğrenci mezun olmuştur*”, (Bakioğlu & Özcan, Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi, 2013, s. 22).

2. Dünya Savaşı, Japonya’da üretim araçları ve kabiliyetinin zafiyete uğramasına, ekonomisinin çökmesine yol açtı, üretim durdu ve kalkınma

olanaklarının birçoğu ortadan kalktı. Yaşanılan ekonomik ve altyapısal çöküntüye rağmen, ülkenin kısa sürede toparlanması, dünyanın en gelişmiş teknoloji ve küresel ekonomik güçler arasında yer almayı başarmış olması şaşırtıcıdır. Tabii olarak ilk akla gelen soru, Japonya bu hızda bu güce hangi yöntemle ulaştı ve kalkınmayı nasıl başardı? Sorusuna verilecek tek cevap ise, son yıllarda kalkınmayı eğitim sistemine borçlu olan tüm ülkelerde olduğu gibi, eğitim sisteminin üretim ve kalkınmada kullanılmasıdır. Ülkede üretim odaklı eğitim kurumları, iş ve meslek temelli olarak itibar görmekte, üretime sonuna kadar entegre edilmiş durumdadır. Buanlamda Japonya, eğitim sistemi aracılığıyla kalkınmayı başarmış bir ülkedir. Bu başarıda hayati rol oynayan eğitim-öğretim, üretim ve kalkınmada başat rolü oynayan, teknik donanıma sahip kalifiye ana ve ara eleman yetiştirdi. Nitelikli gücün üretimde kullanılması, verimliliği artırma ve hızlı kalkınmada başlıca teşvik edici ve motor gücü haline geldi. Tüm bunların bir araya gelmesi nasıl ve hangi yöntemle sorusunun cevabını karşılar nitelikte olup, hiçbir başarının tesadüflere dayanmadığını ortaya koyması açısından önemlidir.

Ülkede eğitim ve kalkınma ilişkisinin sarmal hale gelmesi, başarının gerekçesini ortaya koymaktadır: “Özellikle gelişen Japon sanayisi için ihtiyaç duyulan kalifiye eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla devlet ve yerel yönetimler tarafından meslek okulları kurulmuştur”, (Ekinci A. , 2010, s. 34). Japonya’da ortaokul kademesi ile birlikte verilmeye başlanan üretim odaklı mesleki okullarda, öğrencilere üretim, istihdam ve kalkınmaya yarar sağlayacak, ülkenin coğrafi ve iklim koşullarıyla uyumlu ekonomik faaliyetleri destekleyici uygulamalı eğitimler verilmektedir. Sanayi başta olmak üzere, balıkçılık, ev ekonomisi, tarım, ormancılık ve ticaret gibi derslerin önemle okutulması, mesleki ve teknik eğitimin ülke kalkınmasında bir dinamizm yaratarak, kalkınma araçlarının etkin bir şekilde kullanılmasının önemli bir boyutunu meydana getirir. Bu nitelikte eğitimler, son yıllarda hem devlet ve halk, hem de özel sektör tarafından desteklenmektedir: “*Japonya’da özellikle üretim ve ihracat odaklı özel sektörün ihtiyaçları doğrultusunda insan kaynağının yetiştirilmesine önem verilmekte ve bu amaçla yönetimin şirketlerde olduğu enstitüler kurulmaktadır. 1938 yılından bu yana öğrencilere hizmet veren Nissan Teknik Koleji (Nissan Technical College) bu enstitülere bir örnek olarak gösterilebilir*”,(Sugama, 1975),(M.E.B., 2018-Kasım, s. 84).

Yeni Zelanda, mesleki ve teknik eğitim müfredatı, üretimi artırma, eğitim sistemini kalkınmaya yansıtma konusunda başarıları ile son zamanlarda adından söz ettiren, bu anlamda dikkat çeken bir ülke haline geldi. Mesleki ve teknik eğitimde nitelik, verim ve üretim artışı, istihdam ve kalkınmada büyümeye yol açtığından, ülkenin milli geliri hızla artmakta, refah seviyesi de yükselmeye devam etmektedir. Ülkede üretim odaklı

uygulamalı mesleki okullar, Teknoloji Enstitüleri ve Teknik Okullar (IT-P)'nin, ülke kalkınmasına katkı sağlamada önemli işlevler gördüğünü ifade etmekte fayda vardır: *“Teknoloji Enstitüleri ve Teknik Okullar(ITP hazırlık eğitiminden pratik/uygulamalı eğitimin mesleki yönlerine de odaklanan lisansüstü seviyeye kadar uzanan çok sayıda yeterlilik /nitelik kazanma imkânı sunar. Mevcut programlar genellikle uygulamaya dayalıdır ve teknolojik araştırmaları teşvik eder”*,( <https://www.hotcourses-turkey.com/study-in-new-zealand/applying-to-university/new-zealand-education/>,Erişim Tarihi:31. 01. 2024).

## 6. “YA EĞİTİLECEĞİZ YA YOK OLACAĞIZ”

Eğitim-öğretim, günümüzde o kadar mühim bir değer haline gelmiş ki, üretim ve kalkınma meseleleri başta olmak üzere sosyal, teknolojik, kültürel, bütün kodların yanı sıra toplumun psikolojik ruhsal şekillenmesi dâhil, neredeyse her alanı doğrudan etkileyen en önemli olgu olarak değerlendirilmektedir. Toplum, eğitim aracılığıyla geleneksel yapı ve kodlardan sıyrılarak, çağı yakalama ve modernleşme/kalkınma hamlesine girebilme şansını yakalar. Bu bağlamda Türkiye, eğitim sistemi aracılığıyla iktisadi kalkınmaya katkı sağlayacak nitelik ve çapta bir yol haritası belirlemeli, eğitim eksenli üretim faaliyetine yoğunlaşmalıdır.

Dünya nüfusunun hızlı artışı, gıda ürünlerine olan talep ve ihtiyacı artırdı. Sanayileşme, kentleşme ve diğer etkenlere bağlı olarak, tarım alanlarının hızla daralması neticesinde, ülkeler tarımı artık stratejik bir ekonomik faaliyet ve milli güvenlik sorunu olarak ele alır: *“Tarım sektörü, dünya nüfusu açısından taşıdığı kritik önemin yanı sıra ekonomik, sosyal, siyasal, teknolojik ve kişisel risklerden yüksek düzeyde etkilenen, son derece hassas bir faaliyet sahası olarak kendine özgü bir yapıya sahiptir*,( Batman il Tarım Müdürlüğü).

Bu koşullarda dünyanın bir gıda krizinden kaçınması imkânsız gibi görünmektedir. Türkiye durumun ciddiyetini görmeli, olası risklere karşı eğitim sistemini buna göre dönüştürmesi gerektiğini düşünmekteyiz. Türkiye, mevcut eğitim sistemini, ortaokul kısmında-mesleki ortaokullar kurarak- yapısal nitelikte bir makas değiştirmeli, eğitim sistemini tümüyle üretim odaklı mesleki ve teknik bir yapıya dönüştürmeyi tercihten öte zorunluluk olarak görmeli, tedbir almalıdır. Bunun için alt yapı ve mevzuatın üretime uygun ve uyumlu hale getirilmesi önem arz etmektedir. Çünkü Türkiye'nin üretim ve kalkınma anlamında mevcut eğitim-öğretim sistemiyle yol alması pek olası görünmemektedir. Bu sebeple Türk eğitim sisteminde üretim odaklı reform hayati bir aciliyet arz etmektedir.

Eğitim ve iktisadi kalkınma, hiç kimsenin kayıtsız kalmaya hakkının olmaması gerektiği kadar ülkenin önemli meseleleri arasında yer almakta-

dır. Bunun için Türk eğitim sistemini üretim yapacak tarzda reform ederek dönüştürme, mesleki liseler ile birlikte, ülke çapında mesleki statüye kavuşması gerektiğini düşündüğümüz tüm mesleki ortaokullar dâhil, seri üretim yapacak nitelik ve çapta yapılandırılması gerekmektedir. Buraları adeta üretim atölyelerine, sanayi bölgelerine, fabrikalara çevirecek sistemsel değişiklikleri bir an önce hayata geçirmek gerekir.

Bu noktada sıkça tenkit edildiği gibi, Türk eğitim sisteminin dört duvar arasına hapsedilip, teorik bilgi ile sınırlandırılması en büyük handikap olup, evvela bundan kurtulmak gerekir. Dünyada eğitimin/mesleki eğitimin, üretim ve kalkınmanın en önemli motor gücü olarak araçsallaştırıldığı bir dönemde, Türkiye'nin bu çapta etkili araçtan mahrum kalması, bize göre birçok olumsuzluğun müsebbibini meydana getirir. Bu durum çalışmamızın gerekçelerini meydana getiren sebepler arasında yer alır. Bu kapsamda en öncelikli ve kestirme yol, Türkiye'de mesleki ve teknik ortaokullar kurularak/ ortaokulların mesleki bir müfredata kavuşturulması, üretim odaklı uyum ve dönüşüm programları uygulanmalıdır. Mesleki liselerde ise üretim kapasitesini arttıracak altyapının hazırlanması gerekir. Bir anlamda Türk eğitim sistemini, Köy Enstitüleri'nin daha gelişmiş ve teknolojik hali olacak, "*Yeni Nesil Köy Enstitüleri*" ne dönüştürerek, üretimi arttıran ve kalkınmaya adaklanan, Türkiye'nin her tarafında üretim artışına etki edecek bir müfredata, formata dönüştürülmelidir.

1937 yılında Celal BAYAR'ın teşkil ettiği icra vekilleri heyetinin programında, çalışmamız açısından altı çizilmesi gereken, hatta ders çıkarılması gereken şu ifadeler yer almaktaydı: "*Memleketi, iklim, su ve toprak verimi bakımından ziraat bölgelerine ayırmak icab eder, Rasyonel bir zirai kalkınmayı tahsil edecek olan bu yol takip edilecek ve her bölgenin özel şartları ve bu şartlara en uygun ziraat şekli ve mahsul neveleri tesbit edilerek programlarını hazırlamak ve bunları tahakkuk ettirmek üzere gereken kanuni teknik tedbirler alınacaktır*" (Öztürk, 1968, s. 176). Köy Enstitülerinde bölge coğrafyasının iklim, toprak ve coğrafi duruma endeksli iktisadi politikalar belirlenmekte ve uygulanmaktaydı: "*Enstitülerin tarım derisi ve çalışmaları bölgelerin iklimine, coğrafyasına vb. özelliklerine göre düzenleniyordu. Her enstitü belli alanlarda uzmanlaşabiliyordu. Örneğin Beşikdüzü Köy Enstitüsü balıkçılık alanında, Kars Clavuz Köy Enstitüsü hayvan bakımı alanında, Kastamonu Gök köy Köy Enstitüsü arıcılık ve ipek böcekçiliği alanında daha yoğun bir eğitim uyguluyordu*", (Kocabaş, Aramızdan Ayrılışının 50. Yıldönümünde İSMAİL HAKKI TONGUÇ ve Okul Öncesinden Yüksek Öğretime Eğitim Sorunları, Çözüm Önerileri, 2010, s. 629).

Türkiye'de, kalkınmayı sağlamak için, tarıma elverişsiz alanların ıslah edilmesi, üretime açılması önerisinde bulunabiliriz. Sanayileşme ve şehirleşmenin tarım arazileri aleyhine genişlemeye devam etmesi, ülkenin

Üretim ve geleceğini ciddi bir Şekilde riske etmektedir. Bu konuda yerel yönetimler ile birlikte, evre ve Őehircilik Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı'nın bu konuda hassasiyet gstermesinibeklemektedir. Islah edilen tarım alanlarıretime kazandırıldığında, devlet ve millete refah noktasında katkı sağlayacaktır ki bu da çalışmamızın esas amacı ile paralel, ulaşmak istediğimiz hedeftir. Üretim ve gelir artışı, sanayide kapasite kullanım oranını arttıracaktır. Böylece retim çarkını oluşturan tüm sektörlerin zincirleme Şekilde harekete geçmesi, ekonomi arkının hızlı işlemesini beraberinde getirecek, kalkınmaya katkı sağlayacaktır.

Türk ekonomisine destek, milli gelirin israfına engel olma, sebze-meyve başta olmak üzere çeşitli ürünlerin tketickiye ulaşma maliyetlerinin düşürülmesi önemlidir. Bu amaçla, nakliye giderleri ve çeşitli diğer riskleri ortadan kaldırmak veya minimum düzeye elmek için, Şehirlerin çevresinde üretimi arttıracak kapsamlı projeler yürütülebilir. Bu projelerin uygulayıcıları, yani üretim faaliyetlerini gerçekleştirecek olanlar, Köy Enstitüleri'nde olduğu gibi, doğrudan mesleki okullarda bulunan ğretmen ve öğrenciler olmalıdır. Türkiye bulunduğu iklim kuşağından dolayı, mesleki eğitim aracılığıyla, tarım üretimini modern yöntemlerle doğru bir ekseninde ve planlamayla, yönetmeyi başardığı takdirde, hlihazırda Türkiye'nin tahıl ihtiyaının 2 katını karşılayabilecek tarım arazilerine sahip olduğumuzu, bu konuda Ortadoğu petrol zengini ülkelerin petrol gelirlerine yakın bir gelir elde edebilme kabiliyet ve potansiyele sahip olduğumuzu memnuniyetle aktarmak isterim.

Bu noktada Şu hususa vurgu yapmakta fayda vardır. retimi artırma ve ülke kalkınmasına katkı sağlama hususunda çeşitli önerilerde bulunmaktayız. Akla Şu soru gelebilir. Ortaya atılan fikir veya önerilerin çalışma konusu olan eğitim-ğretim-kalkınma konusu ile bağlantısını nasıl sağlayacağız, ya da ilişkisi nedir? Sorusunun cevabı ise, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, mesleki eğitimi, söz konusu üretim faaliyetlerinin odağına almamız gerektiğine dair zorunluluktur. Bunu başarmanın olmazsa olmaz kuralı ise, tarafımızdan kurulması kalkınma için bir zorunluluk olarak görülen, mesleki ortaokullar kurmak ve büyük organize eğitim sanayi bölgelerinde,(Organize Tarım /Organize Sanayi/Organize Hayvancılık/Organize Tekstil / Organize Zanaat Sanayi Bölgeleri gibi), uygulamaya dayanan üretim odaklı bir mesleki eğitim ve bununla uyumlu müfredat değişikliğidir. Öğrencilerin uygulama ve stajlarla uzmanlaşmasını sağlama ve üretime katkı için, Türkiye'nin her bölgesinde organize eğitim sanayi bölgeleri kurulmalıdır. Bu durum kısa ve orta vadede bile hızla ekonomik toplumsal birçok avantaj sağlayacaktır. Tüm sektörlerde üretimi arttırma, her türlü ürün ithalini hızla ortadan kaldıracaktır. Bunun neticesinde, herhangi bir ülke veya coğrafyadan ürün ithaline ihtiyaç kalmayacaktır. Bu

nedenle ithalata son verme veya minimum düzeye çekme mesleki eğitimin öncelikli görevi olmalıdır.

Türkiye'nin her bölgesinde okulları, tarlaları, üretim tesislerine, fabrikalara, fabrikaları da okullara dönüştürmeliyiz. Bu amaçla mesleki ortaokul 7. sınıftan başlamak üzere, çocukları tarım, sanayi, her türlü üretim çiftliği, balıkçılık, hayvancılık gibi üretimde katma değer yaratacak uygulamalı eğitime tabi tutmalıyız. Çocuklara mesleköğretmek, geleceğin usta ve zanaatkarları olarak, görece kısa yoldan hayata hazırlamalı, üretim ve kalkınma çarkına dâhil etmeliyiz. Böyle bir atılım, çalışmamızın amacını oluşturan, eğitim-öğretim sistemi aracılığıyla, kalkınmaya katkı sağlayacak isabetli bir hamle olup, riske edilmemelidir.

Türkiye ekonomisi açısından önem arz eden diğer önemli bir mevzuu hayvancılıktır. 1960 yılında Türkiye'nin nüfusu 28 milyonun altında iken, toplam hayvan sayısı 72 milyonun üzerindeydi. Türkiye'de bu dönemde kişi başına düşen hayvan sayısı 2,5 iken, günümüzde bu sayı kişi başına 1'in altına düştüğünü ifade etmekte fayda vardır. Yine manda sayısı 1 milyonun üzerinden, 200 binin altına (2022 yılı: 182. 717) düştüğünü üzülenek ifade etmeliyim,(TÜİK).

Çin, Güney Kore, Finlandiya, İsviçre, Japonya ve Kanada gibi ülkelerde başarılı bir şekilde uygulanan mesleki eğitim, istihdam ve kalkınma modelinin, Türkiye'de uygulanmasını bir zorunluluk olarak gördüğümüzü ifade etmekte yarar vardır. Mesleki liselerde uygulanan üretim eksenli müfredatın, ortaokul seviyesine çekme/indirgenme hedefimiz/stratejimiz ile uyumlu olması, bizim açımızdan destekleyici bir kanıt olup kalkınma adına çarpıcı bir iddia olabilecektir potansiyelindedir.

Milli Eğitim Bakanlığı koordinesinde, üretim ve kalkınma odaklı, başta Tarım Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı olmak üzere, ekonomi, sanayi, üretim ve kalkınma ile ilgili tüm bakanlıklarla “*Eğitim Kalkınma Reform Heyeti/Komisyonu*” kurulabilir. Milli Eğitim Bakanlığı ile Yükseköğretim Kurulu (YÖK) ‘ün eşgüdümlü çalışacağı “*Kalkınma Daire Başkanlığı/Koordinatörlüğü*” kurulması faydalı olabilir. Türkiye eğitim sistemini ekonomi çarkına entegre etmeli, uygulama ve üretim esaslı, orta ve uzun vadeli kalkınma stratejilerini istikrarlı bir şekilde uygulamalıdır. Bunu başarabilecek potansiyele sahip olduğumuzu belirtmekten memnuniyet duymaktayız. Türk eğitim sisteminin özerk veya yarı özerk statüye kavuşturulmasında fayda vardır. Bu yolla uzun vadeli stratejik hedefler ortaya konulabilir. Şanghay Eğitim Komisyonu Genel Başkan Yardımcısı, Zhang Minxuan: Çin'de eski bir deyiş vardır, eğer bir insanın uzun vadeli bir planı yoksa problem yanı başınızda demektir”, (Bakioğlu & Özcan, Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi, 2013, s. 39),tespiti önemlidir.

## 7.SONUÇ

Günümüzde eğitim-öğretim, mesleki, uygulamaya dayalı, üretimi etkileyebilme kabiliyet ve olanağından dolayı tarımdan, hayvancılığa, arıcılıktan balıkçılığa, sanayiye, ormancılığa kadar üretim, istihdam ve kalkınmanın tüm parametrelerini etkileyen ve değiştiren, her türlü ekonomik ve ticari faaliyet ile ilişkilendirilmektedir. Bundan dolayı eğitim ve kalkınma arasındaki sistematik ilişki, gelişmiş tüm ülkeler tarafından stratejik bir hamle ve beka sorunu olarak algılanır.

Eğitim-öğretim vasıtasıyla, ekonomik ve kültürel alan başta olmak üzere, kalkınma hedeflenir. Eğitim ve kalkınmaya bağlı sorunlar kapsamlı durum arz eder ve bunların çözülmesi, aşılması uzun zaman alır. Küreselleşme, sanayi ve yaşanan nüfus artışı etkisiyle, eğitim ve kalkınma sorunları girift hale gelerek, aşılması zor kaotik bir hal almıştır. Özellikle kentleşme ve buna bağlı alt bileşenlerin yarattığı çevre ve doğa tahribatları, dünyada stratejik olarak görülmeye başlanan tarım alanlarına büyük zarar vermektedir. Bu durum dünyada ciddi bir tehdit olarak algılanmaya başlandı. Aynı durum Türkiye açısından da geçerli olup, gelecekte ekonomik kökenli yaşanabilecek risklerden kaçınmak ve tedbir almak için, tarımdan, hayvancılığa, sanayiden, balıkçılığa, tekstile kadar, üretim ve ekonomiyi ilgilendiren her sektörde, mesleki eğitim aracılığıyla üretim stratejileri geliştirilmeli ve uygulanmalıdır. Türkiye olarak ekonomik kökenli ortaya çıkabilecek kaotik ve komplikeriskleri azaltmak veya tamamen engellemek için, Türk eğitim sisteminde üretim ve kalkınma eksenli heyecan yaratacak büyük projelere ihtiyaç vardır. Bizi bu çalışmaya iten temel sebeplerden biri tam da budur.

Eğitim, kalkınmayı doğrudan etkileyen en önemli araçtır. Gelişmiş ülkelerin belirli bir refah seviyesi yakalamış olmaları, tamamen üretim odaklı uygulamalı eğitim sistemine borçludur. Dünyada ekonomi ve üretim konusunun önemli hale gelmeye başlanması ile Almanya, İngiltere, Güney Kore, Çin, Japonya, Finlandiya, İsveç, İsviçre ve Şanghay gibi ülkeler başta olmak üzere, eğitime önem veren dünyanın birçok ülkesi, eğitimi/mesleki eğitimi, refah ve kalkınmanın motor gücü haline getirme, genç nüfus potansiyeli üretimde etkin bir şekilde kullanma politikaları izlemekteler.

Türkiye kalkınmak için, aynı stratejiyi uygulamak zorundadır. Bu zorunluluğu mukayese yaparak kanıtladık. Dünya ekonomik koşulları, Türkiye'nin eğitim-öğretim sistemini, eğitim-kalkınma ilişkisi temelinde yeniden yapılandırmayı bir mecburiyet olarak kendini dayattığını ortaya koymaktadır. Dünyanın birçok ülkesi, eğitim sistemi ve müfredatı, üretimi arttırmak için, mesleki ve teknik olarak ortaokul düzeyine indirgenmiş biçimde yürütmektedir. Yani eğitim kurumlarını, üretimin üssü ve en önemli aracı haline getirme temel strateji ve yaklaşım haline geldi. Benzer bir



eğitim stratejisi, Türkiye’de Köy Enstitüleri tecrübesi ile denenmiş ise de, o günkü koşullar nedeniyle hak ettiği değeri görmedi. Zararın neresinden dönülse kar olduğu için, “ *Yeni nesil Köy Enstitüleri* ” tarzı üretim odaklı okullar kurulmalıdır. Bu strateji ile Türkiye’nin, yola kaldığı yerden devam etmesinin, kalkınmak için bir zorunluluk ve zamanı çoktan geçmiştir.

Dünyada, son zamanlarda eğitime yönelik genel algı, bilginin üretim odaklı kullanılması yönünde hızla değiştiği tereddüde yer olmadan açıktır: “...Eğitim ekonomidir... Aynı zamanda bir ulusal güvenlik meselesidir. Tüm bu alanların temelinde eğitim belirleyici bir etkidir. Çünkü eğitimde çağını yakalayamayan ülkelerin ekonomisi batır. Çağının ötesine geçemeyenler ise sıradanlaşır. Ekonomik büyümenin, istihdamın ve küresel rekabet gücünün temeli insan sermayesidir... Her çağın insanları ve kurumları için bilgi ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel bir artı değer oldu. Bilgiye ulaşmak, bilgiyi sorgulamak, kullanmak ve geliştirmek artık her zaman olduğundan çok daha etkili bir güç kaynağı. Dünyada tüm ülkelerde eğitim öncelikli bir alan olarak her ekonomik kalkınma stratejisinin odağında yer almakta... ..Çağdaş dünyanın yeni siyaset kavramlarından birisi „mezunların işe alınabilirliği. İş dünyası geçen yüzyıla göre köklü bir değişimden geçmekte. Yoğun teknoloji, süreç yönetimi, çok yönlü bilgi birikimi ile ihtisaslaşmayı eşzamanlı gerekli kılan, yaşam boyu eğitimin, sorun çözücülük ve çok kültürlülük niteliklerinin makbul olduğu bir çalışma yaşamı şekillendi...”(Kocabaş, 2008, s. 1-18)

Türkiye, piyasada ihtiyaç duyulan sayı ve niteliğe eşgüdüllü eleman yetiştirmek için, derin bir planlama yapmalıdır. Eğitim sisteminde kontenjanlar revize edilmeli, bütün stratejiler gözden geçirilmelidir. Çünkü bazı mesleklerde nitelikli eleman bulunamazken, öğretmenler başta olmak üzere, üniversiteden mezun olan işsiz sayısı milyonlara ulaştı. Bu durum eğitim ve kalkınma hususunda ciddi bir uyumsuzluk, plansızlık veya ayar-sızlık olduğuna kanıttır.

Yıllar	Mezun Olan Üniversiteli	İşsiz Üniversite Mezunu
2013	688 bin 437	557 bin
2014	733 bin 237	606 bin
2015	801 bin 498	692 bin
2016	802 bin 888	828 bin
2017	804 bin 435	930 bin
2018	845 bin 859	951 bin
2019	891 bin 458	1123 bin
2020	en az 900 bin	1500 bin
2021	903 bin 653	1500 bin
2022	903 bin 673	1155 bin

**Kaynak:** Yükseköğretim Kurulu (YÖK), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (YÖK)2021(995. 000)903. 673(2022).

Örneğin aynı konuda, Türkiye-İsviçre arasında kıyaslama yapıldığında, İsviçre, piyasanın arz talep dengesi ve istihdam olanağını realist ve paralel bir biçimde planlayarak, yaşanması muhtemel sosyo-ekonomik problemlerin önüne geçmektedir. Bundan ötürü ülkenin uzun vadeli stratejik hedeflere ulaşması açısından kritik önemde altyapı oluşturulmaktadır: *“Meslek eğitimi ve meslek okullarında olduğu gibi üniversitelerde de istihdam ile okullara alınan öğrenci sayıları paralellik göstermektedir. Bu mezun olan öğrencilerin istihdam sıkıntısını ortadan kaldırmaktadır. Her alanın kabul ettiği öğrenci sayısı farklıdır”*,(ARI, İSVİÇRE ( BASEL) OKUL SİSTEMİ, 2006, s. 39).

Türkiye’de, eğitim-üretim odaklı reform veya sistem değişikliği, partiler üstü bir bilinçle, devlet politikası haline getirilmelidir. Bu devamlılık arz etme ve etkin sonuçlar elde etme açısından önem arz edecektir. Devlet Türk ekonomisine maarif sistemi aracılığıyla bir dinamizm kazandırmak için, uzun vadeli stratejik planlama ve destekle, yatırım ve teşviklerle, ihtiyaç duyulan her sektörde mesleki eğitim yoluyla, nitelikli insan gücü yetiştirme, üretimi arttırma ve kalkınmayı sağlama mecburiyetindedir.

Önemle altını çizmek gerekirse, bu çalışmada yer alan çözüm önerilerimizin, ülke kalkınması adına proje olarak da uygulanabilir olmasına dikkat edildi. Bu amaç çalışmamızın nihai hedefi olarak belirlenmiş, kalkınma için mesleki ve teknik liselerin uygulamalı müfredatın, ortaokul 7.ve 8. sınıf seviyesine çekilerek, mesleki ve teknik ortaokullar kurmak ve ülkenin her tarafına yaymaktan başka çare veya yöntem görünmemektedir. Tüm bu amaç ve uygulamalardan başarılı neticeler almak, bir devlet planlaması ve organizasyonuna bağlı olup, Türk eğitim sistemini mesleki-teknik ortaokullar aracılığıyla üretim faaliyetlerinin merkez üssü ve en önemli parçası haline getirilmesine bağlıdır. Atatürk’ün dediği gibi *“Çalışmadan,yorulmadan,üretmeden rahat yaşamak isteyen toplumlar önce onurlarını,sonra özgürlüklerini,daha sonra bağımsızlık ve geleceklerini kaybeder”*....<https://www.batmanburada.com.tr/egitimci-hasan-cankaya-uretemezsek-basaramayiz/>,Erişim Tarihi:23.05.2024.

## KAYNAKÇA

- Akyüz, Y. (2009). *Türk Eğitim Tarihi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Altın, H. (2014). II.Meşrutiyetten Cumhuriyete İsmail Hakkı Baltacıoğlu ve Onun Eğitim ve Eğitimci Kavramları ile ilgili Düşünceleri. *Tarih Araştırmaları Dergisi* , 219-252.
- ARI, A. (2006). *İsviçre (Basel) Okul Sistemi*. Ankara: Öğreti Yayıncılık.
- Bakioğlu, A., & Baltacı, R. (2013). Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi. A. Bakioğlu içinde, *Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi* (s. 66). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bakioğlu, A., & Özcan, M. (2013). Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi. A. Bakioğlu içinde, *Karşılaştırmalı Eğitim Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Baltacıoğlu, İ. H. (1329). *Talim ve Terbiyede İnkılap*. İstanbul: Matbaa-i Hayriye ve Şürekası.
- Demircioğlu, İ. H. (2008). Tek Parti Döneminde Eğitim. S. Arıbaş, & M. Koçer içinde, *Türk Eğitim Tarihi* (s. 211-236). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Doğan, İ. (2010). *Türk Eğitim Tarihinin Ana Evreleri - Kurumlar, Kişiler ve Söylemler*. İstanbul: Nobel Kitap.
- Ekinci, A. (2010). *Japon Eğitim Ssiteminden Türk Eğitim Sistemine İyi Örnekler*. Batman: Batman Milli Eğitim Müdürlüğü.
- Ergin, O. N. (1997). *Türkiye Maarif Tarihi*. İstanbul: Eser Matbabası.
- Erzan, A., & İrzık, G. (2008). Bilim Etiği ve Yöntem Sorunu. A. Erzan içinde, *Bilim Etiği El Kitabı* (s. 10-14). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Güler, A. (1997). *Eğitimin Tarihi ve Sosyal Temelleri*. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Yayınları.
- Gündüz, M. (2021). Entellektüel ve İdealist Bir Eğitimci Bürokrat:Cahid Okurer. *Türkiye Eğitim Dergisi, Cilt:6,Sayı:2* , 319-338.
- Gündüz, M. (2014). Eski Çağda Eğitim. M. Şişman içinde, *Eğitim Tarihi* (s. 3,4). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Gündüz, M. (2017). Yeni Türk Mecmuasında İdeal İnsan,Eğitim ve Toplum. *Milli Eğitim Dergisi* , 187-201.
- Kenan, S. (2013). Türk Eğitim Düşüncesi ve Deneyiminin Dönüm Noktaları Üzerine Bir Çözümleme. *Osmanlı Araştırmaları* , 1-31.
- Kenan, S. (2013). Türk Eğitim Düşüncesi ve Deneyiminin Dönüm Noktaları Üzerine Bir Çözümleme. *Osnmanlı Araştırmaları* , 1-31.
- Kocabaş, K. (2010). *Aramızdan Ayrılışının 50. Yıldönümünde İsmail Hakkı Tonguç ve Okul Öncesinden Yüksek Öğretime Eğitim Sorunları, Çözüm Önerileri*. İzmir: Yeni Kuşak Köy Enstitüler Derneği Yayınları.

- Kocabaş, K. (2008). *Sunuş: Aydınlik Bir Gelecek için Eğitim Reformu Zorunluluğu*. İzmir: Yeni Kuşak Köy Enstitüler Derneği.
- Kocabaş, K., & Arıkan, Z. (2009). *Mustafa Necati Ve Cumhuriyet Eğitim Devrimi*. İzmir: Yeni Kuşak Köy Enstitüler Derneği Yayınları.
- Koçer, M. (2008). Tanzimat Dönemi Osmanlı Eğitimi ve Eğitim Kurumları. M. K. Sabaghattin Arıbaş içinde, *Türk Eğitim Tarihi* (s. 115-129). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- M.E.B. (2018). *Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitimin Görünümü*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- M.E.B. (2018-Kasım). *Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitimin Görünümü-2023 Eğitim Vizyonu*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Öksüz, H., & Köksal, Ü. (2018). Amerikan Belgeleri Işığında Cumhuriyetin İlk Yıllarında Türkiye’de Eğitim. *Akaademik Bakış* , 317-351.
- Özteke, F. (2019). Türk Kadını’nın «Eğitim Hakkı» ve İsaabel Fry’ın Tespitleri. A. Ö. Abdullah Mesut Ağır içinde, *Samira Kortantamer Armağanı* (s. 105-128). Konya: Çizgi Kitapevi.
- Öztürk, K. (1968). *Türkiye Cumhuriyeti Hükümetleri ve Programları*. İstanbul: AK Yayınları.
- Rousseau, J.-J. (2018). *Toplum Sözleşmesi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları Kültür Yayınları, Ayhan Matbaası, (Çev. Vedat Günyol)
- Sahlberg, P. (2018). *Eğitimde Finlandiya Modeli*. İstanbul: Metropolis Yayıncılık.
- Tangülü, Z. (2012). Demokrat Parti Dönemi Eğitim Politikaları. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi* , 389-410.
- Tonguç, İ. H. (2021). *Canlandırılacak Köy*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Topçu, N. (2021). *Türkiye’nin Maarif Davası*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- TÜİK, YÖK, T. *Yüksek Öğretim Kurulu, Türkiye İstatistik Kurumu*.

#### WEB KAYNAKLARI

- <https://www.batmansonsoz.net/haber/mesleki-egitim-merkezlerindeki-ogrenci-sayisi-1-milyon-376-bine-ulasti-57534.html> Erişim Tarihi: 01. 06. 2023.
- <https://www.hotcourses-turkey.com/study-in-new-zealand/applying-to-university/new-zealand-education/> Erişim Tarihi: 31. 01. 2024.

[https://www.batmanburada.com.tr/egitimci-hasan-cankaya-urete-  
mezsek-basaramayiz/](https://www.batmanburada.com.tr/egitimci-hasan-cankaya-urete-<br/>mezsek-basaramayiz/) Erişim Tarihi: 23.05.2024.



## BÖLÜM 4

### ANALYZING THE DISTRIBUTION OF CRYPTOCURRENCY AIRDROPS AS A FAIR DIVISION PROBLEM: AN AXIOMATIC PERSPECTIVE

*Dr. Öğr. Üyesi Burak DOĞAN<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Bahçeşehir Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Bankacılık ve Sigortacılık Programı <https://orcid.org/0000-0002-9585-3318>

## 1. Introduction

In the realm of cryptocurrency, the concept of an airdrop can be seen as a strategic promotional mechanism in which free tokens or coins are distributed to selected digital wallet holders. This initiative primarily seeks to increase the visibility and uptake of a nascent virtual currency.

The cornerstone of a successful airdrop campaign lies in its meticulous strategic orchestration. Central to this is the judicious selection of recipients, with a preference for individuals already immersed in the cryptocurrency milieu. Targeting this demographic augments the potential for meaningful engagement, as participants are likely to have a pre-existing affinity towards digital currencies. Furthermore, the calibration of token volume and valuation demands careful consideration. Disproportionately generous distributions risk the token's devaluation, whereas offerings that are perceived as scant may struggle to pique interest.

Community engagement emerges as another critical determinant of an airdrop's success. Most triumphant airdrops are either anteceded by or synchronized with comprehensive marketing endeavors aimed at fostering a robust community ethos around the new token. Such a well-knit community acts as a catalyst in propagating the initiative, thereby reinforcing the token's credibility and perceived value.

Equally imperative is the lucidity of the airdrop's underlying objectives. Whether the aim is to commend the loyalty of steadfast supporters, entice a new cadre of users, or advocate for a more decentralized token distribution, these goals ought to be explicitly articulated and resonate with the broader ambitions of the cryptocurrency project. This level of transparency is crucial in nurturing trust and engendering a participatory ethos among the recipients, thereby enhancing the overall perception and acceptance of the airdrop within the scientific and technological discourse surrounding contemporary digital currencies.

Recent high-profile examples of airdrops, such as Uniswap (UNI), Ethereum Name Service (ENS), Optimism (OP), Arbitrum (ARB), and dYdX (DYDX), and Celestia (TIA) have showcased varied methodologies aimed at enhancing user engagement, decentralizing ownership, and fostering a sense of community among participants. These airdrops have not only contributed to a significant uptick in



platform adoption but have also set benchmarks for equitable token distribution strategies, illustrating the dynamic evolution of airdrop mechanisms in response to the growing complexity of the crypto ecosystem.

Drawing inspiration from these recent impactful airdrops, this paper proposes a structured approach to conceptualizing crypto airdrop distributions as a fair division problem. By leveraging the mathematical framework of  $(c, E) \in \mathbb{R}_+^N \times \mathbb{R}_+$  represents the set of all created wallet addresses within the given network and  $c$  denotes the objective claims based on network contributions, we aim to explore methodologies that ensure a just allocation of the airdropped tokens, denoted by  $E$ .

The discipline of fair division within cooperative game theory provides a rich foundation for addressing such distribution challenges. This field of study delves into the allocation of resources (or burdens) among parties with conflicting claims, categorized into claims problems, surplus-sharing problems, and cost-sharing scenarios. Notably, this theoretical framework has been applied to a diverse array of legal disputes and allocation challenges, ranging from ancient disputes recorded in the Talmud to contemporary issues such as the equitable distribution of medical resources during the COVID-19 pandemic.

The examination of fair division problems through both historical and modern lenses has led to the definition of numerous allocation rules, each offering unique solution proposals to the problems at hand. These rules, including the Constrained Equal Awards Rule, the Constrained Equal Losses Rule, and the Talmud Rule, among others, are characterized by specific axioms that reflect the underlying principles of justice and fairness they embody. For instance, the proportional rule, characterized by axioms such as *composition up* and *self-duality*, encapsulates the notions of fairness and equity inherent to its application.

In the context of crypto airdrops, the application of these classical division rules can provide structured and equitable methods for token distribution. This not only aligns with the foundational goals of promoting participation and rewarding contributions but also adheres to the principles of fairness and justice as delineated by the axiomatic approach in cooperative game theory. As the crypto landscape continues to mature, the need for methodologies that

reward participation while aligning with principles of fairness and inclusivity becomes paramount. This paper seeks to bridge this gap by applying classical division rules to the airdrop distribution problem, drawing on the rich theoretical foundation of fair division to propose a novel framework for crypto airdrop distributions.

This exploration extends beyond mere allocation to encompass the broader implications of these methodologies on the perception and reality of fairness in the rapidly evolving domain of cryptocurrency. By examining the axiomatic characterizations of these division rules, we gain insights into the implementers' sense of justice, offering a tangible comparison of fairness principles across different distribution strategies. Thus, this study not only addresses the technical challenge of distributing airdropped tokens but also contributes to the ongoing discourse on equity, fairness, and community engagement in the digital age by showing a way to adapt the classical division rules to the given context.

## 2. Literature Review

The literature on formally modeling legal disputes as claims problems utilizes game-theoretic and axiomatic approaches, offering a rich tradition that extends to the fair division of resources in various contexts. Pioneering work by O'Neill (1982) in this field draws from legal disputes found in the Babylonian Talmud, proposing historical distribution rules like Aristotelian Proportional Rule and Ibn Ezra method, which navigates overlapping rights and interests through judgments. These methods emphasize the importance of properties such as symmetry and strategy-proofness, underscoring an incentive structure that discourages coalition formation.

Building on the foundational concepts of cooperative game theory, Moulin (1985, 1987) introduced a theoretical framework for surplus-sharing problems, emphasizing fairness in resource allocation. Moulin's work on the proportional rule, characterized by its fairness properties such as no advantageous reallocation, laid the groundwork for analyzing fair division from a game-theoretic perspective. This approach to fair division was further elaborated by Moulin in subsequent studies, demonstrating the rule's applicability across various fair division scenarios and its ability to prevent unfair benefits from asset transfers.

Parallel to these developments, the analysis of the Babylonian Talmud by Aumann and Maschler (1985) enriched the discourse on fair division by introducing a historical perspective. Their game-theoretical examination of disputes detailed in the Talmud highlighted the relevance of ancient wisdom in modern economic theory, especially through the axiomatic solutions proposed for claims problems. This intersection of history and economics underscored the versatility of cooperative game theory in addressing diverse allocation issues, from marital disputes to bankruptcy cases.

Expanding the application of game theory to legal disputes, Young (1987) proposed a formalization of allocation methods inspired by taxation principles, thereby extending the reach of game-theoretic solutions to bankruptcy cases and business partnership disputes. Young's work not only broadened the scope of claims problems but also demonstrated the practical relevance of game-theoretic principles in real-world legal and economic conflicts.

Further contributions by researchers like Thomson (1987) explored the nuanced dynamics of bargaining solutions and the adjusted proportional rule in bankruptcy games, highlighting the complexity and potential of game theory in unraveling fair division problems. This study delved into the strategic nuances of cooperative games, shedding light on how changes in the disagreement point or the introduction of bankruptcy games as convex games can influence allocation outcomes.

The interconnectedness of these research efforts is evident in the gradual refinement of game-theoretic models and their application to fair division. For instance, Chun (1988) and subsequent researchers have built upon the principles of no advantageous reallocation and additivity to address allocation issues in various rights problems, from estate division to tax schedules. This evolution reflects a deepening understanding of how cooperative game theory can inform fair and efficient resource allocation across different domains.

The adoption of axiomatic characterizations and the exploration of strategic properties like non-manipulability and no advantageous merging by De Frutos (1999) underscore the ongoing refinement of allocation principles to ensure fairness and efficiency.

The innovative approaches of Kaminski (2000) with his hydraulic system analogy, Herrero and Villar (2001), and Ginsburgh and Zang (2001) demonstrate the versatility of game theory in addressing allocation problems, whether through metaphorical models or the practical concerns of museum revenue sharing. These contributions not only expand the toolkit of cooperative game theory but also illustrate its applicability to a wide range of practical issues, from academic resource allocation to the management of joint museum pass programs.

In summary, the literature on cooperative game theory and fair division presents a rich tapestry of theoretical insights and practical applications. From the early models of airport landing charges to the sophisticated analyses of claims problems and revenue sharing, the field has continually evolved, driven by a commitment to fairness, efficiency, and the innovative application of game-theoretic principles. This body of work not only demonstrates the utility of cooperative game theory in solving real-world allocation problems but also highlights the interconnectedness of various research efforts, as each contribution builds upon and extends the insights of its predecessors.

### 3. Methodology

We represent the crypto airdrop distribution problem as a fair division problem using the pair:

$$(c, E) \in \mathbb{R}_+^N \times \mathbb{R}_+$$

where:

- $N$  denotes the set of wallet addresses, indexed by  $\{1, 2, \dots, n\}$ , encompassing all participants in the network.
- $c = (c_i)_{i \in N}$  represents the objective claims of all participants, where  $c_i$  specifies the objective claim of the  $i^{\text{th}}$  participant based on their contributions to the network.
- $E$  represents the total available tokens to be distributed in the airdrop.

A claims problem arises when the aggregate claims exceed the available tokens:

$$\sum_{i \in N} c_i > E$$

This situation is modeled as a claims problem within the context of crypto airdrops.

Participants are sorted according to their contributions to the network, which may include factors like transaction volume, smart contract interactions, and overall network participation. This ordering is represented as follows:

$$p_1 \geq p_2 \geq p_3 \geq \dots \geq p_k \geq \dots \geq p_n$$

where

$p_1$  is the address with the highest level of contribution (e.g., the most active in deploying smart contracts, highest transaction volume),

⋮

$p_n$  is the address with the lowest level of contribution within the network.

Objective claims based on the contribution levels can be explicitly defined as follows:

$c_1 =$  Objective claim based on  $p_1$ 's contribution level,

⋮

$c_n =$  Objective claim based on  $p_n$ 's contribution level.

The sum of claims is thus expressed as:

$$\sum_{i \in N}^n c_i$$

The total tokens available for the airdrop,  $E$ , is predetermined by the project's allocation for community incentives.

Therefore, the airdrop distribution problem becomes a claims problem if:

$$E \leq \sum_{i \in N}^n c_i$$

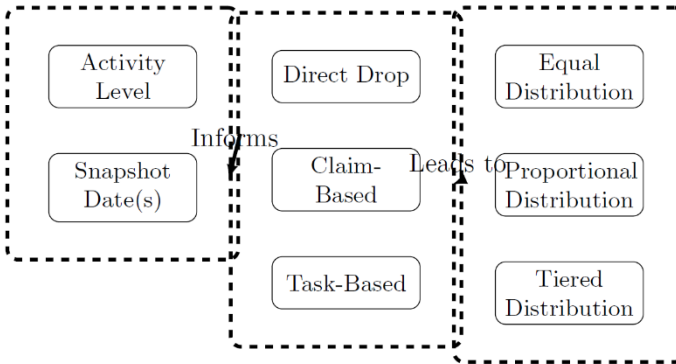
Otherwise, it is a surplus sharing problem, suggesting that the allocation strategy might need to include a method for distributing or reallocating the excess tokens.

Our objective is to find a solution to the airdrop distribution problem, which is modeled as a claims problem that assigns a list of ‘awards’ to each claimant, such that the sum of awards equals the total resource available. We further assume that each claimant receives an award that is non-negative and no greater than their claim. Formally, for each problem  $(c, E)$  a vector  $x \in \mathbb{R}_+^N$  is awarded such that  $0 \leq x \leq c$  and the distribution is balanced, i.e.,  $\sum_{i \in N} x_i = E$ . The set of awards vectors for a problem  $(c, E)$  is denoted by  $X(c, E)$ . A division rule is represented as a function denoted by  $S$ , which assigns an awards vector in  $X(c, E)$  to each problem  $(c, E)$ .

#### 4. Applications

In the airdrop distributions investigated in this paper, the activity level serves as the eligibility criterion. Wallet activity levels are examined on single or multiple dates, referred to as snapshot date(s). The airdrops are categorized as direct drops, claim-based, and task-based. Distributions are conducted through equal, proportional, and tiered methods. A schematic representation is made in Figure 1.

Figure 1: A schematic representation of the filtration criteria



The airdrop process begins by evaluating the activity levels of participants' wallets. This evaluation can be done based on transactions or interactions recorded on the blockchain at specific points in time, known as snapshot date(s). The activity level determines whether a wallet is eligible for the airdrop. Eligible wallets are then considered for three types of airdrops:

**Direct Drop:** Cryptocurrency or tokens are directly transferred into the wallets of eligible participants without any need for claiming or completing tasks.

**Claim-Based:** Participants must actively claim their airdrop through a specific action or interaction with the project's platform.

**Task-Based:** Participants are required to complete certain tasks or objectives to become eligible for the airdrop.

The method by which the airdrops are distributed to eligible wallets can vary:

**Equal Distribution:** All eligible participants receive the same amount of tokens or cryptocurrency, regardless of their wallet's activity level.

**Proportional Distribution:** The amount of airdropped tokens is proportional to the level of activity or the size of holdings in the participant's wallet.

**Tiered Distribution:** Participants are categorized into different tiers based on criteria such as wallet activity level, with each tier receiving a different amount of the airdrop.

## **4.1. Selected Airdrops**

### **4.1.1. Uniswap**

Uniswap, a leading decentralized exchange (DEX) utilizing an automated market maker (AMM) model, enables peer-to-peer trading without centralized intermediaries. It allows liquidity providers to contribute to pools, earning trade fees. The UNI governance token, introduced to decentralize decision-making, lets holders vote on protocol decisions and treasury use.

In September 2020, Uniswap airdropped UNI tokens to users active before September 1, 2020, as a reward and decentralization effort. Eligibility included executing swaps, providing liquidity, or engaging with SOCKS tokens. The airdrop reached 252,803 recipients, distributing approximately \$9.06 billion USD in value in value, with each eligible address receiving 400 UNI tokens, translating to an average value of \$6,040 per recipient.

### **4.1.2. Ethereum Name Service**

In November 2021, the Ethereum Name Service (ENS) conducted an airdrop for wallets holding “.eth” domain names before October

31, 2021. This initiative distributed approximately \$626.5 million USD across 137,689 recipients, with eligibility based on domain ownership. The quantity of ENS tokens allocated varied, depending on the duration of domain ownership, the length of domain registration, and the number of domains per address. The snapshot for eligibility was on October 31, 2021, and the airdrop concluded on May 4, 2022. On average, recipients received about 181.5 ENS tokens, equating to an approximate value of \$4,548 per wallet. This airdrop aimed to reward early adopters and contributors, reinforcing ENS's commitment to community engagement and governance participation.

### **4.1.3. Optimism**

When the Optimism Foundation executed its first airdrop, it meticulously designed to reward a wide range of participants in the Optimism and Ethereum ecosystems. This initiative aimed to recognize early Optimism Mainnet adopters, active governance participants, multisig signers, Gitcoin donors, and Ethereum users who explored other chains due to high fees, without a presale. The eligibility criteria were diverse, including usage of the Optimism Mainnet, participation in DAO voting, multisig wallet signing, contributing to public goods through Gitcoin, and maintaining activity on Ethereum. An overlap bonus system was implemented to reward users engaging in multiple eligible activities, enhancing the incentive for broad ecosystem involvement.

The airdrop featured a sophisticated points system for determining the number of tokens each user would receive, based on their engagement level and contributions before a snapshot taken on March 25, 2022. The distribution aimed to support 248,699 addresses, promoting a decentralized governance model and community growth. The Optimism Foundation's approach, blending detailed eligibility criteria with global filtering measures, aimed to ensure a fair and inclusive distribution, reflecting its commitment to scaling Ethereum's decentralized principles to Layer 2.

### **4.1.4. Arbitrum**

In early 2023, the Arbitrum network launched the ARB token airdrop, targeting users of its Arbitrum One rollup chain without a presale, emphasizing community involvement and secure participation. Initially capped at 10 billion tokens, with a maximum



annual inflation of 2%, ARB is an ERC-20 token designed for governance on Arbitrum One. The airdrop's eligibility snapshot occurred on February 6, 2023, and the claiming period spanned from March 23 to September 24, 2023. Distribution was based on a points system, reflecting users' engagement with the platform through various activities, with additional considerations for early actions before the launch of Arbitrum Nitro. In total, 11.62% of the initial supply was directed towards users, contributing to a diverse and decentralized token ownership. This strategy not only facilitated broad ARB distribution but also underscored Arbitrum's dedication to fostering a robust and participatory community governance framework.

#### **4.1.5. dYdX**

The first phase of the DYDX airdrop, integral to the decentralized dYdX exchange ecosystem, marked a pivotal step towards distributing governance power among its community. This phase focused on active members of the blockchain community and exchange users, emphasizing the dYdX's commitment to a community-driven governance model. The airdrop aimed not only to reward the platform's active participants and early adopters but also to decentralize the governance process and incentivize further engagement within the dYdX platform.

Each participant in this phase was allocated 15 DYDX tokens, contributing to a total airdrop pool of 1,500,000 DYDX tokens. The initiative successfully distributed 653,415 DYDX tokens among eligible participants on the Ethereum network, demonstrating a significant effort towards broadening token distribution and ensuring a diverse and decentralized token ownership.

Eligibility for this airdrop was extended to any active member of the chain community engaged in activities on the Ethereum network, as well as active users of the dYdX exchange. This inclusive approach aimed to recognize and reward substantial engagement across the dYdX platform. Participants were required to have an Ethereum-compatible wallet, such as MetaMask, Trust Wallet, or Ledger, to receive their DYDX tokens.

#### **4.1.6. Celestia**

Celestia's modular blockchain, designed for simplified blockchain deployment comparable to smart contract creation, is conducting a

significant airdrop of \$TIA tokens to enhance its ecosystem and acknowledge its early supporters. With its innovative approach of decoupling execution from consensus through data availability sampling (DAS), Celestia aims to increase scalability and support diverse applications. The airdrop targets a broad array of participants within the blockchain community, including 576,653 eligible addresses comprised of developers, prominent Ethereum rollup users, early adopters, and individuals who have staked more than \$75 worth of \$ATOM and \$OSMO. Eligible participants are encouraged to claim their share of \$TIA tokens before the deadline on November 29, marking a 20-day period for claims.

Table 1 shows a summary of the airdrops according to the relevant parameters used in identifying the airdrop distribution as a claims problem.

Table 1: Summary of the Airdrops

Airdrop	Estate (Current Value in \$'s)	Estate (Tokens)	Claimants ( <i>N</i> )
Uniswap (UNI)	\$9.06 (BN)	101,121,200	252,803
Ethereum Name Service (ENS)	\$626.5 (M)	24,990,553	137,689
Optimism (OP)	\$975 (M)	214,765,383	248,699
Arbitrum (ARB)	\$2.49 (BN)	1,162,000,000	625,143
dYdX (DYDX)	\$2.71 (M)	653,415	43,561
Celestia (TIA)	\$1.02 (BN)	60,000,000	576,653

## 4.2. Division Rules

Applying the classic division rules to the context of a crypto airdrop, particularly within an ecosystem, involves adapting these rules to distribute tokens based on participants' contributions. Let's explore how each rule can be theoretically applied:

Proportionality has long been the foremost method for solving simple division problems, as recorded in history. Aristotle, often cited in this context, viewed proportionality as equity. The proportional rule in fair division problems, therefore, ensures each claimant receives a portion of the available resources in proportion

to their claim. This rule reflects Aristotle's notion that equals should be treated equally, and unequals unequally, by distributing resources proportional to the size of each claim, thus attaining a sense of justice and equity.

The principle of proportionality has been universally adopted due to its deep, common foundations. The proportionality principle hinges on two goals: 1) a universal terminology that mitigates confusion, clarifying that means-end review with strict scrutiny for suspect classes and proportionality are methodologically identical, while interest balancing is a broader concept; 2) a clear distinction between the positive law and natural rights aspects of proportionality discourse, to ensure fundamental inalienable rights are not subjected to economic interest balancing through cost/benefit analyses (Engle, 2012).

Proportional (P) Rule suggests that each participant receives tokens in proportion to their claim, reflecting their contribution level to the network. For a crypto airdrop, this could mean distributing tokens in proportion to metrics like transaction volume, smart contract deployment, or engagement activities. If a participant's claim is a function of their activity level  $c_i$  and the total estate  $E$  represents the total tokens available, then each participant's allocation  $P_i$  could be calculated as  $P_i = \lambda \cdot E$ , where  $\lambda = \frac{c_i}{\sum_{j=1}^n c_j}$ . This ensures tokens are distributed in line with each participant's contribution to the network.

Under the Constrained Equal Awards (CEA) Rule, the aim is to distribute the tokens equally up to the point of each participant's claim. This could be particularly useful in ensuring that no participant receives more tokens than they are entitled to based on their network contributions. Determine the  $\lambda$  such that  $\sum_{i \in N} \min \{c_i, \lambda\} = E$  ensuring that each participant gets an equal share of the tokens, but not exceeding their claim. This rule promotes fairness, especially when the token supply is limited.

The Constrained Equal Losses (CEL) Rule focuses on equalizing the losses among participants, which could be interpreted as ensuring that the shortfall from each participant's maximum claim is as equal as possible. Calculate  $\lambda$  so that  $\sum_{i \in N} \max \{c_i - \lambda, 0\} = E$  This means if there's a limitation in the token supply, the reduction from each participant's claim to match the total available tokens is distributed as evenly as possible.

The Talmud (T) Rule combines elements of CEA and CEL, potentially offering a balanced approach to token distribution in situations where the estate (token supply) varies significantly. Divide the total claims  $c$  in half and apply CEA to the first half. If  $E$  is sufficient to cover this, apply CEL to the remainder. This method ensures a fair distribution, reflecting both the contributions and ensuring no excessive shortfall for any participant.

Each of these rules offers a different perspective on fairness and can be adapted to the specifics of the given ecosystem and the goals of the airdrop. The choice of rule(s) would depend on the airdrop's objectives, whether aiming to reward contribution, engagement, or to ensure a base level of participation across the network.

### 4.3. How should the airdrops be distributed?

Axiomatic characterization measures the fairness of an allocation rule by characterizing the rules through their properties, known as axioms. These axioms reflect underlying fairness principles, and their combination forms a rule that embodies these principles. The axioms used for characterizing rules relevant to the airdrop distribution problem are provided as follows.

**Equal Treatment of Equals** is a cornerstone axiom in the study of fair allocation, underscoring the principle that participants with identical contributions or activities within a network are entitled to equal shares of an airdrop. This axiom not only emphasizes fairness by recognizing equal efforts with equal rewards but also encapsulates a broader, fundamental notion of symmetry in allocation theory.

The axioms discussed herein pivot around the essential idea that agents possessing similar characteristics ought to be treated equivalently. However, it is acknowledged that disparities might arise when agents differ in aspects not considered by the model, potentially necessitating unequal treatment to achieve a balanced outcome. This acknowledgment leads us to our subsequent axiom, which further delineates the concept of symmetry in fair allocation.

Notably, all the rules defined in Section 3 of this paper adhere to this axiom, reinforcing its universal applicability and importance in the domain of cryptocurrency airdrops and beyond. The formal articulation of this axiom is as follows:

Equal treatment of equals: For any given set of claims  $(c, E) \in C^N$ , and for any pair of participants  $\{i, j\} \subseteq N$  where  $c_i = c_j$ , the distribution rule  $S$  mandates that  $S_i(c, E) = S_j(c, E)$ .

This mathematical formulation ensures that the allocation rule  $S$  treats participants  $i$  and  $j$  equally when their claims  $c_i$  and  $c_j$  are identical, thereby upholding the axiom of equal treatment. This principle is foundational, not only within the context of airdrops but also across diverse applications of fair division theory, where equitable treatment based on consistent criteria is paramount.

By integrating this axiom into the evaluation and design of cryptocurrency airdrops, projects can foster a sense of fairness and equity among participants. This approach not only enhances the perceived value and legitimacy of the airdrop but also aligns with broader ethical standards in the distribution of digital assets.

**The Axiom of Anonymity** asserts that the allocation of tokens in a cryptocurrency airdrop must be independent of the participants' identities, emphasizing the importance of objective contributions over subjective factors.

In the context of a cryptocurrency airdrop, where  $E$  represents the total available tokens for distribution and  $c$  signifies the vector of claims, ensuring that:

$\sum_{i \in N} c_i > E$  highlights the challenge of exceeding claims over available tokens, reinforcing the need for anonymity in the distribution mechanism.

To strengthen this axiom, the principle of invariance under permutations of agents is introduced, denoting by  $\Pi_N$  the class of bijections from  $N$  into itself. The requirement for anonymity is thus:

$S_{\Pi(i)}(c', E) = S_i(c, E)$ , where  $c' = (c_{\Pi(j)})_{j \in N}$ , ensuring the distribution remains fair regardless of the ordering or naming of participants.

**Claims truncation invariance**, a pivotal axiom in the realm of fair division, was initially introduced by Aumann and Maschler (1985) and subsequently formalized by Dagan and Volij (1993). This axiom posits a fundamental principle in the distribution of an estate or resources: no participant (or heir, in the context of inheritance) should be compelled to concede more than the total available estate

or resource pool. Specifically, in scenarios where an individual's claim exceeds the available resources, the claim is adjusted downward to match the estate's total value. This ensures that distributions are kept within realistic and justifiable bounds, thereby safeguarding the principle of equitable distribution.

In the specific context of cryptocurrency airdrops, the application of claims truncation invariance mandates that the distribution rule, denoted as  $S$ , utilizes  $\min\{c_i, E\}$  for each participant  $i \in N$  rather than the outright claim  $c_i$ . This approach ensures that no participant receives more than the total available allocation, thereby maintaining the integrity of the distribution process and aligning it with the overarching goals of fairness and equity.  $S(N, c, E) = \{S_i, (N, c, E) | S_i = \min\{c_i, E\}, \forall i \in N\}$

**Self-duality**, a principle historically rooted in both modern and ancient legal and ethical frameworks, plays a pivotal role in the fair division approach to cryptocurrency airdrops. Originating from the Talmud, self-duality emphasizes a balanced consideration of gains and losses, advocating for an equitable distribution mechanism from any analytical perspective.

In the realm of cryptocurrency airdrops, self-duality ensures that the distribution of tokens remains fair and balanced, irrespective of the resource's abundance or scarcity. This axiom mandates a design where the allocation process equally weighs the potential benefits and the costs or obligations incurred by participants, promoting an equitable and balanced distribution ethos.

**Composition Up**, property introduced by Young (1988), caters to instances of underestimated estate value. It guarantees that total amounts obtained by claimants from the first and second distributions, resulting from an initial underestimation of the material value of the resource, match the amounts they would receive had the value been correctly calculated. For airdrop distribution cases represented by  $(c, E) \in C^N$ , if  $\sum_{i \in N} c_i \geq E' > E$  and  $S(c, E') = S(S(c, E), E')$  holds true, then  $S$  satisfies the composition up property.

**Minimal Rights First** is an axiom that prioritizes the assurance of a minimum allocation to each participant in a distribution process, such as a cryptocurrency airdrop. This principle not only guarantees a baseline participation reward but also plays a crucial role in

protecting smaller contributors by ensuring they receive a fundamental share before any surplus distribution. This approach is rooted in the belief that equitable distribution begins with acknowledging and fulfilling the basic entitlements of all participants.

Our analysis introduces a subsequent requirement for allocation rules, emphasizing the methodical calculation of awards either directly or through a bifurcated process. Initially, the rule allocates to each claimant their minimal right, establishing a foundational level of equity. Subsequently, the rule adjusts the claims by subtracting these minimal rights and reallocates the residual endowment among the claimants. This process ensures that revised claims remain non-negative and that their aggregate meets or exceeds the remaining endowment, thus rendering the second step of distribution logically sound and well-defined.

For any distribution scenario  $(c, E) \in \mathcal{C}^N$ , the allocation rule  $S$  can be defined as  $S(c, E) = m(c, E) + S(c - m(c, E), E - \sum_{i \in N} m_i(c, E))$ .

In this equation,  $m(c, E)$  represents the vector of minimal rights assigned to each participant based on their claims, ensuring that every individual receives an initial share reflective of their basic entitlement. The subsequent allocation,  $S(c - m(c, E), E - \sum_{i \in N} m_i(c, E))$ , adjusts for these initial distributions by recalculating the allocation from the residual endowment, thereby upholding the principles of fairness and inclusivity throughout the distribution process.

This axiom, by design, facilitates a distribution methodology that is both equitable and adaptable, catering to the foundational rights of participants before addressing broader distribution objectives. Such a structured approach not only reinforces the integrity of the allocation process in cryptocurrency airdrops but also aligns with broader ethical considerations in the fair division of resources.

According to the criteria used for eliminations and the principles set in the official guides, as it can be seen in Table 2, the axioms of equal treatment of equals, claims truncation invariance and composition up are satisfied by all of the distributions. The axiom of self-duality and minimal rights first are not satisfied any of these distributions. All of these distributions satisfy anonymity but Celestia. These show

that all of the distributions that are done adopting the Constrained Equal Awards Rule since the rule is characterized by equal treatment of equals, claims truncation invariance, and composition up.

By design, the Constrained Equal Awards Rule benefits claimants with smaller claims, ensuring that they receive a relatively fair share of the distribution. This can be particularly advantageous in airdrop contexts where the goal is to support and incentivize a broader base of participants, not just those with the largest stakes or claims. The rule's methodology is adaptable to various scenarios, as it considers the specific claims of each participant and adjusts the distribution accordingly. This flexibility can make it suitable for a wide range of airdrop distributions, accommodating different sizes and structures of the participant pool. While favoring claimants with smaller claims is an advantage in terms of equity, it can also be seen as a disadvantage for those with larger claims, as their proportion of the airdrop may be less than expected based on their relative stake or contribution. This could potentially disincentivize participants with the capability to contribute more significantly.

Table 2: Comparison of Airdrop Mechanisms Based on Selected Axioms

Airdrop	ETE	AA	CTI	SD	CU	MR
UNI	+	+	+	-	+	-
ENS	+	+	+	-	+	-
OP	+	+	+	-	+	-
ARB	+	+	+	-	+	-
DYDX	+	+	+	-	+	-
TIA	+	-	+	-	+	-

Note: ETE = Equal Treatment of Equals, AA = Anonymity Axiom, CTI = Claims Truncation Invariance, SD = Self-duality, CU= Composition Up, MR = Minimal Rights.

As Garcia-Monleon et al. (2023) point out, the adoption of cryptocurrencies is accelerating, necessitating more complex dynamics to reward users of crypto effectively. This complexity cannot be achieved by distributing equal awards alone. Therefore, instead of relying solely on the Constrained Equal Awards Rule for airdrop distributions, a more nuanced approach should be considered. This approach would incorporate a primary distribution



as a baseline, akin to the distributions facilitated by CEA. However, it would also include a proportional component to reward more active users. A notable methodology in this respect is the “adjusted proportional rule”, as introduced by Curiel et al. (1987).

This rule operates as follows: it initially allocates to each claimant the amount that remains after ensuring all other claimants have been fully compensated, or 0 if full compensation is not possible. Then, it determines an awards vector where each claimant receives their minimum entitlement, assuming such payments are feasible. Each claimant's initial claim is adjusted downward to the lesser of the remaining amount or the difference between their initial claim and their minimum entitlement. Finally, the remaining amount is distributed proportionally among the revised claims.

Adopting the adjusted proportional rule allows for a distribution mechanism that accommodates the nuances of each claimant's situation, offering a more tailored approach to airdrop distributions. This method aligns with the evolving complexity in cryptocurrency engagement and ensures a fairer, more equitable distribution to support a broad base of participants.

## **5. Conclusion**

This paper embarked on an exploratory journey through the complex terrain of cryptocurrency airdrop distributions, guided by an axiomatic approach rooted in the principles of fair division. Through a detailed examination of various airdrop strategies employed by prominent blockchain projects, we have unearthed a diverse array of methodologies aimed at achieving equitable token distribution. The application of cooperative game theory and the exploration of axioms such as Equal Treatment of Equals, The Axiom of Anonymity, Claims Truncation Invariance, and others have provided a robust framework for assessing the fairness of these distribution mechanisms.

Our findings reveal a nuanced landscape where the ideals of fairness and equity intersect with the pragmatic needs of blockchain ecosystems to foster participation, decentralize governance, and reward community members. While the Constrained Equal Awards Rule offers equitable distribution, our analysis suggests that the evolving dynamics of cryptocurrency adoption and engagement necessitate more sophisticated approaches. An adjusted proportional

rule emerges as a compelling alternative that accommodates the complexities of participant contributions, rewarding more active users in a manner that aligns with the principles of fairness and inclusivity.

In conclusion, the quest for a fair and equitable distribution of cryptocurrency airdrops is both a challenge and an opportunity for blockchain communities. As these digital ecosystems continue to evolve, the methodologies and principles outlined in this paper can serve as a foundation for future airdrop strategies. By embracing a nuanced approach to token distribution, projects can ensure that their airdrops not only reward existing supporters but also incentivize wider participation and engagement, contributing to the growth and sustainability of decentralized networks. The journey toward fairer airdrop distributions is ongoing, and it is incumbent upon project developers, community members, and researchers alike to continue refining and innovating upon these methodologies to meet the demands of an ever-expanding crypto landscape.

## References

- Alcalde, J., Marco, M. d. C., & Silva, J. A. (2008). The minimal overlap rule revisited. *Social Choice and Welfare*, 109–128.
- Aumann, R. J., & Maschler, M. (1985). Game theoretic analysis of a bankruptcy problem from the Talmud. *Journal of Economic Theory*, 195–213.
- Chun, Y. (1988). The proportional solution for rights problems. *Mathematical Social Sciences*, 15 (3), 231–246.
- Curiel, I. J., Tijs, S. H., & Maschler, M. (1987). Bankruptcy games. *Zeitschrift für Operations Research*, A143–A159.
- Dagan, N., & Volij, O. (1993). The bankruptcy problem: A cooperative bargaining approach. *Mathematical Social Sciences*, 287–297.
- De Frutos, M.-A. (1999). Coalitional manipulations in a bankruptcy problem. *Review of Economic Design*, 255–272.
- Engle, E. (2012). The history of the general principle of proportionality: An overview. *Dartmouth Law Journal*, 1–12.
- Garcia-Monleon, F., Erdmann, A., & Arilla, R. (2023). A value-based approach to the adoption of cryptocurrencies. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8 (2), 100342.
- Ginsburgh, V., & Zang, I. (2001). Sharing the income of a museum pass program. *Museum Management and Curatorship*, 19 (4), 371–383.

- Herrero, C., & Villar, A. (2001). The three musketeers: Four classical solutions to bankruptcy problems. *Mathematical Social Sciences*, 42 (3), 307–328.
- Kaminski, M. (2000). “Hydraulic” rationing. *Mathematical Social Sciences*, 40 (2), 131–155.
- Moreno-Ternero, J. D., & Villar, A. (2004). The talmud rule and the securement of agents’ awards. *Mathematical Social Sciences*, 47 (2), 245–257.
- Moulin, H. (1985). Egalitarianism and utilitarianism in quasi-linear bargaining. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 49–67.
- Moulin, H. (1987). Equal or proportional division of a surplus, and other methods. *International Journal of Game Theory*, 161–186.
- O’Neill, B. (1982). A problem of rights arbitration from the Talmud. *Mathematical Social Sciences*, 345–371.
- Thomson, W. (1987). Monotonicity of bargaining solutions with respect to the disagreement point. *Journal of Economic Theory*, 42 (1), 50–58.
- Young, H. P. (1987). On dividing an amount according to individual claims or liabilities. *Mathematics of Operations Research*, 12 (3), 398–414.
- Young, H. P. (1988). Distributive justice in taxation. *Journal of Economic Theory*, 44 (2), 321–335.



## BÖLÜM 5

### MÜŞTERİ GERİ BİLDİRİMİNİN İŞLETME VE ÇALIŞAN PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

*Aybüke Aslıhan AKKOÇ<sup>1</sup>*

*Hüseyin ASLAN<sup>2</sup>*

1 Öğr. Gör., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Bahçe Meslek Yüksek Okulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Lojistik Programı, Osmaniye/TÜRKİYE, gokence87@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6997-9494

2 Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Osmaniye/TÜRKİYE, huseyinaslan111@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0547-1317

## 1.GİRİŞ

Günümüzde işletmeler, ürettikleri ürünleri veya sundukları hizmetleri mevcut müşterilerine sunduklarında karşılığında her zaman memnuniyet beklerler ve bu beklentilerini gerçekleştirmek için çeşitli faaliyetlerden yararlanırlar. Ancak bu memnuniyet, müşterilerin beklenti ve taleplerinin, gelişen teknoloji ve işletmelerin rekabet koŐullarının artmasından dolayı çeşitlilik olması sebebiyle her zaman mümkün olmayabilir. Bu noktada müşteri memnuniyetsizliğı ortaya çıkar. IŐletmeler  r n ve hizmet memnuniyetini ölçebilmek için, müşteri geri bildirimlerinden faydalanırlar. Bu geri bildirim; anket,  ağı merkezi, yüz yüze vb. yöntemler kullanılarak belirlenebilir. IŐletmelerin müşteri geri bildirimleri üzerinde durması kendi faaliyetlerinin düzgün iŐlemesi açısından çok önem taşır. Bunun sebebi eğer bir işletme memnuniyeti ölçmez ise, ürün veya hizmetinden memnun kalmayan müşterinin neden başka bir firmayı tercih ettiğini öğrenemez ve bu memnuniyetsizliğin kaynağını bulamayıp sorunu gidermediğinden müşteri kaybetmeye devam eder.

Müşteri memnuniyeti, kişilerin satın aldıkları ürün veya hizmeti kullandıkları süre boyunca, bir sonraki ürün veya hizmet talebine kadar geçen zamanda tecrübe edindikleri memnuniyetlerinin karŐılaŐtırma derecesidir (Sandıkçı, 2007:43).

İnsan doğası gereği sahip olmak istediği veya sahip olduğu her Şeyin en iyisini ister. Kullandığı ürünün veya almış olduğu hizmetin kendini tatmin etmemesi orda bir memnuniyetsizlik durumu ortaya çıkarır. Memnun kalmadığı durumlarda da hakkını savunarak bunu hizmet aldığı yere çekinmeden bildirir. Bu durumun en büyük sebebi müşteri istediği ürün veya hizmete her an başka bir işletme tarafından sahip olabilmesidir. IŐletmeler de vazge ilme, terkedilme gibi durumlarla karŐılaŐmamak müşterilerini kaybetmemek adına onların geri bildirimlerine en kısa sürede ve tatmin edici bir  z mlle gelmelidirler. Bu süreç işletmelere plansızda olsa kendi faaliyet ve çalışanların performansında yükseliŐe olanak sağlar. IŐletme kendini müşterilerin memnuniyeti ve ürün veya hizmetindeki eksiklikleri gidermeye adadığında müşteri sadakatini yaşar ve bulunduğu piyasa koŐullarında rakiplerine karşı avantaj sağlar. Müşteri geri dönüŐlerinin işletme ve çalışan performansına olumlu etkisi olduğu yapılan çalışmalarda görülmüştür.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Müşteri ve Müşteri İlişkileri Yönetimi

#### 2.1.1. Müşteri Kavramı

Müşteri terim olarak ilk kez yirminci yüzyılın başlarında kullanılmaya başlanılsa da her şirket tarafından değer ve tanımı kendi içinde farklılık göstermesinden dolayı tam olarak anlaşılması ve ortak bir terim anlayışına gelebilmesi için neredeyse yüzyıllar geçmiştir (Bakır, 2018: 4).

Müşteri tanımı en yalın hali ile; herhangi bir mağazadan ya da işletmeden düzenli olarak alışveriş yapan kişi olarak tanımlanır. Müşteri eğer ürün ve hizmeti ticari amaçla satın alıyor ise bu kişilere “ticari müşteri” denir (Odabaşı ve Fidan, 2019:20).

Müşteri kavramını daha geniş bir şekilde ifade edecek olursak; kurum veya kuruluşlardan, ürün ve hizmetlerin doğrudan veya dolaylı olarak temin eden kişi veya kuruluşları kapsayan bir kavramdır (Eroğlu, 2005:8).

Müşteri; şirketlerin, kuruluşların esas sahibidir. Üretilen herhangi bir ürün ve hizmetin değeri müşteri satın almasıyla gerçekleşir. Bu satın alma çalışanların ücretlerini, üretim yapmak için kullanılan malzemelerin alınmasını ve yapılan tüm masraflarla birlikte karşı tarafa kar kazandırıp faaliyetini sürdürebilmesi için verilmiş bir kaynak haline gelir.

#### 2.1.2. Müşteri İlişkileri Yönetimi

Müşteri ilişkileri yönetimi üreten ve pazarlayan modern dünyanın neredeyse vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bunun en büyük sebeplerinden bir tanesi gün geçtikçe gelişen teknoloji dünyasında yer edinmek ve rekabet avantajı sağlamak isteyen ürün ve hizmet sunan kuruluşların müşterilerinin devamlılığını sağlamak ve onlar için ilk tercih edilen olmak istemeleri olmuştur. Kısa bir süre öncesine kadar müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) sadece müşterilerin veri etkinlikleri olarak tanımlanan, yani müşteri sadakatini maksimize etmek için bireysel müşterileri hakkında detaylı bilgi yönetimini ve müşterilerin hassas noktalarını belirlemeyi hedeflemiştir. Fakat bu tanıma gün geçtikçe yenileri eklenerek daha kapsamlı hale getirilmiştir. Bu tanımların içinde en önemlisi oluşan süreçte üstün bir müşteri değeri yaratmak ve yeteri düzeyde tatmini sağlayarak karlı müşteri ilişkisi geliştirme ve sürdürme süreci olmuştur. Tatmin edilen müşterinin ürün veya hizmete karşı sadakati oluşturulabilir ve işletmenin yaptığı işte büyük bir paya sahip olabilirler (Korkmaz, Eser ve Öztürk, 2017: 352).

## 2.2.Müşteri Memnuniyeti

### 2.2.1.Müşteri Memnuniyeti Tanımı ve Gelişimi

Memnuniyet, bir kişinin beklentisinin gerçekleşmesi durumunun kendisini maksimum seviyede tatmin etmesidir.

Müşteri memnuniyeti, bir Şirketin ürettiği ürün veya sunduğu hizmetin, ulaştırdığı kişi veya kuruluşların beklentilerini en üst düzeyde karşılamasıdır.

Müşteri memnuniyeti bir karşılık içerir. Bu karşılık müşteri tarafından alınan ürün veya sunulan hizmetin müşteriye sađladđı olumlu psikolojik algıdır. İşletmelerin değişim ve gelişim sürecinde müşteri memnuniyeti algısı önemli bir yer edinmiştir. Bu memnuniyet satın alma sonrası algı ve davranış üzerine odaklanmıştır ( zer ve Günaydın, 2010: 129).

Başka bir tanıma göre ise müşteri memnuniyeti, müşterinin üretilen maldan veya sunulan hizmetten yararlanırken beklediği tatmin ile yararlandıktan sonra yařadđı tatmin düzeyinin arasında algıladığı farkın karşılaştırmasıdır (ınar, 2007: 21).

Geçmiş dönemde işletmeler kuruluşlarını en önemli amacın yeni müşteriler kazanmak olduğunu düşünüp tüm çaba ve performanslarını mevcut müşterileri ile iyi ilişkiler kurmak yerine bünyelerine yeni müşteriler elde etmeye harcarlardı. Günümüzde ise bu görüşün tam tersi yer almaktadır. İşletmeler için var olan müşteriler elde tutulmalı ve mevcut iş hacmi genişletilmelidir. Bunun en büyük sebebi ise mevcut müşterilerin işletmeye bağlı kalmasını sağlamak yeni müşteriler elde etmekten daha az maliyetli ve daha kazançlı olmasıdır. Çünkü eldeki müşteri deneyimli olduğu için ürün ve hizmet hakkında çevresine memnuniyetini kulaktan kulağa iletişimle yayarken yeni katılan müşterinin bu tatmini algılayıp çevresine anlatması uzun zaman alabilir. Eğer bir işletme müşterileri ile sürekli temas halinde olup memnun olup olmadıklarını sıklıkla takip edip, müşterilerinin ihtiyaç noktalarını belirleyip, onların hassas noktalarına karşı duyarlı olup kendilerini seçtikleri için minnet ve teşekkürlerini sunabiliyorsa o işletme müşteri memnuniyetini sağlamak için tüm aşamaları gerçekleştirmiş olur (Borcucuoğlu, 2011:14-15).

### 2.2.2.Müşteri Memnuniyetsizliği

Müşteri memnuniyetsizliği, işletmenin sunduğu hizmet bakımından ele alındığında kalite ile bağdaştırılır. Müşterinin hizmetten beklediği kalite ile hizmet sonrası algıladığı kalite arasında fark açıklığı büyük ise orda bir memnuniyetsizlik söz konusu olur. Memnuniyet algısına yön veren bu farklar beş kategoride toplanmıştır (Sarı ve Yücel, 2017:253):



- Müşteri beklentileri ile işletme algıları arasındaki açık
- İşletme algıları ile hizmet kalitesi özellikleri arasındaki açık
- Hizmet kalitesi özellikleri ile hizmet sunumu arasındaki açık
- Hizmet sunumu ile dışsal iletişim arasındaki açık
- Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki açık.

İşletmeler, müşterilerin algıladıkları bu açıklığı en aza indirmek için iyileştirmeler yaparak müşteri memnuniyetsizliğini giderebilir.

Yapılan bir araştırmaya göre memnuniyetsiz olan müşterilerin %96'sı şikayetlerini işletmelere bildirmeden birçoğu işletmeyi terk etmiştir. Bu durumda işletmenin yapması gereken ilk şey %4'lük kısmın şikayetlerini önemseyip, düzeltici eylemlerde bulunup süreci doğru yönetip henüz işletmeyi terk etmeyen müşterinin memnuniyetini sağlamaya çalışmak olmalıdır. Çünkü müşteri şikayetlerinin doğru çözümü işletmeye büyük bir ekonomik katkı sağlar (Alabay, 2012:138).

### 2.2.3.Müşteri Geri Bildirimi

İşletmelerin tümü her ne kadar ürettiği ürün veya sunduğu hizmetin tüm müşterileri tarafından memnun kalmasını hedeflese de bu durum çok mümkün olmamaktadır. Memnuniyetsizlik bildirimlerinin işletme tarafından ele alınıp doğru bir şekilde yürütülmesi çok önemlidir. Çünkü geribildirim işletmeler için performans ölçümünün en büyük aracıdır. Bu noktada asıl görüş eğer müşteri geri bildirim yoksa, memnuniyetsizliğin gerçek nedeni tespit edilemez ve ortada bir sorun olmadığı düşünüldüğünden eksik yönler giderilmeye çalışılmaz. Bununla birlikte işletmeyi terk eden müşterilerin bunu hangi sebeple yaptıkları asla bilinemez (Sarı ve Yücel, 2017: 253-254).

Müşteri geri bildirim günümüz ürün sunumu ve hizmet sektöründe büyük oranda memnuniyetsizliği belirtse de az bir oran memnuniyet geri dönüşlerini içerir. Ancak bir işletme için memnuniyet geri bildiriminden çok memnun olmayan müşterilerin geri bildirim önem taşır. Çünkü memnun kalan müşteri işletmeye sadakatini sürdürürken, memnun olmayan kişi veya kişilerin işletmeyi terk etme eylemleri dışında ağızdan ağıza, maruz kaldıkları kötü deneyimi çevrelerine söyleyerek işletme adına kötü bir izlenim yaratırlar. İşletmenin bu kötü algıyı çevre müşterilerine ve rakiplerine karşı oluşturmadan memnun olmayan müşterinin şikâyet, istek ve beklentilerini en kısa sürede olumlu bir şekilde geri müşterilerine iletmelidirler.

### 2.3.İşletme Performansı

Temel amacı, her geçen gün değişim ve artış gösteren insan ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için üretim ve hizmet sunan bununla birlikte asıl amacı kendilerine kar sağlamak olan kurum ve kuruluşlara işletme denir (Budak, 2018:3).

### 2.3.1. Performans Kavramı

Kurulan her işletmenin ilk amacı kendisi için belirlediği bir görevi gerçekleştirmektir. Işletme,  rg t içi kurulan amaçları mümkün olduğunca en iyi ve en başarılı Şekilde gerçekleştirir. Işletme  rg t içindeki en başarılıyı ve en iyiyi bulup değerlendirebilmesi işletmenin performans yönetimi için önem arz etmektedir. Geçmişten günümüze kadar işletmelerdeki performans algısı sürekli değişmiş ve gelişmiştir. Bu süreç içinde etkisini ve geçerliliğini kaybeden, bununla birlikte ortaya yeni çıkıp kabul gören performans algıları oluşmuştur (Akal, 2005: 5).

Batı kökenli kelimeler grubunda yer alan performans kelimesi Fransızca kökenlidir (Uysal, 2015: 33).

Performans kelimesinin tanımı, farklı s zl k ve dillerde benzer Şekilde açıklanmıştır. Oxford İngilizce sözlüğünde; kişinin göstermiş olduğu belirli bir çaba sonucu işi başarması, dikkatlice hazırlanan bir planı uygulaması, planlanmış ve daha önce organize edilmiş işi yapması, herhangi bir işi nasıl ve hangi Şekilde yapacağını önceden belirlemesi ve düzenlemesi, son olarak mevcut işi başarılı bir Şekilde sona erdirmesi Şeklinde tanımlanmıştır (Kabakçı, 2023: 34).

Performansın en yalın tanımı verimliliği ölçmesidir. Bu  lm eğer çalışanlar için yapılırsa personel performans değerlemesi, kurum için yapılırsa kurumsal performans değerlendirmesi amacı taşır ve işletmelerin personel politikasının aktifliğini belirlemede kullanılır (Duru ve Korkmaz, 2013: 12).

Başka bir tanımda performans belirlenen, tanımlanan Şartlara göre çalışanın bir işi yerine getirme seviyesi ve davranış Şekli olarak belirtilmiştir (Bingöl, 1996: 273).

Performans aynı zamanda örgüt ve örgütün çalışanlarının başarı göstergesi sayıldığından bu kavramı örgütsel ve bireysel performans Şeklinde iki kısımda ele almak daha doğru olacaktır (Uzun, 2021: 18).

Çoğu iktisatçı tarafından, başarılı işletmeler, ekonomik, sosyal ve politik kalkınmayı belirleyen kilit taş olarak görüldüklerinden, ülkelerin kalkınması için vazgeçilmezdir. Sonuç olarak rekabetçi bir işi ortamında başarılı olabilmek için her kuruluşun performansına dayalı standartlar altında faaliyet göstermesi gerekir. Aksi takdirde olumsuz etkileri olabilir ve iflase yol açabilirler.

Firma performansı, kârlılık, satış büyümesi ve pazar payı ile ilgili organizasyonel hedeflerin elde edilmesinin yanı sıra genel şirket stratejik hedeflerinin gerçekleştirilmesidir.

Performans, ancak verimlilik ve etkililik olarak bilinen iki önemli kavram bağlamında ele alınabilecek, genel ve özel prosedürlere dayanan yönetsel ve ekonomik bir konudur.

Performans, büyüme, karlılık, getiri, üretkenlik, verimlilik ve rekabet gücü gibi çok çeşitli kavramları kapsar (Yacauba, 2024: 27-28).

Performans ölçümü 1900'lü yılların başında Dupont ve General Motors tarafından finansal rasyolar ve bütçe kontrol yöntemleri uygulamasında kullanılmıştır. Uzun bir süre bu yöntem kullanılmış fakat 1980 ve sonrasında bu ölçüğe finansal olmayan ölçütlerde eklenmiştir. 1980 ve 1990 yılları arasında performans değerlendirmenin önemi artmıştır (Gül, 2012:70).

#### **2.4. Performans Yönetimi**

Performans yönetimi kavramı, ülke ekonomisi ve küresel rekabet ortamında bulunan her işletmenin tüm faaliyet alanı için önemli bir yer teşkil eder. Bunun sebebi geri beslemenin herhangi bir örgüt yapısının kontrolünde önemli bir rolü olmasıdır. Örgüt, geri besleme olmadan oluşan fırsat ve tehditleri tanımlayamaz. Bunun sonucu olarak da yönetici örgütün ve çalışanların karşısına çıkan tehditleri gidermede başarı yakalayamaz. Geri besleme süreci sayesinde sisteme yeni bilgiler girer ve süreç esneklik kazandığından adaptasyon sağlaması kolay olur, bu sayede örgüt içinde başarı ve başarısızlığın analizi kolayca yapılabilir (Kayabaşı ve Özdemir, 2008: 198-199)

Başka bir tanımda performans yönetimi, çalışanların örgütün verdiği görev ve yetkileri doğru amaç için yerine getirirken ortaya koydukları performansın ölçülmesi, değerlendirilmesi ve ödüllendirilmesiyle ilgili olan çağdaş bir yaklaşım olarak tanımlanmıştır. Performans yönetiminin etki derecesi çalışan ve yönetici arasındaki amaca ulaşma sürecini birlikte değerlendirip tartışarak ortak planlar yapmasıyla ölçülebilir (Barutçugil, 2002: 125).

Günümüzde performans yönetimi, işletmelerin içinde buldukları gelişim sürecinde uygulamaya yönelik çağdaş bir yöntem haline gelmiştir. Bu anlayış performans yönetimini rasyonelliğe odaklamış ve bu odağa ulaşabilmek için ölçülebilen hedefler koyup, bu hedeflere bağlı olarak sürekli ölçme anlayışını benimsemiştir (Bilgin, 2004: 13).

İşletmeler, örgüt yapısında çevrede oluşan küresel büyüme ve bunun getirmiş olduğu ekonomik rekabet içinde varlığını sürdürebilmeleri için

performans sürecini iyi y netebilmelidirler. Yöneticiler  rg t yapısında fark yaratacak, teknolojik, özgün strateji ve planları oluŐturduklarında doğru performans yönetimini bulmalarına yardımcı olacaktır (Cihangir, 2014: 40).

Performans yönetiminde odak noktası, çalışanların ve işletmenin ne yapmayacağından çok ne yapması gerektiği olmalıdır. Yönetimde başarı sisteme girdilerin miktarından daha fazla çıktı elde edilmesiyle ölçülür. Aradaki farkın büyük olması performans yönetiminin ne kadar başarılı olduğunu gösterir (Kabakcı, 2023: 36).

Performans yönetiminin temelini örgüt içinde oluşturulan ekip ruhu oluşturduğu için, yönetim çalışanın ortaya koyması gereken performansı ve oluşturduğu bireysel performansın örgütün belirlediği genel amaçlara ne kadar uyduğuna odaklanılır. Kısacası  rg t içinde ortak bir görüşün sağlanması ve tek bir kiŐiden başlayıp örgütün her kademesine yayılan yönetim faaliyeti olduğu görülmektedir (Canman, 2000: 135).

Performans yönetiminde iletişim çift yönlüdür ve bu iletişim yöntemiyle amaçlanan çalışanların örgüt hedeflerini doğru bir Şekilde anlamaları ve çalışanların elde ettikleri ıktıları örgüt hedeflerine sürekli katkı sağlamaktır. Yönetici, alıŐanların ana hedefe olan katkısının sürekli artmasını istiyor ise, çalışan yönetici arasında sürekli bir iletişim sağlayarak, problem çözmede ya da sorun gidermede tavsiye ve yönlendirmelerini sürekli hale getirmelidir (Kabakcı, 2023: 37).

#### **2.4.1. Performans Yönetiminin AŐamaları**

Bir işletme, rekabet gücünü artırmak, stratejilerini ve geleceğe dönük hedeflerini belirlemek istiyorsa performans yönetimini, hedefinin baŐlangıç noktası olarak kabul etmelidir. IŐletmenin güncel performans düzeyinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi, örgütün yönetim sisteminin ve stratejilerinin hedefe uygunluğunun saptanması ikinci aşamada gerçekleŐtirilir. Bu aşamada, ne nasıl ölçülür, veri nasıl toplanır ve son olarak  z leme yöntemlerinin neler olması gerektiği üzerinde çalıŐılır.

Performans yönetiminin üçüncü yani son aşamasında ise, performans geliştirmek için neler yapılmalı, işletmeye özgü nasıl taktikler geliştirilmeli ve nasıl uygulanmalı sorularına cevap aranır (Kabakcı, 2023: 39).

#### **2.5. alıŐan Performansı**

Bir işletmenin koyduğu hedeflere ulaşması ancak bünyesindeki çalışanların işletme için sarf ettiği çaba ve performans ile mümkün olur. Her bir işletme sahibi, performansını artırıcı etkilerin çalışan için; ekonomik ve sosyal katkılarla mümkün olacağını bilmelidir (Kesen, 2015:540).

Başka bir tanımda, işletmelerin devamlılığı ve etkinliği için çalışan performansının istenilen seviyelerde olması ve bu kavrama gereken hassasiyetin gösterilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. İşletmelerin kazanımlarıyla çalışan performansı arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Bu sebeple; işletmelerin çalışan performansını arttıran bazı faktörler üzerinde hassasiyetle durması ve bu faktörlere önem vermesi gerekmektedir. Bu faktörlerin ilki çalışanın moralinin yüksek olmasıdır. İşletme, çalışanın moralini nasıl yüksek tutarım sorusuna cevap verebilmelidir. Bunlardan ilki istenilen ücrettir. Bir çalışan için zamanında uygulanması gereken terfi, gerekli ödül ve prim sisteminin adaletli ve eksiksiz uygulanması, çalışana ilgi, sosyal hak ve imkanlar, çalışanların fikir ve önerilerine saygı gösterilmesi motive artırıcı etkenlerdir (İraz ve Akgün, 2014: 228).

### 3.YAPILAN ÇALIŞMALAR

Özer ve Günaydın (2010: 144-149), yaptıkları çalışmada Marmaris bölgesinde bulunan 4 yıldızlı tatil otellerinde konaklayan müşterilerin bir sonraki tatil planlarında otellerini tercih edip etmeyeceklerini ölçmek için bir anket hazırlamışlardır. Çalışmada bu ölçümü etkileyecek üç ana departman olan resepsiyon mutfak ve odalarla ilgili soruları içeren bir anket çalışması yapılmıştır. Çıkan sonuçlara göre otelde konaklayan müşteriler genelde memnuniyetlerini bildirirken bunda en etkili rolü resepsiyon departmanı üstlenmiştir. Resepsiyonda çalışan personelin güler yüzlü karşılaması, sorunları çözebilme hızı ve yabancı dil bilgileri müşterilerin en çok bu bölümden memnun kalmalarını sağlamıştır. Bu sonuçlara göre memnuniyet geri dönüşlerinden dolayı resepsiyonda çalışan personel motivasyonu artmış işlerini daha özverili yapmaya devam etmiştir. Müşterilerin en fazla memnun kaldıkları ikinci departman mutfak bölümü olmuştur. İşletme bu departman için geri dönüşlerin olumlu olması sonucu mevcut sistemlerine özenle devam etmiştir. Bu sistemde; müşterilere sunulan farklı damak tatları ve otelde konaklayan müşterilerin ırk çeşitliliğine göre farklı menü ve lezzetlerin yer alması memnuniyet geri dönüşünde etkili olmuştur. Müşteriler şikâyet geri bildiriminde bulunmamış olsalar da oda temizlik ve düzeni hakkındaki sorulara daha az olumlu cevap verdikleri için bu departmandaki çalışan personel ile işletme yöneticileri geri bildirimlerin daha fazla olumlu hale gelmesi için eksikleri birlikte belirleyip hizmet kalitesini daha yukarıya çıkarmayı hedeflemiştir.

Kılıç ve Ok (2012, 4199), İstanbul'da beş yıldızlı bir otel işletmesinde müşteri şikâyetleri ve şikâyetlerin değerlendirilmesi için bir çalışma yapmıştır. Yapılan bu çalışmada otelde konaklayan müşterilerin geri bildirimleri memnuniyetten çok memnuniyetsizlik olduğu için çalışmada şikâyet sebep ve çözümlere odaklanılmış memnun kalınan kısım çalışma dışı bırakılmıştır. Çalışmanın sonucunda yapılan şikâyet geri bildirimleri,

otelin sorun ve şikayetleri algılama ve değerlendirme açısından orta derece olumlu olduğu saptanmıştır. Otel yönetimi oluşan bu memnuniyetsizliği otel adına olumlu algılayıp varlığının devamlılığı ve rekabet avantajı için departmanlarında pozitif düzenlemelere gitmiştir. Otel yönetiminin yapılan şikayetleri otel ve çalışanlar adına olumlu bir tarafa yönlendirmesi için çalışanlarla iş birliği ve koordinasyon halinde bulunmalıdır. Bu iş birliği içinde; şikâyet birimlerini teşvik etmek, şikayetleri tam zamanında gidermek, sorun gidermede çalışan personelin uyum içinde olması ve otel yöneticileri tarafından sorunlara etkin çözümler bulması vardır.

Sarı ve Yücel (2017: 261-263), bir oto-servis işletmesinde yaptığı çalışmada müşteri memnuniyetsizliği geri dönüşlerine ve işletme tarafından bu memnuniyetsizliğin nasıl giderildiğine yer vermiştir. Çalışmada verilen hizmetten şikâyet eden müşterilere geri dönüş sağlanıp düzenli olarak tüm çalışanlarla toplantılar yapıldığı gözlenmiştir. Toplantılarda işletme ve çalışanların sorunları doğru analiz edip ortak fikir birliğine vardıkları görülmüştür. Ortaya çıkan analizlerde işletmenin hangi hizmet sistemi içinde ne gibi bir boşluk olduğu belirlendiği görülmüş, teknik konularda iç eğitimlere önem verilmesi kararı ile bilgi eşitliğinin sağlanması ve personelin şikâyete sebep olacak davranış ve işleyişten kaçınması yönünde çalışmalar geliştirdiği saptanmıştır. Çalışmanın sonunda ortaya çıkan sonuçta; işletmenin performansının aylık servis miktarlarındaki, tamir kalitesindeki ve aylık araç başı işçilik cirosundaki yükseliş ile arttığı gözlemlenmiştir. Çalışan performansının artması ise önce çalışan yeterliliği artırılıp bununla birlikte müşteri memnuniyeti sağlanmıştır. Çalışan performansının artmasında işletmenin iç iletişimi artırması yolu ile çalışan bağlılığının ve örgüt içi gelişiminin artması etkili olmuştur.

Akçakanak, Kılıklı ve Çarıkçı (2015: 80-87) yaptıkları çalışmada Manavgat bölgesinde bulunan dört ve beş yıldızlı otellerin yöneticilerinin müşteri geri bildirimlerine ne kadar süre içerisinde dönüş yaptığına yer vermişlerdir. Çıkan sonuca göre %88,1 oranının ilk 6 saat içinde müşteriye geri dönüş yaptığı görülmüştür. İşletmelerin geri bildirimlere gereken önemi verdikleri söylenebilir. Bu çalışmada elde edilen en önemli sonuç, işletmelerdeki yöneticilerin müşteri şikayetlerini en kısa sürede memnuniyete çevirerek ‘müşteri memnuniyeti ve sadakatini artırmak için bir fırsat’ olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. Bu fırsatın hem işletme performansını hem de çalışan performansını artırıcı etkide olduğu görülmüştür.

Atak, Diren, Cihangir ve Testik (2008: 2-6) yaptıkları çalışmada bir meyve suyu fabrikasının kendi bünyesinde oluşturmuş olduğu çağrı merkezi birimine yapılan müşteri şikayetlerine yer vermişlerdir. Çalışma 2006 ve 2007 yıllarında 45 gözlem kullanılarak iki haftalık süreçlerde müşteri memnuniyetsizlikleri çağrı merkezine gelen şikayetlerden tespit edilmiştir. Fabrika, çağrı merkezine düzenli olarak yapılan şikayetlerdeki değişimi

incelemiş ve müşteri memnuniyetini sağlamak için, şikâyet analizini çalışanlarıyla en kısa sürede tamamlayıp bu şikâyetleri ortadan kaldırmak için sundukları kaliteyi ve hizmeti artırmışlardır. Fabrikanın performansını artıran en etkili durum, çok fazla zaman geçmeden müşteri şikâyetlerine cevap vermesi olmuştur. İşletme ve çalışanların performansı, şikâyetleri bir an önce ortadan kaldırmak ve kazanmış oldukları müşterilerini kaybetmemek için yapmış oldukları faaliyetler sebebiyle artmıştır.

Unur, Çakıcı ve Taştan (2010: 244-251) çalışmada, İstanbul ilinde bulunan A düzeyindeki seyahat acentalarına müşterilerinin hizmet aldıkları paket turlarla ilgili yapmış oldukları şikâyet geri bildirimlerine yer vermişlerdir. Araştırmaya katılmış olan seyahat acentalarının büyük kısmı şubeye sahiptir. Çalışmada, acentalardan yararlanan müşterilerin şikâyetlerini bildirirken en çok kullandıkları yöntem yüz yüze görüştükleri acentelerin şikâyet formu kullanarak kaydetmesi olmuştur. Acentalar müşterilerine geri bildirimleri hızlı yapmayı hedeflerken, müşteri memnuniyetini ilk başta maddi olmayan hizmet ile gerçekleştirdikleri görülmektedir. Fakat memnun kalmak isteyen müşteri bu hizmeti genelde maddi karşılık şeklinde talep edip, maddi karşılık sağlandığında memnun kalmıştır. Memnun kalmayan müşterinin tekrar şikâyet etmesi, tatmin edici bir dönüş sağlanmaması tüketici mahkemesine kadar gidebilen sonuçlar yaratabilir. Bu sebeple sosyal medya ve diğer mecralarda kötü bir izlenime sahip olmak istemeyen acentalar müşterilerinin memnuniyeti için birçok yola başvurur. Seyahat acentaları, müşterilerin kendilerini tekrar tercih etmesi ve çevrelerine önermesi için işletme olarak 'özür dilemek, açıklama yapmak, indirim uygulamak, hediye vermek, geri ödeme yapmak, kupan vermek' gibi memnuniyet sağlayıcı çözümler kullanması performanslarını artırmıştır.

#### **4.SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER**

İşletmelerin ürettikleri ürünleri ve sundukları hizmetleri, var oldukları piyasada devam ettirebilmeleri için en iyi şekilde müşterilerine sunmaları gerekir. Günümüzde teknolojiyle beraber hızlı bir şekilde gelişen ve gün geçtikçe değişen bir ürün ve hizmet tüketim alışkanlığı mevcut. İşletmeler, müşterilerin bu istek ve ihtiyaçlarını ancak en iyi ve en hızlı şekilde karşıladıklarında rakiplerine karşı avantaj sağlayabilirler. Son dönemde gittikçe önem kazanan müşteri memnuniyeti terimi, işletmeleri bu memnuniyeti ölçmek için çeşitli yöntemler uygulamaya yöneltmiştir. Bunun en büyük sebebi müşterilerin işletmeler tarafından artık işletmelerin asıl patronları ve en büyük kar getireni olduklarını anlamaları olmuştur.

İnsanlar günümüz tüketim dünyasında her geçen gün kalite ve çeşitlilik olarak artan ürün ve hizmet varlığından dolayı sürekli daha iyisini isteme eğilimine yönelmişlerdir. Bu yönelim memnun oldukları veya şikâyet ettikleri durumları işletmeye çekinmeden bildirmelerine neden olmuştur.

İşletmeler ise bilinçlenen ve hakkını arayan müşteri karşısında kendini geliştirme, değiştirme ve yenileme hareketliliğine gitmiştir. İşletmeler kendi kuruluşları içerisinde müşteri geri bildirim birimleri kurmaya kadar yenilenmiştir. Bununla birlikte işletmeler ürün veya hizmetlerinden memnun kalma durumunu kendisi de ölçmek isteyebilir. Anket, Őik yet formu, ağrı merkezi gibi geri bildirim araçlarıyla müşteri memnuniyet veya Őikayetini sunarken işletmede ürün veya hizmetindeki zayıf, eksik y n  belirleyerek sorunu en kısa sürede halletmeye çalışır. Geri dönüşün kısa sürede yapılması oluşan memnuniyetsizliği gidermesi veya memnun olunan noktalar üstünde yenilikçi çalışmalar yapması, işletmenin müşterisine verdiği önem ve değeri gösterir. Bu değeri müşterinin hissetmesi durumunda işletmeye bağlığı ve işletmeyi terk etmemesi çevresine önermesi durumları oluşur. İşletme sahipleri ve bünyesinde çalışan personeli müşteri memnuniyetini sağlamaya çalışırken faaliyetlerindeki ve kendi içerindeki performanslarının artmasına neden olmuştur. Daha iyi hizmet ve ürün sunmaya çalışan işletme aslında farkında olmadan kendini geliştirip rakiplerine karşı daha g cl  pozisyona geçer.

Yapılan çalışmalarda müşteri geri bildirimlerini önemseyen işletmelerin müşteri kazanımlarının devam ettiği fakat müşteri Őik yet bildirimlerini tatmin edici düzeyde gerçekleştirmeyen işletmelerin ise müşterilerinde kayıplar görülmüştür. İleride müşteri geri bildirimini ile ilgili yapılacak olan çalışmalarda performans çeşitliliği artırılıp yapılabilir.



#### 4.KAYNAKÇA

- Akal, Z. (2005). İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi: Çok Yönlü Performans Göstergeleri. Ankara Milli Produktivite Merkezi Yayınları, 6.Baskı.
- Akçakanak, T., Kılıklı, M., ve Çarıkcı, İ.H. (2015). Yönetim Geliştirme Aracı Olarak Müşteri Geri Bildirimlerinin Önemi: Turizm İşletme Belgeli 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Vizyoner Dergisi, Sayı:13. Cilt:6. Ss:72-88.
- Alabay, M.N. (2012). Müşteri Şikayetleri Yönetimi. Uluslararası Yönetim ve İktisat Dergisi, Cilt:8. Sayı: 16.
- Atak, S., Diren, E., Cihangir, Ç., ve Testik, M.C. (2008). Kalite ve Süreç İyileştirme İçin Müşteri Geri Bildirimlerinin Değerlendirilmesi. Altı Sigma Konferansları. (09-11 Mayıs).
- Bakır, A. (2018). Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler ve Müşteri Memnuniyetinin Müşteri Üzerindeki Sadakati Üzerindeki Etkisi: Bir Vakıf Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerinde Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Barutçugil, İ. (2002). Performans Yönetimi. İstanbul, Kariyer Developer, 2. Baskı.
- Bilgin, K.U. (2004). Kamu Performans Yönetimi: Memur Hak ve Yükümlülüklerinin Performansa Etkisi, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü (s.13), Ankara, 1.Baskı TODAİE Yayınları.
- Bingöl, D. (1996). Personel Yönetimi. İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım, 2. Baskı.
- Budak, G., Budak, G. (2018). İşletme Yönetimi. İstanbul, Nobel Akademik Yayıncılık, 9.Baskı.
- Burucuoğlu, M. (2011). Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Artırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Karaman.
- Canman, D. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi, Ankara, Yargı Yayınları.
- Cihangir, E. (2014). Kurumsal Performans Yönetimi ve Yüksek Performanslı Organizasyonların Özellikleri. Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı:5. Haziran.
- Çınar, A.T. (2007). İşletmelerde Müşteri Hizmetleri ve Müşteri Memnuniyeti ile Farklı Bankalar ve Bölgeler İçin Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Duru, M.N., Korkmaz, M. (2013). Performans Değerlendirmenin İnsan Kaynakları Yönetimindeki Önemi Üzerine Bir Araştırma. Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Dergisi. Ss:3-26.
- Eroğlu, E. (2005). Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Dergisi: Nisan, Cilt:34 Sayı:1. Ss:7-25.

- Gül, H. (2012).  şletmelerdeki Kurumsallaşma Düzeyinin  şletme Performansına Etkisi: Konaklama  şletmelerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- İraz, R., Akgün,  . (2014). Örgütsel Bağlılığın  alışan Performansı  zerine Etkilerini  l meye Yönelik Bir  alışma. Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi: Sayı:14. 1-2, Ss:201-224.
- Kabakcı, A.S. (2023). Örgütsel Yetenek ile  şletme Performansı Arasındaki İlişki-de  r n Yeniliğinin Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce.
- Kayabaşı, A.,  zdemir, A. (2008).  şletmelerde Lojistik Yönetimi Faaliyetlerinde Performans Yönetimine Bakış: Beklenti-Fayda Farkı Analizi Uygulaması. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:22 Ocak 2008, Sayı:1.
- Kesen, M. (2015). Örgütsel Demokrasinin  alışan Performansı  zerine Etkileri: Örgütsel  zdeşleşmenin Aracılık Rolü.  ankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: 6(2), Ss:535-562.
- Kılıç, O., Ok, S. (2012). Otel  şletmelerinde Müşteri Şikayetleri ve Őikayetlerin Değerlendirilmesi. Journal of Yasar University, 25(7), Ss:4189-4202.
- Korkmaz, S., Eser, Z., ve  zt rk, S.A. (2017). Pazarlama (Kavram, İlkeler, Kararlar).. Ankara, Siyasal Kitapevi, Şubat 3. Baskı.
- Yacouba, M. (2024). The Impact of Digital Presence on the Relationship Between Innovativeness and Firm Performance in SUB-SAHARAN AFRICA. Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Odabaşı, Y., Barış, G. (2019). Tüketicici Davranışı. İstanbul, Mediacat Yayınları, 20.Baskı.
- Özer,  ., Günaydın, Y. (2010). Otel  şletmelerinde Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkisi: Dört Yıldıızlı Otel  şletmelerinde Bir Uygulama.  şletme Fakültesi Dergisi: Cilt:11, Sayı: 2, Ss:127-154.
- Sandıkçı, M. (2007). Müşteri Memnuniyeti  l lmesi ve Sandıklı H da Kaplıcasında Bir Alan Araştırması. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Meslek Yüksek Okulu, İ.İ.B.F dergisi, C.IX,S.11.
- Sarı, E.B., Karataş-Yücel, E. (2017). Hizmet  şletmelerinin İyileştirilmesinde Müşteri Memnuniyetsizlik Geri D n şlerinin Kullanılması: Bir Oto Servis  şletmesi. Kesit Akademi, Cilt:3, Sayı:8, Ss:250-265.
- Unur, K.,  akıcı, A.C., & Taştan, H. (2010). Seyahat Acentalarında Uygulanmakta Olan Müşteri Őik yet  z m Türleri  zerine Bir Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Cilt:13, Sayı:24, Ss:241-253.
- Uysal, Ő. (2015). Performans Yönetim Sisteminin Tanımı, Tarihçesi, Amaç ve Temel Unsurlarına Genel Bir Bakış. Elektronik Journal of Vocational Colleges.

Uzun, A. (2021). Örgütlerde Performans Yönetimi ve Kalkınma Ajansları için Bir Performans Değerleme Önerisi. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Karabük.



## BÖLÜM 6

### FİRMALARDA LİKİDİTE, RİSK, KÂRLILIK VE FİRMA DEĞERİ ARASINDAKİ KARŞILIK ETKİLEŞİMLERİN KANONİK KORELASYON YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ: BORSA İSTANBUL' DA BİR UYGULAMA

*Mehmet KUZU<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Dr.Öğretim Üyesi Mehmet KUZU

Bayburt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu; Finans, Bankacılık ve Sigortacılık  
Bölümü, Finansman Bilim Dalı, mehmetkuzu86@gmail.com, tel:05058055583

ORCID:0000-0001-5354-4368

## 1. GİRİŞ

Finansal oranlar işletmelerin mali performansını ölçmede en çok kullanılan gösterge tiplerinden biridir. Bu göstergeler arasında da karşılıklı etkileşim dinamikleri mevcuttur. Bu etkileşim dinamiklerinin doğru ölçümü ve yorumlanabilmesi için, konusuna göre finansal oranların kavramsal yapısı doğru bir şekilde tahlil edilmelidir.

En yalın anlatımıyla likidite, bir işletmenin varlıklarının değerini kaybetmeden paraya dönüşme hızını ifade etmektedir. Teknik likidite ise vadesi gelen kısa vadeli borçları ödeyebilme gücüdür. Likiditeyi ölçmede kullanılan en temel göstergeler, cari oran, asit-test oran ve nakit orandır.

Dönemsel bir gösterge olan kâr kavramı, işletmeler için toplam gelirlerinin toplam giderlerini karşılayabilme gücünü ifade etmektedir. Aktif kârlılığı, öz kaynak kârlılığı, faaliyet kâr marjı gibi kârlılığı ölçen birçok rasyo mevcuttur.

Bununla birlikte; vadesi gelen borçlarını ödeyememe anlamında karlılık ve likiditenin yetersiz olması, işletmenin öz kaynaklarını kaybetmesine yani iflasına da neden olabilir. Bunun için firmaların iflas pozisyonuna ilişkin sinyaller üreten risk göstergelerinin doğru bir şekilde saptanması gerekir. Finansal kaldıraç, borç/sermaye ve Altman Z skoru bu göstergelere örnek olarak gösterilebilir.

Likidite, kârlılık ve risk göstergelerinin doğru bir şekilde tahlili, firmanın değerlendirme rasyolarının görünümünü yukarı yönlü revize edecektir. Hisse senetleri adil-gerçeğe uygun değeri, fiyat-kazanç oranı ve işletmenin piyasa değeri bu göstergelere örnek olarak gösterilebilir.

Bu araştırmanın amacı; Borsa İstanbul'da işlem gören tüm firmalarda likidite, risk, kârlılık ve firma değerleri arasında karşılık etkileşimleri kanonik korelasyon yöntemiyle analiz etmektir. Araştırma verileri 15 Mart 2024 tarihi itibarıyla elde edilen güncel finansal oranlardır. Araştırma kapsamında 549 firmaya ilişkin veriler toplanmıştır.

Cari oran, asit-test oran ve nakit oran likidite rasyoları olarak seçilmiştir. Aktif kârlılığı, faaliyet kâr marjı ve sermaye yatırımları getirisi kârlılık rasyoları olarak seçilmiştir. Bir diğer yönden risk göstergeleri; finansal kaldıraç, borç/sermaye ve Altman Z skoru olarak belirlenmiştir. Araştırma değişken grupları arasında çapraz kanonik korelasyon analizi yapılarak çapraz standart katsayılar hesaplanıp sonuçlar bu çapraz katsayılar çerçevesinde analiz edilip yorumlanacaktır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Kanonik korelasyon analizi, farklı veri setleri arasındaki ilişkileri saptamak için çeşitli yaygın olarak kullanılan bir çok değişkenli

istatistiksel analiz tekniğidir. Simonson ve diğerleri (1983) büyük ABD bankalarının bilançolarının varlık-kaynak yapısı arasındaki etkileşimleri saptamak için kanonik korelasyon yöntemini kullanmıştır. Ayrıca, Salmi ve diğerleri (1997) kanonik korelasyon analizi vasıtasıyla finansal oranlar ve menkul kıymet özellikleri arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki istatistiksel ilişki tespit etmişlerdir. Bu araştırma, az sayıda finansal oran ile menkul kıymet yapıları arasında bir ilişki saptamıştır. Finansal performans alanında, Jang ve diğerleri (2006) kanonik korelasyon yöntemiyle e-ilişkisel pazarlama ve otel finansal performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bulgular, ilişkiyel pazarlamada web sitesi geliştirme ile finansal performans arasında güçlü bir kanonik korelasyonun varlığına işaret etmektedir. Bir diğer yönden, Otieno ve diğerleri (2015) sermaye yapısı ve finansal performans arasındaki çift yönlü etkileşimi ölçmek için kanonik korelasyon yöntemini kullanmışlardır. Bulgular; defter değeri/piyasa değeri oranı ve varlık devir hızı oranı gibi değişkenler arasında kanonik bir ilişki olduğunu işaret etmektedir.

Özetle, kanonik korelasyon analizinin çeşitli endüstri ve sektörlerde finansal oranlar, performans göstergeleri ve diğer ilgili değişkenler arasındaki ilişkilerin araştırılmasında değerli çok değişkenli istatistiksel bir metot olduğu ifade edilebilir. Literatürde elde edilen bulgular, mali göstergeler ile kurumsal göstergeler arasındaki karmaşık etkileşimin daha doğru bir şekilde analizine olanak sağlamaktadır.

### 3. ARAŞTIRMA

#### 3.1. Araştırmanın Veri Seti

Değişkenlere ilişkin ilgili bilgiler ve tanımlayıcı istatistikler tablolarda özetlenmiştir (Bkz.Tablo 1, 2). Araştırmada zaman boyutu 15.03.2024 itibariyle dikkate alınmıştır. Çünkü kanonik korelasyon analizi zaman boyutunu dikkate alan zaman serileri analizinden ziyade, çok değişkenli istatistiksel analiz metodudur. Araştırmada verilerin gözlem tarihi itibariyle Borsa İstanbul'da hisse senetleri işlem göre 549 farklı firmaya ilişkin cari dönem finansal oranları kullanılmıştır (Bkz. Tablo 1, 2).

**Tablo1:** Değişkenlere İlişkin Bilgiler

GRUP	DEĞİŞKEN	KAYNAK
KÂRLILIK	AKTIF_KÂRLILIGI	İnvesitng Pro Plus, 15.03.2024
	FAALİYET_KÂR_MARJI	İnvesitng Pro Plus, 15.03.2024
	SERMAYE_YATIRIM_GETIRISI	İnvesitng Pro Plus, 15.03.2024
LİKİDİTE	CARI_ORAN	İnvesitng Pro Plus, 15.03.2024
	LIKIDITE_ORANI	İnvesitng Pro Plus, 15.03.2024
	NAKIT_ORAN	İnvesitng Pro Plus, 15.03.2024
	TOPLAM_BORC_TOPLAM_SERMAYE	İnvesitng Pro Plus, 15.03.2024

RİSK	ALTMAN_Z_SKORU	İnvesting Pro Plus, 15.03.2024
	FINANSAL_KALDIRAC	İnvesting Pro Plus, 15.03.2024
DEĞERLEME	ADIL_DEGER	İnvesting Pro Plus, 15.03.2024
	PIYASA_DEGERI	İnvesting Pro Plus, 15.03.2024
	FIYAT_KAZANC	İnvesting Pro Plus, 15.03.2024

**Tablo 2:** Tanımlayıcı İstatistikler

	AKTIF K FAALİYET ARLILIGI	KAR MARJI	SERMAYE YATIRIM RİM	YATIRICI GETİRİSİ	LIKIDITENAKIT ORAN	TOPLAM BORÇ ORANI	TOPLAM SERMAYE ORANI	BORÇ TO Z SKORU	ALTMAN KALDIRAC	FINANSAL DEĞERDEĞERİ	ADIL DEĞERİ	PIYASA DEĞERİ	FIYAT K AZANC
Mean	0.187962	1.544242	0.182725	19.509	55	18.57453	3	17.7354	8955.245	27.65147	5.843507	14	13.066
Media	0.130000	0.150000	0.140000	1.4100	0.00	0.840000	0	0.25000	0.065000	7.170000	2.095000	00	1.0800
Maxi num	1.120000	476.9500	0.950000	6417.7	10	6413.160	0	6349.06	3778207.	6383.010	920.2100	20	3188.6
Minim um	0.000000	0.000000	0.000000	0.0000	0.00	0.000000	0	0.00000	0.000000	0.030000	1.000000	00	0.0400
Std.	0.182632	23.25376	0.167350	312.52	62	312.2995	3	309.198	183920.2	311.6710	45.82216	40	157.29
Dev.	0.182632	23.25376	0.167350	312.52	62	312.2995	3	309.198	183920.2	311.6710	45.82216	40	157.29
Skewn ess	1.771330	20.32370	1.435695	20.405	87	20.41557	3	20.4178	20.46955	20.17067	19.02889	97	19.615
Kurtos is	7.018230	415.9443	5.364580	418.24	84	418.5167	9	418.579	420.0024	411.6524	377.9228	18	395.62
Jarque -Bera	504.5820	3027414.	243.2851	30612	03.	3065149.	9.	306607	3087053.	2964976.	2497105.	7.	273756
Proba bility	0.000000	0.000000	0.000000	0.0000	00	0.000000	0	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	00	0.00000
Sum	79.32000	651.6700	77.11000	8233.0	30	7838.450	0	7484.35	3778269.	11668.92	2465.960	10	5513.9
Sq. Dev.	14.04225	227650.5	11.79057	41120	168	41060548	10	402491	1.42E+13	40895453	883961.4	25	104161
Obs ervations	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422

### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Kanodik korelasyon analizi (KKA), iki çok değişkenli veri seti arasındaki ilişki ve etkileşimleri incelemek saptamak için kullanılan çok değişkenli bir istatistiksel yöntemdir. Bu yöntem, her iki veri grubu değişkenlerinin lineer kombinasyonları arasındaki en yüksek korelasyonu tespit etmeti hdefelemektedir. Ayrıca, KKA, öher iki veri setinde de oldukça fazla sayıda değişkenin bulunduğu araştırma problematiklerinden sıklıkla kullanarak veri setleri arasındaki ortak bilgileri tespit eder (Hotelling, 1936; Rencher, 2002; Johnson ve Wichern, 2007) (Bkz. Şekil 1).

Her iki veri seti için kanodik yükler (a ve b) ve kanodik değişkenler (U ve V) olarak hesaplanır (Bkz. Denklem 1).

$$U = a^T X \text{ ve } V = b^T Y \quad (1)$$



Kanonik korelasyon, U ve V arasındaki korelasyonu maksimize eden a ve b vektörlerinin bulunması temelindedir. Bu korelasyon, iki veri seti arasındaki maksimum ilişkiyi temsil eder. Buna göre kanonik korelasyon optimizasyon denklemini çözmeyi ifade etmektedir (Bkz. Denklem 2).

$$p = \max_{a,b} \text{corr}(a^T X, b^T Y) \quad (2)$$

Kovaryans matrisleri ise şu şekilde ifade edilir (Bkz Denklem 3, 4, 5).

$$\Sigma_{XX} = \text{cov}(X, X) \quad (3)$$

$$\Sigma_{YY} = \text{cov}(Y, Y) \quad (4)$$

$$\Sigma_{XY} = \text{cov}(X, Y) \quad (5)$$

Kovaryans matrisleri kullanılarak kanonik korelasyon analizi şu şekilde de yazılabilir (Bkz. Denklem 6, 7).

$$a = \Sigma_{XX}^{-1} \Sigma_{XY} b \quad (6)$$

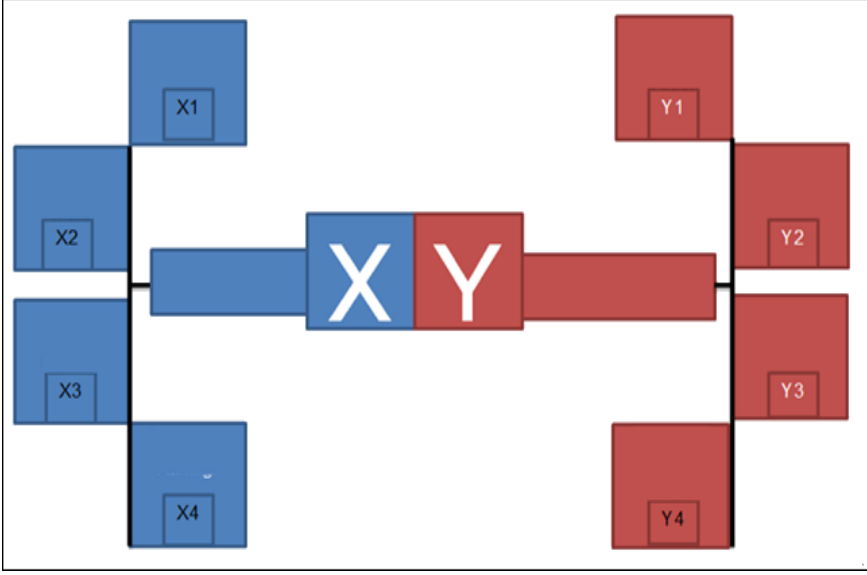
$$b = \Sigma_{YY}^{-1} \Sigma_{YX} a^T \quad (7)$$

Kanonik korelasyon analizleri yapılırken aşağıdaki hususlara dikkat edilmelidir (Başaran, 1998).

- ✓ İncelenen örneklem basit rassal örneklem olup, anakütleyi temsil etme oranı yeterli olmalıdır.
- ✓ Değişkenler benzer ölçeklerle ölçülmüş olmalıdır
- ✓ Değişken çiftlerin grafiklerinde aykırı değerler tespit edilmelidir.
- ✓ Uygun veri setleri analiz için seçilmelidir.
- ✓ Kanonik korelasyonu yeterli büyüklüğe eriştiren katsayılar incelemeli, varyans oranı mutlaka dikkate alınmalıdır.
- ✓ Örneklem hacmi çok büyük ise, iki eşit parçaya bölünerek kanonik analiz sonuçları daha sonra karşılaştırılabilir.
- ✓ Eğer kanonik değişken katsayıları (kanonik ağırlıklar) çok farklı ise (katsayıların farklı işaret taşınması gibi) bu durumda kanonik değişkenlerin yorumu yapılırken dikkatli olunmalıdır. Özellikle ikinci ve üçüncü ve sonraki kanonik değişkenlerin yorumu, birinci kanonik değişkenlerden daha zor olmaktadır.

- ✓ Kanonik korelasyon analizi normallik varsayımı üzerine kurulmuştur.

**Şekil 1:** Kanonik Korelasyon Örnek Diyagramı



#### 4. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Araştırma da ilk olarak Augmented dickey Fuller testine göre değişkenlerde birim kök analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar tüm değişkenlerin düzey değerlerinde durağan olduğunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 3:** Birim kök Testi Sonuçları

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: ADIL\_DEGER, PIYASA\_DEGERI,

FIYAT\_KAZANC,

AKTIF\_KARLILIGI, FAALİYET\_KAR\_MARJI,

SERMAYE\_YATIRIM

GETIRISI, CARI\_ORAN, LIKIDITE\_ORANI,

NAKIT\_ORAN,

TOPLAM\_BORC\_TOPLAM\_SERMAYE,

ALTMAN\_Z\_SKORU,

FINANSAL\_KALDIRAC

Date: 06/10/24 Time: 17:09

Sample: 1 549

Exogenous variables: None

Automatic selection of maximum lags

Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 4

Total number of observations: 5670

Cross-sections included: 12

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	1708.52	0.0000
ADF - Choi Z-stat	-38.1274	0.0000

\*\* Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi

-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Intermediate ADF test results UNTITLED

Series	Prob.	Lag	Max Lag	Obs
ADIL_DEGER	0.0000	0	13	518
PIYASA_DEGERI	0.0000	1	18	547
FIYAT_KAZANC	0.0000	0	13	518
AKTIF_KARLILIGI	0.0142	4	10	279
FAALİYET_KAR_MARJI	0.0000	0	14	517
SERMAYE_YATIRIM_GETIRISI	0.0008	3	10	261
CARI_ORAN	0.0000	0	12	492
LIKIDITE_ORANI	0.0000	0	11	502
NAKIT_ORAN	0.0000	0	11	502
TOPLAM_BORC_TOPLAM_SERMAYE	0.0000	2	15	522
ALTMAN_Z_SKORU	0.0000	0	13	510
FINANSAL_KALDIRAC	0.0000	0	11	502

Araştırmada her değişken grubu için ikili kanonik korelasyon kovaryans fonksiyonları çözülmüştür. Araştırmanın sonuçlarının anlamlı olabilmesi için kanonik korelasyon katsayıları kanonik yüklerle bölünerek çapraz katsayılar elde edilmiştir. İlk olarak kanonik fonksiyonlara ilişkin test istatistikleri sunulmuştur.

Elde edilen sonuçlara göre ilk kanonik korelasyonların anlamlılığı daha yüksek iken, 2 ve 3. korelasyonların anlamlılığı daha düşüktür. Bu yorumlar Wilks' Lambda Roy's Greatest Root testlerine göre yapılmıştır. Lambda değerinin büyüklüğü, Root değerinin küçüklüğü testlerin anlamlı olduğunu ifade eder (Bkz. Tablo 4).

**Tablo 4: Kanonik Korelasyon Anlamlılık Testleri**

<b>Groups analysed: RISK and KARLILIK</b>				
	Canonical	Squared	Eigenvalue	Likelihood
	Correlation	Can. Cor.		ratio
1	0.141604	0.020052	0.020462	0.978648
2	0.036427	0.001327	0.001329	0.998673
3	0.000581	3.38E-07	3.38E-07	1
Wilks' Lambda		0.978648		
Pillai's Trace		2.978621		
Hotelling-Lawley Trace		0.021791		
Roy's Greatest Root		0.020462		
<b>Groups analysed: KARLILIK and DEGER</b>				
	Canonical	Squared	Eigenvalue	Likelihood
	Correlation	Can. Cor.		ratio
1	0.069646	0.004851	0.004874	0.992363
2	0.052882	0.002797	0.002804	0.9972
3	0.001954	3.82E-06	3.82E-06	0.999996
Wilks' Lambda		0.992363		
Pillai's Trace		2.992349		
Hotelling-Lawley Trace		0.007682		
Roy's Greatest Root		0.004874		
<b>Groups analysed: KARLILIK and LIKIDITE</b>				
	Canonical	Squared	Eigenvalue	Likelihood
	Correlation	Can. Cor.		ratio
1	0.060464	0.003656	0.003669	0.995638
2	0.021295	0.000453	0.000454	0.999291
3	0.015983	0.000255	0.000256	0.999745
Wilks' Lambda		0.995638		
Pillai's Trace		2.995635		
Hotelling-Lawley Trace		0.004379		
Roy's Greatest Root		0.003669		
<b>Groups analysed: LIKIDITE and RISK</b>				
	Canonical	Squared	Eigenvalue	Likelihood
	Correlation	Can. Cor.		ratio

1	0.995305	0.990632	105.7487	0.009334
2	0.049146	0.002415	0.002421	0.996418
3	0.034202	0.00117	0.001171	0.99883
Wilks' Lambda	0.009334			
Pillai's Trace	2.005783			
Hotelling-Lawley Trace	105.7523			
Roy's Greatest Root	105.7487			

**Groups analysed: LIKIDITE and DEGER**

	Canonical	Squared	Eigenvalue	Likelihood
	Correlation	Can. Cor.		ratio
1	0.074575	0.005561	0.005592	0.994341
2	0.009533	9.09E-05	9.09E-05	0.999902
3	0.002673	7.15E-06	7.15E-06	0.999993
Wilks' Lambda	0.994341			
Pillai's Trace	2.994341			
Hotelling-Lawley Trace	0.005691			
Roy's Greatest Root	0.005592			

**Groups analysed: DEGER and RISK**

	Canonical	Squared	Eigenvalue	Likelihood
	Correlation	Can. Cor.		ratio
1	0.034897	0.001218	0.001219	0.998402
2	0.019405	0.000377	0.000377	0.999619
3	0.002033	4.13E-06	4.13E-06	0.999996
Wilks' Lambda	0.998402			
Pillai's Trace	2.998401			
Hotelling-Lawley Trace	0.0016			
Roy's Greatest Root	0.001219			

Anlamlılık testlerinden sonra kanonik korelasyonlar dikkate alınarak veri grupları arasında çapraz kanonik katsayılar hesaplanmıştır. Bunun için genel katsayılar değil, standart katsayılar ilgili kanonik yüklerle bölünmüştür. Satırlar bağımsız değişkenleri, kırmızı punto ile gösterilen sütunlar bağımlı değişkenleri ifade etmektedir.

**Tablo 5:** Kanonik Korelasyon Çapraz Katsayılar

1.FON KSİY ON	TOPLAM_BORC _TOPLAM_SER MAYE	ALTMAN_ Z_SKORU	FINANSAL_K ALDIRAC
AKTIF_KARLILI GI	1.897460524	- 27.0816427	267.595525

FAALİYET_KAR MARJI	0.191576509	5.08971367 4	1691.784854
SERMAYE_YAT IRIM_GETIRISI	6.338634502	13.9189337 6	-148.4698795
	<b>AKTIF_KARLIL IGI</b>	<b>FAALIYE T_KAR_M ARJI</b>	<b>SERMAYE_Y ATIRIM_GET IRISI</b>
TOPLAM_BORC _TOPLAM_SER MAYE	-2.24492246	- 15.6115518 7	1305.848537
ALTMAN_Z_SK ORU	-2.535097879	- 18.2115463 8	-1130.179002
FINANSAL_KAL DIRAC	6.156485692	- 13.4508743 5	8.641996558
<b>2.FON KİSY ON</b>	<b>AKTIF_KARLIL IGI</b>	<b>FAALIYE T_KAR_M ARJI</b>	<b>SERMAYE_Y ATIRIM_GET IRISI</b>
ADIL_DEGER	3.313873015	4.04994137 9	-486.2006141
PIYASA_DEGER I	10.42072768	- 13.0017397 2	15.46878199
FIYAT_KAZAN C	9.325575051	12.7655724 1	180.5035824
	<b>ADIL_DEGER</b>	<b>PIYASA_D EGERİ</b>	<b>FIYAT_KAZA NC</b>
AKTIF_KARLILI GI	6.17956523	- 17.4180439 5	101.3546571
FAALİYET_KAR MARJI	-3.231585446	2.40554442	494.7011259
SERMAYE_YAT IRIM_GETIRISI	-14.38160124	- 3.81434136 4	-87.99283521
<b>3.FON KİSY ON</b>	<b>AKTIF_KARLIL IGI</b>	<b>FAALIYE T_KAR_M ARJI</b>	<b>SERMAYE_Y ATIRIM_GET IRISI</b>
CARI_ORAN	-1446.423822	- 3516.58605 3	-6736.826628
LIKIDITE_ORA NI	2303.37887	11153.1486 3	639.1465933
NAKIT_ORAN	-870.5017862	- 7614.73585 3	6118.729275
	<b>CARI_ORAN</b>	<b>LIKIDITE ORANI</b>	<b>NAKIT_ORA N</b>
AKTIF_KARLILI GI	-1.606675046	26.8540972 1	53.01038604

	FAALİYET_KAR _MARJI	-0.026726647	-	33.86066446
			39.5225170 2	
	SERMAYE_YAT IRIM_GETIRISI	16.82677296	-4.81286687	-6.011762498
<b>4.FON KSİY ON</b>		<b>CARI_ORAN</b>	<b>LIKIDITE ORANI</b>	<b>NAKIT_ORA N</b>
	TOPLAM_BORC _TOPLAM_SER MAYE	0.002765986	5.28331909	-28.23618502
	ALTMAN_Z_SK ORU	1.004710114	-	0.231126835
			0.16798925 7	
	FINANSAL_KAL DIRAC	0.002254585	-	-7.720805801
			19.6261547 2	
		<b>TOPLAM_BORC _TOPLAM_SER MAYE</b>	<b>ALTMAN_ Z_SKORU</b>	<b>FINANSAL_K ALDIRAC</b>
	CARI_ORAN	1.030094293	1771.41171 2	3059.221683
	LIKIDITE_ORA NI	-1.012532842	-4028.44789	-928.3705631
	NAKIT_ORAN	0.987161724	2256.94868 4	-2130.873633
<b>5.FON KSİY ON</b>		<b>CARI_ORAN</b>	<b>LIKIDITE ORANI</b>	<b>NAKIT_ORA N</b>
	ADIL_DEGER	2.32079115	-	-348.3479237
			34.0365047 7	
	PIYASA_DEGER I	13.15341602	6.13322144 1	70.0359147
	FIYAT_KAZAN C	0.12669125	100.556488	-107.6580621
		<b>ADIL_DEGER</b>	<b>PIYASA_D EGERI</b>	<b>FIYAT_KAZA NC</b>
	CARI_ORAN	-1644.038887	6080.46470 2	4521.34306
	LIKIDITE_ORA NI	1166.448274	-	-37721.73588
			15746.7953 4	
	NAKIT_ORAN	474.5133087	9600.21609 1	33477.87131
<b>6.FON KSİY ON</b>		<b>ADIL_DEGER</b>	<b>PIYASA_D EGERI</b>	<b>FIYAT_KAZA NC</b>
	TOPLAM_BORC _TOPLAM_SER MAYE	3.64349371	-	487.89818
			0.36274156 1	
	ALTMAN_Z_SK ORU	10.5916841	47.8232414 3	-23.61042794
	FINANSAL_KAL DIRAC	-26.25718543	19.6144292 7	61.4894245

	<b>TOPLAM_BORC _TOPLAM_SER MAYE</b>	<b>ALTMAN_ Z_SKORU</b>	<b>FINANSAL_K ALDIRAC</b>
ADIL_DEGER	2.780525547	- 14.7762947 7	-469.2769306
PIYASA_DEGER I	-8.333782274	-47.4835867	127.0954255
FIYAT_KAZAN C	-27.53038943	12.8626127 3	-63.51500246

### **1.Fonksiyon Yorum: KÂRLILIK-RİSK**

Toplam borç/toplam sermaye oranı ve Altman Z skorunun aktif karlılık ve faaliyet kar marjı üzerinde negatif etkileri vardır. Bununla birlikte, sermaye yatırım getirisinde bazı pozitif etkiler de gözlemlenmektedir. Finansal kaldıraç ise genel olarak aktif karlılık üzerinde pozitif etki yaparken, faaliyet kar marjı üzerinde negatif etkisi vardır.

### **2.Fonksiyon Yorum: KÂRLILIK-DEĞERLEME**

Aktif karlılığın piyasa değeri üzerinde negatif bir etkisi varken, adil değer ve fiyat/kazanç oranı üzerinde pozitif etkileri gözlemlenmiştir. Faaliyet kar marjı adil değer üzerinde negatif, fiyat/kazanç oranı üzerinde pozitif bir etki bırakmaktadır. Sermaye yatırım getirisi için genel olarak negatif etkiler tespit edilmiştir.

### **3.Fonksiyon Yorum: KÂRLILIK-LİKİDİTE**

Likidite oranının aktif karlılık üzerinde pozitif etkileri, cari oran ve nakit oran üzerinde genelde negatif etkileri olduğuna işaret etmektedir. Faaliyet kar marjını likidite oranı negatif, nakit oranı ise pozitif etkilemektedir. Sermaye yatırım getirisini cari oran ve nakit oran pozitif etkilenmektedir.

### **4.Fonksiyon Yorum: RİSK-LİKİDİTE**

Cari oranın toplam borç/toplam sermaye oranı, Altman Z skoru ve finansal kaldıraç üzerinde pozitif etkileri söz konusu iken, likidite oranının etkilerin genellikle negatif iken, nakit oranının karışık etkiler gösterdiği gözlemlenmektedir.

### **5.Fonksiyon Yorum: DEĞERLEME-LİKİDİTE**

Bu fonksiyon, cari oranın adil değer ve piyasa değeri üzerinde pozitif, likidite oranının fiyat/kazanç oranı üzerinde pozitif etkileri olduğunu göstermektedir. Nakit oran, adil değer üzerinde negatif etkiler gösterirken,



piyasa değeri ve fiyat/kazanç oranı üzerinde karışık etkileri olduğunu göstermektedir.

## **6.Fonksiyon Yorum: RİSK-DEĞERLEME**

Toplam borç/toplam sermaye oranının adil değer üzerinde pozitif, piyasa değeri üzerinde negatif etkileri söz konusudur. Altman Z skoru piyasa değeri üzerinde pozitif etkiler gösterirken, finansal kaldıraç adil değer üzerinde negatif etkiler göstermektedir.

## **7. Genel Yorum:**

Kanonik korelasyon analizi sonuçları çerçevesinde elde edilen çapraz yükler; bağımsız değişkenlerin (örneğin, finansal oranlar ve kaldıraç) ve bağımlı değişkenlerin (örneğin, kârlılık ve piyasa değeri) arasındaki ilişkilerin kompleks ve çeşitlilik gösterdiğini işaret etmektedir. Özellikle, likidite ve nakit oranları için genellikle pozitif etkiler gözlemlenirken,, toplam borç/toplam sermaye oranı ve Altman Z skoru için daha heterojen etkiler tespit edilmiştir.

Elde edilen sonuçlar firmaların finansal performans göstergeleri ve piyasa değerlerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Örneğin, borç oranının artmasıyla yüksek finansal kaldıraç genellikle aktif kârlılığı desteklerken, faaliyet kâr marjını ise negatif etkilemektedir. Benzer şekilde, likidite oranlarının yönetimi, firma verimleri ve piyasa değerlerini üzerinde etkileri söz konusudur.

## **5. SONUÇ**

Bu araştırmada, Borsa İstanbul'da işlem gören firmaların likidite, risk, kârlılık ve firma değeri arasındaki karşılıklı etkileşimleri kanonik korelasyon analizi yöntemiyle incelenmiştir.. Sonuçlar, bu değişkenler arasındaki ilişkilerin karmaşık ve çok yönlü olduğuna işaret etmektedir. Bunun için 15.03.2024 tarihi itibarıyla Borsa İstanbul'da hisse senetleri işlem gören 549 firmaya ait finansal rasyolar elde edilmiştir.

İlk olarak kârlılık ve risk ilişkisi yorumlanabilir. Araştırma, toplam borç/toplam sermaye oranı ve Altman Z skorunun aktif kârlılık ve faaliyet kâr marjı üzerinde negatif etkileri olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte, finansal kaldıraç aktif kârlılığı artırırken, faaliyet kâr marjını azaltmaktadır.

Bir diğer yönden aktif kârlılığın piyasa değeri üzerinde negatif bir etkisi saptanırken, adil değer ve fiyat/kazanç oranı üzerinde pozitif etkileri tespit

edilmiştir. Faaliyet kâr marjı, adil değer üzerinde negatif, bununla birlikte, fiyat/kazanç oranı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Ayrıca, likidite oranının aktif kârlılık üzerinde pozitif etkisi bulunurken, cari oran ve nakit oran genellikle negatif etkiler göstermektedir. Faaliyet kâr marjını likidite oranı olumsuz, nakit oranı ise olumlu etkilemektedir.

Araştırma sonuçları cari oranın; toplam borç/toplam sermaye oranı, Altman Z skoru ve finansal kaldıraç üzerinde pozitif etkilerini işaret ederken, likidite oranının etkileri genellikle negatif olarak gözlemlenmiştir. Nakit oran ise heterojen etkiler göstermektedir.

Bunun yanı sıra cari oran, adil değer ve piyasa değeri üzerinde, likidite oranı ise fiyat/kazanç oranı üzerinde pozitif etkiler bulundurmaktadır. Nakit oran, adil değer üzerinde negatif, piyasa değeri ve fiyat/kazanç oranı üzerinde heterojen etkiler bulundurmaktadır.

Son olarak toplam borç/toplam sermaye oranı adil değer üzerinde pozitif, piyasa değeri üzerinde negatif etkiler, Altman Z skoru piyasa değeri üzerinde pozitif etkiler sunduğu ifade edilebilir. Finansal kaldıraç ise adil değeri negatif etkilemektedir.

Genel olarak, araştırmanın bulgularının, firmaların finansal performans göstergeleri ile piyasa değerleri arasındaki ilişkilerin ne kadar çeşitli ve karmaşık olduğunu işaret ettiği ileri sürülebilir. Sonuçlar, işletmelerin finansal yönetim stratejilerini geliştirirken dikkate alması gereken önemli noktaları ön plâna çıkarmaktadır. Firmaların likidite, risk ve kârlılık yönetimindeki etkenlik ve etkinlik düzeyi doğrudan değerlendirme göstergelerine yansımakta ve bu da yatırımcıların ve yöneticilerin karar alma süreçlerinde kayda değer bir rol oynamaktadır.

## KAYNAKÇA

Başaran, E. (1998). \*Kanonik korelasyon analizi ve bir uygulama\* (Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Hotelling, H. (1936). Relations between two sets of variates. *Biometrika*, 28(3/4), 321-377. <https://doi.org/10.1093/biomet/28.3-4.321>

Investing Pro Plus Veri Tabanı. (2024). [www.investing.com](http://www.investing.com). Retrieved March 15, 2024, from <https://www.investing.com>

Jang, S., Hu, C., & Bai, B. (2006). A canonical correlation analysis of e-relationship marketing and hotel financial performance. *Tourism and Hospitality Research*, 6(4), 241-250. <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050020>

Johnson, R. A., & Wichern, D. W. (2007). *Applied multivariate statistical analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.

Otieno, O. L., & Ngwenya, S. M. (2015). Bi-directional relationship between capital structure and financial performance of firms listed on the Nairobi Securities Exchange. *Corporate Ownership and Control*, 13(1), 327-340. <https://doi.org/10.22495/cocv13i1c2p1>

Rencher, A. C. (2002). *Methods of multivariate analysis* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

Salmi, T., Virtanen, I., & Yli-Olli, P. (1997). The generalized association between financial statements and security characteristics. *Scandinavian Journal of Management*, 13(1), 27-43. [https://doi.org/10.1016/S0956-5221\(96\)00037-2](https://doi.org/10.1016/S0956-5221(96)00037-2)

Simonson, D. G., Stowe, J. D., & Watson, C. J. (1983). A canonical correlation analysis of commercial bank asset/liability structures. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 18(2), 177-193. <https://doi.org/10.2307/2330904>



## BÖLÜM 7

### KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE FARKLILIK YÖNETİMİ: AFGANİSTAN ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

*M. YONOUS JAMI<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Bu çalışma Prof. Dr. İsmail Gökdeniz danışmanlığında M.Yonous JAMI tarafından Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ünde yürütülmekte olan doktora teziyle ilişkilidir.

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Email: yunusjami06@gmail.com ORCID ID: 0000-0002-9349-8017

## GİRİŞ

Hızla gelişen küresel ekonomide, işgücü farklılığı kavramı, kurumsal başarının anahtar bir faktörü olarak ortaya çıkmıştır. Çeşitlilik, yaş, cinsiyet, etnik köken, ırk, din, cinsel yönelim ve kültürel geçmiş gibi çeşitli boyutları içermektedir (Tung, R. L., & Wright, P. M., 2001). KOBİ'lerin farklılık yönetimi, günümüzün küreselleşen iş dünyasında giderek daha büyük bir önem kazanmaktadır. Çünkü KOBİ'ler, sınırlı kaynakları ve uzmanlıkları nedeniyle benzersiz zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Afganistan'da KOBİ'ler, ekonomide hayati bir rol oynamalarına rağmen, farklılık yönetimi konusunda etkili uygulamaları hayata geçirmekte önemli sosyal, kültürel ve politik engellerle karşılaşmaktadır. Afganistan Maliye Bakanlığı raporlarına göre 2020 yılı sonu itibariyle SİGTAS'a (Standard Integrated Government Tax Administration System) kayıtlı mikro işletmeler hariç, 218.226 adet küçük, orta ve büyük ölçekli işletmeler bulunmaktadır. Ayrıca 2020'de yalnızca küçük ve orta ölçekli işletmeler, hükümetin vergi gelirlerinin %30'undan fazlasını oluşturan yaklaşık 2.7 milyar Dolar vergi ödemiştir (MoFA, 2020). Afganistan Maliye Bakanlığı'nın bilgisine göre, ülke genelinde vergi gelirlerinin önemli kısmını sağlayan kayıtlı küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısı 29.750 adettir (MoFA, 2020).

## KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLI İŞLETMELER (KOBİ'LER) TANIMI

Gilmore'e (2013) göre, KOBİ'ler küresel olarak tüm işletmelerin %99'unu oluşturmaktadır. Dünya çapında, KOBİ'lere ilişkin birçok tanım olup, evrensel bir tanım yoktur ve var olan tanımlar da değişebilmektedir (Karadağ, 2015). Küçük ve Orta ölçekli işletmeleri (KOBİ) tanımlamak oldukça zor olduğundan, farklı akademisyenler bu kavramı dünyanın farklı yerlerinde farklı şekillerde açıklamıştır (Sitharam ve Hoque, 2016). KOBİ'lerin tanımı, ülkelere, endüstrilere, kuruluşlara, ajanslara ve akademik topluluklara göre değişebilmektedir (Cahyaningtyas & Ningtyas, 2020).

Bu noktada KOBİ'nin tanımında yaygınlıkla kullanılan bir kriter işgücü sayısıdır (İbrahim, 2012). Bununla birlikte bazı çalışmalarda ciro (Masato Abe vs., 2015) veya varlıklar (Xueyuan 2011) gibi finansal değişkenlere dayalı olarak ta tanımlanmaktadır. Bunların yanında Wang (2010), Robson ve Freel (2015) çalışmalarında farklı sektörlerde farklı KOBİ tanımlarının kullanılabilirliğini ifade etmiştir. Karadağ (2015) tarafından belirtildiği gibi, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'ler) tanımı evrensel değildir ve değişime tabidir.

Zaied ve Mohmed (2020) tarafından belirtildiği gibi, Avrupa Komisyonu KOBİ'leri iki kategoriye ayırır: her biri 50'den az çalışana sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmeler. KOBİ'lerin göreceli niteliği, Oye-

kan (2022) tarafından vurgulandığı gibi, evrensel bir tanım eksikliği olarak yansımaktadır. Her ne kadar bir ortak tanım olmasa da KOBİ'lerin istihdam ve ekonomik genişlemeye katkı sağlayan önemli aktörler olduğu kabul edilmektedir.

Ayrıca, farklı kuruluşlar KOBİ'leri bağlamalarına göre farklı tanımlamıştır. Çalışan sayısı, küresel bağlamda KOBİ tanımı için temel kriterlerden biridir. Örneğin, mevcut Dünya Bankası Grubu tanımı “300’e kadar çalışanı olan ve toplam yıllık satışları 15 milyon ABD Dolarına kadar olan işletmeleri kapsamaktadır” şeklindedir (Durst vs., 2022).

Avrupa Birliği, KOBİ'yi 500’den fazla çalışanı olmayan yasal olarak bağımsız bir işletme olarak tanımlamıştır (Zaied ve Mohmed, 2020).

Afganistan’da KOBİ’lerin tek tip bir tanımı yoktur (MOFA, 2020). KOBİ Finans Bankaları, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Maliye Bakanlığı ve Afganistan Merkez Bankası KOBİ’leri farklı şekillerde tanımlamıştır.

Örneğin, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, KOBİ’yi çalışan sayısına ve toplam üretken varlık sayısına göre tanımlamaktadır.

Maliye Bakanlığı, kriter olarak yalnızca toplam varlık sayısını kullanır. Afganistan İstatistik Bürosu sadece çalışan sayısını dikkate almaktadır. Afganistan Merkez Bankası’nın KOBİ tanımı ise, işin niteliği, çalışan sayısı, kullanılan sermaye miktarı ve yıllık net satış değerine dayanmaktadır. Afganistan Maliye Bakanlığı tarafından yapılan yönergede KOBİ, belirlenen kriterler dahilinde, ürün ve hizmetleri tüketicilerin yararına sunan işletme veya şirket olarak tanımlanmıştır.

## FARKLILIK YÖNETİMİ

Farklılık yönetimi, organizasyonlarda çeşitli kültürel, sosyal, cinsiyet ve dil farklılıkları gibi farklılık unsurlarının etkin bir şekilde yönetilmesini ve bu farklılığın iş sonuçlarına pozitif katkı sağlamasını hedefleyen bir yaklaşımdır (Cox, 1991). Bu yönetim yaklaşımı, çalışanların farklı arka planlardan gelmelerini ve farklı perspektifler sunmalarını değerli kılarak organizasyonların rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olmaktadır (Ely & Thomas, 2001).

Farklılık yönetiminin önemli unsurlarından biri, organizasyon içindeki kültürel çeşitliliğin tanınması ve değerlendirilmesidir (Ferdman & Deane, 2014). Bu, çalışanların kültürel farklılıklarını ifade edebilecekleri bir ortamın oluşturulmasını ve bu farklılıkların güçlü yanlarını kullanarak işbirliği ve yaratıcılığı teşvik etmeyi içermektedir. Aynı zamanda, farklılık yönetimi, ayrımcılığın ve önyargının önlenmesini ve adil bir çalışma ortamının sağlanmasını da içermektedir (Harrison et al., 1998).

Farklılık yönetimi, liderlik ve yönetimde de önemli bir rol oynar (Jehn et al., 1999). Liderlerin ve yöneticilerin farklılık konusunda duyarlı olmaları, ekip üyelerinin farklı ihtiyaçlarına ve perspektiflerine saygı göstermeleri ve bu farklılığı etkin bir şekilde yönetmeleri gerekmektedir. Ayrıca, farklılık yönetimi stratejileri ve uygulamaları, eğitim ve gelişim programlarıyla desteklenerek çalışanların farklılık konusunda farkındalıklarının artırılması sağlanabilmektedir.

## FARKLILIK KAVRAMI VE BOYUTLARI

Farklılık araştırmaları çok geniş bir alandır ve tanımına ilişkin literatürde çok az fikir birliği bulunmaktadır (Köllen, 2019). Farklılık, diğerleri arasında ötekilik (Ashikali & Groeneveld, 2015), benzemezlik, insanlar arasındaki her türlü ayırmadan ortaya çıkan bireysellik (Aretz ve Hansen, 2004) olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlar farklılıkları ifade eder. Farklılığa odaklanma, farklılıkların faydadan çok soruna neden olduğu varsayımıyla açıklanmaktadır (Gardenswartz ve Rowe, 2003). Günümüz bağlamında, farklılık toplumsal ve kurumsal başarının kritik bir bileşeni olarak giderek daha fazla tanınmaktadır (Tang vd., 2017). Araştırmalar sürekli olarak, farklı ve kapsayıcı ortamların yaratıcılığı, yeniliği ve daha iyi karar verme süreçlerini teşvik ettiğini göstermektedir. Farklılığı aktif olarak destekleyen organizasyonlar, farklı bakış açılarından faydalanarak, sürekli değişen küresel ortamda problem çözme becerilerini ve uyum kabiliyetini artırma potansiyeline sahiptir (Nweiser, M. and Dajnoki, K., 2022).

Farklılığa ilişkin başka bir görüş, insanlar arasındaki benzerlikleri içerir (R. R. Thomas, 1996). Bununla birlikte, her tanım da farklılık araştırmalarına sayısız faktörün dahil edilebileceğini göstermektedir. “Farklılık herkesi kapsar” tanımı (Thomas Jr, 1992), farklılık teriminin ne derece şekilsiz olduğunu vurgular. Bu nedenle, bu geniş alanı sınırlamak gerekmektedir. Farklılık üzerine yayınlar, boyutlarının farklı sistemleştirmelerini göstermektedir (Vedder, 2006). Farklılığın hangi boyutta olacağı sorusu sınırları belirler. Böylece farklılık sistemli hale gelmiş olur. Farklılığın boyutlarını ikiye ayırabilmektedir (Ashikali & Groeneveld, 2015). Birinci ve ikincil boyutlar. Birincil boyut, doğuştan gelen ve/veya sosyalleşmenin erken aşamasında edinilen ve kişinin hayatı boyunca devam eden bir etkiye sahip olan altı özellikten oluşur: yaş; etnik köken; Cinsiyet; fiziksel yetenekler/nitelikler; ve cinsel yönelim (Ashikali & Groeneveld, 2015). Birincil boyut hem kendi imajını hem de dünya görüşünü şekillendiren çeşitliliğin temel unsurlarını temsil etmektedir.

İkincil boyutlar ise birincil boyutlardan daha az belirgindir. İkincil boyut, yaşam boyunca edinilen özellikleri içerir. Değişen ve gelişen özelliklere sahiptirler. Örneğin eğitim, iş deneyimleri, gelir, medeni du-



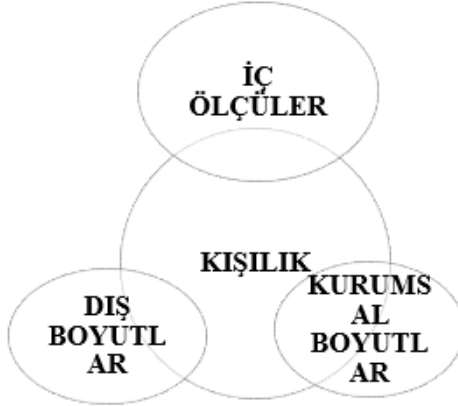
rum ve dil vb. ikinci boyutların listesi sonsuzdur (Ashikali & Groeneveld, 2015).

Gardenswartz ve Rowe (2003), Loden ve Rosener'in (1991) farklılık boyutlarını genişlettiler ve dört boyut belirlediler:

- Kişilik
- İçsel boyutlar
- Dışsal boyutlar
- Kurumsal boyutlar

Kişilik çekirdektir ve diğer tüm karmaları etkiler. Kişilik bir insanı benzersiz kılar. İçsel boyutlar, cinsiyet ve engellilik gibi olguları içerir ve birey tarafından değiştirilemez. Dışsal boyutlar, insan yaşamı boyunca hayatını şekillendirir. Bunlar, aile durumu, gelir veya eğitim gibi sosyal faktörleri veya yaşam deneyimlerini içerir. Kurumsal boyutlar iş yeri ile sınırlıdır ve hiyerarşik statü ve görev süresini içerir. Bu dört boyut birbiriyle ilişkilidir ve her insanın farklılık filtresini oluşturmaktadır (Gardenswartz & Rowe, 2003). İnsanların temel ihtiyaçları ortak olsa da ve benzer deneyimler yaşasalar da farklıdırlar. Bu farklılıkların beklentiler, görevler hakkındaki görüşler ve iş yerinde iş birliği üzerinde etkisi vardır.

Araştırmacılar, insanların her bir kişinin benzersiz farklılık filtresini anlaması halinde, etkileşimde bulunmanın ve diğer insanların beklenti ve davranışlarına uygun şekilde tepki vermenin daha kolay olacağını öne sürerler (Gardenswartz & Rowe, 2003).



Şekil 2-1: Farklılığın Dört Katmanı (Gardenswartz & Rowe, (2003), İç ve Dış Boyutlar Loden & Rosener tarafından (1991) Uyarlanmıştır.

Farklılık üzerine başka bir araştırmada, temel unsurlar olarak aşağıdaki boyutlar sıralanmaktadır: yaş; cinsiyet, fiziksel yetenekler/nitelikler/

engellilik; etnik köken/ milliyet/ kültür; cinsel yönelimler ve din (Stuber, 2002).

*Tablo 2-1: Farklılık araştırmasında kapsanan farklı boyutların sentezlenmiş bir incelemesini sunar.*

Cinsiyet	Oakely, 2000
İrk/ Etnik köken	Riordan, Shore, 1997
Milliyet	Kearney, Diether, 2009
Kültür	Laurent, 1983
Eğitim	Bantel, Jackson, 1989
Yaş	Perry, Simpson, NicDomhnaill, Siegel, 2003
Engellilik	Olkin, 2002
Değerler	Jehn, Chadwick, Thatcher, 1997
Din	Hicks, 2002
Medeni hal	Price, Harrison ve Gavin, 2006

## **KOBİ'LERDE FARKLILIĞI VE KATILIMI TEŞVİK ETMEYE YÖNELİK STRATEJİLER**

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ'ler), farklılık zorlukları aşmak için çeşitli stratejiler benimseyerek farklılığı teşvik etmeyi ve katılımı artırmayı hedefleyebilmektedir. Öncelikle, üst yönetimden gelen destek ve liderlik taahhüdü, farklılığı teşvik eden ve katılımcı bir organizasyon kültürünün oluşmasında son derece önemlidir. (Pless & Maak, 2004). Bu, liderlerin farklılığı aktif olarak savunmasını, bunu şirketin misyonu ve değerlerine entegre etmesini ve ilerlemeden kendilerini sorumlu tutmasını gerektirmektedir (Kochan et al., 2003).

Kapsayıcı bir işyeri kültürü yaratmak, farklılığı teşvik etmenin bir diğer kritik yönüdür. KOBİ'ler açık iletişimi teşvik ederek, mentorluk ve ağ kurma programları oluşturarak ve çalışanların katılımı ve işbirliği için fırsatlar sunarak kapsayıcılığı teşvik etmektedir (Pless & Maak, 2004). Farklılık eğitimi ve duyarlılık programları, çalışanların farklılığın önemi konusunda eğitilmesine, bilinçsiz önyargıların ele alınmasına ve kapsayıcı bir zihniyetin desteklenmesine yardımcı olabilmektedir (Richard & Johnson, 2001).

farklı yeteneklerin işe alınması ve elde tutulması, adil ve tarafsız işe alım uygulamaları uygulanarak, işe alım ağının çeşitli yetenek havuzlarını içerecek şekilde genişletilmesiyle ve rekabetçi ücret paketleri ve kariyer ilerleme fırsatları sunulmasıyla başarılabilmektedir (Kochan et al., 2003). Ay-

rica KOBİ'ler, farklı çalışan ihtiyaçlarını karşılamak için esnek çalışma politikaları ve iş-yaşam dengesi girişimlerini uygulamayı değerlendirebilmektedir (Pless & Maak, 2004).

Farklı tedarikçiler ve işletmelerle yapılan işbirlikleri ve ortaklıklar, KOBİ'lerdeki farklılığın entegrasyonuna daha fazla katkıda bulunabilmektedir. KOBİ'ler, tedarik zincirleri boyunca farklılığı benimseyerek itibarlarını artırabilir, sosyal açıdan bilinçli müşterileri çekebilir ve daha geniş toplum üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır (Kochan et al., 2003).

## **KOBİ'LERDE İŞGÜCÜ FARKLILIĞININ ETKİLERİ**

### **• Gelişmiş Yaratıcılık ve Yenilik**

KOBİ'lerde iş gücü farklılığının en önemli etkilerinden biri yaratıcılık ve yenilikçilik üzerindeki olumlu etkisidir (Nielsen, vd., 2009). farklılık içeren bir iş gücü, benzersiz bakış açılarına, deneyimlere ve problem çözme yaklaşımlarına sahip bireyleri bir araya getirmektedir (Jackson & Ruderman, 1999). Farklı geçmişlere sahip çalışanlar işbirliği yaptığında, farklı fikirlere katkıda bulunarak daha kapsamlı ve yenilikçi bir çözüm havuzuna yol açmaktadır (Tung, R. L., & Wright, P. M., 2001). Araştırmalar, farklılık gösteren ekiplerin, homojen ekiplere kıyasla çığır açan ürünler, hizmetler ve süreçler geliştirme olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir (Schneider, vd., 2000). Çeviklik ve yenilikçiliğin hayatta kalma ve büyüme için kritik öneme sahip olduğu KOBİ'lerde, farklılığa sahip bir iş gücü, yaratıcılığın desteklenmesinde ve sürekli iyileştirme kültürünün geliştirilmesinde değerli bir varlık haline gelmiştir.

### **• Geliştirilmiş Problem Çözme ve Karar Verme**

KOBİ'lerdeki çeşitli ekiplerin problem çözme ve karar verme süreçlerinde başarılı oldukları görülmüştür (Richard & Johnson, 2001). Farklı uzmanlık ve bakış açılarına sahip bireylerin varlığı, zorlukların ve fırsatların farklı açılardan kapsamlı bir analizine olanak tanımaktadır (Posthuma, vd., 2009). Bu bakış açısı farklılığı, KOBİ'lerin potansiyel tuzakları tespit etmelerine ve normalde gözden kaçabilecek alternatif çözümleri değerlendirmelerine olanak tanımaktadır (Tung & Wright, 2001). Ek olarak, farklılığa sahip ekipler yapıcı tartışmalara ve tartışmalara katılma eğilimindedir ve bu da daha bilinçli kararların alınmasına yol açmaya sebep olmuştur. Hızlı tempolu ve dinamik iş ortamlarında KOBİ'ler, değişen pazar koşullarına ve ortaya çıkan zorluklara daha etkili bir şekilde yanıt vermelerine olanak tanıyan bu gelişmiş sorun çözme yeteneğinden büyük ölçüde yararlanmaktadır (Jackson & Ruderman, 1999).

### **• Artan Çalışan Bağlılığı ve İş Memnuniyeti**

İşgücü farklılığı, KOBİ'lerde çalışan katılımını ve iş memnuniyetini olumlu yönde etkilemiştir (Pless & Maak, 2004). Çalışanlar kapsayıcı ve farklılığa sahip bir çalışma ortamı algıladıklarında kendilerini değerli, saygı duyulan ve benzersiz becerileri ve bakış açılarıyla katkıda bulunmaya teşvik edilmiş hissederler (Richard & Johnson, 2001). Bu tür olumlu deneyimler örgüte ait olma ve bağlılık duygusunu geliştirmektedir (Pless & Maak, 2004). Çalışanlar, seslerinin duyulduğunu ve fikirlerinin takdir edildiğini hissettiklerinde motive olma ve katılım gösterme olasılıkları daha yüksek olur; bu da daha yüksek üretkenlik ve daha düşük işten ayrılma oranlarıyla sonuçlanmaktadır (Singh, P., vd., 2002). KOBİ'ler genellikle küçük bir ekibin özveri ve çabalarına büyük ölçüde güvendiğinden, yüksek düzeyde çalışan memnuniyetini sürdürmek, uzun vadeli başarı için çok önemlidir (Richard & Johnson, 2001).

#### • **Organizasyonel İtibar ve Marka İmajı**

Farklılığı ve katılımı benimseyen KOBİ'lerin müşterilerin, çalışanların ve diğer paydaşların gözünde olumlu bir itibar ve güçlü bir marka imajı oluşturması muhtemeldir (Pless & Maak, 2004). Tüketiciler, farklılığa öncelik veren ve kapsayıcılık taahhüdünü sergileyen, sosyal açıdan sorumlu işletmelere giderek daha fazla değer vermektedir (Kochan et al., 2003). Farklılık ve adil istihdam uygulamalarına ilişkin itibar, daha geniş bir müşteri tabanının ilgisini çekebilir ve sadakatini ve marka savunuculuğunun artmasına yol açmaktadır (Kochan et al., 2003). Ayrıca, farklı ve kapsayıcı bir çalışma ortamına sahip KOBİ'ler, büyüme ve kişisel gelişim fırsatları arayan farklı geçmişlere sahip üst düzey yetenekleri çekerek potansiyel çalışanlar için daha çekici hale gelmiştir.

#### • **İş Performansı ve Finansal Sonuçlar Üzerindeki Etki**

KOBİ'lerde iş gücü farklılığının iş performansı ve finansal sonuçlar üzerindeki etkileri açıktır (Kochan et al., 2003). Çok sayıda çalışma, farklılık ile kurumsal performans ölçümleri arasında pozitif bir korelasyon olduğunu göstermiştir (Tharenou, vd., 1994). Farklılık gösteren KOBİ'ler genellikle pazardaki belirsizlikler ve aksaklıklarla başa çıkma konusunda daha uyumlu, çevik ve dirençlidir (Kochan et al., 2003). Daha yüksek düzeyde yenilik ve üretkenlik elde etme eğilimindedirler, bu da rekabet edebilirliğin ve kârlılığın artmasına yol açmaktadır (Tung & Wright, 2001). Ayrıca farklılık, müşteri anlayışını ve yanıt verme yeteneğini daha iyi hale getirerek KOBİ'lerin ürün ve hizmetlerini farklı pazarların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde uyarlamasına olanak tanımıştır (Kochan et al., 2003). Sonuç olarak iş gücü farklılığı, KOBİ'lerin sürdürülebilir büyümesine ve başarısına katkıda bulunan stratejik bir avantaj haline gelmiştir (Tung & Wright, 2001).

KOBİ'lerdeki farklılık yönetimi etkileri geniş kapsamlı ve dönüştürücüdür. Yaratıcılığı ve yenilikçiliği teşvik etmekten problem çözme yeteneklerini geliştirmeye, çalışanların katılımını artırmaya ve daha iyi iş performansı sağlamaya kadar farklılık, küçük ve orta ölçekli işletmeler için başarının temel itici gücüdür. Farklılığın gücünü benimseyen ve bundan yararlanan KOBİ'ler, küreselleşmiş ve hızla değişen iş ortamında kendilerini uzun vadeli rekabet gücü ve büyüme için konumlandırmıştır. KOBİ'ler, farklılığa sahip bir iş gücünün faydalarını tanıyarak ve en üst düzeye çıkararak, yalnızca çalışanlarını güçlendirmekle kalmayıp aynı zamanda olumlu toplumsal etkiler yaratan ve sosyal açıdan sorumlu ve ilerici kuruluşlar olarak itibarlarını şekillendiren kapsayıcı kültürler oluşturabilmektedir.

## AFGANISTAN VE KÜLTÜRÜ

“Afgan” terimi, Afganistan’da doğmuş veya Afgan soyundan gelen ve ülkenin anayasasında tanımlandığı üzere resmi vatandaşı olan her bireyi temsil etmektedir (Mujtaba, 2019). Afganistan, farklı geçmişlere sahip insanların yaşadığı bir ülkedir ve bazı etnik gruplar arasında Puştunlar, bulunmaktadır. Puştunlar ve Tacikler, Afganların en büyük gruplarını oluşturur (Mujtaba, 2013). Afganistan’da 20’den fazla farklı dil konuşulmaktadır ve bunların başında Afganların en az %60’ının konuştuğu Farsça ve en az %38’inin düzenli olarak konuştuğu Peştuca yer almaktadır (Mujtaba, 2013). Bununla birlikte, hemen hemen tüm Afganlar ya Farsça ya da Peştuca konuşmaktadır.

Tarihsel olarak, Afganistan’da yaklaşık 2,5 milyon Kuchi (göçebe) bulunmaktadır ve mevsim değiştikçe ülkenin farklı bölgelerine yüzlerce kilometre seyahat etmektedirler (Mujtaba, 2019). Göçebeler, bilgiyi bir yerden bir yere getirme ve aktarma konusunda önemli bir role sahiptir; ancak, modern teknolojinin ortaya çıkmasıyla birlikte, bilgi aktarma rolleri azalmıştır (Mujtaba, 2013).

Afganistan’da nüfusun yaklaşık %99’u tarafından uygulanan İslam baskın dindir ve diğer %1’lik azınlık dinler arasında Hindular, Hıristiyanlar, Yahudiler ve Budistler bulunmaktadır (Mujtaba, 2013).

Kültürel boyutlar açısından, Afganistan’ın genel kültürü bireysellik konusunda düşük, güç mesafesi konusunda yüksek, erkeklik konusunda yüksek, belirsizlikten kaçınma konusunda yüksek ve kısa vadeli yönelim konusunda düşük olma eğilimindedir (Mujtaba, 2007).

Afganlar genellikle grup odaklıdır ve liderler, toplumdaki statü ve unvanlarını önemserler (Mujtaba, 2013). Afganistan, erkek egemen bir toplumdur ve erkeklerin aile geçimini sağlamak için iddialı olmaları beklenir (Mujtaba, 2013) Afganların çoğu, belirsizlikten kaçınma eğiliminde-

dir, ancak küresel girişimciliğin artmasıyla ve hesaplanmış risklerin daha sık alınmasıyla bu özellik değişebilmektedir. Afganlar, inançları, değerleri, onurları, aile ilişkileri ve sadakatleri konusunda uzun vadeli düşünme eğilimindedirler. Cavico ve Mujtaba, 2011).

Afganistan, etnik kökenlere rağmen, kolektif bir kültüre sahiptir ve farklı etnik gruplardan insanları grup düşüncesine şartlandırma eğilimindedir (Mujtaba, 2013). Farklılık bilinci, etnik olarak farklı olan Afganların kültürel farklılıklar bağlamında uyumlu bir şekilde çalışmalarına ve böylece sinerjik sonuçlar elde etmelerine yardımcı olabilmektedir (Mujtaba, 2019). Ancak, farklılık bilincinin eksikliği ve farklılığa saygı eksikliği, olumsuz sinerjiye yol açabilmektedir (Mujtaba, 2019). Farklılık bilincinin eksikliği ve çeşitliliğe saygı eksikliği olumsuz sinerjiye yol açabilirken, farklılık yönetimi becerilerine sahip heterojen ekiplerin, karmaşık işlerde ve kararlarda daha üretken olma eğiliminde olduğu görülmüştür (Mujtaba, 2007).

Afganistan'da çeşitlilik nedeniyle ortaya çıkan çatışmaların çoğu, genellikle yanlış bilgi ve kalıp yargılardan kaynaklanmaktadır (Mujtaba, 2019). Örneğin, Dari dili konuşanlar Afganistan'daki Peştuca konuşanlar hakkında yanlış bilgiye sahip olabilir ve bunun tersi de zamanla bu düşünceler diğer gruplar hakkında ön yargılara ve klişelere dönüşebilmektedir. Afganistan'da iyi yönetilmeyen farklılık, farklı görüşlere sahip insan grupları arasında yanlış iletişim, zorbalık, çatışma ve güvensizliğe yol açabilmektedir (Mujtaba, 2013).

## **AFGANİSTAN'DAKİ KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE FARKLILIK YÖNETİMİ**

Betimsel bir saha araştırmasını kapsayan bu çalışma, nicel bir araştırmadır. Bu doğrultuda, Afganistan'ın Herat ilindeki KOBİ niteliğindeki işletmelerin çalışan ve yöneticileriyle yüz yüze anket gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 200 kişiye anket uygulanarak birincil veriler toplanmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, Afganistan'daki farklılık yönetimi uygulamalarını incelemektir. Diğer bir ifadeyle çalışmada, Afganistan'daki küçük ve orta ölçekli işletmelerde farklılık yönetimi uygulamalarının neler olduğunu ve özellikle farklılık yönetimi bakımından eksik olunan veya yeterince farkında olunmayan uygulamaları belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında Afganistan'daki KOBİ'lerin yönetici ve çalışanlarından farklılık yönetimi uygulamaları hakkında birincil veriler elde edilecektir. Katılımcılar, Afganistan'ın batı bölgesinde resmi bir farklılık yönetimi stratejik eylem planı ve ticari hizmet operasyonları olan KOBİ'lerin yönetici ve çalışanlarından oluşacaktır. Potansiyel sosyal değişim, liderlerin ve yöneticilerin, içerme, açıklık ve farklılık gibi bir organizasyon kültürünü geliştirmelerine yardımcı olup iş-

yerindeki etnik azınlıklar için kariyer gelişimi ve istihdam fırsatlarını teşvik edebilir ve böylece yerel toplulukların ekonomik ve sosyal büyümesini destekleyecektir.

Çalışmada verilerin toplanması, analizi ve yorumlanması tezin üçüncü bölümünde yer almıştır. Anketler istatistik paketi (SPSS 20.0) kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler farklılık yönetimi ve boyutlarıyla ilgili çalışanların algısını ortaya koymaktadır. Metinde verilen bilgilere göre, ölçeğin normallik ve güvenilirlik analizleri yapılmış ve ölçeğin güvenilirlik düzeyinin mükemmel olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, Likert tipi ölçeğin normal dağılıma uygunluğu da değerlendirilmiş ve normallik değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada işyerinde farklılığa yönelik faktör analizi yapılmış ve belirlenen faktörler şunlardır: farklılıklara yönelik tutum ve süreçler, terfi ve kariyer yönetimi, bireysel dahil hissetme, kurumsal kapsayıcılık, işe alma ve fırsat eşitliği, paylaşım ve kabul, dışlama. Her bir faktör için normallik ve güvenilirlik analizleri yapılmış ve alt faktörlerin güvenilirlik düzeyinin iyi olduğu belirlenmiştir.

Ayrıca, araştırmaya katılan çalışanların sosyo-demografik bilgileri ve ölçeklerdeki ifadelerle verdikleri cevaplarla elde edilen bulgular da sunulmuştur. Cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, çalıştığı sektör ve deneyim süresi gibi faktörlere ilişkin katılımcı bilgileri frekans ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur.

## SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Afganistan, son yıllarda ekonomik, siyasi ve sosyal olarak zorlu bir dönem geçirmiştir. Bu nedenle, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) ülke ekonomisi için büyük bir önem taşımaktadır. KOBİ'ler, istihdam yaratma, yerel ekonomileri canlandırma ve geliştirme, yenilikçilik ve girişimcilik açısından önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, Afganistan'daki KOBİ'lerin çoğu, sınırlı kaynaklara, yetersiz yönetim becerilerine, kısıtlı pazarlara erişime ve diğer zorluklara maruz kalmaktadır. Bu nedenle, farklılık yönetimi Afganistan'daki KOBİ'ler için önemli bir konudur.

Afganistan'daki KOBİ'lerde farklılık yönetimi konusunda bazı öneriler sunulmuştur.

Çok kültürlü çalışanlarla çalışırken farkındalık geliştirme, Afganistan, farklı etnik gruplardan ve kültürlerden oluşan bir ülkedir. Bu nedenle, KOBİ'lerin birçok farklı kültürden çalışanları olabilmektedir. Bu durumda, KOBİ'lerin farklılıkları kabul etmeleri ve herkesin kültürüne saygı duymaları gerekmektedir.

Çalışanların farklılıklarına saygı gösterme, KOBİ'lerin çalışanların farklılıklarına saygı göstermeleri önemlidir. Çalışanlar, farklı inançlardan, kültürlerden ve cinsiyetlerden olabilmektedir. KOBİ'lerin çalışanların ihtiyaçlarını ve görüşlerini dinlemeleri, karar verme sürecine katılmalarına izin vermeleri ve onların farklılıklarına saygı göstermeleri gerekmektedir. Bu, çalışanların motivasyonunu artırabilir ve iş yerinde pozitif bir atmosfer oluşturabilmektedir.

**Farklılık yönetimi politikaları oluşturma**, KOBİ'lerin farklılık yönetimi politikaları oluşturmaları gerekmektedir. Bu politikalar, çalışanlar arasındaki farklılıkları kabul etmek, hoşgörü ve saygıyı teşvik etmek için tasarlanabilir. KOBİ'ler, farklılık yönetimi politikalarını açıkça belirleyebilir, çalışanlarla paylaşabilir ve uygulanmasını sağlayabilir. Bu politikalar, ayrımcılığı önlemek, eşitliği teşvik etmek, farklılıkları kabul etmek ve çalışanların ihtiyaçlarını karşılamak için tasarlanabilmektedir.



## References

- Aretz, H. J. (2004). Economic liberalism, postmodern diversity-management in firms and the spirit of capitalism. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, 29, 3-23.
- Ashikali, T. and Groeneveld, S. (2015). Diversity management for all? an empirical analysis of diversity management outcomes across groups. *Personnel Review*, 44(5), 757-780. <https://doi.org/10.1108/pr-10-2014-0216>
- Cahyaningtyas, F., & Ningtyas, M. N. (2020). The use of outsourced accounting service and its impact on SMEs performance. *JABE (Journal of Accounting and Business Education)*, 4(2), 79-97.
- Cox, T. H., & Blake, S. (1991). Managing cultural diversity: Implications for organizational competitiveness. *Academy of Management Executive*, 5(3), 45-56.
- Durst, S., Foli, S., & Eðvarðsson, I. R. (2022). A systematic literature review on knowledge management in smes: current trends and future directions. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00299-0>
- Ely, R. J., & Thomas, D. A. (2001). Cultural diversity at work: The effects of diversity perspectives on work group processes and outcomes. *Administrative Science Quarterly*, 46(2), 229-273.
- Freel, M. S., & Robson, P. J. (2004). Small firm innovation, growth and performance: Evidence from Scotland and Northern England. *International small business journal*, 22(6), 561-575.
- Ferdman, B. M., & Deane, B. R. (2014). *Diversity at work: The practice of inclusion*. John Wiley & Sons.
- Gilmore, A., McAuley, A., & Gallagher, C. D. *Sme/Entrepreneurial Research: A Study Of How Smes Are Defined And Methods Used In Leading Sme Marketing & Entrepreneurship JOURNALS*. at the Marketing/Entrepreneurship Interface, 37.
- Gardenswartz, L. ve Rowe, A. (2003). *Diverse teams at work: Capitalizing on the power of diversity*. Alexandria: Society for Human Resource Management.
- Harrison, D. A., Price, K. H., & Bell, M. P. (1998). Beyond relational demography: Time and the effects of surface- and deep-level diversity on work group cohesion. *Academy of Management Journal*, 41(1), 96-107.
- Jehn, K. A., Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (1999). Why differences make a difference: A field study of diversity, conflict, and performance in workgroups. *Administrative Science Quarterly*, 44(4), 741-763.
- Jackson, S. E., & Ruderman, M. N. (1999). *Diversity in work teams: Research paradigms for a changing workplace*. Washington, DC: American Psychological Association.

- Köllen, T. (2019). Diversity management: a critical review and agenda for the future. *Journal of Management Inquiry*, 30(3), 259-272. <https://doi.org/10.1177/1056492619868025>
- Kochan, T., Bezrukova, K., Ely, R., Jackson, S., Joshi, A., Jehn, K., ... & Thomas, D. (2003). The effects of diversity on business performance: Report of the Diversity Research Network. *Human Resource Management*, 42(1), 3-21.
- Karadağ, H. (2015). Financial management challenges in small and medium-sized enterprises: a strategic management approach. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 5(1), 26-40. <https://doi.org/10.5195/emaj.2015.67>
- Loden, M. ve Rosener, J. B. (1991). *Workforce America! Managing employee diversity as a vital resource*. Burr Ridge and New York: Irwin.
- Masato Abe & Michael Troilo & Orgil Batsaikhan, 2015. "Financing small and medium enterprises in Asia and the Pacific," *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, Emerald Group Publishing Limited, vol. 4(1), pages 2-32, April.
- Mujtaba, B. G. (2019). Diversity Management and Inclusion in Afghanistan. In *Diversity within Diversity Management: Country-based Perspectives* (pp. 373-389). Emerald Publishing Limited.
- Mujtaba, B. G. (2013). Ethnic diversity, distrust and corruption in Afghanistan: Reflections on the creation of an inclusive culture. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 32(3), 245\_261.
- Mujtaba, B. G. (2010a). *Workplace diversity management: Challenges, competencies and strategies* (2nd ed.). Davie, FL: ILEAD Academy Publications.
- Mujtaba, B. G. (2010b). Bribery, narcissism and anti-corruption policies for promoting a socially responsible business climate. *Proceedings of 2nd International Conference of South Asia Chapter of AGBA*. July 18\_23, 2010. Bhurban, Pakistan.
- Mujtaba, B. (2007). *Workforce diversity management: Challenges, competencies and strategies* (pp. 207-229). Llumina Press.
- Ministry Of Finance Afghanistan. (2020). *Afghanistan national peace and development framework (ANPDF II) 2021 to 2025*, <https://reliefweb.int/attachments/9224ebda-3514-3ea3-9b3a2ee61733c793/ANPDF%20II-%20Final%20Version-English.pdf>
- Nielsen, K., & Munir, F. (2009). How do transformational leaders influence followers' affective well-being? Exploring the mediating role of self-efficacy. *Work & Stress*, 23(4), 313-329.
- Nweiser, M. and Dajnoki, K. (2022). The importance of workforce diversity management as a global imperative – a systematic review. *Oradea Journal of Business and Economics*, 7(2), 63-74. <https://doi.org/10.47535/1991o-jbe157>

- Oyekan, M. (2022). Social media marketing and small and medium enterprises (smes) in nigeria. *International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 9(11), 7343-7350. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v9i011.03>
- Ongori, H. (2007). A review of the literature on employee turnover. *African Journal of Business Management*, 1(3), 049-054.
- Pless, N. M., & Maak, T. (2004). Building an inclusive diversity culture: Principles, processes and practice. *Journal of Business Ethics*, 54(2), 129-147.
- Posthuma, R. A., & Campion, M. A. (2009). Age stereotypes in the workplace: Common stereotypes, moderators, and future research directions. *Journal of Management*, 35(1), 158-188.
- Richard, O. C., Murthi, B. P. S., & Ismail, K. (2007). The impact of racial diversity on intermediate and long-term performance: The moderating role of environmental context. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80(4), 753-772.
- Richard, O. C., & Johnson, N. B. (2001). Understanding the impact of human resource diversity practices on firm performance. *Journal of Managerial Issues*, 13(2), 177-195.
- Rothmann Jr, W., Coetzer, E. P., & Cilliers, F. V. N. (2007). Work-related well-being in the South African police service. *Acta Criminologica: Southern African Journal of Criminology*, 20(2), 86-101.
- Sitharam, S., & Hoque, M. (2016). Factors affecting the performance of small and medium enterprises in KwaZulu-Natal, South Africa. *Problems and perspectives in Management*, 14(2), 277-288.
- Stuber, M. (2002). Diversity Mainstreaming. *Personal*, 3(2002), 48-53.
- Schneider, K. T., Hitlan, R. T., & Radhakrishnan, P. (2000). An examination of the nature and correlates of ethnic harassment experiences in multiple contexts. *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 3-12.
- Singh, P., & Vinnicombe, S. (2002). Why so few women directors in top UK boardrooms? Evidence and theoretical explanations. *Corporate Governance: An International Review*, 10(3), 189-206.
- Thomas Jr, R. R. (1992). *Beyond race and gender: Unleashing the power of your total workforce by managing diversity*. New York: AMACOM
- Tharenou, P., Latimer, S., & Conroy, D. (1994). How do you make it to the top?: An examination of influences on women's and men's managerial advancement. *Academy of Management Journal*, 37(4), 899-931.
- Tung, R. L., & Wright, P. M. (2001). Are firms with greater ethnic diversity in management doing better? An empirical examination of ethnic diversity and performance. *Human Resource Management*, 40(4), 305-318.
- Tang, N., Zheng, X., & Chen, C. (2017). Managing chinese diverse workforce: toward a theory of organizational inclusion. *Nankai Business Review International*, 8(1), 39-56. <https://doi.org/10.1108/nbri-03-2016-0010>

- Vedder, G. (2006). Die historische Entwicklung von Diversity Management in den USA und in Deutschland. In G. Krell & H. Wächter (Eds.), *Diversity Management—Impulse aus der Personalforschung*. (pp. 1-23). Mering, München: Rainer Hampp Verlag.
- Xuedong, S., & Xueyuan, L. (2011). Small and medium enterprises' access to finance in china. *Small and medium enterprises (SMEs) access to finance in selected east Asian economies*
- Wang, J., Robson, P., & Freel, M. (2015). The financing of small firms in Beijing, China: exploring the extent of credit constraints. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(3), 397-416.
- Zaied, A. N. H. and Mohamed, S. (2020). Erp implementation road map for small and medium size enterprises (smes). *Journal of Intelligent Systems and Internet of Things*, 14-25. <https://doi.org/10.54216/jisiot.020102>

## BÖLÜM 8

### TR33 BÖLGESİNİN MARKALAŞMA DEĞERLERİ: COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER

*Arş. Gör. Feyza AYDIN ÇOLAKOĞLU<sup>1</sup>  
Dr. Öğr. Üyesi Dilşen ONSEKİZ<sup>2</sup>*

1 Uşak Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, UŞAK.  
ORCID: 0000-0003-3887-8073

2 Uşak Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, UŞAK.  
ORCID: 0000-0002-8361-8097

## 1. GİRİŞ

Coğrafi İşaret; kendine özgü bir veya birden fazla özelliği taşıyan, sınırları belli bir yöre, bölge, ülkeye ait ürünü bulunduğu/adı geçen/adıyla anılan saha ile birlikte bir marka, bir etiket, bir işaret haline getirme süreci olarak tanımlanabilir (Şahin, 2013:24). Coğrafi işaretleme uygulaması ile sınırlı belirli bir saha/alan/coğrafik bölge/yöre ile özdeşleşen ürün veya ürünlerin korunması, kalitesinin yok olmasının önlenmesi, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve geleceğe aktarılması bu ürün/ürünlerin marka haline getirilmesi ile hedeflenmektedir. Coğrafi işaretlemenin merkezinde yatan amacın yerel ürünlerin ve/veya yerel değerlerin korunması olduğu, bunun da resmi/yasal süreçle marka değeri olarak tescillenmesi ile gerçekleştirildiği ifade edilebilir.

19. yüzyılın sonlarında ilk defa ortaya konulan coğrafi işaretlerin ilk uygulaması ise 20. yüzyılın başında Fransa’da (Appellation D’origine Controlée-AOC-) gerçekleştirilmiştir (Suratno, 2004: 89). Ülkemizde tescilleme geçmişi 19. yüzyıllara dayanmakla birlikte (Şahin, 2013:25), kırılma noktası 1995 yılında yayınlanan 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname’dir. 24.06.1995 yılında çıkarılan 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname’sinin 3. Maddesinde coğrafi işaret, “belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretler” olarak tanımlanmış, “menşe adı” ve “mahreç işareti” olarak ikiye ayrılmıştır (ICC-Milletlerarası Ticaret Odası Türkiye Milli Komitesi, t.y). 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik’te menşe adı “bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması, tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını”; mahreç işareti ise “bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını” olarak tanımlanmıştır (ICC-Milletlerarası Ticaret Odası Türkiye Milli Komitesi, t.y)

Menşe adları sadece ait oldukları coğrafi bölgede üretilirken, mahreç işaretleri, ürünün özelliklerinden en az biri o yöreye ait olmakla birlikte, yöre dışında da üretilebilmektedir. Bu ikisinin dışında menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ancak geleneksel üretim veya işleme

yöntemi ya da geleneksel bileşimden kaynaklanması veya geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması şartlarından en az birini sağlayan ve ilgili ürünü piyasasında tarif etmek için geleneksel olarak en az 30 yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar “geleneksel ürün adı” olarak sınıflandırılmaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2021: 3). Menşe, mahreç veya geleneksel ürün işareti ayırımında tanımlanarak ve sınıflandırılarak tescil edilen coğrafi işaretler önemli sınai mülkiyet haklarıdır (Yörükoğlu ve diğerleri, 2024: 323) .

“Coğrafi işaretleme ile hedeflenen, ürünün kalitesinin korunması ve kırsal kalkınmaya destek olunmasının yanında söz konusu tescilin anonim bir nitelikte oluşu, kişiyi değil tescil kurallarına bağlı kalınarak üretim yapan tüm üreticilerin haklarını koruması itibarıyla de önemli bir uygulamadır. Böylelikle yöre halkını yerinde kalkındırmanın en önemli tedbirlerinden biri de alınmış olmaktadır. Bununla birlikte coğrafi işaretleme tüketici boyutuyla da önemli bir uygulamadır. Kalitesi koruma altına alınmış ve yöre adıyla olan ürün tüketici tarafından öncelikli olarak tercih edilmektedir” (Şahin, 2013: 35). Coğrafi işaret tescili gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri gibi ürün gruplarında olabilmektedir (Türk Patent Enstitüsü, 2018). Genellikle gıda ürünlerinin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Özellikle yerel ve geleneksel gıdalar gastronomi turizminin önemli ürünlerindedir. Turistler yöresel değerlerini koruyan ve ön plana çıkartan destinasyonlara daha fazla ilgi göstermektedir. Bu nedenle destinasyonlar daha fazla turist çekebilmek ve turizm gelirlerini daha fazla artırmak amacıyla yöresel ürünleri korumaya önem vermeye başlamışlardır. “Yöresel ürünlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması, yerelliğin dünya ile buluşması olarak ön plana çıkartılan coğrafi işaretleme uygulaması ile gerçekleştirilmektedir”. Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünler destinasyonlara turist çekmekte, yöresel ürün ve yemekleri deneyimlemek isteyen turistler destinasyonlara seyahat gerçekleştirmektedir (Hazarhun ve Tepeci, 2018: 371).

Coğrafi işaretler, ait olduğu bölgenin/yörenin/kentin en önemli marka değerlerindedir. Marka değerleri aynı zamanda bir kenti, marka kent olarak tanımlayabilecek veya marka kent olma sürecine yönlendirebilecek güçlü potansiyellerdir. Yüksek düzeyde ziyaretçi çekme potansiyeli bulunan ve cazibe merkezleri olan marka kentlerin “en önemli özellikleri ayırt edici yerel potansiyellerini ortaya çıkararak sürdürülebilir bir markalaşma stratejisi ortaya koyabilmek ve bunu başarılı bir performansla uygulayabilmektir” (Onsekiz, 2022: 37). Burada yerel potansiyelleri en iyi ifade eden ve temsil eden marka değerleri coğrafi işaretlerdir. Bu anlamda coğrafi işaretler ait olduğu bölgenin/kentin/yörenin tanıtımında, bir cazibe merkezi haline dönüşmesinde ve başta turizm olmak üzere bazı sektörlerin

canlandırılmasında ve bölge/yöre/kent ekonomisinin geliştirilmesinde etkin rol oynayabilecek baş aktörlerdir.

Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri bütünsel olarak bakıldığında yere özgü/yöresel ürünlerin ticarileşmesine olanak sağlaması, yöresinin istikrarlı göreceli fiyat düzeyi üzerinden gelir akışını sağlaması ile kırsal kalkınmanın önünü açması, yöresel dokunun bozulmasının engellenmesi ve olası bozulmanın önüne geçilmesi, kültürel mirasın korunması ve geleneksel bilginin sürekliliğinin sağlanması bakımından da çok önemli bir role sahip olduğu söylenebilir (Şentürk, 2011:1).

Bu çalışmada, hem bölge bütünü hem de bölgeyi oluşturan iller kapsamında TR33 Bölgesinde (Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak) tescilli coğrafi işaretli ürünler, menşe adı ve mahreç işareti ayırımında ele alınarak incelenmektedir (geleneksel ürün adıyla tescilli herhangi bir ürün bulunmamaktadır). TR33 Bölgesinin marka değerleri bölge bütünü, bölgeyi oluşturan iller ve ilçe ayrımlarında ortaya konulmaktadır. TR33 Bölgesinin geleceğe yönelik alınacak kararlarda, geliştirilmesi gerekli yönleri ve potansiyellerinin belirlenmesi hedeflenmektedir. Tescil tarihi 2024 yılının Nisan ayına kadar olan süreci kapsamaktadır. Çalışmada özgün olarak hazırlanan şekiller (grafikler ve harita) Türk Patent ve Marka Kurumunun Coğrafi İşaretler Portalından Afyonkarahisar<sup>1</sup>, Kütahya<sup>2</sup>, Manisa<sup>3</sup> ve Uşak<sup>4</sup> illeri için ayrı ayrı elde edilen veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

## 2. TR33 BÖLGESİNDE COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLER

Türk Patent ve Marka Kurumu verilerine göre; 2024 Yılı Nisan ayı itibariyle TR33 Bölgesinde 23 adet “menşe adı” ve 85 adet “mahreç işaretli” olmak üzere toplam 108 adet coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır (Şekil 1). TR33 Bölgesinde yer alan 4 il arasında coğrafi işaretli ürün sayısı

<sup>1</sup> Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Afyonkarahisar İli. Erişim Tarihi 26 Nisan 2024. <https://ci.turkpatent.gov.tr>

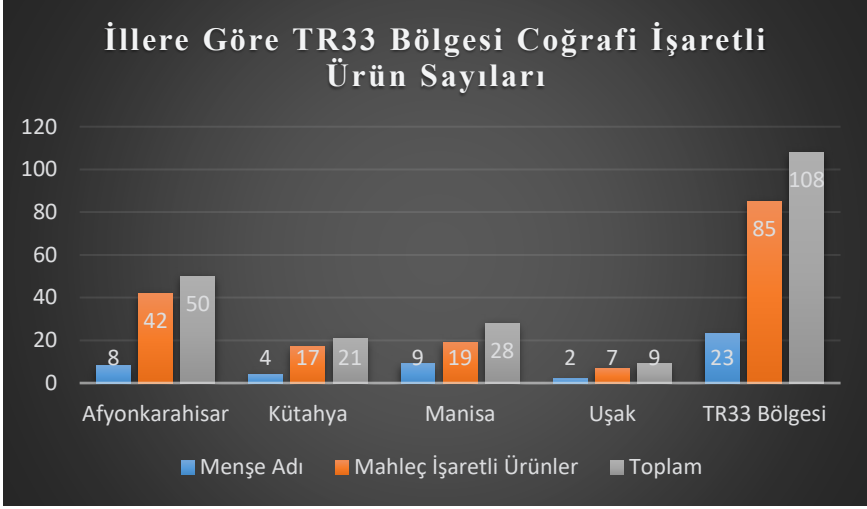
<sup>2</sup> Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Kütahya İli. Erişim Tarihi 27 Nisan 2024. <https://ci.turkpatent.gov.tr>

<sup>3</sup> Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Manisa İli. Erişim Tarihi 25 Nisan 2024. <https://ci.turkpatent.gov.tr>

<sup>4</sup> Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Uşak İli. Erişim Tarihi 23 Nisan 2024. <https://ci.turkpatent.gov.tr>

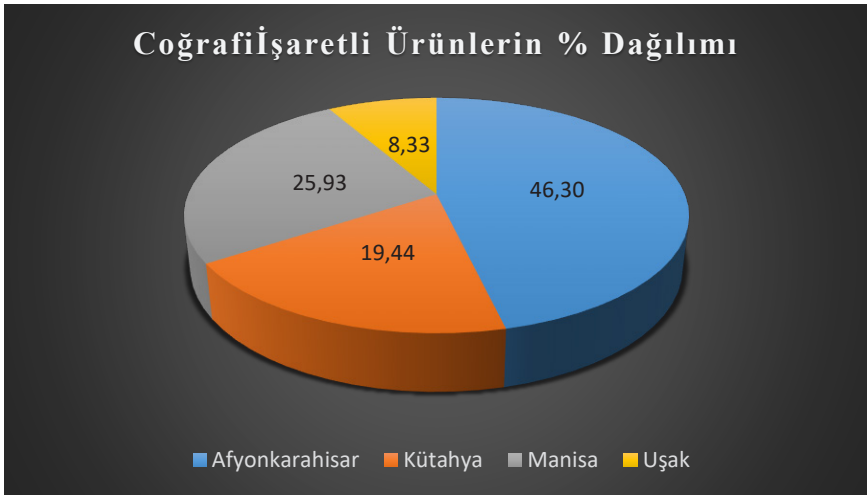


en fazla olan toplam il 50 adet ürün ile Afyonkarahisar gelmektedir. Afyonkarahisar 8 adet menşe adı ve 42 adet mahreç işaretli olmak üzere toplam 50 adet coğrafi işaretli ürüne sahipken; Manisa 9 adet menşe adı ve 19 adet mahreç işaretli olmak üzere toplam 28 adet coğrafi işaretli ürüne, Kütahya 4 adet menşe adı ve 17 adet mahreç işaretli olmak üzere toplam 21 adet coğrafi işaretli ürüne, Uşak 2 adet menşe adı ve 7 adet mahreç işaretli olmak üzere toplam 9 adet coğrafi işaretli ürüne sahiptir.

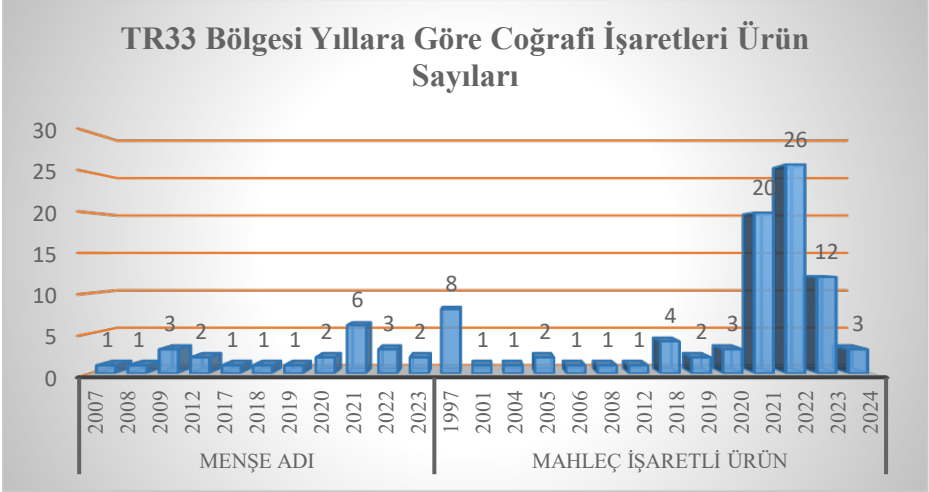


Şekil 1. İllere göre TR33 Bölgesi coğrafi işaretli ürün sayıları

TR33 bölgesindeki coğrafi işaretli ürünlerin %46,30'u Afyonkarahisar İlinde, %25,93'ü Manisa İlinde, %19,44'ü Kütahya İlinde ve %8,33'ü ise Uşak İlinde yer almaktadır (Şekil 2).



Şekil 2. TR33 Bölgesinde coğrafi işaretli ürünlerin illere göre % dağılımı



Şekil 3. Yıllara göre coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı

TR33 Bölgesinde 2007 yılından beri menşe adı olarak ve 1997 yılından beri ise mahreç işaretli ürün olarak coğrafi işaretli ürünler bulunmaktadır (Şekil 3). Menşe adı olarak 2007 yılında 1 adet, 2008 yılında 1 adet, 2009 yılında 3 adet, 2012 yılında 2 adet, 2017 yılında 1 adet, 2018 yılında 1 adet, 2019 yılında 1 adet, 2020 yılında 2 adet, 2021 yılında 6 adet, 2022 yılında 3 adet, 2023 yılında 2 adet ürün coğrafi işaretli ürün olarak belirlenmiştir. Menşe adı olarak işaretlenen ürünlerin yarısından yaklaşık yarısı son 3 yılda coğrafi işaret almıştır. Menşe adı olarak işaretlenen ilk ürün (2007) Çay İlçesi Vişnesi'dir (Afyonkarahisar). 2023 yılında en son işaretlenen ürünler ise Karahallı Kavunu (Uşak) ile Manisa Asma Yaprağı'dır.



Şekil 4.Çay İlçesi Vişnesi (Kültür Portalı, t.y.)

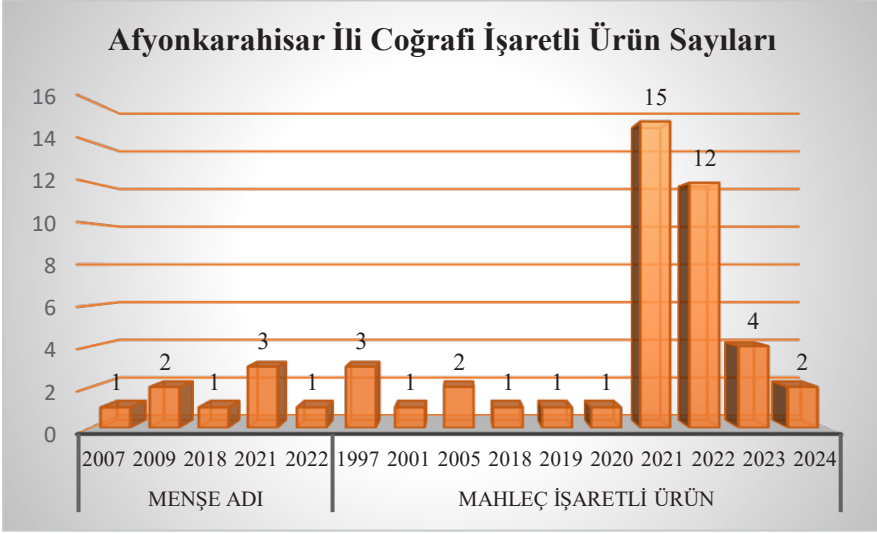


Şekil 5. Manisa Asma Yapağı (Foodsektor, 2023)

Mahreç işaretli ürün olarak ilk kez 1997 yılında 8 adet ürün coğrafi işaret almıştır. Bunlar Pazırık El Halısı (Afyonkarahisar), Süper İnce Kilim (Afyonkarahisar), Türkmen El Halısı (Afyonkarahisar), Eşme Yörük Kilimi (Uşak), Gördes El Halısı (Manisa), Kula El Halısı (Manisa), Yuntdağı El Halısı (Manisa) ve Simav El Halısı (Kütahya)'dır. TR33 Bölgesinde 1997 yılında ilk defa mahreç işaretli ürün olarak tescillenen ürünlerin tamamının el sanatları ürünleri olan halı ve kilim oldukları görülmektedir. 2001, 2004, 2006, 2008, 2012 yıllarında 1'er adet, 2005 ve 2019 yıllarında 2'şer adet, 2018 yılında 4 adet, 2020 yılında 3 adet tescillenmiştir. Ancak özellikle 2021 yılından itibaren yıl bazında mahreç işareti alan ürün sayısının muazzam bir artış yaşandığı izlenmektedir. 2021 yılı 20 adet ürün, 2022 yılında 26 adet ürün, 2023 yılında 12 adet ürün coğrafi işaret alarak mahreç işaretli ürün olarak tescillenmiştir. 2024 yılının nisan ayına kadar ise 3 adet ürün işaretlenmiş durumdadır.

## 2.1. Afyonkarahisar İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Afyonkarahisar İlinin 8'i menşe adı ve 42'si mahreç işaretli ürün olmak üzere toplam 50 adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. Afyonkarahisar menşe adı olarak ilk kez 2007 yılında ve mahreç işaretli ürün olarak ilk kez 1997 yılında coğrafi işaret almıştır. Özellikle 2021 ve 2022 yıllarında coğrafi işaret aldığı ürün sayısının diğer yıllara kıyasla çok yüksek düzeyde olduğu görülmektedir (Şekil 6).



Şekil 6. Afyonkarahisar İlinde yıllara göre coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı

Tablo 1. Afyonkarahisar İli menşe adı tescilli ürünleri

No	Menşe Adı	Yılı
1	Çay İlçesi Vişnesi	2007
2	Afyon Kaymağı	2009
3	Afyon Mermeri	2009
4	Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği	2018
5	Afyon Manda Yoğurdu/ Afyonkarahisar Manda Yoğurdu	2021
6	Sultandağı Gilli Kirazı	2021
7	Sultandağı Kirazı	2021
8	Şuhut Patatesi	2022

Menşe adı olarak işaretlenmiş toplam 8 üründen 4 tanesi Afyonkarahisar'ın ilçelerinin adlarıyla tescillenmiştir (Tablo 1). Bunlar Çay İlçesi Vişnesi (2007), Sultandağı Gilli Kirazı (2021), Sultandağı Kirazı (2021) ve Şuhut Patatesi'dir (2022). Afyon Kaymağı, Afyon Mermeri, Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği, Afyon/Afyonkarahisar Manda Yoğurdu menşe adı ile işaretlenmiş ürünlerdir. Menşe adı olarak işaretlenmiş toplam 8 üründen 7 tanesi yiyecek/gıda iken, sadece Afyon Mermeri bu kapsam dışında coğrafi işaret alan tek üründür. Menşe adı olarak işaretlenmiş toplam 8 ürünün 4 tanesi (yarısı) 2021 yılı ve sonrasında işaretlenmiştir. 2021 yılının coğrafi işaret tescilinde bir pik nokta oluşturduğu izlenmektedir.

Mahreç işaretli toplam 42 üründen 19 tanesi Afyonkarahisar'ın ilçelerinin adlarıyla tescillenmiştir (Tablo 2). Bayat İlçesinin adını taşıyan tek ürün Bayat Türkmen Kilimi'dir. Bolvadin ilçesinin adını taşıyan iki adet ürün

bulunmaktadır. Bunlar Bolvadin Fırın Eti ve Bolvadin Mantısı'dır. Dazkırı İlçesi'nin adını taşıyan tek ürün Dazkırı Halısı'dır. Dinar ilçesinin adını taşıyan tek ürün "Dinar Taptama Köfte"dir. Emirdağ ilçesinin adını taşıyan 5 adet ürün bulunmaktadır. Bunlar; Emirdağ Dolgulu Köftesi, Emirdağ Güveci, Emirdağ Kilimi, Emirdağ Koyun Yoğurdu, Emirdağ Yumurtalı Pidesi'dir. Sandıklı ilçesinin adını taşıyan 7 adet ürün bulunmaktadır. Bunlar; Sandıklı Alacaşı, Sandıklı Haşhaş Ezmesi, Sandıklı Haşhaşlı Tahinli Pidesi, Sandıklı Kapama Yemeği, Sandıklı Kürek Helvası, Sandıklı Leblebisi, Sandıklı Saç Eti'dir. İncehisar ilçesinin adını taşıyan tek ürün İncehisar Mermer Kebabı'dır. Şuhut ilçesinin adını taşıyan tek ürün Şuhut Keşkeği'dir.

Tablo 2. Afyonkarahisar İli mahreç işaretli ürünleri

No	Mahreç İşaretli Ürünler	Yılı	No	Mahreç İşaretli Ürünler	Yılı
1	Afyon Ağzıaçığı	2021	22	Bolvadin Fırın Eti	2023
2	Afyon Bükmesi	2021	23	Bolvadin Mantısı	2022
3	Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfı	2019	24	Dazkırı Halısı	2020
4	Afyon Kebabı	2021	25	Dinar Taptama Köfte / Dinar Taptama Köfte	2022
5	Afyon Keçesi	2022	26	Emirdağ Dolgulu Köftesi	2021
6	Afyon Lokumu	2021	27	Emirdağ Güveci	2021
7	Afyon Pastırması	2005	28	Emirdağ Kilimi	2021
8	Afyon Patlıcan Böreği	2021	29	Emirdağ Koyun Yoğurdu	2021
9	Afyon Sucuğu	2005	30	Emirdağ Yumurtalı Pidesi	2021
10	Afyon Velense Hamur Aşısı/ Afyonkarahisar Velense Hamur Aşısı	2021	31	Pazırık El Halısı	1997
11	Afyon İlibada Sarması/Afyon İlibada Dolması/ Afyonkarahisar İlibada Sarması/Afyonkarahisar İlibada Dolması/	2021	32	Sandıklı Alacaşı	2023
12	Afyonkarahisar Ak Pide/ Afyonkarahisar Tırnak Pidesi	2022	33	Sandıklı Haşhaş Ezmesi	2022

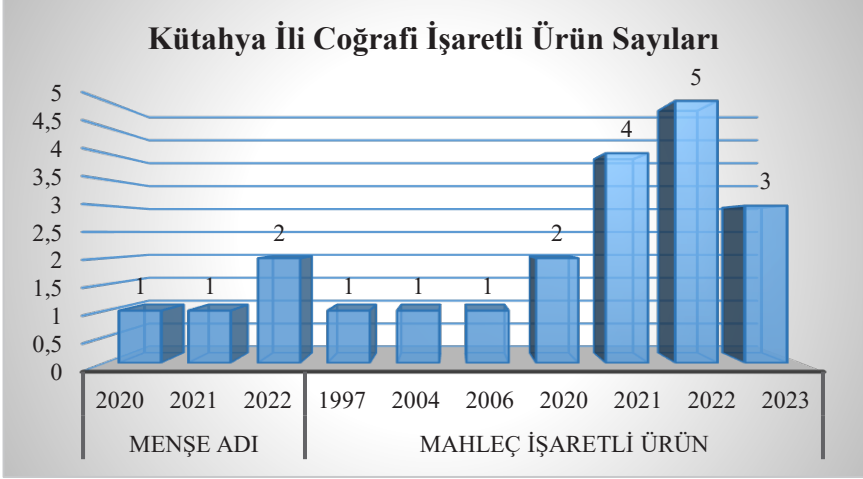
13	Afyonkarahisar Göce Köftesi / Afyon Göce Köftesi	2021	34	Sandıklı Haşhaşlı Tahinli Pidesi	2024
14	Afyonkarahisar Haşhaş Ezmesi	2024	35	Sandıklı Kapama Yemeği	2021
15	Afyonkarahisar Haşhaşlı Katmer	2022	36	Sandıklı Kürek Helvası	2022
16	Afyonkarahisar Hurma Baklavası / Afyon Hurma Baklavası	2022	37	Sandıklı Leblebisi	2022
17	Afyonkarahisar Mercimekli Pilav / Afyon Mercimekli Pilav	2022	38	Sandıklı Saç Eti	2022
18	Afyonkarahisar Nişan Kurabiyesi / Afyonkarahisar Gelin Kurabiyesi	2023	39	Süper İnce Kilim	1997
19	Afyonkarahisar Çullama Köfte	2021	40	Türkmen El Halısı	1997
20	Afyonkarahisar Övmesi / Afyon Övmesi	2022	41	İscehisar Mermer Kebabı	2023
21	Bayat Türkmen Kilimi	2001	42	Şuhut Keşkeği	2018

Afyonkarahisar/Afyon adını taşıyan tescilli 20 adet mahreç işaretli ürün bulunmaktadır. Bunların dışında ne ilin nede ilçenin adını taşımayan ancak mahreç işaretli olarak tescil edilen 3 ürün mevcuttur. Bunlar Pazırık El Halısı, Süper İnce Kilim ve Türkmen El Halısı'dır. Bu üç ürün aynı zamanda ilk mahreç işareti tescil edilen ürünlerdir. 1997 yılında mahreç işareti almışlardır. 2001 yılında Bayat Türkmen Kilimi, 2005 yılında Afyon Pastırması ve Afyon Sucuğu mahreç işareti almıştır. 2006-2017 yılları arasında geçen 11 yıllık süreçte işaretlenen ürün bulunmamaktadır. 2018 (Şuhut keşkeği), 2019 (Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfı), 2020 (Dazkırı Halısı) yıllarında 1'er ürün tescillenmiştir. Mahreç işareti olarak işaretlenmiş toplam 42 ürünün 33 tanesi (yaklaşık %79'u) 2021 yılı ve sonrasında işaretlenmiştir. 2021 yılının coğrafi işaret tescilinde bir pik nokta oluşturduğu izlenmektedir. Mahreç adı olarak işaretlenmiş toplam 42 üründen 35 tanesi yiyecek/gıda iken, 7 tanesi keçe, kilim ve halı türünde ürünlerdir.

## 2.2. Kütahya İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Kütahya İlinin 4'ü menşe adı ve 17'si mahreç işaretli ürün olmak üzere toplam 21 adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. Kütahya menşe adı olarak ilk kez 2020 yılında ve mahreç işaretli ürün olarak ilk kez 1997

yılında coğrafi işaret almıştır. Özellikle 2021 ve 2022 yıllarında coğrafi işaret aldığı ürün sayısının diğer yıllara kıyasla daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir (Şekil 7).



Şekil 7. Kütahya İlinde yıllara göre coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı

Tablo 3. Kütahya İli menşe adı ve mahreç işaretli ürünleri

No	Menşe Adı	Yılı	No	Mahreç İşaretli Ürünler	Yılı
1	Kütahya Pazarlar Kirazı	2021	1	Emet Ekmeği	2023
2	Simav Eynal Domatesi	2022	2	Emet Kebabı	2022
3	Simav Kestanesi	2022	3	Emet Pidesi	2022
4	Şaphane Vişnesi	2020	4	Gediz Güveci	2021
			5	Gediz Höşmerimi	2022
			6	Gediz Tarhanası	2022
			7	Kütahya Bitli Helva	2021
			8	Kütahya Cimcik Aşısı/ Kütahya Cimcik	2020
			9	Kütahya Kaz Tridi	2023
			10	Kütahya Köpük Helvası	2020
			11	Kütahya Kızılıcık Tarhanası	2021
			12	Kütahya Çinisi	2006
			13	Kütahya İğne Oyası	2023
			14	Paşa Helvası	2021
			15	Simav El Halısı	1997
			16	Tavşanlı Güveci / Tavşanlı Göveci	2022
			17	Tavşanlı Leblebisi	2004

Menşe adı olarak işaretlenmiş toplam 4 ürünün 3 tanesi Kütahya'nın ilçelerinin adlarıyla 1 tanesi hem ilçe adı ve hem de il adıyla birlikte tescillenmiştir (Tablo 3). Bunların tamamı 2020 yılı sonrasında işaret almış yiyecek/gıda ürünleri olan Kütahya Pazarlar Kirazı (2021), Simav Eynal Domatesi (2022), Simav kestanesi (2022) ve Şaphane Vişnesi'dir (2020). 2020 yılı itibariyle Kütahya'nın menşe adı ile coğrafi işaret almaya başladığı görülmektedir.

Mahreç işaretli toplam 17 üründen 7 tanesi ilin adıyla, 9 tanesi Kütahya'nın ilçelerinin adlarıyla tescillenmiştir. Ne ilin veya ne de ilçelerinin adını taşımayan Paşa Helvası ise 1997 yılında mahreç işareti ile tescillenen ilk üründür. Kütahya adı ile işaretlenen ürünler Kütahya Bitli Helvası, Kütahya Cimcik Aşı, Kütahya Kaz Tridi, Kütahya Köpük Helvası, Kütahya Kızılçık tarhanası, Kütahya Çinisi, Kütahya İğne Oyası'dır. Emet İlçesinin adını taşıyan 3 adet ürün bulunmaktadır. Bunlar; Emet Ekmeği, Emet Kebabı, Emet Pidesi'dir. Gediz İlçesinin adını taşıyan 3 adet ürün bulunmaktadır. Bunlar Gediz Güveci, Gediz Höşmerimi, Gediz Tarhanası'dır. Simav ilçesinin adını taşıyan tek ürün Simav El halısı; Tavşanlı İlçesinin adını taşıyan 2 ürün Tavşanlı Güveci ile Tavşanlı Leblebisi'dir.



Şekil 8. Kütahya'nın coğrafi işaretli ürünlerinden örnekler (Kütahya Ticaret Borsası, t.y.)

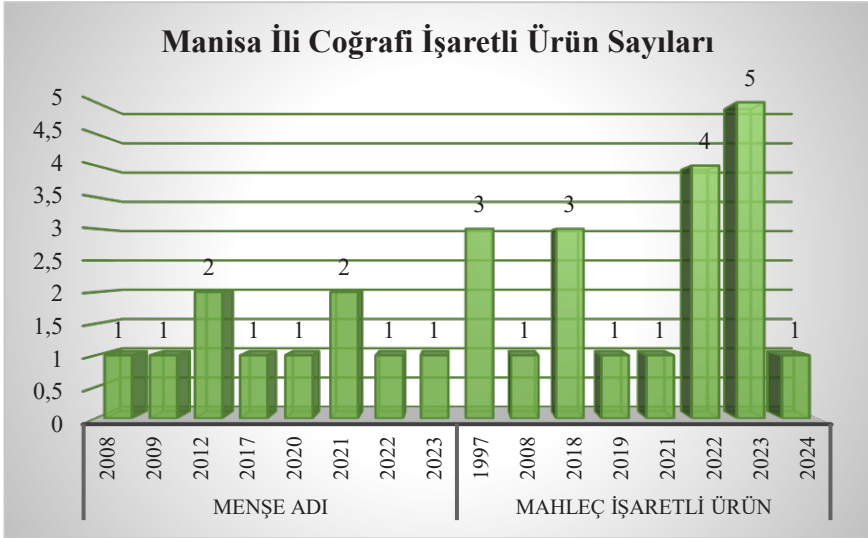
Kütahya 1997 yılında (Simav El Halısı), 2004 yılında (Tavşanlı Leblebisi) ve 2006 yılında (Kütahya Çinisi) 1'er ürününe mahreç işareti almıştır.



2007-2019 yılları arasında geçen 12 yıllık süreçte işaretlenen ürün bulunmamaktadır. Mahreç işaretli olarak tescillenmiş toplam 17 ürünün 14 tanesi (yaklaşık %83'ü) 2020 yılı ve sonrasında tescillenmiştir. 2022 yılı en çok ürün işaretlenen yıldır. Toplam 17 adet mahreç işaretli ürünün 14 adedi yiyecek/gıda iken, 3 tanesi çini, iğne oyası ve halıdır.

### 2.3. Manisa İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Manisa İlinin 9'u menşe adı ve 19'u mahreç işaretli ürün olmak üzere toplam 28 adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. Manisa menşe adı olarak ilk kez 2008 yılında ve mahreç işaretli ürün olarak ilk kez 1997 yılında coğrafi işaret almıştır. Menşe adı olarak 2008 ve 2009 yıllarında 1'er ürüne, 3 yıl sonra 2012 yılında 2 adet ürüne, 5 yıl sonra 2017 yılında 1 adet ürüne, 3 yıl sonra 2020 yılında 1 adet ürüne, 2021 yılında 2 adet ürüne, 2022 yılında 1 adet ürüne ve 2023 yılında 1 adet ürüne coğrafi işaret almıştır. 2020 yılından itibaren Manisa İlinin her yıl düzenli olarak menşe adıyla coğrafi işaret almaya başladığı görülmektedir. Manisa mahreç işaretli ürün olarak ise 1997 yılında 3 adet, 11 yıl sonra 2008 yılında 1 adet, 10 yıl sonra 2018 yılında 1 adet ürüne coğrafi işaret almıştır. 2018 yılından itibaren (2020) yılı hariç her yıl düzenli olarak mahreç işareti aldığı görülmektedir. Bununla birlikte ürün sayısı bakımında 2022 ve 2023 yılları mahreç işaretli ürün tescilinde pik yapılan yıllardır (Şekil 7).



Şekil 9. Manisa İlinde yıllara göre coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı

Tablo 4. Manisa İli menşe adı ve mahreç işaretli ürünleri

No	Menş e Adı	Yılı	No	Mahreç İş aretli Ürünler	Yılı
1	Akhisar Domat Zeytini	2012	1	Akhisar Domat Zeytinyağı	2022
2	Akhisar Uslu Zeytini	2012	2	Akhisar Köfte	2018
3	Demirci Hün nabı	2020	3	Akhisar Uslu Zeytinyağı	2022
4	Köprübaşı Çileği	2021	4	Alaşehir Asma Yaprağı	2021
5	Kırkağ aç Kavunu	2009	5	Alaşehir Ekmeği	2022
6	Manisa Asma Yaprağı	2023	6	Alaşehir Kapaması / Alaşehir Kapatması	2022
7	Manisa Sultani Çekirdeksiz Üzü mü	2019	7	Alaşehir Tahinli Pidesi	2023
8	Salihli Kirazı	2008	8	Demirci Kirazı	2024
9	Saruhanlı Çekirdeksiz Beyaz Üzü mü	2021	9	Emcellı Biberi	2023
			10	Gördes El Halısı	1997
			11	Kula El Halısı	1997
			12	Kula Leblebisi	2019
			13	Kırkağ aç Topalak Yemeği	2023
			14	Manisa Mesir Macunu	2018
			15	Manisa Taban Simidi	2018
			16	Salihli Odun Köfte	2008
			17	Soma Helvası	2023
			18	Soma Zeytinyağı	2023
			19	Yunt dağı El Halısı	1997

Menş e adı olarak iş aretlenmiş toplam 9 ürünün 7 tanesi Manisa'nın ilçelerinin adlarıyla, 2 tanesi ise il adıyla birlikte tescillenmiştir (Tablo 4). Salihli Kirazı 2008 yılında ilk iş aret alan üründür. Menş e adı olarak Akhisar İlçesi adıyla 2012 yılında tescillenen 2 adet ürün (Akhisar Domat Zeytini ve Akhisar Uslu Zeytini), Demirci İlçesi adıyla 2020 yılında tescillenen 1 adet ürün (Demirci Hün nabı), Köprübaşı İlçesi adıyla 2021 yılında tescillenen 1 adet ürün (Köprübaşı Çileği), Kırkağ aç İlçesi adıyla 2009 yılında tescillenen 1 adet ürün (Kırkağ aç Kavunu), Salihli İlçesi adıyla 2008 yılında tescillenen 1 adet ürün (Salihli Kirazı), Saruhanlı İlçesi adıyla 2021 yılında tescillenen 1 adet ürün (Saruhanlı Çekirdeksiz Beyaz Üzü mü) bulunmaktadır. Manisa Asma Yaprağı (2023) ve Manisa Sultani Çekirdeksiz Üzü mü (2019) il adıyla tescillenen ürünlerdir. Bunların tamamı yiyecek/gıda ürünleridir.



Şekil 10. Akhisar Uslu Zeytini  
(Türk Patent ve Marka Kurumu, t.y.)



Şekil 11. Demirci Hünnapı  
(Türk Patent ve Marka Kurumu, t.y.)

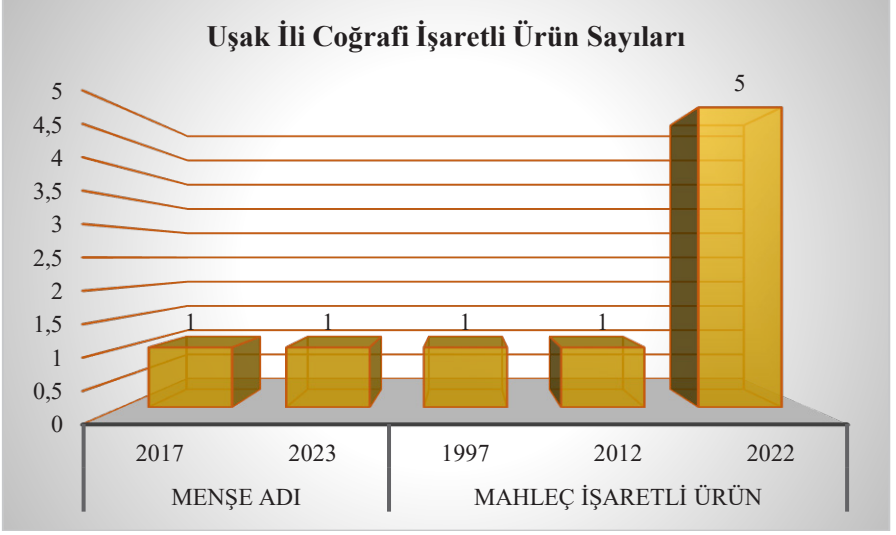
Mahreç işaretli toplam 19 ürünün 15 tanesi Manisa'nın ilçelerinin adlarıyla, 2 tanesi il adıyla birlikte tescillenmiştir. Emcelli Biberi ile Yuntdağı El Halısı ise il veya ilçe adı taşımamaktadır. Mahreç işaretli olarak Akhisar İlçesi adıyla 2018 yılında tescilli 1 ürün (Akhisar Domat

Zeytinyayı) ve 2022 yılında tescilli 2 adet ürün (Akhsar Uslu Zeytinyağı ve Akhisar Köfte) olmak üzere toplam 3 ürün bulunmaktadır. Alaşehir İlçesi adıyla 2021 yılında tescillenen Alaşehir Asma Yapağı, 2022 yılında tescillenen Alaşehir Ekmeği ve Alaşehir Kapaması/Kapatması 2023 yılında tescillenen Alaşehir Tahinli Pidesi olmak üzere toplam 4 ürün bulunmaktadır. Demirci İlçesi adıyla 2024 yılında (çok yeni tarihli) tescillenen Demirci Kirazı, Gördes İlçesi adına 1997 yılında tescillenen Gördes Halısı, Kırkağaç İlçesi adıyla 2023 yılında tescillenen Kırkağaç Topalak Yemeği, Salihli İlçesi adıyla 2008 yılında tescillenen Salihli Odun Köfte bu ilçeler adına mahreç işaretli olarak tescilli tek ürünlerdir. Kula İlçesi adıyla Kula Leblebisi (2019) ve Kula El Halısı (1997) olmak üzere tescilli 2 adet ürün, Soma İlçesi adıyla Soma Helvası (2023) ve Soma Zeytinyağı (2023) olmak üzere tescilli 2 adet ürün bulunmaktadır. Manisa'nın toplam 19 adet mahreç işaretli ürününden 16'sı yiyecek/gıda iken, 3 adedi el halısıdır. Bu el halıları aynı zamanda Manisa'nın mahreç işareti alan en eski ve ilk ürünleridir (1997 yılı).

#### 2.4. Uşak İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Uşak İlinin 2'si menşe adı ve 7'si mahreç işaretli ürün olmak üzere toplam 9 adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. Uşak menşe adı olarak ilk kez 2017 yılında ve mahreç işaretli ürün olarak ilk kez 1997 yılında coğrafi işaret almıştır. Menşe adı olarak işaretlenen 2 üründen 1'i ve mahreç işaretli olarak işaretlenen 7 üründen 2'si olmak üzere toplam 3 ürün ilçe adıyla birlikte tescillenmiştir. Menşe adı olarak ilk ürün 2017 yılında ikinci ürün ise 5 yıl sonra 2023 yılında tescillenmiştir. Mahreç işaretli olarak 1997 yılında 1 adet, 15 yıl sonra 2012 yıllarında 1 adet, 10 yıl sonra 2022 yılında 5 adet ürün tescillenmiştir. (Şekil 12).

Uşak Tarhanası 2017 yılında ve Karahallı Kavunu 2023 yılında menşe adı olarak tescillenen ürünlerdir. Mahreç işareti alan ve il adına tescillenen 5 ürün 2012 yılında tescillenen Uşak Halısı ve 2022 yılında tescillenen Uşak Baklavası, Uşak Gelin Helvası/Uşak Gelin Tatlısı, Uşak Haşhaş Ezmesi, Uşak Helvası'dır. Eşme İlçesi adıyla Eşme Yörük Kilimi 1997 yılında, Karahallı İlçesi adıyla Karahallı Ciğeri 2022 yılında mahreç işareti almıştır. Menşe adı alan ürünlerin tamamı, mahreç işareti alan 7 üründen 5'i yiyecek/gıda ürünleri iken 2 ürün ise halı ve kilimdir (Tablo 5).



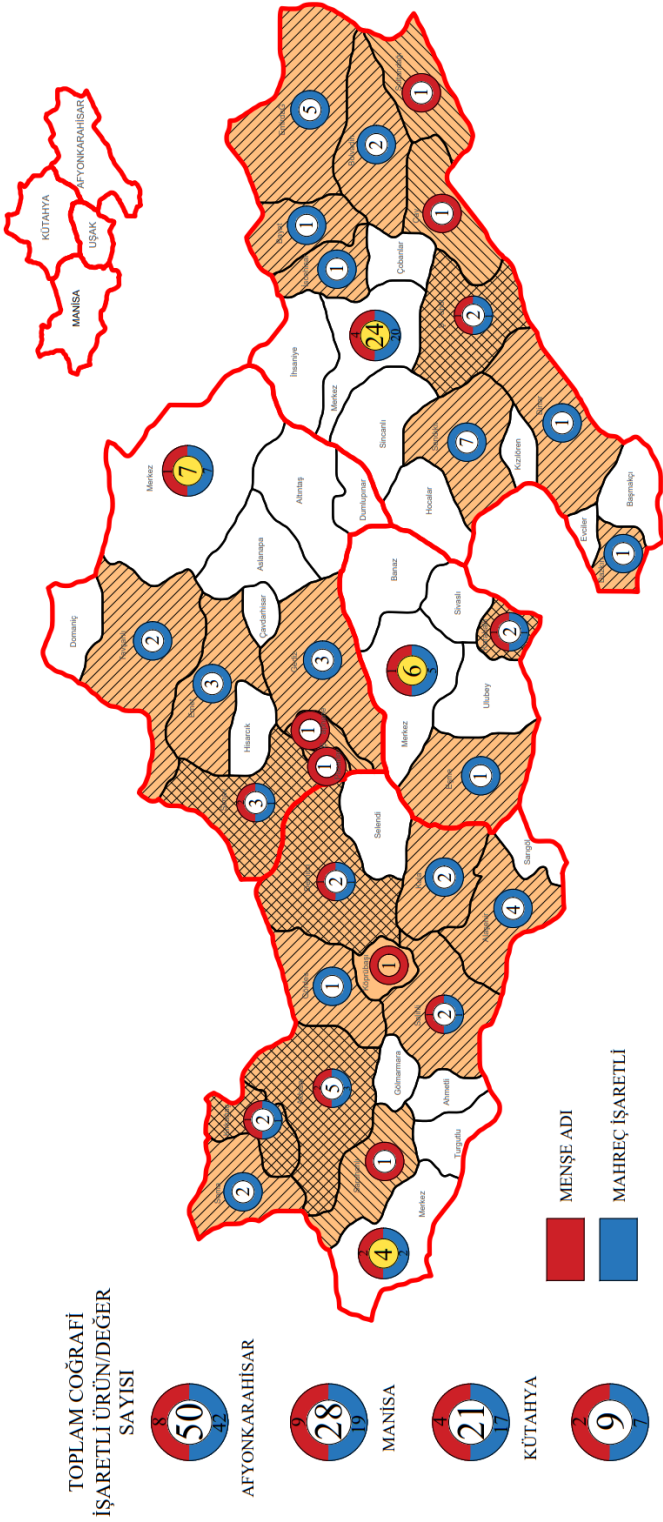
Şekil 12. Uşak İlinde yıllara göre coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı

Tablo 5. Uşak İli menşe adı ve mahreç işaretli ürünleri

No	Menşe Adı	Yılı	No	Mahreç İşaretli Ürünler	Yılı
1	Karahallı Kavunu	2023	1	Eşme Yörük Kilimi	1997
2	Uşak Tarhanası	2017	2	Karahallı Ciğeri	2022
3			3	Uşak Baklavası	2022
4			4	Uşak Gelin Helvası / Uşak Gelin Tatlısı	2022
5			5	Uşak Halısı	2012
6			6	Uşak Haşhaş Ezmesi	2022
7			7	Uşak Helvası	2022



Şekil 13. Uşak Tarhanası (Türk Patent ve Marka Kurumu, t.y.)



Şekil 14. 2024 Nisan ayı itibarıyla TR33 Bölgesinde il ve ilçe adıyla tescillenen coğrafi işaret sayıları

### 3. SONUÇ

Afyonkarahisar'ın merkez hariç toplam 17 ilçesi bulunmaktadır. Bu 17 ilçeden 10 tanesinin adıyla coğrafi işaretlenmiş ürün/değer bulunmaktadır (Bayat, Bolvadin, Çay, Dazkırı, Dinar, Emirdağ, İncehisar, Sandıklı, Sultandağı, Şuhut ilçeleri). Merkez dışında kalan 7 ilçesinde ise 2024 yılı Nisan ayı itibariyle coğrafi işaret almış herhangi bir ürün veya değer bulunmamaktadır. Henüz coğrafi işaret almayan bu ilçeler Başmakçı, Çobanlar, Evciler, Hocalar, İhsaniye, Kızılören ve Sinanpaşa'dır. Toplam coğrafi işaret alan ürün sayısı 50'dir (8 menşe adı işaretli, 42 mahreç işaretli). TR33 Bölgesinin en çok coğrafi işaretli ürüne/değere sahip ilidir. Afyonkarahisar'ın il adıyla tescilli 24 ve ilçe adlarıyla tescilli 23 ürünü/değeri bulunmaktadır. Bunların dışında kalan Pazırık El Halısı, Süper İnce Kilim, Türkmen El Halısı il veya ilçe adı taşımayan 3 üründür. Menşe adı ile işaretli toplam 8 ürünün 7'si yiyecek/gıda ve 1'i mermerdir. Mahreç işaretli 42 ürünün 35'i gıda/yiyecek ve 7'si ise keçe, kilim ve halıdır. Afyonkarahisar'ın ilk coğrafi işaret alan ürünleri 1997 yılında mahreç işareti alan Pazırık El Halısı, Süper İnce Kilim ve Türkmen El Halısı'dır. 2021 ve 2022 yılları özellikle mahreç işaretli ürünlerin tescilinde zirve yapılan yıllardır. Hem menşe adı hem de mahreç işaretli ürün sayıları bakımından en fazla coğrafi işaret alınan yıl 2021 yılıdır. 2021-2022 yıllarından sonra tescillenen ürün sayısı 2023 yılında azalma eğilimine girmiştir.

Kütahya'nın merkez hariç toplam 12 ilçesi bulunmaktadır. Bu 12 ilçeden 6 tanesinin adıyla coğrafi işaretlenmiş ürün/değer bulunmaktadır (Emet, Gediz, Pazarlar, Simav, Şaphane, Tavşanlı ilçeleri). 6 ilçesinde ise yani ilçelerinin yarısında 2024 yılı Nisan ayı itibariyle coğrafi işaret almış herhangi bir ürün veya değer bulunmamaktadır. Henüz coğrafi işaret almayan bu ilçeler Altıntaş, Aslanpaşa, Çavdarhisar, Domaniç, Dumlupınar ve Hisarcık ilçeleridir. Toplam coğrafi işaret alan ürün sayısı 21'dir (4 menşe adı işaretli, 17 mahreç işaretli). Kütahya'nın il adıyla tescilli 7 ve ilçe adlarıyla tescilli 12 ürünü/değeri bulunmaktadır. Kütahya Pazarlar Kirazı hem il hem ilçe adıyla işaretlenmiştir. Paşa Helvası ise il veya ilçe adı taşımayan tek üründür. Menşe adı ile işaretli toplam 4 ürünün tamamı yiyecek/gıda, mahreç işaretli 17 ürünün 14'ü gıda/yiyecek ve 3'ü ise çini, iğne oyası ve halıdır. Kütahya'nın ilk coğrafi işaret alan ürünü 1997 yılında mahreç işareti alan Simav El Halısı'dır. 2020 yılı Kütahya'nın coğrafi işaretli ürün tescilinde bir kırılma noktasıdır. Bu tarihten sonra menşe adlı işaretli ürünler tescillenmeye başlarken, mahreç işaretli ürün tescili hız kazanmaya başlamıştır.



Manisa'nın toplam 17 ilçesi bulunmaktadır. Manisa Büyükşehirdir ve merkez ilçeyi oluşturan 2 ilçesi Şehzadeler ve Yunusemre İlçeleridir. Bu 17 ilçeden 10 tanesinin adıyla coğrafi işaretlenmiş ürün/değer bulunmaktadır (Akhisar, Alaşehir, Demirci, Gördes, Kırkgaç, Köprübaşı, Kula, Salihli, Saruhanlı, Soma). 7 ilçesinde ise 2024 yılı Nisan ayı itibariyle coğrafi işaret almış herhangi bir ürün veya değer bulunmamaktadır. Henüz coğrafi işaret almayan bu ilçeler, merkez ilçeyi oluşturan Şehzadeler ve Yunusemre ilçeleri ile Ahmetli, Gölmmarmara, Sarıgöl, Selendi, Turgutlu ilçeleridir. Toplam coğrafi işaret alan ürün sayısı 28'dir (9 menşe adı işaretli, 19 mahreç işaretli). Manisa'nın il adıyla tescilli 4 ve ilçe adlarıyla tescilli 22 ürünü/değeri bulunmaktadır. Emcelli Biberi ve Yuntdağı El Halısı ise il veya ilçe adı taşımayan 2 üründür. Menşe adı ile işaretli toplam 9 ürünün tamamı yiyecek/gıda, mahreç işaretli 19 ürünün 16'sı gıda/yiyecek ve 3'ü ise el halısıdır. Manisa'nın ilk coğrafi işaret alan ürünleri 1997 yılında mahreç işareti alan Gördes El Halısı, Kula El Halısı ve Yuntdağı El Halısı'dır. Manisa, menşe adı olarak 2008 yılı ve mahreç işaretli ürün olarak 1997 yılından beri daha geniş tabana yayılan yıllarda coğrafi işaret almıştır. 2023 yılı mahreç işaretli ürün sayısı bakımından en yüksek sayıda coğrafi işaret aldığı yıl olmakla birlikte, geniş tabana yayılan yıllarda tescil alması nedeniyle keskin farklılık yaratacak büyüklükte bir zirve noktası oluşturmamaktadır.

Uşak'ın merkez hariç toplam 5 ilçesi bulunmaktadır. Bu 5 ilçeden 2 tanesinin adıyla coğrafi işaretlenmiş ürün/değer bulunmaktadır (Karahallı ve Eşme ilçeleri). 3 ilçesinde ise yani ilçelerinin yarısından fazlasında 2024 yılı Nisan ayı itibariyle coğrafi işaret almış herhangi bir ürün veya değer bulunmamaktadır. Henüz coğrafi işaret almayan bu ilçeler Banaz, Sivasslı ve Ulubey ilçeleridir. Toplam coğrafi işaret alan ürün sayısı 9'dur (2 menşe adı işaretli, 7 mahreç işaretli). Uşak'ın il adıyla tescilli 6 ve ilçe adlarıyla tescilli 3 ürünü/değeri bulunmaktadır. Menşe adı ile işaretli toplam 2 ürünün tamamı yiyecek/gıda, mahreç işaretli 7 ürünün 5'i gıda/yiyecek ve 2'si ise kilim ve halıdır. Uşak'ın ilk coğrafi işaret alan ürünü 1997 yılında mahreç işareti Eşme Yörük Kilimi'dir. 2022 yılı mahreç işaretli ürün tescili bakımından Uşak'ın coğrafi işaretli ürün tescilinde zirve yaptığı yıldır. Bu tarihten sonra 2023 yılında sadece 1 ürün tescil almıştır (menşe adı).

TR33 Bölgesinde 2024 yılı Nisan ayı itibariyle toplam 108 adet coğrafi işaret almış ürün/değer bulunmaktadır. Bunun %46,3'ü yaklaşık yarısı Afyonkarahisar tarafından alınmıştır. 50 adet ürün/değer ile Afyonkarahisar TR33 Bölgesinde en çok coğrafi işaret alan ildir. Bunu sırasıyla Manisa (28 adet), Kütahya (21 adet) ve Uşak (9 adet) takip etmektedir. Uşak, TR33 Bölgesinin en düşük sayıda coğrafi işaret alan ildir. Manisa TR33 Bölgesi içerisinde toplam coğrafi işaretli ürünlerin %25,93'üne (dörtte birine), Kütahya %19,44'üne, Uşak %8,33'üne

sahiptir. TR33 Bölgesi'nin tüm illeri ilk kez 1997 yılında coğrafi işaret almıştır ve coğrafi işaret alınan bu ilk ürünler halı ve kilimdir. Afyonkarahisar ilk kez Pazırık El Halısı, Süper İnce Kilim ve Türkmen El Halısı'na, Kütahya ilk kez Simav El Halısı'na; Manisa ilk kez Gördes El Halısı, Kula El Halısı ve Yuntdağı El Halısı'na; Uşak ilk kez Eşme Yörük Kilimi'ne coğrafi işaret almıştır. Bunların tamamı mahreç işaretli ürünlerdir. 1997 yılından sonra bölgede ağırlıklı olarak yiyecek/gıda ürünlerine coğrafi işaret alınmaya başlandığı görülmektedir. Yiyecek/gıda ürünleri dışında Afyonkarahisar için keçe, kilim, halı ve mermer; Kütahya için çini, iğne oyası ve halı; Manisa için el halısı; Uşak halı ve kilim diğer coğrafi işaretli ürünlerdir. İl bazında Afyonkarahisar ve Manisa illeri kendi ilçelerinin %58,8'inin, Kütahya kendi ilçelerinin %50'sinin, Uşak kendi ilçelerinin %40'ının adıyla coğrafi işaret almıştır. 2021-2022-2023 yılları TR33 Bölgesinin coğrafi işaret tescili almada pik yaptığı yıllardır. Bölgenin toplam tescilli ürünlerinin %63,8'i, toplam menşe adı tescilli ürünlerinin %47,8'i ve toplam mahreç işaretli ürünlerinin %68,2'si bu yıllarda coğrafi işaret almıştır. Özellikle 2021 yılı hem menşe adı hem de mahreç işaretli ürünler bakımından zirve yılıdır. TR33 Bölgesinde 2021 yılı itibariyle yöresel ürünlerin bölge çaplı olarak coğrafi tesciline önem verilmeye başlandığı tespit edilmiştir.

Coğrafi işaretler birer marka değeri olarak ait olduğu bölgenin/kentin/yörenin tanıtımında, bir cazibe merkezi haline dönüşmesinde ve başta turizm olmak üzere bazı sektörlerin canlandırılmasında ve bölge/yöre/kent ekonomisinin geliştirilmesinde etkin rol oynayabilecek baş aktörlerdir. TR33 Bölgesi yöresel ürün ve değerleri bakımından zengin bir bölgedir ve yüksek potansiyele sahiptir. 2021 yılı sonrasında bölge genelinde yöresel ürünlere/değerlere tescil alınmasının daha fazla dikkate alındığı görülmektedir. TR33 Bölgesi tüm illeriyle ve ilçeleriyle marka değerlerini tescilleme eğilimindedir. Ancak bu ilginin ağırlıklı olarak son 3 yılda ve yakın zamanlı olması tescillenen ürünlerin bölgeye ekonomik veya sektörel yansımalarının daha uzun vadeye yayılmasına neden olacaktır. Bu nedenle birer marka işareti olan coğrafi işaretli ürünler ile ilgili geleceğe yönelik iyi bir planlama anlayışına ihtiyaç vardır. Bu ürünlerin sadece tescillenmesi ve marka değeri taşıması değil, aynı zamanda tanıtımlarının yapılması, uzun vadeli olarak koruma strateji ve politikalarının geliştirilmesi, bölgenin coğrafi işaret alan ürünlerinin ağırlıklı olarak yiyecek/gıda üzerine olması nedeniyle gastronomi turizmi geliştirilmesi yaklaşımıyla birlikte konunun bütünsel ve planlı bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Kültürel değerlerin ekonomik değerlere dönüştürülmesi bölge ve bölgenin kalkınması açısından önemlidir.

## KAYNAKLAR

Foodsektor. (2023). Erişim adresi  
<https://www.foodsektor.com/images/haberler/2023/06/manisa-asma-yapragi-cografı-isaret-tescil-belgesi-aldi-6418.jpeg>

Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (Ek.1), 371-389

ICC-Milletlerarası Ticaret Odası Türkiye Milli Komitesi (t.y). 24.06.1995 tarihli ve 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname. <https://icc.tobb.org.tr/spot/docs/cografı-isaretler/555>

ICC-Milletlerarası Ticaret Odası Türkiye Milli Komitesi (t.y). 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin Uygulama Şekli Gösterir Yönetmelik. <https://icc.tobb.org.tr/spot/docs/cografı-isaretler/555>

Kültür Portalı (t.y.). Fotoğraflar. Tanıtma Genel Müdürlüğü. Çay İlçesi Vişnesi. Görsel Numarası 9246. <https://www.kulturportali.gov.tr/medya/fotograf/fotodokuman/9246/cay-ilcesi-visnesi->

Kütahya Ticaret Borsası (t.y.). Coğrafi işaret tescilleri. Erişim adresi <https://www.kutbo.org.tr/KURUMSAL/Projeler/CografıIsaretTescilleri/tabid/18452/Default.aspx>

Onsekiz, D.(2022). Sosyo-Ekonomik Boyutuyla Uşak Kentinin Markalaşma Eğilimleri. *Markalaşma Vizyonu Uşak Kenti* içinde (37-118). Onsekiz, D. Nobel Yayınevi.

Suratno, B.,*Protection of geographical indications*. (2004) IP Management Review, 87-93.

Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 15, 23-37.

Şentürk, B. (2011). *Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri: mikro ve makro açıdan bir değerlendirme*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Muğla.

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Akhisar Uslu Zeytini. Erişim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/cograf-i-isaretler/detay/38036>

Türk Patent Enstitüsü (2018). Coğrafi işaret nedir. Erişim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/coğrafi-işaret-nedir>

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Demirci Hünnapı. Erişim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/cograf-i-isaretler/detay/38255>

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.).Uşak Tarhanası. Eriim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/cograf-i-isaretler/detay/38156>

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Afyonkarahisar İli. Erişim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr>

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Kütahya İli. Erişim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr>

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Manisa İli. Erişim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr>

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. İl Bazında Tescilli Coğrafi İşaretler. Uşak İli. Erişim adresi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr>

Yörükoğlu T, Dayısoylu KS, Ançel T. 2024. Coğrafi işaret sürecinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin rolü ve coğrafi işaret mağazası önerisi. *BSJ Eng Sci*, 7(2): 323-328.

Zafer Kalkınma Ajansı (2021). TR33 Bölgesi coğrafi işaretli ürünler ticarileşme yol haritası. Erişim adresi  
<https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/tr33-bolgesi-cograf-i-isaretli-urunler-ticarileşme-yol-haritasi/2406>

## BÖLÜM 9

### AGNOSTİSİZM ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME

*Fatımatüzzehra YAŞAR<sup>1</sup>*

*Halil İbrahim KÖSE<sup>2</sup>*

1 Dr. Öğr. Üyesi Bingöl Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü Din Felsefesi Anabilim Dalı Bingöl/Türkiye ORCID: 0000-0002-7236-6656 [fyasar@bingol.edu.tr](mailto:fyasar@bingol.edu.tr)

2 Dr. Öğr. Üyesi Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü Din Felsefesi Anabilim Dalı Rize/Türkiye ORCID: 0000-0002-1924-0456 [halilibrahim.kose@erdogan.edu.tr](mailto:halilibrahim.kose@erdogan.edu.tr)

## Giriş

İslam düşünce tarihinin temel tartışma konularından birisi aklın metafizik bilgiye ulaşmadaki imkân ve sınırlandırmasıdır. Bu tartışmaları kimi zaman belirli isimler kimi zaman sofistler kimi zaman da müntesipleri net olmayan gruplar gerçekleştirmiştir. Kelam ve felsefe metinlerindeki anlatılanlara göre sofistler bilgiyi tamamen reddettikleri için dolayısıyla metafizik bilgiyi de reddetmişlerdir. Duyunun bilgi vermedeki tek araç olduğunu iddia eden Sümeniyyeye göre rasyonel bilgiyi buna göre aklın metafizik bilgiye ulaşmasını da mümkün görmemişlerdir. Mühendisiyyun ise bilgi edinmede tek yolun matematik alandan geçtiğini iddia etmişler, buna bağlı olarak da duyulur alanla metafizik alanı kıyaslayarak duyulur alanın dahi tam ve kesin olmamasından metafizik alanla ilgili bilginin imkansızlığına geçiş yapmışlardır. Aklın göreliliğe ve yanlışlığa götürme potansiyeline vurgu yapan sufiler ise metafizik bilgiye akılla değil ancak vahiy tecrübesine benzer bir müşahedeyle ulaşılabileceğine vurgu yapmışlardır.(Altaş, 2021, s. 110) Tanrı'nın bilgisi ya da metafizik bilgi sadece Tanrı'nın neliğini kapsamaz, Tanrı'nın sıfatlarının, isimlerinin ve daha birçok diğer özelliklerinin bilinip bilinemeyeceğiyle de ilişkilidir. Tanrı'nın varlığı varlığa yüklenen anlama göre değişmekle beraber sadece mahiyetin eksik olacağı anlayışı aşkın bir tasavvurda yeterli görülmemektedir, hem nelik hem de gerçeklik sadece nelikten daha üstündür.

Tanrı'nın tek bilinebilme şeklinin duygu olduğunu iddia etmek de duygu ve gerçeklik arasında olmayan bağ sebebiyle birtakım sorunlara yol açabilmektedir. Bir şey ile ilgili duygulanmak o şeyin varlığını garanti etmez. Bu durum Tanrı'nın bilinebilirliğine uyarlandığında da sonuç değişmeyecektir.(Çetin, 2022, s. 96)

Aydınlanma felsefesi ve teolojisiyle beraber ise Tanrı'nın doğasına dair tüm şeyler inkâr edilmiştir. Eğer yine de Tanrı'ya ilişkin bir şey söylenecekse O'nun var olduğu bilgisi olabilir. Hegel içinse bu şekildeki bir Tanrı ölüdür yani bir soyutlamadır boş ve içeriksiz.(Çetin, 2022, s. 89) Tanrı'nın varlığıyla Tanrı'nın varlığının bilgisi aynı mıdır? Yoksa ilişkili midir? Ontolojik ve epistemolojik ilişki hangi şekildedir? Hayal edilen ama bizzat var olmayan bir şeye dair bir şey söylemek ile Tanrı'ya dair bir şey söylemek aynı mıdır? Mahiyetini bilmemek O'nu bilmemeyi ve O'nunla ilgili konuşamamayı mı gerektirir? Tüm bu sorular cevaplanmayı beklemektedir. Bunlara verilecek cevapların nasıllığı da ortaya konulmaya çalışılan soru ya da sorunları belirlemektedir.

Tanrı'nın zatının bilinemezliği O'nun zatına dair agnostisizmle ilişkilendirilebileceği gibi O'nun varlığına dair hükümsüzlük içeren bir agnostisizmi de çağrıştıracaktır. Bu durum mantıksal vurguyu hakkında olumlu önermeler kurduran; ve konuşulamaz şeklindeki dilsel vurguyu da episte-

molojik olarak bilinemezliğe çevirir.<sup>1</sup> Tanrı'ya dair konuşma bu bilinemez olma durumuyla ilişkili olarak farklı farklı dilleri meydana getirmiştir. Duruma çözüm mahiyetinde Tanrı'nın bilinemeyen mahiyeti negatif teoloji olarak da ifade edilen tenzihi dili ortaya çıkarmıştır denilebilir. Tanrı'yla ilgili konuşmayı içeren teolojik dilde hangi yaklaşımların benimsendiği de meselenin anlaşılması ve anlamlandırılmasında bir hayli önemlidir.(Çiftçi, 2021, s. 122)

Tanrı'ya inanılıp inanılmaması teolojik bir yön iken Tanrı'nın bilinip bilinemeyeceği meselenin epistemolojik yönüdür. Teolojik inançla epistemolojik inanç arasındaki en önemli fark ikisinin doğru ve yanlışlanma, denenebilir olma ve delile dayanma itibarıyledir. İlk etapta bir varsayımla doğru olduğuna inanılan düşünce bilimde deney ve gözlemlerle nesnelleştirilirken; felsefede ise analiz, sentez ve kıyasla evrensel hale gelir gerçeklikle örtüşme şartıyla. Bu tezler; birtakım tecrübi ve akli süreçlerden geçirilerek bilgi mertebesine çıkartılır. Ancak bunlar din ve iman gibi konulara uyarlandığında ortaya benzer bir nesnellik ve tümellik çıkmaz çıkmasının da beklenmesi uygun değildir. O yüzden dinin bu bağlamdaki kavramı imandır (faith), inanç (belief) değil.(İbiş, 2021, s. 555)

Tanrı'nın bilinmesinin mümkün olmaması akledilememesi anlamına gelmemesi gerektiğini düşündürür. Her ne kadar İslam dininde Kur'an'daki kavramlar yoluyla mesele çözüme kavuşturulsa ya da kavuşturulmaya çalışılsa dahi, din üstü herkesi ilgilendirecek ve onayını alacak bir kavram ya da anlayış geliştirmek mümkün müdür değil midir esas soru bu olmalı derken dahi yine bilimin aşırı nesnellik ister tavrının bir tezahürünü görür gibiyiz... Bilmek ya da bilememek bilmeye ya da bilgiye nasıl bir sınır çizildiği ya da bu kavramlarla neyin kastedildiğinin belirlenmesiyle yani dilsel sorunların ya da sorun demek de ne kadar doğru olur zira çoğunluğunun uzlaşından meydana geldiği bir yapı olan dilde aynı şeye aynı şey dediğimizi söylediğimizde bile kısmi bir zannı da barındırdığımızı ihmal edemeyeceğimizi gözden kaçırmamak gerekir. Tüm bunlarla beraber Tanrı'nın bilinip bilinemeyeceği ve bunda bilinenin zata mı olup olmadığı ve iman ya da inançla ilişkisine dair anlayışlar agnostisizm ve onunla ilişkili kavram ve felsefelerle ilgilidir. Peki agnostisizm nedir?

### 1. Agnostisizm nedir ne değildir?

Agnostisizm kelimesinin ne olduğunu anlayabilmek için a olumsuzluk önekinin dışında kalan kelimenin ne anlama geldiği ve dolayısıyla onun olmaması anlamında kullanıldığıyla daha iyi anlaşılabilir belki de. "Sözlükte "bilmek, tanımak, kavramak" anlamına gelen *irfân* kelimesinden nisbet ekiyle oluşturulan *irfâniyye*, Yunanca "bilgi" mânasındaki *gno-*

1 Rojek, Pawel, "Towards a Logic of Negative Theology", *Logic in Religious Discourse*, ed. A. Schumann, 192-215, Frankfurt: Ontos Verlag, 2010,131. Akt: (Altaş, 2021, s. 131)

sisten türetilen *gnostisizm* karşılığında modern Arapça'da kullanılan bir terim olup başta Tanrı olmak üzere varlık ve olaylarla dinî konulara dair gerçek ve derunî bilginin duyu verilerine, akıl yürütmeye veya burhanî kanıtlamalara dayanmaksızın sadece keşif ve ilham yoluyla elde edilebileceğini ileri süren mistik ve felsefî akımı ifade etmektedir. Aralarında farklar bulunmakla birlikte pek çok din ve kültürde görülen bu akımın ilk defa nerede ve ne zaman ortaya çıktığı tartışmalıdır.”(Alper, 2000, s. 444)

Erken dönem Hristiyanlıkta, geniş ölçekli ama tam tanımlanmamış dini bir hareketi tanımlamak için, özel bir kapsam ve karakteri olan geniş bir tarihsel kategori olarak “Gnostisizm” ile ilgili bir iz yoktur, ya da “Gnostik” ve “Gnostisizm” terimlerinin modern kullanımı erken dönem Hristiyanlığı için tamamen bilinmeyen bir kullanımdır. Gnostisizm kavramının modern algılanma biçiminin gerekçelendirilmiş olup olmadığı sorusu hala tartışmaya açıktır, ancak cevap bu heretiklerin bir zamanlar nasıl adlandırıldığına dair dilbilimsel bir çalışma yapılmasına değil, fakat onların teolojisinin içeriğine, tarihsel ilişkilerine ve benzerlerine bağlıdır. Hali hazırda üç teori üstünlüğünü korumaktadır: (a) Gnostisizmin temeli, Yunan felsefesinin Hristiyanlığa aşırı bir biçimde uygulanmasına dayalıdır (b) bu temel Oryantal mitoloji ve dinin çok cömert bir biçimde asimilasyonundan ibarettir (c) bu erken dönem Hristiyan eskatolojik umutların ve fikirlerin terkedilmesine karşı doğal bir tepkidir. (Casey, 1935, s. 55)

Gnostisizmi tanımlamaya yönelik bütün çabaların geniş bir ilgi ve spekülasyon çeşitliliği ve delillerde bulunan düşünceler pahasına belli sistemlerin bir yönünü vurgulayarak meseleyi karıştırmışlardır. Profesör Burkitt “bu birkaç (Gnostik) sistem ne kadar sapkın olsalar da, Hristiyan sistemi olarak kabul edildiğinde en iyi şekilde anlaşılır” dediğinde şüphesiz haklıdır. Bu aynı zamanda, Gnostik olarak adlandırdığımız gruba paganlarla karıştırmayan ve onları diğer bütün sapkınlardan ayrı tutan heresiyologların da görüşüydü. Ancak bu teologların onları diğer sapkınlardan resmi ve tarihsel bir açıdan ayrı tutan başka bir tuhafıkları da vardır. Heresiyologlar tarafından tanımlanan bu sapkın görüşleri incelerken, bir bütün olarak ve kendi ana yapıları içerisinde Hristiyan teolojisi ve sadece belli detay maddeleri bakımından Hristiyan Ortodoksluğundan farklılıkları temsil edenlerle uyumsuz kalanlar arasında geniş bir uygulamalı fark belirtilmelidir. Modern eleştirmenler tarafından “Gnostik” olarak adlandırılan bu sistemler birinci sınıfa daha uygundur.(Casey, 1935, s. 58)

Tanrı'nın varlığına dair soru sorulduğunda iki farklı bakış açısıyla karşılaşılabılır genelde. Birincisi O'nun varlığına dair bilgi sahibi olunabileceğini öne süren anlayış ile O'nun varlığına dair bilgi sahibi olunamayacağını öne süren anlayıştır. O'na inanmayanların hepsi O'nun varlığına dair bilgi sahibi olunamayacağını söyleyenler değildir sadece zira kimi anlayışta bilgi ve inanma arasında herhangi bir ilişki yoktur. İkisi arasında bir ilişki



olduğunu savunanlar arasında da O'nun varlığına dair herhangi bir ipucu varsa inanılması eğer yoksa inanılmamasının savunulması beklenir.(Altunışık, 2023, s. 101)

Tanrı'nın varlık ya da yokluğunun bilinemeyeceğini belirten ve yargıyı askıda bırakan anlayış agnostisizmdir. Dinî agnostisizm ise Tanrı'yı bilmemenin O'na inanmaya mani olmadığını çünkü O'nun bilgisinin insan aklının sınırını aştığını ifade eder. Dinî agnostisizmin savunduğu inanma için bilmenin şart olmadığı anlayışı bazı noktalardan sorunlu gibidir. En azından rasyonel çıkarımların dışında tecrübe, his vb yollarla da olsa O'nun hakkında az da olsa bilgi sahibi olunabilir yoksa öbür türlü bilinemeyen ve belirsiz bir şeye inanma boşluğuna düşülebilir.(Altunışık, 2023, s. 100) Dini tarafının dışında epistemolojik yani yöntemsel bir tarafı da söz konusudur bu anlayışın.

Popüler tahayyülde agnostik, bir Tanrı'nın bilinmediğini veya bilinemeyeceğini savunan kişidir. Bununla birlikte sıklıkla ilişkilendirildiği ateist teriminin aksine, agnostik terimi rutin olarak teolojik olmayan bir şekilde kullanılır; tıpkı birisinin kendisini Sicim Teorisi'nin doğru olup olmadığı konusunda agnostik olarak tanımlanması gibi. Terimin hem teolojik hem de teolojik olmayan bağlamları içeren geniş kullanımı söz konusudur.(Archer, 2019, s. 63)Araştıran olarak agnostik tezini, bir failin yalnızca Q'nun cevabını bilme amacı varsa Q'ya karşı kararlı bir tarafsızlık tutumuna sahip olduğu iddiası olarak nitelendirilebilir.(Archer, 2019, s. 67)

Huxley ise agnostisizmi şu şekilde tanımlar: Herhangi bir tür ya da negatif bir inanç değildir agnostisizm. Bir şeye dair mutlak bir inanç hem entelektüellik hem de ahlakilikle ilgilidir. Yeterli kanıt olmadan herhangi bir önermenin doğru olduğundan emin olmak doğru değildir. Agnostisizmin ileri sürdüğü şey budur. Yeterli kanıtla desteklenmeyen şeylere olan inancı gayri ahlaki bulur agnostik.(Huxley, 1902, s. 309) “Bu inancın doğası dikkatli bir şekilde analiz edildiğinde, bunun, din tutkunları tarafından anlaşılan şeyin, ilahi olanla mistik birlik süreci olmadığı sıklıkla görülecektir; ama bir pazar araştırmacısının samimi sadeliği bunu bir zamanlar tanımlamıştı. Tertullian'ın bu bilinçsiz intihalcisi “İnanç” dedi, “inanılmaz şeylere inandığımızı söyleme gücüdür.”(Huxley, 1902, s. 310)

Bilgide mutlak bir kesinlik arayan agnostiklerin bu ilkesini her şeye uygulamak zor görünmektedir. Buna bağlı olarak Tanrı'nın varlığı hakkında da kesin ve somut bir delil olmadığı için agnostik olunmalıdır ancak somut bir şekilde kanıtlanamadığı halde açık seçik olan bir şey hakkında da agnostik olmak gerekecektir. Soyut kabul edilen zihin, duygu ve ruhun varlığı da bu ilkeye göre ortaya konulamaz ancak kimse buna rağmen onların varlığından şüphe duymaz. Her inancı kanıtlayamasak da bunlara sahip

olmak için somut olmasa da makul sebeplerimiz olduğunu düşünürüz ve bu, birçok konuda doğruluk iddiası için yeterlidir.(Aslantatar, 2022a, s. 8)

Agnostisizmin neliğine dair netliğin ortaya konması da hükmün askıya alınması noktasındaki sınırların çizilmesinde oldukça önemlidir. Genelde neliği formal epistemoloji bağlamında ele alındığı için bir yönüyle sınırlı kalmıştır. Bu sınırlılık ne netliğe kavuşturulamama durumu agnostisizmin teizm ve ateizm arasında bir yerde ele alınmasına ya da müstakil bir tutum değilmiş gibi algılanmasına sebep olmuştur. (Aslantatar, 2022a, s. 38) Dolayısıyla mahiyetçe nasıl bir yere oturtulduğu ve nasıl bir sınırın çizildiği de şeylere dair bilgide şüphe, inkar ya da inançsızlığın benimsenmesinde ve kavramın manasının değişiminde aynı oranda etkilidir. Örneğin bir insan ruh, fiziksel dünya ya da Tanrı'nın varlığı hakkında agnostik olabilir, bunların sadece biri için olabilir ya da bir şeye inandığı halde ona dair bilginin mümkün olup olmaması noktasında hükmünü askıya alabilir. (Aslantatar, 2022a, s. 39) Yani agnostisizm, tam olarak zihnin güvenilir bir şekilde kanıtlayamadığı alanlarla yani mutlak varlık ve hakikat, konularında hiçbir şey söyleyemeyeceğimizi ifade eden ve O'nun varlığı ya da yokluğu hakkında bir şey söyleyemeyeceğimizi öne süren görüştür.(Yıldırım, 2011, s. 42)

İmanın nesnesinin makul olmak zorunda olup olmadığı da meselenin bir başka tarafıdır. Makullüğün ne demek olduğu ve bunun inanç ve bilgi noktasındaki farklılığının ortaya konmasını gerekli kılmaktadır. Zira yanlış inanç görünürde herhangi bir çelişki meydana getirmediği halde yanlış bilgi için aynı şeyi söylemek zordur. Örneğin  $2+2=5$  ve dünyanın kare olduğu şeklindeki ifadeler.(Reçber, 2004, ss. 14-15)

Sıradan olumsal önermelerle ilgili yargılamaların askıya alınması delil yokluğunda epistemik olarak izin verilen bir şey olduğu için,  $p$ 'yi askıya almanın  $p$  için standart bir inanca sahip olma meselesi olması talebi,  $p$ 'yi askıya almanın  $p$  için herhangi bir standart inanca sahip olma meselesi olduğu sonucunu doğurur. Ancak Basit İndirgemenin amacı gelenekselcilerin inançla ilgili taksonomisine yönelik yaklaşımların üçünü de inancı, bağlantılı olan belli derecelerine indirgemektir. Ancak sanki  $p$ 'nin askıya alınmasını azaltmanın tek yolu,  $p$  için bazı standart inançlara göre  $-p$ ,  $p$ 'ye inanmak ve  $p$ 'ye inanmamanın hiçbir zaman bu kadar indirgenemeyeceğiymiş gibi görünmektedir. Dolayısıyla, Basit İndirgeme başarılı olamaz. Dahası,  $p$ 'yi askıya almanın,  $p$  hakkında herhangi bir standart inanca sahip olma mevzuusuyla ilgili olduğu sonucu,  $p$ 'ye inanmak ve  $p$ 'yi reddetmeyi  $p$  için standart inançlara indirgemek gibi bir kaygısı olmayan biri için bile kabul edilebilir değildir.  $P$  için -herhangi bir türde- standart inanca sahip olan birinin  $p$  hakkında agnostik olması sahte görünmektedir. (Friedman, 2013, s. 25)

Bu nihai sonuca ulaşırız çünkü hem  $p$ 'ye inanma(ma)k hem de  $p$ 'yi askıya almak aynı anda yapıldığında rasyonel bir kombinasyon değildir, ve bu nedenle  $p$  için herhangi bir inancı olan birisi,  $t$ 'deki  $-p$ ,  $p$ 'yi askıya almaktadır,  $-p$   $t$ 'dedir, bu durumda  $p$  için inancı olan hiç kimse,  $t$ 'deki  $-p$   $t$ 'deyken rasyonel olarak  $p$ 'ye ya da  $t$ 'deki  $t$ 'deki  $-p$ 'ye inanamaz. Şu sonuca ulaşmalıyız ki,  $p$ 'yi askıya alırken,  $t$ 'deki  $-p$  yalnızca  $p$ ,  $-p$ 'ye dair standart bir inanca sahip olma meselesi değildir. Eğer bunun kaçınılmaz olduğu ortaya çıkarsa, bu durumda Lockçuluğun yaygın versiyonları da yanlıştır. Eğer biz,  $p$ 'ye (diyelim ki) çok yüksek dereceli bir inancımız olmasına rağmen, rasyonel olarak  $p$ 'yi askıya alabiliyorsak, bu durumda  $p$ 'ye inanmak yalnızca  $p$  için yüksek dereceli bir inanca sahip olmaktan daha fazlası ya da daha farklı bir şey olmalıdır. Peki, bizim iki taksonomimiz nedir? Eğer Basit İndirgeme başarısız olsa bile, gelenekselcilerin inancın derecesine dair inançla ilgili tavırlarını indirgemek için deneyebileceğimiz daha sofistike çok sayıda yöntem bulunmaktadır. Örneğin,  $p$ 'ye inanmak ve  $p$ 'yi askıya almak arasındaki fark belki de bir kişinin koşulsuz  $p$ -inançları arasında değil, fakat bu kişinin inanç dağılımında bir noktada bulunmaktadır: kişinin koşullanmış  $p$ -inançlarının bazılarında ya da hatta o kişinin  $p$  dışındaki diğer önermelere dair güvenilirliğinde (örn. bazıları  $p$ 'yi askıya almayı, kişinin birinci dereceden epistemik duruşuna dair daha üst seviyeli inançlara sahip olmakla bağlantılamıştır). Şimdilik, şu sonuca varmalıyız ki Basit İndirgeme başarısızdır, ayrıca  $p$ 'yi askıya almak (yalnızca)  $p$  için standart bir güvenilirliğe sahip olma meselesi değildir. Biz  $p$ 'yi askıya almanın gerçekten  $p$ 'ye inanmanın herhangi kesin bir derecesiyle gerçekten rasyonel olarak uyumsuz olup olmadığı konusunda endişelenmeliyiz.(Friedman, 2013, s. 26)

Kişinin agnostik olduğu bir soruya karşı sorgulayıcı bir tutum sergilemekten kaçınmasının epistemik açıdan uygun olması, yargılamayı askıya almanın tek amacının sorgulamayı kolaylaştırmak olmadığını göstermek için yeterlidir. Bu yargılamayı neden askıya alıyoruz sorusuna daha kapsamlı bir yanıtı açık olmamız gerektiği anlamına geliyor.(Archer, 2019, s. 87) Bizi ilgilendiren sorular, tüm soruların yalnızca küçük bir alt kümesini oluşturur, olası sorular ve bizi kesinlikle ilgilendirmeyen sorular dizisi, tamamen olmasa da esas olarak ne sorgulayıcı bir tutuma sahip olduğumuz ne de hakkında agnostik olduğumuz sorulardan oluşur.(Archer, 2019, s. 80) Belirli bir cevaba inanacağım anlamında bir soru benim için çözülmüş olsa bile epistemik alçakgönüllülük erdemini sergilediğim sürece elde etme olasılığına açık olmam gereken bir anlam vardır, inandıklarımla bağdaşmayan kanıtlar gibi. Mevcut anlamda açık olmak, kişinin inandığı şeyle bağdaşmayan kanıtlar elde edeceği beklentisini gerektirmez. Aksine eğer bir soruya verilen belirli bir cevaba zaten inanıyorsam, o zaman inandığım şeyle bağdaşmayan kesin deliller elde etmeyi beklememeliyim. Mevcut

anlamda açık olmak, eğer bana bu tür kanıtları elde etme fırsatı sunulursa bu tür kanıtları görmezden gelmek veya dikkate almamak yerine inceleme eğiliminde olurum.(Archer, 2019, s. 85)

Agnostiklerin kendilerine ait bağımsız bir kanıtları yok gibidir. Agnostikler bu manada herhangi bir tarafta yer almazlar demek yanlış olmaz. Bu mahiyet ve kanıtsal bir problemidir. Teizm ve ateizmin kanıtlarını mukayese eden agnostisizm sunulan kanıtlardan (kötülüğün varlığı, evrim, alemin düzeni) hangisinin (teizm veya ateizm) neyi savunduğunu ortaya koymayla başladıktan sonra kanıtların tamamına ulaştıktan sonra muğlaklığa ulaşmıştır. Agnostisizm her iki farklı anlayışa da uzaktan ve eşit mesafede yaklaşmaya çalışır. Örneğin, kötülük probleminde agnostisizm teizmin aşkın ve iyi Tanrı'sına muhalefet ederken; alemin düzeni ve dini tecrübede ise ateizmden ziyade teizmi destekler. Tüm bu farklılıklar agnostisizmi tek bir şeye ulaşmak yerine rasyonel olarak hükmü askıya almaya yönlendirir.(Aslantatar, 2022b, ss. 177-178)Meselenin bir başka ayağı da kanıt getirmeye dair yükümlülüğün kimde olması gerektiği yönündedir. Tanrı'ya inananlar açısından bu sorumluluk ateistlerde iken; ateist ve agnostiklere göre ise durum tam tersidir.(Clifford, 2006, ss. 128-129)

Kenny'e göre inanç noktasında bir seçim yapılması gerekiyorsa bu yapılmadan önce inanılan şeyin neliği üzerinde bir ittifak şarttır. Fakat bu konuda tarih boyunca bir birlik söz konusu değildir. Dolayısıyla der mahiyeti noktasında mutabakın olmadığı bir varlık hakkında var olup olmadığına dair bir şeyler söylemek fazla iddialıdır.(Akgün, 2018, s. 32) Bu yüzden de "Bir şeye yetersiz delile dayanarak inanmak, herkes için, her zaman ve her yerde yanlıştır."(Clifford, 2006, s. 135) Bir yönüyle agnostisizmle ilişkili olabilecek bir anlayış olan inanç ahlakı kendisi de agnostik kabul edilen William Clifford için tesadüf değildir şeklinde açıklamada bulunur Ferit Uslu. Clifford'a göre inançlar sadece müntesiplerini değil aynı zamanda toplumu da ilgilendiren ve ahlakla da ilişkilidirler.(Clifford, 2006, s. 125) Çünkü yanlış bir davranışta bulunulması her zaman olumsuzdur, yetersiz bir delille bir şeye yönelik bir tavır ya da inanç geliştirildiğinde, kişinin muhakeme ve sorgulama, adalet ve dürüstlük mekanizmaları olumsuz etkilenebilir. Sonucunda olumlu bir eylem meydana gelse dahi yeterince delil olmadan bir şeye inanılması kişiyi safdil (kolay aldatılır) hale getirir. Buradaki esas mesele de kişi üstü bir şekilde toplumun muhakeme ve muhasebe melekelerini yitirmesidir.(Clifford, 2006, s. 134)

Clifford makalesinde kanıtlanmamış yani yeterli delille desteklenmemiş hiçbir şeye inanılmaması gerektiğini 2 örnek olayla açıklamaya çalışır: Birinci örnekte gemisinin sağlam olup olmadığıyla ilgili şüpheleri olan bir tüccarın kendisini bir şekilde ikna ederek gemisini yola çıkarması ve masum insanların batan gemiyle ölümleri. İkinci örnekte de genelin dışın-da bir anlayışa sahip inanişli insanların yaşadığı adada bu insanlara yöne-

lik yeterli delil olmadan ortaya çıkan suçlamalar ve bunlara yetersizliğe rağmen inanma eğiliminde olanlara ve en sonunda da yeterince ve etraflı araştırma sonucu bu insanların masum olduğuna ulaşılabildiğine dair bir hikayedir.(Clifford, 2006, ss. 129-130) Clifford a göre bu her iki örnekte de yanlış diye nitelenen şey inanç değil, onu izleyen eylemdir. Aslında kişinin eylemleri üzerinde hiçbir etkisi olmayan bir inancın bir inanç olduğunu ileri sürmek bile doğru değildir.(Clifford, 2006, s. 131)Bu eyleme geçiş için de en az bir inancın aktif olması gerekir zira tüm inançların askıya alınmasında ona dair inancın da askıya alındığı makul değildir. Eylemler inançlar tarafından yönlendirildiği için en az birinin aktif olması şarttır. (Aslantatar, 2022a, s. 41)

Tanrı'yı bilmek sorununu, nihai olarak birbirinden ayırtırmak mümkün görünmemekle birlikte, bilinen şeyin O'nun varlığı mı yoksa mahiyeti mi olduğu şeklinde iki açıdan ele alınabilir. Tanrı'nın varlığı meselesi epistemolojik bir iddiayı içerir. Tanrı denilebilecek bir varlığın gerçekte olup olmadığının bilinip bilinemeyeceğidir. Ateist, teist ve agnostikler için meselenin temeli buradadır denilebilir. Tanrı vardır önermesi bir teist için bilgi değerine sahipken; bir ateist için bu önerme yadsınması gereken çünkü haklı bir nedenden yoksun bir ifadedir. Bir agnostik için ise Tanrı vardır ya da yoktur demek doğru değildir. Zira O'nun, varlığı ya da yokluğu üzerinde olumlu ya da olumsuz herhangi bir yargıya varılamaz. Teist ve ateist arasındaki mesele Tanrı vardır önermesinin doğru ya da yanlışlığı iken agnostik için bunun bilinip bilinemeyeceğidir. (Reçber, 2004, ss. 39-40)

Agnostisizmin nasıl bir hareket ve düşünme tarzı olduğu noktasında tam bir netlik olmamakla beraber bir kişinin kendisini agnostik olarak ifade ederken epistemolojik manda nerede olduğunu söyleyebilmesinin zorluğu da agnostisizmin tanımlanmasını zorlaştıran unsurlardandır.(Şükrü Özkan, 2019, s. 698) Yeni bir çözüm önerisi olarak sunulan metodik agnostisizm ne içerden ne dışardan bakmayı nötr kalmayı tavsiye ederek mutedil bir yol önermektedir din bilimlerine dair konularda.(Metz, 2018, s. 399) Ancak bu önerinin epistemolojik olarak yargıyı askıda bırakmadan farklı olup olmadığı üzerine çalışma yapılmasını gerektirir gibidir.

Hakkında tanım ve tanımlamalar yapılan ve en temel manada herhangi bir şeyin özellikle de inanç unsurlarının var olup olmadığına yönelik herhangi bir hükümde bulunmama olarak ifade edilen agnostisizm, bu anlayışıyla bazı anlayışlarla karıştırılmaktadır. Daha iyi anlaşılması ve sınırlarının daha iyi çizilebilmesi adına o benzetilen anlayışlardan herhangi bir farkının olup olmadığının ortaya konulması gerekmektedir.

Agnostisizm septisizmle karıştırılma ve onun içerisinde yok olma ihtimaline sahiptir. Özellikle güçlü agnostisizm Tanrı'nın varlığına dair bir

kanıtın bilinmezliğini herkes için ve her şartta zorunlu olduğunu öne sürüyorsa bu manada septisizmle arasındaki fark neredeyse ortadan kalkacaktır.(Aslantatar, 2022a, s. 48) Ancak fark septisizmin daha radikal ve genelleyici olmasındadır. Bilginin hiçbir şekilde mümkün olmadığı iddiası da bir tür bilgi iddiasıdır dolayısıyla septikler kendi zeminlerini de bu manada ortadan kaldırmaktadırlar.(Aslantatar, 2022a, s. 68)

Agnostisizm bir yönüyle apateizmle de benzerliğe sahip gibi görünse de Tanrı'nın varlık ya da yokluğuna dair herhangi bir hüküm bildirmeme olarak tanımlanan agnostisizmde metafizik alana ait olan Tanrı'nın varlık ya da yokluğu konusunda kanıtların kesin ve somut olmaması durumundan ötürü yargıda bilinçli bir şekilde karar verememe durumunu ifade etmektedir. Tanrı'nın varlık veya yokluğu verilen cevaplar değişmekle beraber teist ateist ve agnostiğin ele aldığı varoluşsal sorunlardır. Apateizm ise bunların hiçbirisiyle ilgilenmediği gibi bu sorulara karşı da kayıtsız bir tutum ortaya koyar. Hatta bu konulara karşı motivasyon, akıl ve irade eksikliği olarak tanımlanabilir.(Şimşek, 2023, s. 339)

Agnostisizmin Tanrı'nın varlığının ispatlanması noktasında sadece rasyonel süreçleri devreye koyması görüşü başka boyutlara da işaret etmektedir. Bu noktada agnostisizmin fideizmle nasıl bir bağlantı içerisinde olduğunu görmek gerekmektedir. Fideizm, kanıttan ziyade imana dayanan epistemolojik bir süreç olarak ele alınırsa kanıtlar açısından benzer ya da aynı görünebilir ancak epistemolojilerinde kullandıkları yöntem bağlamında birbirlerinden oldukça farklıdırlar.(Şükrü Özkan, 2019, s. 700) “Agnostisizmin mahiyetine dair net bir çerçevenin çizilememiş olması, agnostik tutumun ateizm, septisizm ve kısmen de teizme indirgenerek ele alınmasına sebep olmuş, ancak indirgendiği yaklaşımlar bunlarla sınırlı kalmamıştır. Bu bağlamda, agnostisizm, ‘mistik düşünceye, hayal gücüne, hissedilen ancak kanıtlanamayan *şeylere* yer açma tutumu’ olarak karşımıza çıktığı gibi, ‘nihai olana ulaşma arzusunda olanlar için yeni bir yaşam biçimi’ olarak ya da günümüz dünyası tartışmalarının odağı haline gelen din, hukuk ve politik tartışmalarda ‘empati tutumu’ olarak da sunulabilmektedir.”(Aslantatar, 2022a, s. 69)

## 2. Agnostisizm Türleri

Agnostisizme ne denildiği denileceği ya da türlerinin olup olmadığı ya da çeşitlerinin ne olduğu iman ve bilgi arasında bir ilişki olup olmadığı ya da nasıl bir ilişki olduğu anlayışının ortaya konuluş şekliyle de ilişkilidir denilebilir. Zira bilmeden inanmak mümkün müdür ya da inanmak için bilmek ön şart mıdır ya da bilmek için inanmak şart mıdır gibi sorular bunun muhtemelleri arasındadır. Hatta kesin olarak bilinen bir şeyin imanın objesi olamayacağı zira imanın duygusal ve iradi bir yönelim isteyen bir yapıya sahip olması gerektiği şeklinde de anlayışlar söz konusudur. Hakkında her-

hangi bir şey söylenemeyen ya da neliği bilinemeyen bir varlığa inanmak ne derece makuldür? Tanrı'nın mahiyetinin bilinmemesi ile O'na inanmada O'nun var olduğuna dair düşünce aynı değildir. Kutsal metinlerde Tanrı'ya dair ifadelerle O'nunla ilgili en azından O'na inanabilecek kadar bilginin elde edilebileceğine ulaşılabilir. (Altunışık, 2023, s. 106)

Agnostisizme dair ilk çalışmalardan olan Uslu'nun çalışmasında: “Agnostisizmin birçok çeşidi olduğu ileri sürülmektedir. Bunlar, agnostik teizm, agnostik ateizm, kayıtsız agnostisizm ve pragmatik agnostisizm vs. şekillerde ifade edilmektedir. Mesela bilme sınırının dışında kabul edilmesine rağmen Tanrı'nın varlığına inananlara *agnostik teist* denebilirken, herhangi bir kanıt olmaksızın inanmanın rasyonel bir tutum olmadığı gerekçesiyle Tanrı'nın varlığına yönelik görüş belirtmeyenler *agnostik ateist* olarak nitelendirilebilir. *Kayıtsız agnostisizm ve pragmatik agnostisizm*de ise Tanrı inancına ve dine karşı bir ilgisizlik söz konusudur. Bu durum “apateizm” yani kayıtsızcılık olarak adlandırılmaktadır.”(Uslu, 2012, ss. 11-12) “Bilmek ve inanmak ilişkisine bağlı olarak Tanrı'ya yönelik tutumlarla ilgili kombinasyonlar artmaktadır: 1. Bildiğini düşündüğü için inananlar (bu bilginin kaynağı kişi için akıl veya vahiy olabilir, fark etmez) (pozitif teistler), 2. Bildiğini düşündüğü için inkâr edenler (pozitif ateistler), 3. Bilmediğini düşündüğü için inkâr etmeyenler (negatif teistler), 4. Bilmediğini düşündüğü için iman etmeyenler (negatif ateistler), 5. Bilmediğini düşündüğü için ne iman eden ne de inkâr edenler (zayıf agnostikler), 6. Bilmediğini düşündüğü için inkâr edenler (güçlü agnostikler).”(Uslu, 2012, s. 25)

Agnostisizmin iki farklı tanımından birincisinde bir Tanrı'nın olup olmadığını bilmediklerini iddia eden ancak bir Tanrı'nın olup olmadığını bilmenin mümkün olup olmadığı konusunda kararsız kalan sözde zayıf agnostiklerle; yalnızca bir Tanrı'nın var olduğunu bildiklerini inkâr etmekle kalmayıp aynı zamanda bir Tanrı'nın varlığını bilmenin imkânsız olduğunu iddia eden güçlü agnostikler.(Archer, 2019, s. 68) Güçlü agnostiklerinki gibi durumlar teolojik alanla sınırlı değildir. Aslında bu durum, araştırmanın birisini belirli bir sorunun cevaplanamaz olduğuna inandırdığı herhangi bir bağlamda ortaya çıkabilir. Bazen Q ile ilgili yalnızca belirli türdeki kanıtların prensipte ulaşılamaz olduğunu keşfedebiliriz. Örneğin Kurt Gödel'in herhangi bir matematiksel çerçeve içinde doğru olduğunu kanıtlayamayacağımız doğru ifadelerin olacağını kanıtlayan eksiklik teoremi, belirli bir tür kanıtın prensipte doğru olduğunu bildiğimiz bir örnektir.(Archer, 2019, s. 68)

Bu duruma başka bir örnek şöyledir: Bir sorunun ancak vekilin, soruyu cevaplamakla ilgili herhangi bir ek bilgi elde etmesinin mümkün olmadığına dair haklı bir inanca sahip olması durumunda, haklı olarak cevaplanamaz olduğuna inanılmasıdır. Mevcut öneriye göre bir temsilcinin

bir soruyu yanıtlamak için hiçbir zaman yeterli bilgi elde edemeyeceğine haklı olarak inanması, o sorunun kendi bakış açısına göre yanıtlanamaz sayılması için yeterli değildir. Temsilcinin bu soruyla ilgili hiçbir ek bilgi elde edemeyeceğine haklı olarak inandığı doğru olmalıdır. Ancak belirli bir soruyu yanıtlamakla ilgili herhangi bir ek bilgiyi hiçbir zaman elde edemeyeceğimizi bilebileceğimiz düşüncesi yanlıştır. (Archer, 2019, s. 71) Örneğin bir Tanrı'nın var olup olmadığı konusunda güçlü bir agnostik Tanrı sorusuyla ilgilenmeyi tarihsel olarak insanın sosyal ve ahlaki gelişimi üzerinde net bir olumsuz etkiye sahip olarak görebilir. Bu inanç böyle bir bireyin kendisine karşı sorgulayıcı bir tutum benimsemekten kaçınmasına neden olabilir. Dolayısıyla araştıran olarak agnostik tezinin Q konusunda agnostik olan bir failin Q'ya karşı sorgulayıcı bir tutum benimsemekten veya sürdürmekten kaçınmayı seçmesinin imkânsız olduğunu ima etmek de failerin özgürlüğünü kısıtlamaktadır.(Archer, 2019, s. 74)Yalnız bu da kısmi göreliliğe sebep olmaz mı?

Güçlü agnostisizm Tanrı'ya dair ortaya konulmaya çalışılan kanıtların geçerli olmadığı ve insan aklının da her şeye ulaşamayacak kadar sınırlı olmasından dolayı yokluğuna kesin bir hüküm vermemekle beraber negatif ateizme yakın bir tavır sergilemektedir.(Şükrü Özkan, 2019, s. 708) Zayıf agnostisizm ise hükmü askıya almada kendilerini destekleyecek kanıtlara sahip olmaları ve herhangi bir yöne yönelik bir taraf olmadıkları için bir manada güçlü agnostiklerden paradoksal olarak daha güçlü bir agnostik tavır sergilemektedirler.(Aslantatar, 2022a, ss. 65-66)

Negatif ateizmle de karıştırılan zayıf agnostisizm aslında birbirlerine karşıttır. Ateizm hangi biçimiyle olursa olsun Tanrı'nın var olduğuna inanmamayı ya da var olmadığına inanmayı benimsemişken; zayıf agnostisizm ne varlık ne de yokluğuna dair bir hüküm belirtir. Aynı şekilde teizmin zayıf veya negatif formuyla da benzer gerekçeden ötürü karşıtlık içerisindedir. Zira burada da Tanrı'nın var olduğuna inanma söz konusudur. Teizmin zayıf formunda Tanrı varlığına inanılan ancak gereklerini yapmayan ya da kendi düşüncesini savunma ve haklılaştırma gayreti içerisinde olmayıp karşıt anlayışları da dışlama eğiliminde olmamak söz konusudur denilebilir. Zayıf agnostisizmde ise varlık ya da yokluğa dair herhangi bir kesin yargı yoktur. (Aslantatar, 2022a, s. 54) Alvin Carl Plantinga için de agnostisizm zayıf ve güçlü şeklindedir: Zayıf agnostiğin Tanrı'nın varlığı ya da yokluğuna dair herhangi bir hükmü yoktur. Güçlü agnostiğin ise zayıftan farkı Tanrı'yı bilmenin ve ispatlamanın mümkün olmadığını dolayısıyla Tanrı'ya dair bir hükme varılmaması noktasındadır.<sup>2</sup>

2 Alvin Plantinga, "Agnosticism", A Companion to Epistemology, ed. Jonathan Dancy - Ernest Sosa - Matthias Steup, Blackwell Publishing, Hong Kong 2010, s. 223. Akt. (Altunışık, 2023, s. 103)



Kenny'ye göre Tanrı'ya dair anlayışlarda 3'lü bir sınıflama görülmektedir. Onun için agnostisizm zayıf formuyla ele alınmaktadır. Teizm ve ateizm ise pozitif ve negatif olarak tasnife tabi tutulmalıdır. Pozitif teizm, Tanrı'nın varlığını kabul ederken; negatif teizm ise ateist olmayandır. Pozitif ateizm Tanrı'nın varlığı aleyhine kanıtlar ortaya koyarken negatif ateizm ise teist olmama durumudur. Bu beşli sınıflamada negatif ateist ve negatif teistin agnostisizmin içerisinde yer alabileceğini savunarak tasnifini üçlü olarak özetlemektedir. (Uslu, 2012, ss. 22-23)

Kendisini olumsal agnostik olarak tarif eden Kenny için Tanrı'nın varlığına dair de yokluğuna dair de deliller eşit gibidir. O'nunla ilgili leh ya da aleyhteki bazı delillerin onu ikna edebileceği fikrine de açıktır; ancak henüz bir karara varmamıştır. Bu agnostisizm diğer insanların Tanrı'nın var olduğunu bilip bilmemeyi ya da tek gerçeğin onlarınki olup olmadığını bilmeyi içermemektedir. Aslında onların bilmediklerini düşünüyorum ancak bu da bir inançtır ve bilgi iddiasında olduğu iddia edilemez, der. (Kenny, 2012, ss. 166-167)

Tanrı mahiyeti itibariyle yukarda da değinildiği gibi kavranması kolay bir şey değildir. İnsanın sonlu ve sınırlı bir varlık olması ve dolayısıyla sonsuz ve sınırsız bir varlığın nelliğini bilemeyecek olması kişiyi teist olmaktan çıkarmaz ve bu kimselere dini agnostik denilebilir. Yani dini agnostisizm, bilinemeyen ama inanılması gereken bir Tanrı anlayışıyla, varlığıyla ilgili olumlu ya da olumsuz herhangi bir hükümde bulunmaktan kaçınan agnostisizmi aşma noktasında önemli bir adım olarak görülebilir. Dahası inanmanın yüzde yüz kesinlik barındıramayacağı yani iradi bir yönelim istediği gerçeği de göz önünde bulundurulunca bu durum kaçınılmaz gibidir.(Altunışık, 2023, s. 113)

Bir başka çeşit agnostisizm ise kuşatıcı agnostisizmdir. Onlar her konuda bilinemezlerdir ve akıl duyu hepsi güvenilmezdir dolayısıyla her şey tüm inançlar yargısız bir şekilde askıda bırakılmalıdır. Bu tür mutlak septisizm olarak da ifade edilebilir ve Pyrrhoncu septisizm örnek verilebilir. Ancak bu anlayışta varlığa karşı pasif bir duruş ve akletmekten kaçış söz konusu olduğu için diğer canlı türlerinden ayrılma noktası itibariyle bunun sürdürülebilirliği çok da mümkün değil gibidir.(Aslantatar, 2022a, s. 41)

Aslantatar yeni bir tür önerisiyle diğer türlerdeki eksik ya da yanlış anlaşılmaya müsait tarafların bir yönüyle de olsa bertaraf edilebileceğini belirtir: “*Felsefi-hibrit* agnostisizm, rasyonel bir agnostik tutum için, sorgulamanın gerekli olduğunu düşünen ve yalnızca epistemik bir pozisyon olarak mümkün olmasının yanında aşağıdaki bileşenlere de ihtiyaç duyar: (i) *Bilinçli* bir eylem neticesinde sahip olunması, (ii) Sahip olunan eylemin (hüküm askıya alma) mahiyetine dair bir *farkındalık* içermesi, (iii) En az bir

*inancın doğruluğuna dair bir bağlılık (commitment)* içermesi. Buna göre, bir agnostik, her ne kadar tutumu teizm ya da ateizme dair bir tarafsızlık içerse de Tanrı'nın varlığı hakkında hakiki bir görüşe sahip olmalıdır. Agnostik'in kendi tutumuna dair böylesi bir görüşe, bir bilinçliliğe sahip olması, onu, *p* önermesi hakkında -isteyerek ya da istemeden- herhangi bir fikre sahip olmayan birinden ayırdığı gibi bu pozisyona neden bağlandığına dair bilgi sahibi olmasını da gerektirir. Buna göre, hükmü askıya alma durumu ya da agnostik tutum, bilinçli bir tercihe dayanmıyorsa, agnostisizm olarak kabul edilemez. Benzer şekilde, örneğin, bir tartışma hakkında düşünmekte olan, ancak düşüncesini nihayete erdirmeden ve konu üzerinde bir karara varmadan başka bir düşünceye geçen, dolayısıyla ilk düşüncesi hakkında hüküm vermemiş biri de agnostik sayılamaz. Bunun yanında, herhangi bir konu hakkında düşünme yetisi olmayan ya da olsa bile bunu dile getiremeyen bir bebek/çocuk/akli yetenekleri gelişmemiş bir insan agnostik olamaz. Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür. Buna göre, agnostisizm, *bilinçli bir şekilde* hükmü askıya almaya dayanan bir tutumdur. Agnostisizmin, “kazara ya da farkında olmadan sahip olunan bir pozisyon” olarak rasyonel olması söz konusu değildir. Agnostisizm, hükmü askıya almaya dair bilinçli bir *eylem* olarak, tüm kayıtsızlık durumlarından farklılaşır.”(Aslantatar, 2022a, ss. 105-106) Her ne kadar bir yönüyle ve bir nebze de olsa çözüm olabilecek olsa bile cevaplardan ziyade yeni soru ve sorunların daha ehemmiyetli olduğu bir alan olan felsefede tam olarak ve başka hiçbir şeye ihtiyaç bırakmayacak bir anlayış mümkün ya da makul değil gibidir. O yüzden çözüm önerileri olmaya ve bulunmaya devam edecektir.

“Tanrı'nın bilinip bilinmeyeceği zemininde tartışılan agnostisizmin zayıf-güçlü, zorunlu-olumsal gibi yapılan tasniflerine bakıldığında homojen bir agnostisizm anlayışından bahsetmek mümkün görünmemektedir.”(Altunışık, 2023, s. 104)

### **3. Agnostisizme Karşı Bulunmaya Çalışılan Bazı Çözüm Önerileri**

Siz ve arkadaşınız bir sanat eserine bakıyorsunuz. Sessizce ona bakıyorsunuz, onunla ilgili tartışmıyorsunuz. Siz bu tabloda uyuyan bir köpek olduğu düşüncesini geliştiriyorsunuz; arkadaşınızsa hiç de öyle bir şey olmadığı fikrini geliştiriyor. Sizin baktığımız bu tablo Octavio Ocampo'nun General'in Ailesi eseridir. Bu tablo, Wittgenstein'in ördek-tavşanı gibi, iki çok farklı biçimde görülebilir. Bu tabloyu görmenin bir biçiminde, tablo sağ eliyle klapasını kavrayarak heybetli bir poz veren bir generali tasvir etmektedir. Tabloyu görmenin diğer bir şekilde ise, yaşlı bir adamla genç bir anne ve bir çocuk, Arnavut taşlı bir sokağa çıkan bir kapıdan yürüyerek –şu işe bakın ki- uyuyan bir köpeği bulacak şekilde tasvir edilmiştir. (Tablo bir generalin portresi olarak görüldüğünde, uyuyan köpek generalin

klapasındaki eldir.) Böylece, siz ve arkadaşınız burada, aynı mesafeden aynı tabloya bakmaktasınız. Biz ikinizin de benzer nitelikte görüş gücünüz olduğunu varsayabiliriz. Biriniz tabloda uyuyan bir köpek olduğu fikrine ulaşırken, diğerinizi öyle olmadığını düşündü. Teklik en azından ikinizin görüşlerinden bir tanesinin rasyonel olmadığı sonucunu gerektirmektedir. Bu da imkânsızdır. Arkadaşınızın tabloda uyuyan bir köpek olmadığı fikri yanlıştır, ancak bu fikir kesinlikle rasyoneldir. Arkadaşınız tabloyu parçalara ayırmanın kusursuz biçimde makul bir yolunu bulmuştur ve bu açıdan uyuyan köpek yoktur. Eğer arkadaşınız tablonun ikinci bir biçimde parçalara ayrılabilceğini görebilecek kadar şanslı değilse, bu rasyonelitenin bir başarısızlığı değildir.(Decker, 2012, s. 779) Rasyonellik ve mantıklılık arasındaki farkla çözmeye çalışıyor sorunu.

Elbette, her üst düzey yorum bilimsel bir yorum değildir ve bizim kanıtlarımızın tamamı (bilimsel kanıtlarımızın tamamı bile) tümevarımsal değildir. Bizler aynı zamanda öncül görünüm ve oluşumları gerçekleştiren duylara da sahibiz. Bunların da yorumlanması gerekmektedir. Bütün bu başlangıçlardan bizim dünyaya dair matematiksel, mantıksal, felsefi ve etik bakışımız oluşmaktadır. Bize bir kanıt bütününe belli bir varsayımı destekleyip desteklemediği sorulduğunda, bu durumda bu soru bir yorumlamaya endekslenmelidir, zira bu yalnızca ham kanıtların varsayımları desteklediği yorumlamalarıyla ilişkilidir. (Decker, 2012, s. 780)

Bu teorik erdemlerin bilim felsefecileri tarafından övülmesi kazara olmamıştır. Quine (1960) bilimin yalnızca bilinci yerine gelmiş bir sağduyu olduğunu öne sürmüştür ve haklıdır da. Bilim felsefecileri uzun bir müddet yüksek seviyeli bilimsel teorilerin var olan kanıtlarla belirsizlik halinde olması probleminin farkındadır. Bu teoriler yalnızca kanıtların (yorumlamanın daha alt-seviyeli diğer katmanlarını varsayan yorumlamaların) yüksek seviyeli yorumlamalarıdır. Rasyonellik bizim teorilerimizin kanıtlara “uyumlu” olmasını gerektirdiğinde, bu Teklik gibi bir şeyi garanti altına almaz. Kanıtlarla uyumlu olmak, belli epistemik erdemler açısından (yeterince) yüksek bir skor elde ederken, kanıtlara açıklama getirmekle ilgili bir meseledir. Çoklu teorilerin her birinin kabul edilebilir sayılmak için bu erdemler bakımından yeterince yüksek bir skor elde edemediğini düşünmek için herhangi bir neden yoktur. Bizim düşük seviyeli yorumlamamız da aynı türden bir belirsizlik göstermektedir. (Bilimsel kanıtların dahi belirsizlik içerdiğine vurgu yapıyor.) İnançlar için rasyonelite, rasyonelitenin temel kavramı değildir. İnançlar makul bir biçimde yorumlanan kanıtlar bütünüyle doğru bir biçimde uyumlu olmaları bakımından rasyoneldir. Kabul edilebilirlik rasyonelitenin temel kavramıdır. Yukarıda da öne sürdüğümüz gibi, rasyonelite büyük ölçüde erdem-teorik terimlerle sadeleştirilmelidir. Biz rasyonel yorumlamanın bağlantılı bütün erdemleri maksimize etmesi gerektiğini mi söylemeliyiz? Hayır. Ahlaksal teori bakımından

izin verilen tek davranış biçiminin bütün ahlaki erdemleri maksimize eden yöntem olduğunu söylemek nasıl bir hata olursa, kanıtları yorumlamanın epistemik olarak tek rasyonel yönteminin epistemik erdemlerin bütününe maksimize eden yöntem olduğunu öne sürmek de bir hata olacaktır. Öncelikle, böyle yöntemlerin var olduğu çok da açık değildir, ikinci olarak da ahlaki izin verilebilirlik ve epistemik rasyonalite, ahlaki ve epistemik mükemmeliyetten ayırt edilmelidir. (Decker, 2012, s. 781)

### Sonuç

Tanrı'nın varlığına ya da yokluğuna dair herhangi bir şey söylemenin doğru olmadığı anlayışı şeklinde tarif edilen agnostisizm, bilgi noktasında mı yoksa varlık noktasında mı bir çıkmaza kapı açmaktadır tam olarak netlik kazanmış değildir. Akli önceleyen ya da delillendirilmiş olmanın olmazsa olmaz olduğunu ele alması itibariyle deizmle bir yönüyle benzerlik gösterse de birçok noktada ayrışmalar yaşamaktadırlar. Kant'ın numen alanına dair bilinemezci anlayışı agnostisizmin kökeni olarak da ele alınabilmektedir. Zira Kant'a göre Tanrı saf akılla bilinemezdir. O numen alana aittir. Aynı zamanda otonom bir ahlak için de Tanrı'nın ahlakın sonraki ilkesi olması gerektiğini düşünmektedir.

Deizm de agnostisizm de akli önceler ancak deizm en sonunda Tanrı'ya ulaşırken agnostisizm ulaşmaz. Diğer tasavvurlarla benzer ya da farklı yönleri ortaya konulmaya çalışılabilir. Ancak bu anlayışın ilk akla gelen ve yaygın manasıyla herhangi bir yargıya ulaşmadığı ya da ulaşmamasının gerektiği şeklinde ifade edilen güçlü agnostisizmde Tanrı'nın varlığının kesinlikle bilinemeyeceği anlayışıyla epistemolojik olarak ki bu anlayış bir yönüyle bir metot olarak ele alınır ama ki ontolojik olarak herhangi bir şeye ulaşmadan yargıyı askıda bırakmak mümkün değildir ya da askıda bırakmanın gerekliliğine vurgu yapmak isterken askıda bırakmada da olsa bir yargıya vardığı şeklinde de algılanabilir. Tanrı'nın varlığının bilgisinin bilinemeyeceği iddia edilse dahi bilgi ve iman ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda her ne kadar ön şart sırasının her din için aynı olmayacağı ifade edilmekle beraber bilgi ve iman arasında herhangi bir ilişki yoktur demek de değildir. Dolayısıyla epistemolojik olarak bir yöntem olarak kabul edilse dahi ontolojik bir sonuca götürme ihtimalini barındırdığını inkâr etmek yöntemin kendisiyle çelişmesine yol açacaktır. Zira imanın ortaya konulan sınırında araftalık kabul etmediği şeklindeki anlayış, inanma ya da inanmama noktasında açık ifade edilse ya da edilmesede bir sonucu barındırdığını ya da barındırmasının muhtemel olduğunun imkân dâhilinde olduğunu gösterir.

Agnostisizmin yargıyı askıda bırakması ve iman denilen ve daha çok dini önermeleri tasdiki karşılayan bir şeyi de ortadan kaldırma potansiyeli taşır gibidir zira ait olma duygusuna cevap verme ve mutlak bir özgür-

lüğün kaotik yapısından kurtulmaya hizmet ettiği de ifade edilen din ve onun türevlerine karşı çıkmış olur. Bir agnostik ya da agnostik olduğunu söyleyen kişi bilinemez olduğu için inancını askıya almayı tercih ederken herhangi bir yere ait olmayı da dışarda bırakmış oluyordur. Din de kimi anlayışa göre güvenlik duygusuna cevap vermek için kimi anlayışa göre de ait olmaya karşı gelmektedir. Dolayısıyla ruhsal olarak bir yönüyle kişinin aşırı özgür olması manasına gelebilecek agnostisizm ne kadar sürdürülebilir ve insana yeterlidir ayrı bir tartışma konusunu bünyesinde barındırmaktadır. Dinin bu ve buna benzer olumlu etkilerinin onun gerçeklik değerini arttırmayacağını ve bir plasebo etkisinden öteye gitmeyeceğini savunan düşüncüler de yok değildir.(Dawkins, 2019, s. 169)

Özgürlük için nice savaşlar çıkmıştır ve insanoğlu kendi kendini yönetmek ve kendi kararlarını kendi vermek istemiştir, bu da onun özgürlüğü önemsediğinin alametiydi belki de. Gelişmenin tam olarak açığa çıkarılmasında insanoğlunun gizli güçlerinin açığa çıkarılması gerekiyordu. Bireycilik, liberalizm, demokrasi vb tüm bunlar insanın özgürlüğünü gerçekleştirilmesine yardım ediyor gibiydi. Doğanın efendisi olmak, kilisenin egemenliğini yıkmak hepsi özgürlüğe hizmet etmektedir. Dışardan egemenliğin kaldırılması bireyin özgürlüğü için gerekli değil aynı zamanda yeterli şarttı.(Fromm, 2011, ss. 19-20) Peki, doğumla gelen tek istek özgürlük müydü güdusel olarak boyun eğme de aynı şekilde olabilir mi? Liderlerine hayran olup onlara tabi olanları nasıl açıklayacağız eğer bu istek yoksa? Hep dışsal kamuya mal olmuş ya da bir otoriteye mi olur bu boyun eğiş yoksa içselleştirilmiş otoritelere yönelik olan görev bilinci de bunun içerisinde yer alabilir mi? Boyun eğmenin özü nedir kabullenmiş olmakta gizli bir doyum var mıdır?(Fromm, 2011, s. 22) Tamamen özgür olunamayacağı ya da boyun eğmeden inanmadan da yapılamayacağına Kenny'nin örneği verilebilir: Ona göre bir agnostiğin dua etmesi anormal değildir. Çünkü bir dağın zirvesinde, bir mağarada ya da okyanus ortasında kalmış bir kişinin onu asla duyacak kimse olmamasına karşın yardım talebinde bulunması bu durum kadar irrasyoneldir.(Kenny, 2012, s. 168)

Dawkins ise dine farklı bir açıdan bakar Dinsel inancın insanı strese bağlı hastalıklardan koruduğu yönünde küçük bir kanıt bulunur. Kanıt kuvvetli değildir fakat doğru olsaydı şaşırtıcı olmayacaktı; telkinle tedavinin birkaç olayda işe yaradığını gördüğümüzdekiyle aynı sebepten dolayı doğru olacaktı. Bu gibi faydalı etkilerin dinin iddialarının gerçeklik değerini asla yükseltmeyeceğini söylememe gerek olmamasını dilerim. Din, stresi azaltarak ömrü uzatan bir plasebo mudur?(Dawkins, 2019, s. 169)

Sonuç olarak denilebilir ki agnostisizm gerek tanımlamaları gerek türleri gerekse de üzerine yapılan çalışmalar dikkate alındığında üzerinde çok yönlü bir araştırma yapılmasını gerekli kılar gibidir. Ona dair söylenenler söylenecek olanlara kapı aralamaktadır. Agnostisizmin mevcut ve bili-

nen soru ya da sorunlarıyla ontolojik, epistemolojik, psikolojik ve ahlaki açılardan ele alınmayı ya da bakış açısı geliştirmeyi gerekli kıldığı söylenebilir. Zira Tanrı'nın var olup olmaması, var veya değilse bunun bilinip bilinmemesi, böyle bir varlıkla ilişki kurulup kurulamayacağı ve böyle bir varlığın sorumlu tutup tutmayacağı ve hesaba dair herhangi bir şeyinin olup olmayacağı problemin diğer ayakları olarak ifade edilebilir. Genel hatlarıyla ele alınmaya çalışılan bu çalışma da umut edilir ki yeni sorulara ön ayak olmuş olsun.

Agnostisizmin ilerleyen günlerde şimdi çok makul görünmese de daha önceden ele alınıp alınmadığı yazılmış ya da söylenmiş her çalışmaya ulaşmanın imkânsızlığı da göz önüne alındığında net olmasa da, Tanrı tasavvurları içerisinde agnostisizm yer alabilir belki de. Zira bazı türleri itibarıyla bir çeşit tasavvur imajı verir gibidir. Örneğin agnostik teizm bir tasavvur olarak ele alınabilir. Yalnız ontolojik bir karşılıkta herhangi bir şey söylememesi bağlamında bir inanç olup olmadığı hakkında net bir şey söylemek çok da doğru değil gibidir. Şunu da belirtmek gerekir ki her ne kadar agnostik teizm ifadesinin olabileceğini iddia edenler olduğu gibi bir yargıya vardığı için bu kavramın agnostiklikten çıkacağını ve mümkün olmadığını da savunanlar söz konusudur.

## Kaynakça

- Akgün, T. (2018). *Anthony Kenny'ye Göre Tanrı'yı Bilmenin İmkânı ve Agnostisizm*.
- Alper, Ö. M. (2000). İrfâniyye. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 22, ss. 444-447). Geliş tarihi gönderen <https://islamansiklopedisi.org.tr/irfaniyye>
- Altaş, E. (2021). Aklın İmkânı ve Sınırı: Fahreddin Râzî'ye Göre Genel ve Özel Metafizik Bilginin İmkânı. *Nazariyat İslam Felsefe ve Bilim Tarihi Araştırmaları Dergisi (Journal for the History of Islamic Philosophy and Sciences)*, 7(2), 109-139. <https://doi.org/10.12658/Nazariyat.7.2.M0156>
- Altunışık, M. A. (2023). Dinî Agnostisizm Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Islamic Research*, 34(1), 100-114.
- Archer, A. (2019). Agnosticism, Inquiry, and Unanswerable Questions. *Disputatio*, 11(53), 63-88. <https://doi.org/10.2478/disp-2019-0012>
- Aslantatar, N. (2022a). *Agnostisizm Tanrı'nın Bilinemezliği Sorunu* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aslantatar, N. (2022b). Paul Draper, Agnostisizm ve Kötülük Problemi. *Dini Araştırmalar*, 25(62), 173-196. <https://doi.org/10.15745/da.1082298>
- Casey, R. P. (1935). The Study of Gnosticism. *The Journal of Theological Studies*, 36(141), 45-60.
- Clifford, W. K. (2006). İnanç Ahlâkı (F. Uslu, Çev.). *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(9), 125-136.
- Çetin, H. (2022). Hegel'de Tanrı Bilgisi. *Felsefe Arkivi / Archives of Philosophy*, 0(57), 85-100. <https://doi.org/10.26650/arcip.1208861>
- Çiftçi, M. (2021). Teşbihsiz Tenzih Mümkün Müdür?: Salt Tenzihî Dilin İmkânı ve Tenkidi. *Bilimname*, (45), 121-153. <https://doi.org/10.28949/bilimname.761197>
- Dawkins, R. (2019). *Tanrı Yanılgısı* (T. T. Bilgin, Çev.). İstanbul: Kuzey Yayınları.
- Decker, J. (2012). Disagreement, evidence, and agnosticism. *Synthese*, 187(2), 753-783. <https://doi.org/10.1007/s11229-011-0010-x>
- Friedman, J. (2013). Rational Agnosticism and Degrees of Belief. İçinde T. S. Gendler & J. Hawthorne (Ed.), *Oxford Studies in Epistemology Volume 4* (ss. 57-81). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199672707.003.0003>
- Fromm, E. (2011). *Özgürlükten Kaçış* (Ş. Yeğin, Çev.). İstanbul: Payel Yayınları.
- Huxley, T. H. (1902). Agnosticism and Christianity. İçinde *Collected Essays: Volume V Science and Christian Tradition* (ss. 309-366). New York: D. Appleton and Company.
- İbiş, F. (2021). İman ve Bilgi İlişkisi Üzerine Bir Eleştiri. *Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 546-579. <https://doi.org/10.32711/tiad.1014863>

- Kenny, A. (2012). Agnostisizm ve Ateizm (Y. Türkben, Çev.). *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 161-168.
- Mete, D. (2018). Din Bilimcisi Ne Kadar Agnostiktir?: Çağdaş Din Bilimlerinde Agnostisizm Sorunu. *Kesit Akademi*, 14(14), 396-409. <https://doi.org/10.18020/kesit.1458>
- Reçber, M. S. (2004). *Tanrı'yı Bilmenin İmkkanı ve Mahiyeti* (Kitabiyat). Ankara.
- Şimşek, İ. (2023). Apateizm Nedir? Ne Değildir? *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10(1), 330-351. <https://doi.org/10.17859/pau-ifd.1296518>
- Şükrü Özkan, M. (2019). Ontolojik ve Epistemolojik Bağlamda Agnostisizm Problemi. *Journal of Turkish Studies*, 14(Volume 14 Issue 2), 695-716. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14802>
- Uslu, F. (2012). Agnostisizm. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11(21), 5-28.
- Yıldırım, T. (2011). Ateizm mi Agnostisizm mi? Bertrand Russell'ın Tercihi. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 41-52.



## BÖLÜM 10

### İBN HALDUN VE SANAT ANLAYIŞI

*Hazel Merve DANIŞKANER<sup>1</sup>*

*İbrahim MAZMAN<sup>2</sup>*

---

1 Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Doktora Öğrencisi, h.mrvyazi-ci@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-6531-2134

2 Prof. Dr. Kırıkkale Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, imazman@kku.edu.tr. ORCID ID:0000-0003-0564-502X

## Giriş: İbn Haldun ve Sanata bakışı

Sanatın kökü, sanat sosyolojisi bağlamında diğer birçok bilimlerde olduğu gibi köken olarak çok eskilere dayandırılmıştır. Süreç içerisinde insanlar diğer canlılardan ayrıldığı temel özelliklerini fark etmiş ve kendisine özgü bu özellikleri sorgulamaktan kendini alamamıştır. İnsanları diğer canlılardan ayıran kendine özgü olan temel özelliklerinden biri sanat olmuş, bu bağlamda sanatın insanla yaşıt olduğu düşünülmüş, sanatın kökünü sorgularken eski devirlere gidilmesi gerektiği görülmüştür (Ulusoy, 1993, s. 247). Bu bağlamda eski devirlere gidilmesi gerekliliği sanatın kökenini sorgulama, sorusunu ortaya çıkarmış, sosyal bilimlerin asıl görevi kavranılması güç olan fenomenleri anlaşılabilir kılma ve bunu anlamlandırmak için ilk adım nesnesinin kendine özgü bir takım belli özelliklerinin tanımlanması olmuştur. Bu özellikler tüm yönleriyle açığa kavuşturulurken, beşer faaliyeti de işin içine katılmıştır (Kaya, 2022, s. 92).

Gombrich bu beşer faaliyetini izahta bulunmuş, tarihte var olan en eski sanat üsluplarının genelde doğulu kralların baskı yönetimi altında doğduğunu belirtmiştir. M.Ö. 6. Yüzyılda Yunanistan'da ilk tapınakların yaratıldığı dönemden öncede doğunun en eski krallıklarının sanatçıların kendine özgü bir mükemmelliğe ulaşmak için emek sarf ettiklerini dile getirerek, onların atalarından gelen kurallara sıkı sıkıya bağlı olduklarını vurgulamıştır. Bu doğrultuda Yunanlı sanatçılar taştan heykeller oymaya yeltendikleri zaman Asurlu ve Mısırlı sanatçıların bıraktıkları noktadan işe koyulup, onlara sadakatle bağlı kalarak onları taklit etmişlerdir. Bu anlamda Beşer faaliyetler önem arz etmiştir (Gombrich, 1997, s. 78).

Bu bağlamda Gombrich sanatı beşer faaliyetlerle ifade ederken, Kant, sanatın var olandan var olmayanı çıkarmak, sunulmuş olan şeyleri yeniden biçimlendirmek olduğunu, belirtmiştir. Hegel ise sanatın din ve felsefe ile aynı misyonu taşıdığından bahsetmiş, sanatın özgür bir şey olduğunu, saltık tını duyusala dönüştürdüğü ifade etmiştir (Yılmaz, 2008 s. 37).

Taine, Max Weber ve Durkheim sanatın toplumun sosyal koşulları tarafından belirlendiği üzerinde durmuş, sanat tanımlamalarında sanatı toplumsal koşulların üretimi olarak ele almıştır. Marks ise sanatın zihinsel sistemin ve ideolojinin bir ürünü olduğunu, entelektüel beceri ile ortaya çıktığını, sanat eserlerinin maddi nesnelere gibi egemen üretim biçimi tarafından belirlendiğini vurgulamıştır. Durkheim, sanatın kaynağını dine bağlayarak sanat tanımı yapmış, ilkelerin bir takım totemler için ortaya koydukları temsil, yaş, çile, törenleri ve seremoniler de resim, musiki ve şiirin esaslarının belirlendiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda ilkelerin barınaklara, mezarlara inanç sistemindeki totemlerin resimlerini çizdiklerini aynı zamanda da drama oynayıp, şarkılar söyleyerek sanat icra ettiklerini ortaya koymuştur (Ulusoy, 1993). Sorokin de sanat üzerinde durmuş, ger-

çek anlamda sanatı ifade etmiştir. Sorokin, sanatı nesnelere gözle görülen şekilleriyle ilgilenmekten ziyade, işaret, sembol gibi araçlarla değişmez varlığı ortaya koyan nesne olarak görmüş, sanatın duyum ötesi şeyler, melekler, ruh şeytanlar olduğunu belirtmiştir (Sorokin, 1962, s. 503).

Tüm bu düşünceler bağlamında İbn Haldun' da sanat ile ilgili düşünceler ortaya koymuş, bu düşünürlerden 4 çağ önce yani 14.yy da Mukaddime' de sanat ile ilgili görüşlerini dile getirmiştir. Bu görüşleri ile çağının ötesine geçen İbn Haldun, ilk sosyolog olma unvanını hak ettiği gibi, ilk sanat sosyologu unvanını da almayı çoktan hak etmiştir. İbn Haldun sanat ile ilgili birçok batılı sosyologun ortaya koymuş olduğu görüşleri 14 yy. da Mukaddime beşinci bölümde “*Geçinme Onun Kazanç Ve Sanatlar Bilişimindeki Çeşitlerine Ve Bütün Bu Hususlara Arız Olan Hallere Dairdir. Burada (Halli Gereken) Bir Takım Meseleler Mevcuttur*” başlığı altında ele almış, sanat kavramına bakış açısını bu bölüm altında izah etmiştir. Beşinci bölümün birinci faslından, on altıncı faslına kadar, rızık, geçinme, kazanç elde etme, ticaret gibi konuları irdeleyen İbn Haldun, sanat ile ilgili görüşlerini ise on altıncı fasıldan itibaren dile getirmiş, otuz üçüncü fasıla kadar sanat ile ilgili konulara yoğunlaşmıştır (Aksoy, 2023, s. 1079). Sanat ile ilgili yoğunlaştığı konularda sanat ile ilgili tanımlamalarda bulunmuştur. Sanat tanımlamaları doğrultusunda İbn Haldun, sanat tanımında meleke kavramını ön plana çıkarmış, sanatın ameli ve fikri melekedeki ibaret olduğunu belirtirken, ameli olması bakımından hisle idrak edildiğini ifade etmiş, hisle idrak olunan maddi hususların ise mükemmel olmasını sağladığını vurgulamıştır. Hissi ve bedeni işlerin ancak birlikte vukuu ettiğinde mükemmelleşeceğini belirten İbn Haldun, bunu ortaya koymanın faydalı olduğunu da dile getirmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 722).

İbn Haldun meleke ile ilgili bu görüşlerini on altıncı fasılda “*Hüner Ve Sanat Ancak Öğretmen Vasıtasıyla Öğrenilebilir*” başlığı altında görüşlerini izah etmiş, hüner ve sanatlarda meleke sahibi olmanın önemi üzerinde dururken aynı zamanda melekelerin ne olduğunu tanımlamıştır. İbn Haldun hüner ve sanatta aynı zamanda belli bir fikir ortaya koyarak ve emek sarf ederek öğrenilecek işlerde mutlaka meleke sahibi olunmasının gerekliliği belirtmiştir.

Hünerin ve sanatın ameli olması onun beden kuvvetine gereksinmesine sebep olmuştur. Bu durum hüner ve sanatın hisle vukuu bulan sebebidir. İbn Haldun beden gücü ile gerçekleştirilecek işlerin ancak kişinin kendi gücü kuvveti ve eli ile gerçekleştirildiğinde fayda sağlayacağını savunmuştur. İbn Haldun'a göre (1986) meleke nefiste meydana gelen ve zihinde yerleşen bir nitelik ve hal olup mevcudiyeti zihinde bütünüyle yerleşinceye kadar bu işi tekrar işlemek vasfıyla o işe alışmak demektir. İbn Haldun melekeyi bu şekilde tanımlarken aynı zamanda bir işi tarif ile öğrenmekten ziyade öğretmenden öğrenmenin göz ile idrak ederek aletlerle işleyerek

öğrenmenin daha faydalı olduğunu dile getirmiştir. İbn Haldun, bu şekilde öğrenmenin zihinde daha kalıcı olduğunu belirtmiş, öğrencinin öğretim metodunun iyi olması ve işinde meleke sahibi olması oranında o sanatta ileri gidebileceğini vurgulamıştır (Tekin, 2013, s. 972).

İbn Haldun, bir hüner ve sanatta uzman olan kişinin diğer meslekler bağlamında uzman olmasının nadir olduğunu belirtmiştir. Terzi örneği üzerinden açıklamalarda bulunan İbn Haldun, terzilikte belli bir meleke kazandıktan sonra, ticarete ve mimarlıkta meleke kazanıp uzman olunamayacağını ancak terzilikte uzmanlık derecesine varmamış veya meleke kaybetmiş olduğunda ancak farklı bir meslekte uzmanlaşabileceğini ifade etmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 728).

Bunun sebebini ise Mukaddime’de şu sözlerle açıklamıştır:

Melekeler nefsin sıfatı ve nefislerde sağlam bir surette yerleşmiş olan bir keyfiyettir. Zihin ve nefisler de yerleşmiş olan bir melekeyi, diğer herhangi bir meleke yerinden koparıp atamaz. Bir kimse tabii halinde; yani herhangi bir mesleğe intisap etmemiş ve öğrenmemiş iken daha kolayca meleke kesbedebilir... Fakat diğer bir meleke ile melekelenerek nefiste değişiklik husule geldiği ve tabii halini kaybettiği takdirde bu melekeden doğan renk ve halin tesiri ile bu istidat azalır ve bundan dolayı nefsin diğer bir meleke kesbetmesi zayıflar (İbn Haldun, 1986, s. 379-380).

Görüldüğü gibi İbn Haldun, bir meslek sahibinin kendi mesleğinde uzmanlaştıktan sonra başka meslekte uzmanlaşmasının mümkün olmadığını yirmi ikinci fasılda bu sözlerle ifade etmiştir.

Öte yandan İbn Haldun, sanatların ancak taliplerinin fazla oluşu ile iyileşip ilerleyeceğini belirtmiş, bu görüşlerini on dokuzuncu fasılda “*Hüner ve Sanatların Ancak Talip ve Araştıranların çok olmasıyla çoğalır ve güzelleşir*” başlığı ile dile getirmiştir.

Bu bağlamda İbn Haldun, insanların kazancını ancak iş yaparak sağladığını, bu doğrultuda gücünü de para kazanabileceği kıymetli olan şeylere harcadığını belirtmiştir. Bir sanatın talebi çok olduğunda insanların o sanatı yapmak için öğrenmeye çalışacağını fakat o sanatın talebi az olduğunda insanların bu sanatı terk edeceğini ifade etmiştir. Aynı zamanda bir sanatın gelişmesinin, devletin o sanatın gelişmesini arzu etmesine bağlı olduğunu vurgulamış, devletin arzu etmediği sanatın arzu ettiği sanat kadar gelişmeyeceğini gözler önüne sermiştir (İbn Haldun, 1986, s. 375; Tekin, 2013, s. 981).

Yine İbn Haldun sanat ile ilgili görüşlerinde Arap kavimlerinin hüner ve sanatlardan en uzak kavim olduğunu ortaya koymuş, Mukaddime’de bunun sebebini şu şekilde izah etmiştir:

...Bedevilik bunların iliklerine işlemiştir. Hadari umrandan bunun gerektirdiği sanatlardan ve diğer hususlardan çok uzak kalmışlardır. Diğer yandan Arap olmayan doğuluların ve Akdeniz'in karşı gecesindeki Hıristiyan milletlerin hadari umran ruhlarına işlemiştir. Bunlar bedevilikten de bedevi umran dan da azami derecede uzak kalmışlardır. Hatta Arapların çöllerde vahşileşmeleri ve sahralara açılmaları için yardımcı bir unsur olan deve onlar arasında umumiyetle mevcut değildir. Deve için gerekli meralar ve yavru yapması için lüzumlu olan kumluklarda oralarda yoktur (İbn Haldun, 2022, s. 726-727).

Tüm bu görüşlerden de anlaşıldığı gibi İbn Haldun, Arapların sanatlar bakımından geri olduklarını belirtmiş hatta Arap olmayan Türk, Çin, Hint gibi milletlerden sanat ithal ettiklerini, bu milletlerde çok miktarda sanat bulunduğunu vurgulamıştır. Yine İbn Haldun İsrail oğulları, Fars, Yunan, Rum gibi eski milletlerde sanatların kökleştikten hadariliğin yerleştiğinden söz ederken, kısa bir süre hâkim olunan Yemen, Umman, Cezire'nin de sonraki zamanlarda şehir ve kasabalar inşa ederek hadariliğin son noktasına geldiğini ifade etmiştir. Amerika, Semud, Himyer'in de böyle olduğunu dile getirmiş, nakışlı kumaş, kaliteli elbise ipek dokumacılığının bu bölgelere özel olduğunun altını çizmiştir.

İbn Haldun'un Mukaddime'de sanata dair bakışı bu şekilde özetlenmiştir. Çalışmamız doğrultusunda umran ve sanat ilişkisine giriş yapmış olduk, şimdi ise detaylı olarak İbn Haldun'un Mukaddime'sinde umran ve sanat ilişkisi gözler önüne serilecektir.

## 2.İbn Haldun'a Göre Mukaddimedeki Umran ve Sanat İlişkisi

İbn Haldun, Mukaddime de sanat ve toplum arasındaki ilişkiyi irdelemiş, yaşadığı çağ olan 14. yy. da sanata dair ayrıntılı ve özgün görüşler ortaya koyarak aslında sanat sosyolojisine dair analizler de bulunmuştur. Bu İbn Haldun'un çağının ötesine geçtiğini gösterirken, aynı zamanda da bugün sanat sosyolojisi bağlamında ortaya konulan fikirlerin özünü oluşturduğunu kanıtlar nitelikte olmuştur.

İbn Haldun Mukaddimedeki toplum ve sanat arasında bağ kurarken özellikle umran kavramına önem atfetmiş, sanat ile ilgili görüşlerini ortaya koyarken sanatı umrandan ayrı olarak düşünmemiş, sanatın ancak umran aracılığıyla gerçekleşeceğini vurgulamıştır. O halde öncelikle umranın ne olduğunu ele almamız aynı zamanda Umran çeşitleri olan bedevi ve hadari toplum analizi yaparak, özellikle İbn Haldun'un görüşleri bağlamında sanatın ortaya çıktığını düşündüğü hadari toplumla ilişkisine değinmemiz yerinde olacaktır.

Muhammed El Cabiri, umranın tamir, imaret kökünden türediğini, insanların doğasında bulunan yardımlaşmayı gerçekleştirerek geçinmek,

kaynaşmak için bir araya gelmek, ihtiyaçlarını gidermek için küçük veya büyük yerleşim yerinde topluca ikamet etmek anlamına geldiğini belirtmiştir (El Cabiri, 173).

Ahmet Arslan, İbn Haldun'un bu kelimeyi öncelikle canlıların hayatlarını sürdürebilmek için bir takım coğrafi özelliklere ve iklime uygun yerlerde çeşitli faaliyetleri gerçekleştirmek için bir araya gelmeleri olarak ifade etmiş bu kelimeyi, mamur bölgeler üzerinde yaşanılabilen kalabalık, gelişkin, ilerleme, bayındır kılmak olarak ele almıştır. Arslan, zamanla İbn Haldun'un bu kelimeyi özü itibari ile insanı olan bir olayı ifade etmekle sınırlandırdığını ve bu olayın temeline de toplumsal hayat örgütlenmesini, toplum hayatından doğan bazı olayları (geçim, kazanç, sanat) koyduğunu belirtmiştir (Arslan, 1997, s. 91-92).

Cemil Meriç ise, umranın yeni ilmin anahtarı olduğunu belirtmiş, *"bir kavmin yaptıklarının ve yarattıklarının bütünü, içtimai ve dini düzen, adetler ve inançlar"* olarak ele almıştır. Meriç, İbn Haldun'un umranın iki merhalesi olduğunu ve bu iki merhalenin de birinin bedevilik diğeri ise hadarilik olduğunu vurguladığını dile getirmiştir. (Meriç, 1977, s. 154). Ümit Hassan, umranı bedevilik ve hadarilik ilişkisini uygarlık anlamında ele almış ve bedevilik ve hadariliği şu sözlerle izah etmiştir:

...Bedevilik önce gelmek ve öncelikle her şeyden çok ilkel toplumlar yani insanın sınırlı ve gerekli ihtiyaçlarını tatmine yöneldiği toplumlar karşılığındadır. Bu sebeple bir kültür aşaması olarak bedevilik, uygarlıkla ya da diğer bir anlatımla büyük şehirlerdeki karmaşıklık lüks, ileri teknik beceriler vs ileri karakterize edilen kültür... Bedevilerin ilkel kültür diye adlandırdığı ortak bir yaşam tarzı vardır... bu ortak hayatın onu oluşturan yönlerini örneğin ilkel yönetim, ilkel yapı, ilkel sanayileri belirtmek içinde kullanır... Aynı şekilde hadarilik (uygarlık) sadece büyük şehirlerde yaşamak değil fakat uygarlığın özelliklerine uygun hayat tarzını sürdürmektir. Bu da lüks üretim ve tüketime yönelme mutlak siyasal iktidara yönelme karmaşık nitelikte bir sanatın yaratılması ve lüks derecede sofistike ilimlerin bilinmesidir (Hassan, 2011, s. 188-189).

Görüldüğü gibi İbn Haldun, bedevilik ve hadariliği göçebe ya da yerleşik olmaktan ziyade üretim biçimi ve hayat tarzı ile ilişkilendirmiş, zorunlu ihtiyaçların giderildiği umranı bedevi olarak nitelerken, gereksinimlerin artarak çeşitlendiği ve lüks halini alarak kasaba ve kentlerde gelişen hayat tarzını ise hadari olarak nitelemiştir. Ensar Çetin İbn Haldun'a göre, bedevi toplumun ilkel bir hayat tarzına sahip olduğunu, barınma, giyinme, beslenme gibi zorunlu ihtiyaçları ancak karşılayabildiğini, güzel sanatlar, ince zanaatların mevcut olmadığını, daha çok marangozluk, demircilik, fırıncılık gibi mesleklerin ilkel biçimde bulunduğunu vurguladığını belirtmiştir. Hadari toplumun ise teknoloji ve bilimde ilerlediğini, çeşitli zanaatlarda

ve güzel sanatlarda uzmanlaştığını bütün toplumların birinci asamadan ikinci aşama olan hadariliğe geçtiğini ifade etmiştir (Çetin, 2020, s. 18-19).

Bu bağlam da Abdülkadir Zorlu, temel ihtiyaçların giderildikten sonra refahın artışı ile hadari topluma geçildiğini, toplumun gelişim merhalesine göre ihtiyaçların değiştiğini, bu ihtiyaçları şekillendiren unsurun birey olmaktan ziyade, umran olduğunu ifade etmiştir (Zorlu, 2020, s. 495).

Bu doğrultuda Ahmet Arslan da hadari umranda ihtiyaçların fazlalaştığını ve çeşitlendiğini belirtmiş, temel ihtiyaçların karşılanmasından sonra insanların lükse yöneldiğini, ticaret ve sanayinin gelişmesiyle, saraylar, kervansaraylar, camiler görkemli binalar yaptıklarını, ilim adamlarının ve özellikle sanatçıların hadari umranda ortaya çıkma imkanı bulduklarını ifade etmiştir. Devletin hadari umranın sureti olduğunu devletin de desteği ile sanatların çeşitlenip çoğaldığını belirtmiştir (Arslan, 1997, s. 135). El Husri, olgunluk seviyesine gelen hadariliğin akıllı ve zekayı geliştirdiğini, bunların tesiri ile de sanatların geliştiğini belirtmiştir (El Husri, 2001, s. 192).

İbn Haldun bu durumu Mukaddime’de şu sözlerle izah etmiştir:

Fikir ve akıl gittikçe hüner ve zanaatları tekamüle doğru götürmeye çalışır ve çeşitlerini çoğaltır... Derece derece tekamül ettirir. Sanayi ve sanatla olanların tekamülü zamanların geçmesine muhtaçtır. Küçük şehirlerde ancak ibtidai madde ve nesnelere imaline mahsus olan basit hüner ve zanaatlara rast gelinir. Medeniyet yükseldikçe refah ve tekellüflü hayatın itiyatlarından olan madde ve nesnelere imal etmek zarureti hasıl olur. Sanayi ikiye bölünür... Biri yaşayış ve geçinme ile ilgili olan sanayidir, terzilik, marangozluk, demircilik gibi zanaat bu cümledendir. Diğeri ilim, sanat, siyaset gibi insanların hususiyetlerinden olan, fikir ve akıl ile ilgili hüner ve sanatlardır. Kâğıtçılık bu cümleden olup, kitapları istinsah etmekle ve ciltlemekle uğraşmaktan ibarettir. Mugannilik, şiir ve genel olarak ilim öğrenmek bu cümledendir. Sanatın üçüncü kısmını askerlik ve benzeri teşkil eder (İbn Haldun, 1986, s. 368).

Görüldüğü gibi İbn Haldun, Locke gibi insan zihninin doğuştan boş bir levha olduğunu, akıl sayesinde hüner ve sanatların ilerlediğini, medeniyet yükseldikçe hadari toplumla sanatların çeşitlendiğini, insanların bazı mesleklerde ve sanat dallarında uzmanlaştığını ifade etmiş, sanatın sadece hadari umranın ilerlemesiyle mümkün olabileceğini, ancak hadari toplumla sanatların mükemmelleşeceğini vurgulamıştır (Demir, 2023, s. 15).

Bu doğrultuda İbn Haldun, sanatların umranın gelişmişliği ile doğru orantılı olduğunu belirtmiş, bunun için ekonomik refahın şart olduğunu ifade ederken, insanların ancak temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra sanatlara fırsat bulabildiğini, refahın ve boş vaktin artmasıyla sanatsal imkânların yaratıldığını bu sayede ancak sanatın mükemmel hale geldiğini vurgulamıştır (Rashıd, 2019, s. 71).

İbn Haldun bu görüşlerini Mukaddime Beşinci bölüm on yedinci fasılda “*Sanatlar Sadece Hadari Umranın İlerlemesi Ve Kemale Ermesi Sayesinde Mükemmelleşir*” başlığı altında izah etmiş ve bunun sebebinin Mukaddime de şu sözlerle açıklamıştır:

... Hadari umran ve şehirdeki teşkilat kemal mertebesinde bulunmadığı sürece halkın kaygısı sade maişetin zaruri kısmı ile alakalı olur. Bu ise buğday ve benzeri gıda maddelerini elde etmekten ibaret olan bir şeydir... Şehir teşkilatlanır oradaki emek artar. Zaruri ihtiyaçları tam olarak karşılar ve bundan da fazla olursa, bu fazlalık lüks nevinden olan maişete sarf edilir. Sonra insan sanatlara ve ilimlere kendisini diğer hayvanlardan ayırt eden fikir sebebiyle muhtaçtır... Gıda zaruri olduğu için ilimlerden ve sanatlardan önce gelir ilimler ve sanatlar zaruri olan gıdadan sonra gelir diğer taraftan sanatlardaki iyileşme bir beldenin umranı nispetinde olur. Çünkü bu takdirde sanatlar refahın ve servetin meydana getirdiği talep sebebiyle zarifleşir ve bunların kaliteli olanları rağbet görür (İbn Haldun, 2022, s. 723).

Bu doğrultuda İbn Haldun, umran hayatının yükselerek kemale doğru ilerlediğinde sanatta güzelleşmenin olduğunu gözler önüne sermiş, mükellef hayatın alışkanlıklarıyla çeşitli sanatların mükemmel seviyeye ulaştığını vurgulamıştır. Umranın engin bir hale gelmesiyle, ayakkabıcılık, ipek işlemeciliği, kuyumculuk gibi sanatlar da ustalaşma olmuş, zarafet son halini alarak bu sanatlar mükemmel hale gelmiştir. İbn Haldun simitçi, aşçı, raks, musiki, sahaf gibi sanatlarında bu minvalde olduğunu, umranın haddinden fazla olmasının sanatlarda çeşitliliğe yol açacağını dile getirmiştir (Tekin, 2013, s. 976).

Yiğit'in 2021 yılında yaptığı çalışma da İbn Haldun'un sanat anlayışına yer vermiş, sanatların şehirlerde gelişerek çeşitlendiğini, büyük şehirlerde dericilik, kuyumculuk gibi sanatların var olduğunu, kırsal kesimlerde ise kasaplık, marangozluk, terzilik gibi sanatların olduğunu belirtmiştir. Ayrıca İbn Haldun'un şehirler ne kadar eskiyse sanat sahiplerinin de o kadar ehil olduğunu vurguladığını ortaya koymuştur. İbn Haldun buna örnek olarak Endülüs'ü vermiş, Endülüs'te umran gerilese de sanatların hala



sağlam bir şekilde devam ettiğini belirterek, bunun sebebinin köklü tarihe sahip olması olduğunu altını çizmiştir (Yiğit, 2021, s. 15).

İbn Haldun Endülüs örneğini Mukaddime’de şu sözlerle izah etmiştir:

... Çağımızda Endülüs bunun bir örneğini teşkil eder. Endülüs’te sanat eserlerinin ve şehirlerle ahalisini tekel-lüflü yaşayışı ile ilgili bütün ihtiyaç ve itiyatlarının mü-kemmel bir surette temin edilmiş ve yerleşmiş olduğunu görüyoruz... Güzel yapılar, şarkı, dans ve musiki aletle-ri, sarayları güzel bir surette tertip ve tefriş usulü maden ve topraktan nefis tabak çanak gibi ev eşyası ve cihazları yapmak sanatı tekamül etmiştir. Bunları yapan uzman ve mühendisler vardır... Bütün sanat ve sanayi çok ilerlemiş bulunmaktadır. Eski bayındırlığı kaybolmuş, medeniyeti alçalmış ve birçok bakımdan, deniz kıyılarındaki şehir ve bölgelere nispetle aşağı bir dereceye inmiş olduğu halde Endülüslüler medeni hayatla ilgili olan hüner ve sanayide diğer bütün şehir ve bölgelerin ahalisine nispetle çok ileri-dedirler. Bunun sebebi Endülüste medeniyetin eskiliği ve asırlar zaafında yerleşmiş olmasıdır (İbn Haldun, 1986, s. 372-373).

İbn Haldun tüm görüşlerini Mukaddime beşinci bölüm on sekizinci fasılda “Şehirlerde Sanatların kökleşmesi yalnız buralardaki hadaratın kökleşmesine ve süresinin uzun olmasına bağlıdır” başlığı altında özetle-miş, sanatların bir umranın renklerinden adet ve alışkanlıklarından ibaret olduğunu ve umranın bu renklerinin adetlerinin çok süre ile kökleştiğini dile getirmiştir. İbn Haldun bu doğrultuda umrandaki adetlerin kökleşme-sinden kaynaklı her ne kadar umran gerilese de sanatların hala mevcut ol-duğunu ifade etmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 724).

Endülüs örneğinden başka Tunus’un halinin de böyle olduğunu ise şu sözlerle izahta bulunmuştur:

...Endülüs nispetinde olmasa dahi yerleşik ve medeni ha-yatın itiyat ve icaplarının sevkiyle hüner ve sanayi inkişaf etmiştir... Yerleşik ve medeni hayatın icap ve itiyatların-dan hüner ve sanatlarından beğendiklerini mısırlılardan almaktadırlar... Bir takım sebeplerin tesiriyle tunusun ba-yındırlığı o çağa nispetle eksilmişse de, Tunus medeniyet-te her ne kadar Endülüs derecesine varmamakla beraber, medeniyeti Endülüs medeniyetinin rengi ile muhkem bir surette boyanmış, ancak yer değiştirmenin bir sonucu ola-rak az çok değişmiştir. Kayrevan, Merraküş Ve Kal’at-İ İbn Hammad da dahi bu medeniyetin bakiyesini görmek-

teyiz. Bu eserlerin hepsi harap veyahut harap hükmünde ise de izleri görülmektedir (İbn Haldun, 1986, s. 374).

İbn Haldun aynı zamanda sanata olan ilgi ve talebin fazla olmasının, toplum tarafından duyulan ihtiyaçla doğru orantılı olduğunu belirtmiş, sanatın aslında rağbet edilip satmak için getirilen mal gibi olduğunu söylemiştir. Toplum da rağbet gören sanatın, insanları bu sanatı öğrenmeye teşvik ettiğinin altını çizen İbn Haldun, bunun bir arz talep ilişkisi olduğunu belirtmiştir (Aksoy, 2023, s. 1084).

Mukaddime de sanatların ancak taliplerinin fazla oluşu ile iyileşip ilerlediğini belirtmiş ve bunun sebepleri üzerinde durmuştur. İnsanların emeğini boşa zıyan etmek istemeyeceğini, bu sebeple emeklerini değerli görülen bir şeye sarf edeceklerini ifade etmiş ve yukarıda bahsettiğimiz bu görüşleri şu sözlerle açıklığa kavuşturmuş ve konu ile ilgili olarak Hz. Ali örneğini vermiştir:

...Belli bir sanat hakkında talep varsa ve halkın ona rağbet etmeleri sebebiyle revaçta bu bulunuyorsa bu durumda o sanat pazarda revaçta olan ve satılmak üzere temin edilen ticaret eşyası hükmündedir... Şehir halkı sözü edilen sanatı öğrenmeye çabalar... Belli bir sanat için talep yoksa o sanat pazarında revaçta olmaz... İhmal edildiği için de ortadan kalkar. Hz Aliye atfen şöyle denir: “ Her kişinin kıymeti yaptığı işin iyi oluşu nispetinde olur. Bu söz bir kişinin sanatı, o kişinin kıymetinden ibarettir. Yani maişetine esas teşkil eden emeğinin değeridir manasını ifade eder ” (Uludağ, 2022, s. 726).

İbn Haldun, sanatların ancak taliplerinin fazla oluşu ile iyileştiğini ve ilerlediğini belirttiği gibi aynı zamanda, talebin umranın gelişmişliği ile doğru orantılı olduğunu ve umranın çoğalıp gelişmesi ve sanatların ilerlemesi için iklimin önemli olduğunu vurgulamıştır. Sıcaklığın insanların bedenleri üzerinde etkide bulunarak sanat yapmasını sağladığını ve engellediğini ifade etmiştir. İklimin medeni oluşumlarda önemli olduğunu belirten İbn Haldun, sanatların var olmasının da bu medeni oluşum sayesinde ortaya çıktığını, iklim şartlarının imar, sanat, bilim gibi medeni oluşumlara etkide bulunduğunu vurgulamıştır (Zorlu, 2020, s. 182).

Mukaddimedeki bu görüşlerine “*Havası Mutedil Olan İklimler, Havanın İnsanların Derilerine, Renklerine Olan Etkileri Ve Diğer Birçok Halleri*” başlığında şu şekilde yer vermiştir:

...Dördüncü iklimin iki tarafında olan üçüncü ve beşinci iklimler mutedil bölgelere en yakın, bunların iki yanındaki ikinci ve altıncı iklimler itidal dairesinden uzak birinci

ve yedinci iklimler ise itidal dairesinden en uzak iklimlerdir... Hüner, sanatlar, güzel yapılar ve giyimler, yiyecek maddeleri ve meyvelerle hayvanlar yer yuvarlağının ortasındaki bu üç iklimde yetişen diğer şeylerden mutedillik ve üstünlük hususiyetlerini kendilerinde toplamışlar... İklimleri mutedil olduğu için en mükemmel insanlardır... Barınaklarının, giyim, kıyafet ve yiyecek maddelerinin hüner ve sanatlarının son derecede mutedil ve orta bir derecede olduğunu görüyorsun... Bunların ev ve konaklarını yüksek ve nefis bir sanat eseri olarak süslü, nakışlı ve yüksek olarak bina etmiş olduklarını da görüyorsun... Bunlar alet ve esbap ve kullanacakları her şeyi güzel ve nefis yapmak hususunda birbiriyle yarış ederler ve son derece güzel yaparlar. Bunların bakır, gümüş, bakır, kurşun kalay ve demir madenleri vardır... Bütün işlerinde itidalden ayrılmaktan sakınırlar (İbn Haldun, 1986, s. 193-194).

İbn Haldun bu bağlamda sanatların ilerlemesinde iklim kadar devletin rolünün de önemli olduğunu vurgulamıştır. Sanatların ilerleyip gelişmesinde devletin etkili olduğunu belirten İbn Haldun, devletin vergilerini arttırması, güçlenmesiyle lüks bir hayat yaşanmaya başladığını ifade etmiştir. İbn Haldun, refah ve zenginliğin artmasıyla, insanların ihtiyacına göre meskenler, elbiseler alet edevat yaptıklarını, bunların güzelleştiğini, üretimin artmasıyla, tüketim alışkanlıklarının değişerek, insanların farklı alışkanlıklara yöneldiğini ve bunun sonucunda farklı meslek ve sanatların ortaya çıktığını belirtmiştir. Devletin bazı sanatları teşvik ederek, bu sanatlara talebin çok olmasına vesilesi olduğunu vurgulamıştır. Bazı sanatlarda uzmanlaşmayı sağlayan devlet aynı zamanda da bu sanatların revaçta olmasına ve halk tarafından rağbet görmesine sebep olmuştur (Kuran ve Çöpoğlu, 2019, s. 137; Denek, 2007, s. 61-62).

Mukaddime' de İbn Haldun devletin teşvik ettiği sanatların rağbet görmesini şu minvalde izah etmiştir:

...Ancak devletin arzu ettiği bir hüner ve sanatın talibi bulunur. Devletin arzu etmediği, fakat şehir ahalisinin rağbet gösterdiği hüner ve sanat devletin arzu ettiği, hüner ve sanat derecesinde gelişmez, çünkü devlet büyük pazar hükümünde olup, o pazardaki her mal ve eşya o nispette revaç bulur (İbn Haldun, 1986, s. 376).

İbn Haldun yukarıda ki pasajda da görüldüğü gibi devletin arzu ettiği hünerin ve sanatın her zaman talep gördüğünü bu minvalde açıklamış, bu doğrultuda şehir umranını devletin bir eseri olarak görmüş, şehirdeki ekonomik gelişmelerin dolayısıyla sanatların devlet sayesinde geliştiği-

nin altını çizmiştir. İbn Haldun'a göre devlet şehir umranında büyük insan kitlelerini toplayarak, iş gücü potansiyelini artırmış, bu doğrultuda sanayi ve ticaret faaliyetlerinin verimli hale gelmesini sağlayarak, ilim adamı ve usta sanatçıların yetişmesinde müsait ortamı hazırlamıştır (Adıgüzel, 2006, s. 192).

İbn Haldun'a göre sanatların gelişmesinde, sanata yönelik talebin az ya da çok olması ve devletin bu sanatı teşvik etmesi ve iklim ne kadar önemliyse, sanatın ilerlemesi ve gelişmesinde umranın gerilemesi de o kadar önemlidir. Refahın azalması ve umranın gerilemesiyle bir takım talepler azalır ve sanatlarda durma noktasına gelmiş olur. Aynı zaman da umranın gerilemesi yeni ustaların yetişememesine sebep olduğu gibi sanatların ileri gitmesine de engel olmuştur (Şenol, 2009, s. 116).

İbn Haldun bu durumu Mukaddime beşinci bölüm yirminci fasılda "Şehirler Yıkılmaya Yüz Tutarsa O Şehirlerde Hüner Ve Sanatların Azalacağına Dair" başlığı ile ele almış, bunun sebeplerini açıklığa kavuşturmuştur. İbn Haldun bu bağlamda hüner ve sanatların sadece talep ve ihtiyacın çokluğu nispetinde güzelleşeceğini ifade etmiştir. Bayırdırlığın azalması neticesinde ise şehrin halinin ve durumunun gerileyeceğini, ihtiyarlamaya başlayacağını aynı zamanda nüfusunun azalmasıyla o şehrin refahının ve bolluğunun azalacağını, bu doğrultuda da lüks ve geniş yaşayış alışkanlıklarının bir tatmin vasıtası olan hüner ve sanayiye azalttığını dile getirmiştir. Bu doğrultuda usta icra ettiği hüner ve sanatla geçinemeye hale gelmiş ve sanatını bırakıp başka bir ile uğraşmak zorunda kalmıştır. Belli zaman süresinde ise ustanın ölmesi onun yerine gelecek kimse bulunmamasına sebep olurken bunun sonucunda ise artık icra edilen sanatlardan eser kalmamış, kül olup uçmuş ve yerinde yellere esmiştir (İbn Haldun, 1986, s. 376-377).

İbn Haldun bütün eser ve sanatlardan eser kalmayacağını örneklerle ifade etmiştir. Refahla ilişkili olan kuyumculuk, nakkaşlık, kâtiplik, müstensihler gibi sanatların yok olup gittiğini, umranda ki gerileme sonucu sanatlardaki noksanlaşmanın gün ve gün arttığını dile getirmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 726).

Bu bağlamda İbn Haldun, sanatta İslam devletlerinin önceki devletler düzeyine ulaşmadıklarını, Arap kavimlerinin sanatlarda geri kaldıklarını savunmuştur. Bunun sebebinin ise Arapların fazla bedevi olması, hanedanlıklarının hadariliğin yerleşmesini sağlayacak kadar uzun ve istikrarlı olmaması, dinlerinin ulu binalar yapmaya izin vermemesi olduğunu belirtmiştir.

İbn Haldun Arapların görkemli şehir kurmayı beceremediklerini belirtirken, sanatın ve ustalığın ne olduğunu bilmediklerinden bahsetmiş, bu

sebeple de umranlarının çabuk harap olup yıkıldığını öne sürmüştür (Uludağ, 2015, s. 147-148).

Uludağ'ın 2015 yılında yaptığı çalışmada bunu şu sözlerle açıklığa kavuşturduğu görülmüştür: Arapların sanatlar alanında beceriksiz ve başarısız olduklarını ifade eden İbn Haldun bunu onların yaşadıkları bedevi hayat tarzı ile açıklamaktadır. Araplar bir yere yerleşip uzun süre istikrarlı bir hayat yaşasalar onlarda öbür milletler gibi bu alanda başarıyla olabilirler... İbn Haldun Hıristiyanların, eski İranlıların Hintlilerin ve Çinlilerin sanatlar alanında ileri bir durumda olduklarını özellikle belirtir (Uludağ, 2015, 151).

Tüm bu görüşler bağlamında İbn Haldun Mukaddimedede umran ve sanat ilişkisini bu minvalde ele almış ve detayları ile izah etmiştir. O halde şimdi ise Mukaddimedede başlıca sanatları ele alıp, bu sanatları İbn Haldun'un gözünden ayrı ayrı detaylandırarak açıklığa kavuşturalım.

### **3.İbn Haldun'a göre Mukaddimedede Başlıca Sanatlar**

Süleyman Uludağ 2015 yılında yaptığı çalışmada, İbn Haldun'un Mukaddimenin beşinci bölümünde sanatlar ve zanaatlar üzerinde durduğundan bahsetmiştir. İbn Haldun'un öncelikle geçim yollarını incelediğini, bunları ise ziraat, ticaret avcılık ve sanat gibi kısımlara ayırdığını ve sanatın tanımını yaptığını ifade etmiştir. Sanat, bir işteki ameli ve fikri meleke olarak ele alınmış ve sanatlar basit ve birleşik olarak sınıflandırılmıştır. Zorunlu ihtiyaçlarla ilgili sanatların basit, lüks ihtiyaçlarla ilgili sanatların birleşik olduğu, insanın önce basit sanatları ortaya çıkardığı, bu sanatların ise geliştirilerek birleşik sanatlara ulaşıldığı görülmüştür. İbn Haldun'un sanatları başka bir bakımdan iki kısma ayırdığını bunların fikir ile ilgili olanlarının kitapçılık, musiki, şiir geçimle ilgili olanların ise terzilik, dülgelik, demircilik olduğunu belirtmiştir (Uludağ, 2015, s. 150).

Sanay ise, İbn Haldun'a göre sosyal hayatta insanların işlerinin çok çeşitli olması sebebiyle hüner, sanat ve mesleklerin çok çeşitli olduğunu belirttiğini ve sosyal hayat içerisinde bunlardan daha zaruri ve konusu itibari ile daha şerefli olan sanatların olduğunu ifade etmiştir. İbn Haldun'un sanatları bir başka açıdan da zorunlu ve şerefli sanatlar olarak ayırdığını vurgulamıştır. (Sanay, 2007, s.88)

Bu doğrultuda İbn Haldun, zorunlu ve şerefli sanatları Mukaddimedede şu şekilde ayırdığı görülmüştür:

...Biz burada ancak zaruri ve şerefli olan sanatları anacağız. Ekincilik, terzilik, marangozluk, dokumacılık ve yapı sanatları ise yaşayabilmek için zaruridir. Ebelik, yazı kâ-

ğıtçılık, şarkı ve tababet konuları şerefli olan mesleklerdir (İbn Haldun, 1986, s. 381).

Ayrıca İbn Haldun Mukaddime’de bu sanatlara “ *Başlıca Sanatlara Dair*” başlığı altında girizgâhta bulunmuştur. Ebelik sanatının zaruri olduğunu ve toplumun muhtaç olduğu bir meslek olduğunu vurgulamıştır. Bir kişinin yavrusunun hayatta kalmasına vesile olan bu mesleğin değerli bir meslek olduğunu savunmuştur. Ebeliğin konusunu ise çocuklar ve annelerin temsil ettiğini dile getirmiştir. Öte yandan İbn Haldun, tababet üzerinde de durmuş, tababetin amacının hastalıkları tedavi etmek ve insanların sağlığını korumasını sağlamak olduğunu dile getirmiştir. Yazı sanatı ve ona tabi olan kâğıtçılığı da izah etmiş, bu meslek vasıtasıyla insanların gereksinimlerinin giderildiğini, defterlere ve kâğıtlara yazmak yoluyla insanların maslahatları ve çıkarları teminat altına alındığı için bu meslek üstün bir meslek olarak ele alınmıştır. Son olarak musiki sanatı ise belli ölçü dahilinde ses ve nağme ile kulaklarda güzel bir his vukua bulmasına sebep olmuştur. Ve bu anlamda kalbe heyecan ve neşe getirerek sanatlar içinde önemli bir yere sahip olmuştur (Tekin, 2013, s. 990).

İbn Haldun’un sanatlara olan bakışı değerlendirilmiştir. Bu bağlamda İbn Haldun’un zorunlu ve şerefli sanatlar hakkındaki görüşlerine aşağıda yer verilmektedir.

### 3.1. Çiftçilik

İbn Haldun, çiftçiliğin, belli bir gıda maddesini veya hububatı elde etmek olduğunu belirtmiştir. Çiftçilikte toprağın sürüldüğünü, tohumun ekildikten sonra mahsule bırakıldığını, ürünler olgunlaşınca kadar ise sulamanın ve yetiştirmenin devam ettiğini, son olarak hasat elde edildiğini, alet ve edevat icra edilerek gerekli işlemlerin gerçekleştirildiğini ifade etmiş, ancak bu şekilde bir çiftçiliğin ortaya çıkabileceğinin altını çizmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 729). Bu doğrultuda İbn Haldun, özellikle fikir ve emeğin önemli olduğunu belirtmiş, sanatların kaynağının emek olduğunu vurgulamış, fikir temelinde ve zorunlu ihtiyaçlar dâhilinde ortaya çıkan ilk sanatın çiftçilik olduğunu ifade etmiştir.

Çiftçiliğin geçinmek için faydalı olduğunu belirten İbn Haldun İnsanın doğası gereği yiyecek maddesini temin etmesinin gerekli olduğunu da savunmuştur (Zorlu, 2020:498). İbn Haldun bu bağlamda Mukaddimede çiftçiliğin temel gereksinimleri karşılama da zorunlu ve gerekli olduğunu ve çiftçiliğin en eski sanatlardan biri olduğunu şu sözlerle izah etmiştir:

...Çiftçilik insanın geçinmesi için zaruri yiyecek maddesini temin ettiği ve ilk ihtiyaçtan olduğu için sanatların en eskisidir. Çünkü insanlar yiyecek maddesi hariç olmak üzere başka hiçbir nesne bulunmadığı takdirde dahi yaşa-

yabilirler, yiyecek maddesi bulunmadığı takdirde mahvoldular (İbn Haldun, 1986, s. 382).

Görüldüğü gibi İbn Haldun'a göre toplumsal yaşamın ilk biçimi çiftçilik olarak karşımıza çıkmıştır. Bu doğrultuda çiftçilik ilk ihtiyaçların temin edildiği yerleşik hayattan önceye ait olan bir sanat olarak ortaya çıkmış, sahalarda yaşayanlara ait bir sanat olarak görülmüştür. İbn Haldun şehirlerde yaşayanların yani hadarilerin genelde çiftçilik sanatı ile pek ilgilenmediğini, genelde kırsal bedevi yaşam sürenlerin bu sanatı seçerek, geçimini sağladıklarını vurgulamıştır (Uygun, 2020, s. 19).

İbn Haldun Mukaddimede bu durumu şu sözlerle anlatmıştır:

...Bedevilik, hadarilikten eskidir ve ondan önce gelir. O yüzden bu sanat (çiftçilik) bedevilere mahsustur. Hadariler bu iş ile uğraşmaz ve ondan anlamazlar. Çünkü hadarilerin tüm halleri ilk dönem olan bedeviliğe nazaran ikincidir... Bunların sanatları öbürlerine nispetle ikinci basamaktır ve onların sanatlarına tabidir (İbn Haldun, 2022, s. 730).

Yukarıda da belirtildiği gibi İbn Haldun ilk üretim tarzının bedevilik olduğunu, çiftçiliğin ise bedevilerin sanatı olduğunu bu şekilde vurgulamış, bedeviliğin hadarilikten eski olduğunu bu sebeple de çiftçiliğin bedevilere has bir sanat olduğunun altını çizmiştir. Aynı zamanda İbn Haldun, çiftçiliğin fitri, basit ve tabii oluşundan dolayı diğer sanatlardan önce geldiğini dile getirmiştir. Çiftçilik yapmak için, ince hesaplara veya düşünmeye gerek olmadığını ifade etmiştir (Belge, 2018, s. 277; Közleme, 2013, s. 367).

Bu yüzden İbn Haldun yaşadığı çağda çiftçiliğin genellikle hor görüldüğünü, aşağı bir uğraş, sanat olarak değerlendirildiğini belirtmiş ve çiftçiliğin aşağı bir sanat olarak görüldüğünü belirten bir hadis bulunduğunu dile getirmiştir. Bu hadise göre “*Hz Muhammed Ensar'dan birinin avlusunda saban demiri gördüğünde, bu demir parçası bir kavmin avlusuna girer ise bununla beraber düşkünlük ve hakirlikte girer*” demiştir. Çiftçiliğin o dönemde hor görüldüğünü bu hadise dayandırarak açıklayan İbn Haldun, çiftçiliğin o dönemde hor görüldüğünün doğru olduğunu, bunun nedeninin ise niteliği gereği aşağı olmasından, çiftçilerin ağır vergilere tabi tutularak, baskı altına alınmalarından ve yöneticilerin onlara kötü davranışlar sergilemesinden ileri geldiğini belirtmiştir (Uygun, 2020, s. 15).

### 3.2.Yapı (Mimarlık) Sanatı

İbn Haldun, umranın ilk ve en eski sanatlardan birinin yapı yani mimarlık sanatı olduğunu ifade etmiştir. Hadari umranda ki insanların yaşayacağı binaların, zenginleşen ve güç göstermek isteyen hanedanlıklar tarafından kurulan büyük şehirlerin ve ulu abidelerin en mükemmel şekilde

inşa edilmesini sağlayan sanatın mimarlık olduğunu Mukaddimede gözler önüne sermiştir (Şenol, 2009, s. 117).

İbn Haldun yapılar yapmak hususunda insanların düşüncelerinin çeşitli olduğunu ifade etmiş, iklim kuşaklarına göre yapıların değiştiğini, göçebelerin ev yapmayı düşünmediklerini, çünkü göçebelerin yani bedevi toplumun ihtiyaçlarının ve bu doğrultudaki fikirlerinin bu sanatı düşünüp dile getirecek derecede gelişmediğinin üzerinde durmuştur. Şehirlerde yani hadari toplumda durumun bundan farklı olduğunu, özellikle zenginlerin oturacakları binalara önem verdiğini ifade etmiştir. Kısacası İbn Haldun evlerin durumunun ekonomik durum ve iklime göre değişiklik gösterdiğini, bedevi toplumda iklim şartlarına ve ekonomik ihtiyaçlara göre insanların mağara ve oyuklara sığınırken, hadari umranda yaşayan şehirlielerin ulu, gösterişli binaların içinde oturduklarını savunmuştur (Sanay, 2007, s. 89).

İbn Haldun Mukaddime'nin beşinci bölümü, yirmi beşinci faslında "*Yapı Sanatı*" başlığında bu durumu özetlemiştir. Yapılar inşa etme konusunda insanların düşüncelerinin çeşitli olduğunu, bir kısmın yapı yapma konusunda ikinci, üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı iklimde bulunan toplumlar gibi itidal dairesinde hareket ettiğini ve güzel yapılar yaptığını ifade etmiştir. İbn Haldun bu anlamda göçebelerde ise bunların bu yapıları yapmayı düşünmediklerini, hatta onların fikirlerinin bu sanatları düşünecek derecede tekamül etmediğini savunmuştur. Bu doğrultuda göçebelerin ancak onarılmayan hatta izbe bile sayılabilecek oyuklara ve mağaralara sığındıklarını, itidal dairesinde yaşayan insanların ise bir araya toplandıkları yerleri surlarla çevirdiğini, buna mecbur olduklarını dile getirmiştir. Hatta bazen düşmanların saldırısından feragat etmek için, şehirlerde korunaklar ve kaleler bina ettiklerini ifade etmiştir. Bu bağlamda İbn Haldun bir şehrin yapısının o şehrin ör adet ve irşat kaidesine göre aynı zamanda havanın tabiatona ve mizacına göre hatta yoksunluk ve zenginliğine göre oluşturulduğunu, bir şehrin yapısının bu özellikler doğrultusunda inşa edildiğini ve kurulduğunu vurgulamıştır (İbn Haldun, 1986, s. 384).

Bir şehrin yapısının böyle olduğunu belirten İbn Haldun, yukarıda da değindiğimiz gibi zenginlik ve yoksulluğa göre mimari yapı sanatının değişiklik gösterdiğini gözler önüne sermiştir. Zengin olanların müteaddit yapılar, köşkler, saraylar, konaklar yaptıklarını üzerlerini boya ile kapladıklarını, zarif ve göz alıcı olmasına özen gösterdiklerini, gıdalarını muhafaza etmek için ambar ve yer altı depoları yaptıklarını dile getirmiştir. Yoksul olanların ise küçük evler ve kulübeleri yeterli gördüğünü, barınakla yetindiklerini ifade etmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 730-731).

İbn Haldun devleti yönetenlerin devasa şehirler ve görkemli binalar yapmak için yapı sanatını kullandıklarını, sanatı bilenlere muhtaç olduklarını belirtmiş, usta mühendis ve mimarlar kullandıklarını vurgulayıp, usta



mimarların çoğunlukla dördüncü iklimde bulunduğunu dile getirmiştir. Yapı ustalarının türlü türlü olduğunu belirten İbn Haldun, bir kısmının tam usta bir kısmının ise bilgisi eksik olduğunu ifade etmiştir. Yapı işleri ile meşgul olanların meziyetine göre binaların mimari tarzlarının çeşitli olduğunu dile getirmiştir. Bu çeşitli mimari yapılar sayesinde şehrin güzelliğinin arttığını ve nüfusunun da o oranda fazlalastığını ön gören İbn Haldun, mimari sanatının çeşitlerini Mukaddimede izah etmiştir (Tekin, 2013, s. 994-997).

...Mimari sanatının birçok çeşitleri vardır. Bazı binalar yontulmuş taş veya tuğla ile yapılır... Bazı binalar özel bir topraktan yapılır... Bina yapma ilgili sanatlardan biride duvarların alçı kaplanmasıdır... İnşaatlarla ilgili sanatlardan biri de tavan yapmaktır... Bina ile ilgili sanatlardan biride tavan yapmaktır... Bunlardan başka su akıtmak için kuyular ve sarnıçlar yapılır... Bundan başka daha bir takım bina neveleri ve mimari şekilleri vardır. Bütün bu hususlarda sakatlarlar maharet ve marifet bakımından farklı durumlarda bulunurlar (İbn Haldun, 2022, s. 732).

İbn Haldun bu çeşitli sanatların şehri idare edenler tarafından denetlendiğini ve şehrin bu sayede güzelliğinin korunduğunu savunmuştur. Aynı zamanda sanatkârların bilgilerinin ve kusurlarının derecesinin devletin kültür seviyesi ile paralel olduğunu, hüner ve sanatta gelişmenin ancak medeni hayatın gelişmesiyle olabileceğini dile getirmiştir (Sanay, 2007, s. 90). Bu doğrultuda İbn Haldun, toplumun nüfusunun, bayındırlığının, ekonomik gelişme ile belli bir aşamaya gelebileceğini ön görmüş, sanatların ancak yukarıda da ifade ettiğimiz gibi doruk noktaya, yani zirveye hadariliğın gelişmesiyle gelebileceğinin altını çizmiştir (Karaca, 2011, s. 46).

Mukaddimede ise bu görüşünü şu sözlerle perçinlemiştir: ... Uzmanların bilgi ve ihtisaslarının derecesi ve kusurları o asırda hüküm süren devletin kültür seviyesi ile kuvvet ve kudreti ile mütenasip olur. Biz hüner ve sanatta tekâmül ve inkişafın bayındırlıkla yerleşik ve medeni hayatın tekâmülü ile ve o hüner ve sanatların revacı ile mütenasip olduğunu anlatmıştık (İbn Haldun, 1986, s. 389).

Son olarak İbn Haldun, devletin ilk kurulduğunda bedeviliğın etkisinde olduğunu bu sebeple de medeni hayata yani hadariliğe kendisinden önce geçen toplumlardan yardım istediğini ortaya koymuştur. Yapı sanatının çok eski zamanlardan beri olsa da incelik zarifliğinin hadari toplumla başka boyuta geldiğini ifade etmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 733).

### 3.3. Marangozluk Sanatı

İbn Haldun, marangozluğun sosyal hayat için zaruri olan sanatlardan olduğunu ortaya koymuş, marangozluğun hammaddesinin ağaçtan yapılmış kereste olduğunu belirtmiştir. Haldun ağacın bedevi ve hadari hayat yaşayanlar için gerekli olduğunu dile getirmiştir. Şehirlerin evlerinin tavan ve kapı kilitlerinin oturma guruplarının ağaçtan yapıldığını, ağaçtan yapılan nesnelere sanat sayesinde şekil aldığını, sanatta usta olan kişinin bu mahareti özenle gerçekleştirildiğini belirtmiştir (Sanay, 2007, s. 117; Şenol, 2009, s. 117).

Bu durumu ise Mukaddimedede şu sözlerle ifade etmiştir:

...Her nesnenin muhtelif şekli alması ancak marangozluk sanatıyla temin olunur. Marangozluk bu eşyaları yaparken ağaçları küçük parçalara ayırır ve yahut tahtalar şekline getirir. Bundan sonra bu parçalardan yapılması istenen şekil ve suretleri tertip eder. Marangoz bu parçaları hazırlarken yapmak istediği nesnesin alacağı şekle uygun olarak bu parçalar üzerinde çalışır. Bu sanatın sahibi marangoz adını taşır. Marangozluk içtimai hayatın zaruretlerindedir (İbn Haldun, 1986, s. 392).

Bu doğrultuda marangozluğun sosyal hayatın gerekliklerinden olduğu belirtilmiş, hadari toplumda medeniyetin ilerlemesiyle gösterişli hayatın başladığı, evlerin tavanlarının kapılarının süslü bir şekilde dizayn edildiği bu sayede nefis şeyler vücuda geldiğinin altını çizmiştir. İbn Haldun gemiler yapılırken dahi marangozluğa ihtiyaç bulunduğunu belirtmiş, bunun için geometri bilmenin şart olduğunu vurgulamıştır. Gemicilik sanatının bu minvalde olduğunu dile getirmiştir. Rivayete göre ise bu sanatın ilk ustasının Nuh olduğu, fakat aradan asırlar geçtiği için Nuh'un gemi yapma sanatını öğretmiş olduğunun bilinemeyeceği; buna göre marangozluk sanatının eski bir sanat olduğuna kanaat getirilebileceği görülmüştür (Tekin, 2013, s. 1002).

İbn Haldun bir insanın bütün sanatları bilmesine imkân olmadığını, bir sanatı seçip, diğer sanatları başkasına bırakmasının şart olduğunu vurgulamıştır. Marangozun kendi evini yaptıktan sonra, başkasının evini yapması gerektiğini her insanın bundan aldığı kazançla geçimini devam ettirdiğini, sanatların ancak bu şekilde bir hayat imkanı sağlayabileceğini, medeniyetin bu sayede gelişip, marangozların medeni hayata katkıda bulunabileceğini gözler önüne sermiştir (Okumuş, 2006, s. 150).

### 3.4. Dokumacılık ve Terzilik

İbn Haldun dokumacılık ve terziliğin toplumsal hayat için zaruri olduğunu belirtmiş, insanların medeni hayat içerisinde bolluk ve refahı arzuladıklarını vurgulamıştır. İbn Haldun, dokumacılığı ve elbise dikimini ayrıntılı şekilde izah ederken, elbise şekillerinin ve giyimin adetlere göre farklılık gösterdiğini, giyimin ise medeni hayatın vazgeçilmezi olduğunu Mukaddime’de *Dokumacılık ve Terzilik* başlığı altında dile getirmiştir. İbn Haldun bu bağlamda bu başlık altında öncelikle dokumacılığın ne olduğu üzerinde durmuş, pamuktan yünden veya ketenden eğrilmiş olan iplerin boyuna şekilde uzatılarak, bu iplerin ise enine sağlamlaştırılarak birbirine bitiştirmek üzere tezgâhlarda dokumaktan müteşekkil olduğunu ifade etmiştir. Yine çeşitli yünlerden peştamallar ve şalvarlar dokunduğunu belirtmiştir. Elbise olarak ise ketenden ve pamuktan kumaşlar icra edildiğini vurgulamış, bir takım adet ve geleneklere göre elbiseler dikildiğini ve bu elbiselerin herkesin vücut ölçüsüne göre makas ile parçalara ayrılarak vücuda getirildiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda da bu sanatın gereği olarak bu elbiselerin şehirlerin adet ve intisaplarına mutlaka uygun olarak dikildiğini, eklendiğini, ya da genişletildiğini belirtmiş, bu parçalardan bu minvalde elbise dikmenin ve giyinmenin ise yerleşik yani medeni hayat yaşayanlara özgü olduğunun altını çizmiştir (İbn Haldun, 1986, s. 395).

İbn Haldun, göçebelerin ise kumaşları dikmediklerini terzilik sanatının gelişmediğini belirtmiş ve bunların kumaşları dikmeden kullandıklarını ifade etmiştir. Göçebeler medeni hayat yaşayanlardan farklı bir giyim tarzına sahip olmuş, bunlar peştamal ve şalvar giyerek vücutlarının belli kısımlarını örtmüştür. İbn Haldun aynı zaman da giyimlerin ve terziliğin iklime göre de farklılık gösterdiğini dile getirmiştir (Sanay, 2007, s. 91). İklim şartlarının insanların kıyafetlerini, giyim ve kuşamlarını etkilediğini belirten İbn Haldun, bu doğrultuda mutedil olmanın önemli olduğunu, 7 iklim bölgesi içerisinde 3. 4. ve 5. Kuşakların diğer kuşaklara göre mutedil olduğunu, kılık kıyafet olarak bunların iyi durumda olduklarını ifade etmiştir (Aggöl, 2019, s. 42). Mutedil iklimin medeni hayat üzerindeki insanların giyim ve kuşamlarında olumlu etki ettiğini, aşırı soğuk ve aşırı sıcak iklimde ise olumsuz etkide bulunduğunu vurgulamıştır. Birinci, ikinci, altıncı, yedinci kuşakların itidalden uzak olduğunu ve bu durumun kıyafetlerine yansıdığını dile getiren İbn Haldun, bu bölgelerde yaşayan insanların giysilerinin ağaç yapraklarından olduğunu, çoğunun giyim kuşamdan uzak ve çıplak olarak vücudunu sergilediği savunmuştur (Uygun, 2020, s. 32).

Tüm bu düşünceler doğrultusunda İbn Haldun terzilik ve havası mutedil olan iklimlerde giyinmenin önemli olduğunu, itidalden aşırı sıcağa dönen iklim bölgelerinde insanların giyinmeye çok fazla gerek duymadıklarını ifade etmiştir. İbn Haldun Mukaddimede bu durumu Sudanlı örneğini ile dile getirmiştir (Tekin, 2013, s. 1004):

...Dokumacılık ve terzilik yaratılışa çok eskidir. Çünkü havası mutedil olan iklimlerde ısınmak bir zarurettir. İtidalden bir yana olan sıcak ülkelerde ise ahali ısınmaya muhtaç değildir... Birinci iklimde olan Sudan halkının, çoğunlukla çıplak olduğunu işitiyoruz. Bunun sebebi yurtlarının sıcaklığıdır. Bu iki sanat çok eski olduğu için halk bu sanatları İdris'e nispet etmektedir... Halk bazen bu sanatları Hürmüz'e nispet eder. Rivayete göre Hürmüz İdris'in kendisidir (İbn Haldun, 1986, s. 396).

### 3.5. Ebelik Sanatı

İbn Haldun Mukaddime de ebelik sanatını detaylı bir şekilde izah etmiş, ebelik sanatının anne ve bebek için ehemmiyetli olduğunu, ebenin yaptığı işlerin önemli olduğunu incelikle anlatmıştır (Kaya, 2020, s. 421).

*“Bu bir sanattır ki insan yavrusunun ana karnından çıkarılması, bebeğin rıfk ile ana rahminden dışarıya alınması, bunun için gerekli şartların hazırlanması çıktıktan sonra bahsedeceğimiz üzere durumunu düzelten hususların temin edilmesi muamelesi o sayede bilinir”* (İbn Haldun, 2022, s. 736-737).

İbn Haldun ebeliğin genellikle kadınlara mahsus bir sanat olduğuna değinmiş, bunun sebebinin ise kadınların avret yerlerini birbirlerine göstermeye çekinmemekten kaynaklandığını belirtmiştir. Ebelik mesleğinin nasıl yapıldığını ise ayrıntıları ile izah etmiştir (Sanay, 2007, s. 91):

...Ebe arkasını ve kaynağının iki tarafını ve aşağı tarafından rahim hizasında olan yerlerini ovuşturarak lohusaya az çok yardımda bulunur... Yavru doğduktan sonra çocuk iken gıdalanmasını temin eden bir bağ kalıyor... Ebe kordunu fuzuli olan yerinin öbür tarafına geçmeden uzvunun çocuğun göbeği ile bağırsaklara bitişmiş yerini bularak çocuğun bağırsaklarına ve annesinin rahmine zarar dokunmadan keser... Ebe çocuğun azalarını eliyle doğrular... Bundan sonra lohusanın halini onarmaya koyulur... Ebe lohusanın halini onardıktan sonra yavru ile meşgul olur... Azalarını kuvvetlendirmek ve tutturmak üzere yağlar ve kabız olan hint itırı sürer... Küçük dili yukarıya kaldırmak üzere eliyle yavrunun boğazına basar, yavruyu aksırtır... Ebe tekrar loğusa ile meşgul olur... Yavru menfezden çıkarken sıkışma sonucunda menfezde husule gelen yırtılmanın acısını ebe tedavi eder (İbn Haldun, 1986, s. 397-399).

İbn Haldun ebeliğin nasıl yapıldığını bu şekilde izah ederken, ebeliğin toplum ve insan cinsi için zaruri olduğunu, insanların insan türünden olsa dahi bu sanata ihtiyaç duyduğunu ifade etmiştir. İnsan cinsinin ebelik sanatına muhtaç olduğunu, ebelik sanatı olmadığında insanların neslinin kesileceğini, insanların ve yavrunun vücudunun korunamayacağını, yaşayamayacağını dile getirmiş, bu sürecin düzgün bir şekilde yaşanması için bu sanatta fikrin önemli olduğunu vurgulamıştır. Hz Muhammet'in göbeğinin kendiliğinden kesildiğini ve doğuştan sünnetli olmasını ise Allahın doğuştan böyle yaratması mucizesi olarak anlamlandırmıştır (Kaya, 2020, s. 421; İbn Haldun, 2022, s. 739).

### 3.6. Tababet Sanatı

Tababet sanatı, insan sağlığını korumak ve hastalıkların tedavisini sağlamak üzere icra edilen sanat olarak tanımlanmış, tarihsel olarak bu alandaki bilgilerin geliştiği ve bu sanatı icra edenlerin hastalıkların nedenlerini araştırıp buna çözüm ürettiği bir sanat olarak ele alınmıştır (Meydan ve Yasit, 2015, s. 13).

Mukaddime de İbn Haldun, tababet sanatını şu sözlerle ifade etmiştir: “*Tababet sıhhatleri yerinde olanların, sıhhatlerini korur. Hastaların iyileşmelerine yardım eder. Doktorlar hastaları iyileşinceye kadar tedavi ederler*” (İbn Haldun, 1986, s. 403) .

İbn Haldun hastalıkların önlenmesinde tababet sanatının önemli olduğunu belirtmiş, şehirlerde tababet sanatının zaruri olduğuna değinmiştir. Tüm hastalıkların kökünün alınan gıda maddelerinden kaynaklı olduğunu altını çizmiştir. Bu doğrultuda hastalıkların oburluktan ileri geldiğini belirtmiş, Hz Muhammet'in hadisleri ve bir takım sözlerle bu düşüncesini perçinlemiştir. Bu sözler Mide dert yuvasıdır, tüm hastalıkların menşei oburluktur, perhiz baş ilaçtır olarak zikredilmiştir (İbn Haldun, 2022, s. 740).

İbn Haldun bu doğrultuda hastalıklarının çoğunun hummalı olduğunu belirtmiş bunun nedenini ise şu sözlerle izah etmiştir:

Tabi olan gıdaları pişirirken bütün pişirme devrelerinden yani mide, ciğer ve damarlar bazen gıdaları kaynatarak tamamıyla pişiremez... Tamamıyla pişirememeleri çok defa midede yemeğin çokluğundan ileri gelir. Çok olduğu takdirde tabii olan hararet bunları kaynatarak pişirmekten aciz olur... Mide yarı pişmiş halde bu gıdaları karaciğere verir... Karaciğerin harareti bile bu maddeleri tamamen pişiremez... Ciğerde bundan önce yenen yemeklerde pişmemiş halinde bazı artıklar kalmış olması mümkündür... Ten bazen bu artıkları diğer uzuvlara vermekten aciz olur...

Bu takdirde artıklar damar, ciğer ve midede kalır... Gün geçtikçe bu artıklar her rutubetli ve karışık madde tabii hararetle pişmezse çürümeye mahkûmdur... Tende hummalar husule gelmesinin manası budur. Humma ise diğer hasatlıkların kaynağıdır (İbn Haldun, 1986, s. 405-406).

İbn Haldun bu bahsedilen hastalıkların çoğunun şehirlielerde görüldüğünü, bol çeşitli gıdalar ve maddelerle beslendiklerini, tek bir gıda çeşidine iktifa etmediklerini, birçok çeşidi karıştırdıkları içinde hastalandıklarını, bedene ve havaya koku yaydıklarını belirtmiştir. Ayrıca hareketsiz halde bulunmaları sebebiyle şehirlielerin sık hastalığa tutuldukları üzerinde durmuştur (İbn Haldun, 2022, s. 741-742).

İbn Haldun Mukaddimede şehirlielerin bu durumunu şu sözlerle açıklama gereği duymuştur:

Şehirlieler umumiyetle yemeklerini tat verici maddelerle bakla kuruyemişler ve taze meyvelerle karıştırarak ve pişirerek yerler... Birçok çeşitleriyle kanaatlenmezler... Çeşit çeşit yemekler yemek sonucunda midede garip bir mizaç husule gelir. Üstelik artıkların çokluğundan dolayı pis kokular ve çürümeler çok olduğu için pis buharların tesiriyle şehirlerin havası bozular... Şehirlieler perhiz ve riyazetlerde bulunmazlar... Onların çoğu rahata dalmış insanlar olup, vücut ve azalarını işletmezler... Bundan dolayı hastalıklar şehir ve şehirlielerde çoktur. Hastalıklar çok olduğu için tababete olan ihtiyaçları da o nispette büyük ölçüdedir (İbn Haldun, 1986, s. 407-408).

Bu bağlamda İbn Haldun şehir ve şehirlielerin tam tersi olarak göçebeler (bedeviler) de hastalıkların daha az olduğunu belirtmiştir. Bunun sebebinin ise fazla çeşit olmayan tabii beslenme olduğunu ortaya koymuş, bedevilerin şehirlielerin aksine tek çeşide kanaat ettiklerini vurgulamıştır. Aynı zamanda bedevilerin hareket halinde olduklarının sağlıklarına etki ettiğini bu sebeple de hastalanmadıklarını savunmuştur (Sanay, 2007) .

İbn Haldun bu durumu Mukaddimede şu sözlerle açıklığa kavuşturmuştur:

...Umumiyetle onların yiyecekleri azdır. Hububat az olduğu için çok defa onlar açtır... Bunlar yemeklerini sade bir şekilde başka maddeler karıştırmadan yerler... Yemeklerin mizacı vücutlarına uygundur... Pis koku husule gelmez... At koşturdukları, avcılıkla meşgul oldukları ve yahut ihtiyaçlarını tatmin etmek üzere iş ve güçle meşgul buldukları için idmanları çoktur... Onlar üst üste yemek

yemezler... Hastalıktan uzaktırlar. Hastalıklara tutulma-  
dıkları için tıp ilmine ve doktorlara olan ihtiyaçları azdır  
(İbn Haldun, 1986, s. 408).

İbn Haldun tababet sanatını göçebeler ve şehirliiler bağlamında bu şekilde açıklamıştır. Şimdi ise hat ve kitabet sanatına değinmemiz gerekmektedir.

### 3.7. Hat ve Kitabet Sanatı (Yazı Sanatı)

İbn Haldun yazının harf, şekil ve sembollerden oluştuğunu, insanların düşündüklerini bu vasıtalarla anlattıklarını tespit etmiş, yazının şerefli bir meslek olduğunu ifade etmiş ve bunun sebeplerini Mukaddimedede şu sözlerle açıklığa kavuşturmuştur:

...Yazı insanı diğer hayvanlardan ayıran hususiyetlerden biridir. Yazı vasıtasıyla insanlar kalplerinde gizlenmiş olan manaları anlatırlar... uzak ülkelerde olanlara maksatlarını bildirirler... ilim, fen ve marifetler yazı sayesinde öğrenilir... uluların ilim ve fenne dair yazmış oldukları eserlerinden yazı sayesinde istifade olunur... İşte yazı bu sebeplerden ve faydalardan dolayı şereflidir (İbn Haldun,1986, s. 409-410).

İbn Haldun, insanların yazıyı öğrenme şekilleri üzerinde durmuş, insanların yazıyı öğretim ve sosyal hayatın gelişmesi doğrultusunda öğrendiklerini öngörmüştür. Sanatların sosyal hayatın gelişmesine, talep ve rağbetin çokluğuna göre gelişim seyrettiği üzerinde durarak, göçebelerin ve şehirlerin yazı öğretimi konusundaki ayrımına değinmiş, göçebelerde çoğunun okuma yazma bilmediğini, şehirlerde ise medeniyet geliştiği için yazı öğretiminin ilerlediğini ve yazının güzelleştiğini vurgulamıştır (Saray, 2007, s. 93). Bu doğrultuda hat sanatının da gelişip yetkinleşmesi için umranın gelişmesinin şart olduğunun altını çizmiş, kalabalık şehirlerde özellikle medeniyet seviyesinin üst boyutlarda olduğu durumda hat sanatının öğretiminin güzelleştiğini, yazı ve hat sanatının umranın durumuna bağlı seyir gösterdiğini ifade etmiştir (Aksoy, 2023, s. 1085).

İbn Haldun Mukaddimedede ise bu görüşlerini şu minvalde izah etmiştir: ...İçtima, umran ve kemal nevinden olan hususlarda ilerleme ve bununla ilgili olan talep nispetinde bir şehirdeki hat iyileşir... sanatların durumu budur, sanatlar umrana tabidir... işte onun içindir ki bedeviler okuma yazma bilmeyen ümmiler olarak görmekteyiz... diğer taraftan umranı haddinden fazla olan şehirlerde yazı taliminin usul itibari ile daha mükemmel daha güzel ve daha kolay olduğunu görmekteyiz... çünkü burada sanatlar sağlamca yerleşmiştir (İbn Haldun,2022, s. 743).

İbn Haldun bu duruma Mısırı örnek vermiş, Mısırda umranın gelişmesinin bu sanatın gelişmesine katkıda bulunduğunu Mısır’da yazı öğretmek için öğretmenlerin tayin edildiğini bu yazı öğretiminin ise belli usul kanun ve kaidelere göre öğretildiğini, öğretmenlerin özellikle kendi elleriyle yazarak öğrencilerine meleke kazandırdıklarını belirtmiştir. Mukaddime’de bunun sebebini şu sözlerle ifade etmiştir: “*Mısırda hat ve güzel yazının bu gelişme ve tekamülünün sebebi orada hüner ve sanayinin ilerlemiş, ülkenin bayındırlaşmış iş ve istihsal sahasında genişlemiş olmasıdır*” (İbn Haldun, 1986, s. 410).

Görüldüğü gibi İbn Haldun, yazı sanatının bazı bölgelerde çok ilerlediğini, umranın geliştiği bölgeler olan Basra, Küfe, Bağdat’ta da hat sanatının geliştiğini, özellikle Arap yarım adasında bu sanatların yerleşip mükemmelleştiğini belirtmiştir. Yine yukarıda da belirttiğimiz gibi bunun sebebini yerleşik ve medeni hayatın gelişmesinin, Umranın mükemmelleşmesinin olduğunu vurgulanmıştır. Bu şehirlerdeki umranın zayıflamasıyla da hat sanatının zayıfladığını, umranı daha gelişmiş olan Mısır ve Kahire’ye geçtiğini, medeni hayatın gerilemesi, devlet düzeninin bozulması, umranın azalmasıyla diğer sanatlarda olduğu gibi bu sanatlarda da gerilemenin olduğunu gözler önüne serdiği görülmüştür (Aksoy, 2023, s. 1085).

İbn Haldun bu durumu örnekler üzerinden şu sözlerle açıklamıştır:

...Yerleşik vemedeni hayatın düzenini kaybetmesi ve bayındırlığın azalması sonucunda öğrenim usul ve kaideleri de unutuldu... Endülüs resmi hat ve yazısı belli ve meşhur olmamış gibi unutulmakla Kuzey Afrika’da ve Afrika’nın yakın ve uzak batısında yazı eski güzelliğini kaybederek bozulmaya yüz tuttu... kitap ve eserler istifade edilemeyecek bir hale geldi yazılar bozulup kelimelerin harfleri birbiriyle karıştırılarak kelimelerin şekil ve suretleri değiştirildiği ve resmi hatlar eski doğruluğunu kaybettiği için eserler ancak zahmet ve güçlkle okunabilecek bir şekil aldı. Sosyal ve medeni hayatın ve devletlerin düzenleri bozularak diğer hüner ve sanatlarda olduğu gibi resmi hat ve yazıda bozulmuş ve eski düzenini kaybetmiştir (İbn Haldun, 1986, s. 418-419).

İbn Haldun’un yazı sanatı bağlamında bu görüşlerini özetleyecek olursak, yazı ile sosyal hayatın önem kazandığı güzelleştiği, sosyal hayat yani umranın gelişmesiyle mükemmele ulaştığı görülmüştür. İslam devletlerinde de sosyal hayatın hareketli olduğu nefis yazılarla kitaplar yazıldığı, saray ve hükümdarların kütüphanelerinde benzeri görülmemiş eserlerin görüldüğü, fakat duraklama ve yıkılma dönemleri ve umranın gerilemesiy-



le yerleşik ve medeni hayatın etkinliğini yitirdiği ve bu doğrultuda eserlerin birçok yerde izlerinin silindiği görülmüştür (Sanay, 2007, s. 93).

### 3.8. Sahaflık Sanatı

İbn Haldun, eserleri yazmanın, ciltlemenin, çoğaltmanın eskiden beri var olan bir husus olduğunu belirtmiş, aynı zamanda bunun devletin ululuğunun yerleşik ve medeni hayatın gerekliliğinin bir sonucu olduğunu ifade etmiştir.

Mukaddimede ise İbn Haldun, bu durumu şu sözlerle izah etmiştir: *“ilmi kitap, eser ve siciller yazmak istinsah etmek yazılanları ciltlemek ve rivayet yoluyla tashih ve zapt etmek eskiden beri adet ve itiyat edilmiş bir şeydir. Bunun sebebi devletin şevket ve ululuğu, yerleşik ve medeni hayatın icap ve itiyatlarının artmasıdır”* (İbn Haldun, 1986, s. 419).

İbn Haldun diğer sanatlarda olduğu gibi bu sanatın gelişmesinin de umranın gelişmişliği ile doğru orantılı olduğunu belirtmiş, umranın ilerlemesiyle bu sanatın arttığını fakat umranın gerilemesiyle bu sanatın ortadan kalktığını ifade etmiştir. İbn Haldun bu sanatın umrana tabii olmasını vurgulamasının yanında, hanedanlığın sahasının genişliği, bu sanatın pazarda revaçta olması veya devlet tarafından desteklenmesinin önemli olduğunu eskiden ilmi eser ve kitapların bol olduğunu savunmuştur. Bu doğrultuda İbn Haldun, bu ilmi eserlerin ve kitapların her daim her yerde halk tarafından büyük bir şevkle okunduğunu, çoğaltılarak ciltlendiğini ve böylece sahaflık sanatının doğduğunu belirtmiştir. Bu manada sahafların kitap ve eserlerle dair konularla uğraştıklarını bu bağlamda çoğaltma, düzeltme, ciltçilik ile uğraşmayı sanat olarak ircaa ettiklerini gözler önüne sermiştir (İbn Haldun, 2022, s. 752).

Görüldüğü gibi İbn Haldun sahaflar ile ilgili bu durumu bu şekilde açıklamış, bu sanatın umranı büyük olan şehirlere mahsus olduğunu ortaya koymuştur. Eski nushalara göre Doğu ve Endülüs'te bu sanatta çok ilerlendiğini savunurken, medeniyetin alçalması, bayındırlığın kat ve kat azalmasıyla bu sanatın ortadan kalktığını gözler önüne sermiştir (İbn Haldun, 1986, s. 422).

### 3.9. Musiki Sanatı

İbn Haldun zaruri ihtiyaç safasını aşmış, lüks ihtiyaç minvaline ulaşmış insanların yaşadığı toplumda musiki sanatının bulunduğunu belirtmiş, bu sanatın tüm zaruri ihtiyaçları tamamlamış, diğer önemli konularda tatmin sağlamış, kimseler tarafından lüzum görüldüğünü ifade etmiştir (Tıraşçı, 2014, s. 104).

İbn Haldun Mukaddimede bu sanatı şu şekilde izahta bulunmuştur: *“Bu sanat vezinli şiir ve şarkıları ses ve nağme ile belli ve maruf olan mu-*

*siki kaidelerine göre düzenli bir surette taganni etmekten ibarettir. Nakre ve seslerin her birini ve her parçasını yerine getirmekle nağmeler husule gelir... Musiki ilminde belli ve maruf olan kaidelere uygun bir şekilde bu nağmeler birbiriyle telif ve terkip edilir” (İbn Haldun,1986, s. 423).*

İbn Haldun nağmelerin dinlendiği zaman nefse ferahlık ve neşe verdiği, hoş bir seda bıraktığını, ruhun mizacında farklılık hasil olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda bu nağmelerin insan ruhunu etkileyerek, amacı yönünde canlarını bile feda ettikleri üzerinde durmuştur. Hayvanlarda bile bu durumun olduğunu atların ısıklık ve haykırışlardan, develerin maval ve teranelerden etkilendiklerini vurgulamıştır (Çetin, 2020, s. 93). Bu doğrultuda İbn Haldun, insanın musikiden edindiği zevki bir psikolog yetkinliği ile geniş bir biçimde aktarmıştır. Musikiden duyulan zevki açıklamıştır. Zevki bir uygunluğun algılanıp idrak edilmesi olarak ele almıştır. İdrak edilip algılanan şeyin ise algılayanla bir uyum ve uygunluk içinde olduğunda zevk vereceğini belirtmiştir. Uygunluk taşımadığında ise eziyet sunacağını ifade etmiştir. İnsanın fitratı gereği duyulan ve görülen şeylerdeki güzelliğe düşkün olduğunu belirtirken İbn Haldun, duyulan şeylerdeki güzelliğin itici değil uyumlu ve ahenkli olmasının şart olduğunu vurgulamıştır (Akpınar, 2013, s. 50-51).

İbn Haldun yukarıda bahsettiğimiz musikiden hasil olan lezzetleri ve tesiri Mukaddimede şu sözlerle ifade etmiştir:

Kalp hoşluğu ve zevklenme ruha ve tabiata mülayım ve zevke uygun olan şeyleri idrakten ibarettir. Duygularla bilenen nesnelere ancak keyfiyetleri idrak olunur. Hissedilen bu keyfiyetler mülayım ve idrake uygun ise neşelenir... idrak edilen şey taba ve zevkin mizacına uygun ise ruh bundan hoşlanır, zevklenir zevke uygun değilse elem ve acı duyar... gözle görülen nesnelere en nefis ve en güzeli şekil ve keyfiyetleri mutedil, nefis ve maddesi için gereken nefaset ve güzellikte üstün olanıdır. Bu vasıfları kendinde toplamış olan maddeler mutedil ve zevke uygun olduğu için bu maddeyi duymakla nefis ve ruhta neşe ve sevinç husule gelir... her idrak edilen şeyin güzellik ve nefasetinin manası budur. Bu vasıfları kendisinde toplayan madde idrak sahibi olan nefse uygun olur, o şeyin mülayımlığını idrak etmekle nefis hoşlanır ve zevklenir (İbn Haldun,1986, s. 426-427).

Süleyman Uludağ, (2015:152-153), musikinin verdiği zevki artırmak için, şarkılar söylenirken, ona eşlik eden çeşitli müzik aletlerinin bulunduğunu musiki aletleri ve çalgılarla ilgili de İbn Haldun'un uzunca açıklamalarına giriştiğini ifade etmiştir. Bir takım duyu organları için güzelliğin ortak

yönünün tenasüp olduğunu belirtmiş, güzel ve zarif olmanın anlamının ahenk içinde bir uyum olduğunu vurgulamıştır.

El Husri, nefsin birleşmek amacıyla mükemmellik gördüğü bir şeyle kaynaşmayı arzuladığını, nefse en uygun düşenin ve hoşlanılan şeyin bu olduğunu ifade etmiştir. Sevgide sınırlı olan aşıkların ulaştığı son noktanın ruhum sevgilimin ruhu ile kaynaştı diye dile getirildiği görülmüştür (El Husri, 2001, s. 295).

Kişinin kendinde kemal gördüğü bir şeyle birleşmek istediğini, İbn Haldun sanatkarın sanatıyla birleşme istediğine benzetmiş, dinleyen içinde aynı durumun söz konusu olduğunu, sanattan ve ondaki harmoniden hoşlanma ve birleşme beklenildiğini, bu durumun tersinde sanattan güzellik beklenilemeyeceğini ifade etmiştir. Aynı zamanda bu sanatın zorunlu ihtiyaç tüketen toplumlarda değil müreffeh toplumlarda geliştiğini vurgulamıştır (Uludağ, 2015, s. 153).

İbn Haldun, musikinin sanatlar içinde en son ortaya çıkan sanat olduğunu, bolluğun ve refahın yarattığı eğlence ihtiyacından çıktığını belirtmiştir. Diğer sanatların belli ihtiyaçlara cevap vermesine rağmen musikinin boş zamanlara eğlenip neşelenmeye yaradığını bu sebeple de umranı gelişmiş şehirlerde yaygın olan bir sanat olduğunu ifade etmiştir. İbn Haldun musikinin zaruri ihtiyaçları aşmış, kemali ihtiyaçları karşılama aşamasına geldiğini, zevklerini tatmin etmeye yönelik olarak bu sanatla ilgilenildiğini İslam'dan önce Acem hükümdarlıklarının bu sanata önem verdiğini dile getirmiştir (Akpınar, 2013, s. 54-55).

Bu düşünceleri İbn Haldun Mukaddimede şu şekilde gözler önüne sermiştir.

...Musiki ve şarkıcılık bir sanat olup, ancak içtimai ve medeni hayatın gelişmiş olduğu, bölge ve şehir ahalisi arasında yayılır... Yaşamak için gerekli nesnelere ve ihtiyaçlar yerine getirildikten ve medeni hayat itiyatların tatmin etmek devresi geldikten sonra bu sanata karşı meyil ve heves uyanır... bolluk ve medeni hayatın itiyat ve icapları ile nefislerini hoşlandırmak isteyenler musiki ve muganni sesleri işitmek isterler... ekonomik halleri bu devreye gelenler bu sanata ihtiyaç duyarlar... İslamiyetken önce acemlerin hali böyle idi (İbn Haldun, 1986, s. 432).

Bu bağlamda İbn Haldun, İslamiyet'ten önce Acemlerin halinin bu şekilde olduğunu, İslam'dan önce Arap olmayan devletlerde musikinin çok bulunmadığını, İslam'dan önce Araplarda musiki ve İslam'dan sonra musiki üzerinde de durmuştur. Arapların başlangıçta şiir sanatı ile meşgul olduklarını, göçebe

olmalarından kaynaklı şiirden başka musikinın şuuruna varamadıklarını, sonraları ise deve çobanlarının sahrada tegannide bulduklarını ifade etmiştir. İslam'dan sonra ise Araplar sınırlarını genişlettikçe Arap olmayan sultanlarla ilişki içine girmişler, boş zamanlarında musiki yapmaktan kaçınmışlardır. Dini sebeplerden dolayı musikiyi ihmal etmişlerdir. Daha sonra gitgide müreffeh hale gelen Araplar, birçok şehri ele geçirmiş, mal ve servetlerini arttırmışlar zamanla lüks ve gösterişe düşkünlük artarken boş zamanlarında hoş bir seda arayışı içinde olmuşlardır. Musiki sanatı Abbasiler zamanında bu sebeple ilerlemiştir (Tıraşçı, 2014, s. 109-110).

İbn Haldun Mukaddime'de Abbasiler zamanında musikiye önem verildiğini, musikinın aşama aşama ilerlediğini, Abbasiler döneminde en doruk noktaya çıktığı belirtmiş ve bu dönemde Musullu İbrahim İshak ve İshak'ın oğlu Hammad gibi tanınmış ve ünlü olmuş musiki ve şarkı ustalarının yetiştiğini ifade etmiştir. Bu kişilerin Arap musikisinin ve şarkısının gelişmesinde ve ilerlemesinde bir etken vazifesi gördüğünü savunmuştur. İbn Haldun bu bağlamda Abbasiler döneminde şarkı ve musikinın Bağdat da çok fazla geliştiğini ve çağında ve bugün de dahi bu gelişmenin konuşulduğunu, hatta öyle musiki meclislerinde övüldüğünü ve sınıflandırıldığını belirtmiştir. Arapların hoş vakit geçirmeye ve eğlenceye düşkün olduğunun ve bu duruma büyük önem verdiğinin altını çizmiştir. İbn Haldun, Arapların raks için ayrı bir giyim tarzına sahip olduklarını, çeşitli aletler ve raksa dair şarkılar ve şiirler yazdıklarını ve bestelediklerini zamanla raksın bu sayede ayrı bir sanat haline geldiğini gözler önüne sermiştir (İbn Haldun, 1986, s. 435-436).

İbn Haldun bu devirde Musulluların Ziryap isimli gulamlarının çağlıyı onlardan öğrendiğini, buradaki sanatkârların onun maharetini kıskandığını ve Mağripe gönderdiklerini, Ziryap'a ise Endülüs Emiri'nin alaka gösterdiğini hediyeler, arpalıklar verdiğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda İbn Haldun, Endülüs'te ki bu sanatın ondan miras kaldığını belirtmiştir. Daha sonra ise bu sanatın İsbiliye'ye geçtiğini ve burada çoştüğünü, Kuzey Afrika illerine dağıldığını umranı gerilemiş, hanedanlıklarda bu sanatın kısmen de olsa devam ettiğini vurgulamıştır (Tıraşçı, 2014, s. 111).

İbn Haldun zamanla bayındırlığın çökmesi, devletin düzeninin bozulması ile zaruri ihtiyaçlardan olmadığı için önce musiki sanatının yok olduğunu, medeni hayatta en son türeyen sanatken, yine medeni hayatın yok olmasıyla önce yok olan sanat olduğunu gözler önüne sermiş ve bu durumu Mukaddimedede şu sözlerle anlatmıştır:

Musiki ve gına sanatı zaruri ihtiyaçlardan olmayan, medeni hayatın itiyat ve icaplarından olduğu için medeni hayatta en son türeyen sanatlandır. Medeni hayatın ve ekonomik hallerin düzeni bozulmaya başladığı vakit, ilk önce ortadan kaybolmaya mahkum olan bir sanattır. Çünkü bu

bolluğun itiyatlarından olan eğlence ve hoş vakit geçirmeye mahsus bir sanattır (İbn Haldun, 1986, s. 437).

Son olarak, İbn Haldun bu sanatın toplumlar üzerinde ıslah edici ve yönlendirici etkisi olduğunu, aynı zamanda da toplumsal duyguları ifade etme aracı olarak görüldüğünü, müzik sanatı sayesinde insanların umranda uyumlu ve dayanışmacı olduğunu ifade etmiş, müzik sanatının toplumsal yapıyı bu şekilde etkilediğini gözler önüne sermiştir (Çetin, 2020, s. 36).

## Sonuç

İnsanları diğer canlılardan ayıran vasıfların olduğunu belirten İbn Haldun, bu vasıflardan birinin sanat olduğunu vurgulamıştır. İbn Haldun sanat ile ilgili düşüncelerini Mukaddime beşinci bölümde “Geçinme Onun Kazanç Ve Sanatlar Biçimindeki Çeşitlerine Ve Bütün Bu Hususlara Arız Olan Hallere Dairdir. Burada (Halli Gereken) Bir Takım Meseleler Mevcuttur” başlığı altında izah etmiştir. Bu bağlamda birçok düşünür gibi İbn Haldun da sanatın neliği üzerinde durmuş, sanat tanımında meleke kavramını ön plana çıkarmıştır. Hüner ve sanatların ancak öğretmen vasıtasıyla öğrenilebileceğini dile getirmiştir. Sanatı meslek olarak ele alan İbn Haldun, hüner ve sanatların ancak talipleri çok olduğunda çoğalacağını vurgulamıştır. Mukaddime’de umran ve sanat ilişkisini analiz ederken, sanatın ancak umran aracılığıyla gerçekleşeceğini ön görmüştür. Bu doğrultuda sanatların ancak hadari umranın ilerlemesi ve kemale ermesiyle mükemmelleşeceğini örnekler üzerinden gözler önüne sermiştir. Sanatlarının gelişmesinde ikliminde önemli olduğunun altını çizmiş, Mukaddimedeki iklimin insanların derilerine ve renklerine olan etkileri kadar sanat anlayışlarına da yansıdığını ortaya koymuştur. Sanatların ilerlemesinde iklim kadar devletinde etkili olduğunu, devletin desteklediği sanatların ilerlediğini ifade etmiştir. İbn Haldun bu bağlamda devletin, şehirlerin bir takım hallerinin gerilediği durumlarda ise sanatların azaldığı ve yok olduğundan bahsetmiştir. İbn Haldun Mukaddimedeki başlıca sanatları ele almış ve tek tek başlıklar altında örneklerle izahta bulunmuştur. Sanatları zorunlu ve şerefli sanatlar olarak ayırırken, çiftçilik, dokumacılık, terzilik marangozluk, yapı sanatı gibi sanatların zorunlu, ebelik, yazı, kağıtçılık, musiki, tababet gibi sanatların şerefli sanatlar olduğunu gözler önüne sermiş ve bu sanatları ayrıntıları ile analiz etmiştir.

Özetle İbn Haldun daha 14 yy. da sanatla ilgili birçok konuyu açıklığa kavuşturmuştur. Mukaddimedeki toplum ve sanat ilişkisi bağlamında yer alan birçok düşüncesi çağını aşarak günümüze kadar gelmiştir. Onun sanatla ilgili toplumla kurduğu bağ birçok sanat sosyoloğuna ışık tutmuştur. Bu bağlamda İbn Haldun’un, sosyolojinin kurucusu unvanını hak ettiği gibi, ilk sanat sosyoloğu unvanını almayı da hak ettiği görülmüştür.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, C. (2006). Ahmet Arslan İbn Haldun'un ilim ve fikir dünyası. *Divan İlmî Araştırmalar Dergisi*, 2(21), 189-196.
- Aggöl, M. (2019). İbn Haldun, toplum, devlet ve medeniyet tasarımı. Dorlion Yayınları.
- Akpınar, H. (2013). İbn Haldun'un musiki hakkındaki görüşleri. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(30), 44-62.
- Aksoy, M. (2023). İbn Haldun düşüncesinde sanat ve umran. *Eski Yeni Dergi, Araştırma Makalesi*, 1074-1089.
- Arslan, A. (1997). İbn Haldun, Vadi Yayınları.
- Belge, R. (2018). İbn Haldun'un mukaddimesinde iktisadi coğrafya. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 13(50), 266-287.
- Çetin, E. (2020). *Sosyolojinin Mukaddimesi, Mukaddime'de sosyoloji. Nobel Akademik Yayıncılık.*
- Çöpoğlu, M. Kuran, M. (2019). İbn Haldunda çalışma hayatına yönelik üç temel kavramın incelenmesi: çalışma, emek değeri ve iş bölümü. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, 131-142.
- Demir, T. (2023). İbn Haldun'un medeniyet düşüncesi üzerine. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Stratejik Araştırma Merkezi Dergisi*, 4(1). 6-17.
- Denek, T. (2007). İbn Haldun'un Mukaddime'sine göre İslam kurumları tarihi. Yüksek Lisans Tezi. *Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İslam Tarihi Ve Sanatları Ana Bilim Dalı, Şanlıurfa.*
- Gombrich, E. H. (1887). *Sanatın öyküsü*. Remzi Kitap Evi, İstanbul.
- Hassan, Ü. (2011). İbn Haldun *metodu ve siyaset teorisi*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- İbn Haldun. (1986). *Mukaddime*. (Çev: Zakir Kadiri Ugan, 1986), İstanbul: Milli Eğitim Basım Evi, Cilt: 1-2.
- İbn Haldun. (2013). Mukaddime 1 ve 2. cilt, (Hazırlayan: Arslan Tekin). İstanbul: İlgü Kültür Sanat Yayıncılık.
- Karaca, Ç. (2011). İbn Haldun'un Mukaddimesinde toplumun yasalarını keşfeden bir düşünce etkinliği olarak tarih, Yüksek Lisans Tezi. *Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu*
- Kaya, E. (2020). İbn Haldun'un nedensellik ve rasyonel bilgi düşüncesine eleştirel bir yaklaşım, *Ulum Dini Tetkikler Dergisi*, 3(2), 411-431.
- Kaya, Ö. (2022). Sanat Sosyolojisi Üzerine Bir Derkenar: Sosyologlar Sanat İle Toplum İlişisini Nasıl Görülür Kılar?. *Sosyal Ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 8(16), 89-119.
- Közleme, O. (2013). İbn Haldun düşüncesinde geçim ve zenginliğin psiko-sosyal boyutları. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7(13), 363-376.

- Meriç, C. (2002). *Umrandan uygarlığa*, İletişim Yayınları.
- Meydan, B. T. ve Yasit, M. (2015). *Tababet Ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanundan Kamu Özel İş Birliği Modeli İle Tesis Yaptırılması, Yenilenmesi Ve Hizmet Alınmasına Dair Kanuna: Türk Sağlık Alanında Kurumsal Çevrenin Değişimi (1928 2014)*, 23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Bildiri Kitabı, 13-29.
- Okumuş, E. (2006). İbn Haldun'un Osmanlı Düşüncesine Etkisi. *İslam Araştırmaları Dergisi*, 15,141-185.
- Rashıdı, T. B.(2019). Medeniyet sosyolojisinde İbn Haldun'un yeri ve önemi. Yüksek Lisans Tezi, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Felsefe Ve Din Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalı, Konya.
- Sanay, E. (2019).İbni Haldun ve düşünceleri. Gün Yayınları.
- Sati E. H. (2001). *Süleyman Uludağ Çev. İbn Haldun Üzerine Araştırmalar*. Der-gah Yayınları.
- Sorokin, P. (1962).*Social and Cultural Dynamics*,New York: The Bedmissler Press,.
- Şenol, H. F. (2009).İbn Haldun'da tarih ve umran sorunu. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Felsefe Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Tıraşçı, M. (2014). İbn Haldun'un Mukaddimesinde Musiki. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(1). 99-115.
- Uludağ, S. (2015). İbn Haldun, Hayatı, Eserleri, Fikirleri. Harf Yayınları, Ankara.
- Uludağ, S.(2022). İbn Haldun ve Mukaddime, Mukaddime (iç.) İbn Haldun. Der-gâh Yayınları.
- Ulusoy, D. (1993). Sanat Sosyolojisinde Temel Yaklaşım. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 10(1), 247-259.
- Uygun, O. (2020). İbn Haldun'un toplum ve devlet kuramı. Oniki Levha Yayınları.
- Yılmaz, E. (2008). Toplumsal değişme ve sanat ilişkisi üzerine bir deneme. *Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 20, 35-45.
- Yiğit, R. (2021). İbn Haldun ve iktisadi görüşleri. *Maruf İktisat İslam İktisadi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 4-17.
- Zorlu, A. (2020). Gereksinimlerin, ihtiyaçların ve arzuların dönüşümü bağlamında İbn Haldun'un ihtiyaç kuramı. *Tüketici Ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 487-528.
- Zorlu, A. (2020).İbn Haldun'da beden inşası açısından bedevi umran ve hadari umran, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 43,177-192.





## BÖLÜM 11

**GÜLŞEHRÎ'NİN *KERÂMÂT-I AHİ EVRAN*  
MESNEVÎSİNİN KAYIP RAİF YELKENCİ NÜSHASI  
VE METİN NEŞRİNE KATKILARI**

*İlyas KAYAOKAY<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> Doç. Dr. Munzur Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Eski Türk Edebiyatı ABD., kayao-  
kay\_2323@hotmail.com ORCID: 0000-0001-8544-2307

## GİRİŞ

1250-1350 yılları arasında yaşadığı düşünölen Gülşehrî<sup>1</sup>, Yunus ve Âşik Paşa gibi “Türkçe şuuruyla” (Yavuz, 2012: 5) eserler veren Türk edebiyatında kimliği tam olarak çözülemeyen şairlerinden biridir. Zira adı ve hayatı gibi, bazı eserleri de tartışmalıdır. Tezkire ve diğere biyografik kaynaklarda anılmadığından hakkında yalnızca tahminler yürütölmektedir. Gülşehrî hakkında bilinenler çok azdır ve ondan ilk defa M. Fuad Köprölü (1890-196), *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar* adlı eserinde söz etmektedir (1976: 240). Ünlü eseri *Mantıku't-Tayr* içerisinde geçen bir beyitten hareketle asıl adının Süleyman yahut Şeyh Ahmed Gülşehrî olduğu, Sultan Veled'in (1226-1312) onu Kırşehir'e, Mevlevî tarikatını yaymak için gönderdiği tahmin edilmektedir. M. Fatih Köksal, ne zaman ve nerede doğduğu meçhul şairin, adının Süleyman ve tarikatının Mevlevî olduğu yönündeki bazı iddiaları çürötmektedir (Köksal, 2013 ve 2016). Eserlerinden hareketle iyi bir Arapça, Farsça ve medrese tahsili gördüğü düşünölen Gülşehrî'nin İslâmî ilimlerle birlikte matematik, mantık, astronomi ve felsefeye de vâkıf olduğu anlaşılmaktadır (Özkan, 1996: 250). O, devrinin meşhur şairleri arasında olup bazı eserlerde isminin zikredildiğı görülür.<sup>2</sup> Onun kendi eserleri içerisinde hayatına dair bazı ipuçları mevcuttur.

*“Mantıku't-Tayr'da anlattığına bakılacak olursa kendisi, Kırşehir'de içinde her gece sema yapılan bir zaviye sahibi, herkesin saygı gösterdiği, çok sayıda müridi olan ünlü bir şeyhtir. Felek-nâme'de ise pek çok yer gezdiğini, oralarda daha önce kitaplarını gördüğü pek çok kimseyle tanıştığını belirtmektedir. Yine Felek-nâme'ye göre ömrünün son yirmi yılında bulunduğu şehirden hiç ayrılmamış ve*

1 Gülşehrî'nin hayatı ve eserlerine dair daha fazla bilgi için bkz: Acar, Kenan (1994). “Muh-telif Kaynakların Işığında Şair Gülşehrî'ye Bir Bakış”, *Türk Kültürü* 32, S. 375 s. 424-433. Alan, Gülbadi (1999). “Gülşehrî'nin Hayatı ve Eserleri”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enst-itüsü Dergisi*, Sayı: 8, s. 123-30. Cunbur, Müjgan (2004). “Gülşehrî”, *Türk Dünyası Ortak Ede-biyatı Türk Dünyası Edebiyatçıları Ansiklopedisi*. C. 4. Ankara. s. 251-253. Kocatürk, Saadetin (1982). “Gülşehrî ve Felek-nâme”, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay. Köksal, Mehmet Fatih. (2013). “Gülşehrî” *Türk Edebiyatı İsimler Sözlüğü*, <https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/gulsehri> [E.T.: 08.05.2024] Köksal, Mehmet Fatih (2016). “Gülşehrî Hakkında Notlar”, *Tullis Journal /Turkic Language And Literature Surveys*, Cilt: 1, Sayı: 1, s. 10-36. Levend, A. Sırrı (1957). “Gülşehrî, Mantıku't-Tayr”, *Tıpkıbasım*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları. Özkan, Mustafa (1996). “Gülşehrî”. *İslâm Ansiklopedisi*. C. 14. İstanbul: TDV Yay. s. 250-252. Taesch-ner, Franz (1955). *Gülschehris Mesnevi Auf Achi Evran den Heiligen von Kirsheir und Patron der Turkischen Zünfte*. Wiesbaden. Uçman, Abdullah (1979). “Gülşehrî”. *Türk Dili ve Edebiyatı Ansiklopedisi*. C. 3. İstanbul: Dergâh Yay. s. 397. Yavuz, Kemal (2007). *Gülşehrî'nin Mantı-ku't-tayr'ı*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

2 “Ahmedî'nin (14. yy.) *Divân'ı* ve *İskendernâme'si* ile Kayserili Kâtip İbrâhîm Beg'in (14. yy.) *Külliyât*'ından başka ileriki dönemlerde yaşayan Şeyhoğlu'nun (ö. 15. yy. başları) *Ken-zü'l-küberâ*'sında, Hatîboğlu'nun (15. yy.) *Letâif-nâme'sinde*, Pîr Mehmed b. Yüsuf-ı Anka-ravî'nin (ö. 1461) *Tarikat-nâme'sinde*, Cemâleddîn-i Hulvî'nin (ö.1654) *Lemezât*'ında ve Kemâl Ümmî'nin (ö. 1475) şiirlerinde de bir vesileyle anılmaktadır” (Köksal, 2016: 12).

*bu esnada devlet adamlarından büyük bir sevgi ve saygı görmüştür”* (Köksal, 2013 ve Köksal, 2016: 13).

Yazdığı bir eserden hareketle onun Ahi Evran’a (ö. 1301’den sonra) intisap ederek elli sene hizmetinde bulunduğunu ve *Mantıku ’t-Tayr*’ın telif tarihi olan 1317-1318’den sonra vefat ettiğini söyleyebiliriz. Gülşehrî’nin en çok nüshası bulunan, en meşhur eseri 4438 beyitlik *Mantıku ’t-Tayr* olup Attar’ın aynı adlı eserinin bir nevi tercümesidir. Gülşehrî’nin Farsça mesnevileri de vardır. 1301-1302 yılında İlhanlı hükümdarına sunulmak için yazılan 4600 beyit dolayındaki *Felek-nâme*’si ve 1735 istinsah tarihli bir nüshası bilinen 16 varaklık *Risâle-i Arûz*’u Farsça’dır. *Kudûrî Tercümesi* de henüz nüshası ele geçmeyen eserlerindedir. Topkapı Sarayı’nda bulunan *Mecmua-i Latîfe* ona atfedilse de S. Kocatürk bu eserin Gülşehrî’ye ait olmadığını ortaya koymuştur (Kocatürk, 1982: 41).

Çeşitli şiir ve nazire mecmualarında gazel ve kasidelerine de rastlanılan Gülşehrî’nin ona ait olup olmadığı yerli ve yabancı araştırmacılarla tartışılan bir eseri daha vardır. Onun şimdiye kadar iki nüshası bilinen ama ikisi de kayıp olan *Kerâmât-ı Ahi Evran* adlı Türkçe mesnevisi, *fâilâtün fâilâtün fâilün* kalıbıyla nazmedilmiş 167 beyitten müteşekkil olup Anadolu’da ahiliği kuran Ahi Evran’ın menkıbevî hayatından, vefatından bahsetmektedir. Köksal’a göre; “eserin ne zaman yazıldığı bilinmemekle birlikte *Feleknâme*’den bahsettiği (159. beyit) hâlde diğer eseri *Mantıku ’t-Tayr*’ı anmamasına bakılarak *Kerâmât-ı Ahi Evran*’ın onun ikinci eseri olduğu ve iki eserin yazıldığı 1301-02 ile 1317-18 tarihleri arasında bir zamanda kaleme aldığı kabul edilebilir” (Köksal, 2021).

Mesnevi ilk defa Alman şarkiyatçı Franz Taeschner (1888-1967) tarafından ilki 1930’da olmak üzere iki defa neşredilmiştir. Türkiye’de ise Ahmet Kartal (2009) tarafından akademik bir makaleyle yayımlanmıştır. Eser Taeschner’e, hocası Alman oryantalist Georg Jacob (1862-1937) sayesinde ulaşmıştır (Reind-Kiel, 2010: 369). 1930’da Taeschner, içerisinde fütüvvet-nâmelerin olduğu bu mecmuayı hocasından satın almıştır. *Kerâmât-ı Ahi Avran*, en eski fütüvvet-nâmelerden olan Yahya bin Halil bin Çoban el-Burgazî’nin Türkçe *Fütüvvet-nâmesi*’nin de yer aldığı mecmuanın 65a-71a varakları arasında kayıtlıdır. Bu mecmuda *Kitâb-ı Şeddnâme, Râhatü ’l-Ervâh* ve Ahi Evran hakkında münacaat ile Taeschner’in Köprülü armağanında yayımladığı Gülşehrî’nin iki gazeli de yer almaktadır. Taeschner, Burgazî’nin (13.yy?) fütüvvet-nâmesini 1928’de neşrettikten iki yıl sonra 1930’da Gülşehrî’nin mezkûr mesnevisini Hamburg’ta yayımlar. Ancak Taeschner bu çalışmasını 1955 baskısındaki önsözde (s. VII) eleştirir. Kendi değerlendirmesine göre bu çalışma, “pek çok okuma ve tercüme hatasıyla eksik ve yetersizdi.”

Ünlü sahaf M. Raif Yelkenci (1894-1974) de bu eserin eksik bir nüshasını bulunca Taeschner, bu mesneviyi 1955 yılında ikinci defa yayımlar. Millî Kütüphane'nin de eski başkanlarından Dr. Müjgan Cunbur'un (1926-2013) kendisine fotokopi vasıtasıyla iletği Raif Yelkenci nüshası da tenkidli neşirde kullanılır. Bu ikinci nüsha sayesinde, ilk baskıdaki pek çok yanlışlık ve hata giderilir. Neredeyse hemen her beyti sorunlu olan mesnevi daha iyi bir hâl alır. 1955 baskısında, beyitlerin Almanca tercümeleri de yan sayfada mukabele yapılabilmesi için verilir. Ayrıca Jacob'tan satın alınan nüshanın tıpkıbasımı kitaba ilave edilir.

Taeschner'in orijinal nüshası ile Raif Yelkenci'nin bulunduğu 102 beyit kadar olduğu bildirilen eksik nüshanın da bugün kayıp olduğu anlaşılmaktadır. Raif Yelkenci'nin bu eksik nüshasında anladığımız kadarıyla mahlasın zikredildiği beyitler yoktur. Bundan ötürü Âgâh Sırrı Levend (1957: 13), Müjgan Cunbur gibi kimi araştırmacılar eserin Gülşehrî'ye ait olamayacağı yönünde görüş belirtmişlerdir. 1952'de Gülşehrî'nin *Mantuku't-Tayr*'ı üzerine doktora tezi yazan Müjgan Cunbur, Kerâmât-ı Ahi Evran'ın "Mantuku't-tayr'daki fütüvvet bahsinden alınmış bazı beyitlere eklemeler yapılarak sonradan başkaları tarafından yazıl[dığını]" iddia eder (Cunbur, 2004: 252). Abdülbaki Gölpınarlı bu eserin Sadreddîn-i Semerkandî'ye ait olduğunu düşünmektedir. (Köksal, 2016: 23) Kemal Yavuz da A. Sırrı Levend'in görüşünü hatırlatarak eserin Gülşehrî'ye ait olma ihtimalini zayıf bulmaktadır.

*"Bu mesnevinin Gülşehrî'nin olduğunda şüpheler vardır. Şairimiz Ahi Evran'dan çok, Mevlâna'ya bağlılık gösterir. Şairimiz Ahi Evran'ı hiçbir eserinde zikir etmez. Bazı kaynaklar şairi Ahi Evran'ın halifesi olarak zikretmişlerdir. Eseri bu açıdan inceleyen Levend, bu eserin Gülşehrî'nin olamayacağını bildirmekte ve bu fikri ihtiyatla karşılamaktadır"* (Yavuz, 2012: 7)

M. Fatih Köksal, *Mantuku't-Tayr* ile aynı söyleyişteki iki beyti de diğer bazı karinelerle birlikte kanıt göstererek eserin Gülşehrî'nin olduğunu kesin şekilde ortaya koymaktadır (Köksal, 2016: 26). Bize göre de bu mesnevi Gülşehrî'ye ait olup bulunacak yeni nüshalarıyla da bu görüşün desteklenmesi gerekir. Bu hususta yerli ve yabancı el yazma eser kütüphanelerini taradık ve nihayetinde Gülşehrî'nin *Kerâmât-ı Ahi Evran* mesnevisinin daha evvel kayıp, Türkiye'deki tek yazması olan Raif Yelkenci nüshasına ulaştık. Bu keşif, herhangi yazma nüshası bilinmeyen bir eser için son derece önemlidir. Zira bir eserle ilgili problemlerin tüm çözümü başka nüshasında saklı olabilir. Zira Taeschner nüshayı görmesine rağmen pek çok problemleri mısrayı çözememiştir. Yaşar Çalışkan ile M. Lütfi İkiş'in (1993) müşterek hazırladıkları popüler neşirde ve Ahmet Kartal'ın akademik neşirinde (2009) bu nüsha görülmemiştir. Kartal'ın ilmî makalesinde

Taeschner'in dipnotta verdiği farklılıklar yabancı dilde yazıldığı için dikkate alınmamıştır. Oysa Taeschner bile bu nüshanın "daha iyi ve sağlam" olduğunu ifade etmiştir (1955: 6). Çalışmamızda bugüne kadar bilinmesine rağmen kayıp sanılan Raif Yelkenci nüshasının tanıtımı, metin neşrine olan katkıları ve metnin transkripsiyonlu edisyon kritiğine yer verilerek mezkûr nüsha tıpkıbasım ile tanıtılacaktır.

### **1. Kerâmât-ı Ahi Evran Mesnevisinin Kayıp Raif Yelkenci Nüshasının Tanıtımı ve Metin Neşrine Katkıları**

Gülşehrî'nin *Kerâmât-ı Ahi Evran* mesnevisinin Türkiye'de kayıtlı tek nüshası Süleymaniye Kütüphanesi'ndeki bir mecmua içerisinde yer almaktadır. Eser, Süleymaniye Kütüphanesi, Yazma Bağışlar Koleksiyonu'nda 07999-003 koleksiyon numarasıyla kayıtlı 111 varaklık bir mecmuanın 88b-92b yaprakları arasında yer alır. Yazma Bağışlar koleksiyonunda olması biri tarafından kütüphaneye bağışlandığını gösterir. Katalogda kim tarafından bağışlandığına dair kayıt yoktur. Bize göre mecmuayı, Dr. Müjgan Cunbur bağışlamış olabilir.

Mezkûr mecmuada toplam sekiz eser mevcut olup sayfa numaraları sonradan ilave edilmiştir. 204x140-155x100 mm. ölçülerinde karton kapak içerisindeki mecmuanın sonradan tamir gördüğü anlaşılmaktadır. Bazı yapraklarının kopuk olduğu bu nedenle bazı eserlerin eksik kaldığı müşahede edilmiştir. Harekeli, temiz nesih hatlı mecmuanın cetvelsiz her sayfasında 11 satır mevcuttur ve a yüzünde rakabe vardır. Bazı yapraklar lekeli olup üst kısımlarında hafif rutubet ve bazı yapraklarda mürekkep akması vardır. Söz başları ile âyet ve hadisler, bazı ibareler kırmızı mürekkeple yazılmıştır.

Mecmuada müstensihin kim olduğuna ve ne zaman istinsah edildiğine dair kayıt bulunmamaktadır. Titiz bir müstensihin elinden çıkmadığını düşündüğümüz mecmua, sonradan kontrol edilmiştir. Zira 84. beyitte görüldüğü gibi bazı kelime ve satırların üstü çizilerek yeniden yazılmıştır. Mecmuada yer alan müelliflerin 13-15. asırlarda yaşaması, mecmuanın en geç 15. asırda istinsah edilmiş olabileceğini düşündürmektedir. Arkaik ek ve kelimeler, imla ve dil özellikleri bariz şekilde Eski Anadolu Türkçesi devrini işaret etmektedir.

Mecmuanın 2b-77a yapraklarında Yahya bin Halil el-Burgazî'in Türkçe yazılan ilk *Kitâbü'l-Fütüvvet-nâme*'si yer almaktadır. 77b-88a'da Bektaşî erkânı, âdâbı, ahkâmı ile ilgili mensur bir eser vardır. 88b-92b'de ise üzerinde duracağımız Gülşehrî'nin bahsi geçen mesnevisi yer alır. Ancak dikkat çeken husus, sayfa numarasının 12 diye belirtilmiş olmasıdır. Anlaşıyor ki bu mecmua toplanıp ciltlenirken eserlerin sırası değiştirilmiştir yahut farklı eserler bir arada ciltlenmiştir. Mecmuada sonundaki sayfa yapısı

ve yazı tipinin değişmesinden anlıyoruz ki konu itibarıyla benzer eserler bir araya toplanmıştır. 93b-94a'da Yunus Emre ve Kemal Ümmî'ye ait şiirler, 94a-97a'da *Kitâb-ı Rûznâme*, 97b ve 98a'da cenaze duası ve çeşitli dualar vardır. Mecmua, başlığı olmayan bir mensur dinî metinle son bulmaktadır. Mecmuada, fütüvvet ve Ahi Evran'la ilgili eserlerin bulunması bilinçli olarak bu yönde tertip edildiğini göstermektedir.

*Kerâmât-ı Ahi Evran* mesnevisiyle ilgili bazı problem ve tartışmaların olduğundan bahsetmiştik. Bulduğumuz bu nüsha ne yazık ki bu mada katkı sunamamıştır. Zira bu yeni nüshanın varaklarının eksik olduğu anlaşılmaktadır. 167 beyit olması gereken mesnevinin sadece 102 beyti elimizdedir ve tartışmalara son noktayı koyacak, mahlasın bulunduğu beyitler kopuk yapraklarda kalmıştır. Her varakta toplam 22 beyit olduğuna göre en az 3 varak kaybolmuştur. Bu nüshanın Raif Yelkenci'nin bulunduğu ve bugün kayıp olarak literatüre geçen (Köksal, 2021) nüsha olduğunu ise yaptığımız mukayeselerle anladık. Taeschner, herhangi bir kütüphane ismi zikretmemiştir ve 102 beyit olduğunu, Müjgan Cunbur'dan fotokopi yoluyla aldığını söylemiştir. Bulduğumuz metnin de 102 beyit olması bizi şüphelendirdi ve Taeschner'in Almanca yazdığı bölümleri yapay zeka vasıtasıyla çevirip okuduk. Nihayetinde dipnotlar kullandığı O, T, S, R kısaltmalarından R kısaltmasının Raif Yelkenci nüshasına işaret ettiğini belirledik. R dipnotlu kelime ve ibareleri okuduğumuz metinle mukayese edince ikisinin de çok net şekilde aynı olduğunu tespit ettik. Başlıktan son beyte kadar örtüştüğünü görünce Süleymaniye nüshasının aslında kayıp Raif Yelkenci nüshası olduğunu anladık. Muhtemelen bu nüsha Raif Yelkenci'den, Müjgan Cunbur'a geçmiş onun vasıtasıyla da Süleymaniye Kütüphanesi'ne intikal etmiştir. Kütüphane kaydında Raif Yelkenci'den başılandığına dair bir kayda rastlamadık. Taeschner kendi elindeki nüshanın tam olması sebebiyle ve belki de kendi nüshasını kıymetlendirmek için daha eski ve sağlam olduğunu bildiği Raif Yelkenci'yi esas almamıştır. Oysa pek çok problemin çözümü bu nüshada gizlidir.

Bilindiği üzere Raif Yelkenci'de Gülşehri'nin *Mantuku't-Tayr* mesnevisinin de bir nüshası vardır ve Yelkenci bunu Türk Dil Kurumu Kütüphanesi'ne fotokopisini vermiştir (Levend, 1957: 32). Bu nüsha, Âgâh Sırrı Levend'in yazdığı “önsöz” ile birlikte tıpkıbasım olarak 1957 yılında Türk Dil Kurumu tarafından yayımlanır. Bu nüshada Raif Yelkenci'nin bulunduğu Gülşehri'nin diğer mesnevisi *Kerâmât-ı Ahi Evran* yoktur. Zira nüshanın tavsifinden de anlaşılacağı üzere ikisi farklıdır.

R. Yelkenci nüshasında mesnevinin başlığı dikkat çekici olup kırmızı mürekkeple “*Kerâmât-ı Ahi Evrân Tâba'llâhu Serâhu ve Mersiyeye-i Ü*” şeklindedir. Sondaki “mersiye” ibaresi Taeschner nüshasında yoktur. Anlaşıyor ki belki de bu mesnevinin sonunda yine Gülşehri'ye ait muhtevası Ahi Evran'ın ölümü olan bir mersiye yer almaktadır. Yahut

mesnevi içindeki ölüm muhtevalı beyitleri bir nevi mersiye olarak da düşünmüştür. Zira eserde sadece kerâmetleri değil Ahi Evran'ın ölümüne dair sözler de bulunmaktadır. Ancak mersiyelerin mesnevi formatında görüldüğü çok nadirdir. Taeschner ve diğer araştırmacılar bu önemli veriyi fark edememiştir. Gülşehrî'nin mecmualarda kayıtlı bilinen manzumeleri arasında Ahi Evran'a dair bir mersiye bulunmamaktadır. Başlıkta yer alan bu bilgi de ileride yapılacak çalışmalar için son derece kıymetlidir. Gülşehrî'nin bu mesnevisi, muhtemelen Ahi Evran'ın vefatından sonraki 40-50 yıllık bir zaman dilimi içinde yazılmıştır.

R. Yelkenci nüshasında mesnevinin ne zaman istinsah edildiğine dair bir kayıt bulunmasa da dil ve imla hususiyetlerinden 14-15. asırlarda istinsah edildiğini düşünüyoruz. Arkaik ek ve kelimeler bir tarafa bazı imla özellikleri bu düşüncemizi destekler niteliktedir. Misal “Tanrı” kelimesindeki nazal ɳ pek çok beyitte “ng” şeklinde yani nun ve kef ile birlikte “Tengri” şeklinde imla edilmiştir. Bu belirgin özellik Taeschner'in de dikkatinden kaçmamıştır (1955: 6). Taeschner nüshasında “Tanrı” kelimesi yalnızca kef ile gösterildiğinden Süleymaniye'deki Raif Yelkenci nüshasının Taeschner nüshasına nazaran daha eski bir nüsha olduğunu iddia etmek yanlış olmaz. Yine kapalı e sesine yani “elif ye”li imlalar R. Yelkenci nüshasında mevcut olup “elde” (b. 81) kelimesi bu şekilde imla edilmiştir.

Taeschner nüshasında “dîdâr”, “şâd”, “bünyâd” gibi kelimeler “d” ile imla edilmişken R. Yelkenci nüshasında “dîzâr”, “şâz”, “bünyâz” şeklinde peltek z ile imla edilmiştir. Bu spesifik özellik Eski Anadolu Türkçesi devrinin en belirgin dil hususiyetlerinden biridir. İki nüsha da harekeli olduğundan ses özelliklerini mukayese edebilmek mümkündür. Misal “yeg” kelimesi R. Yelkenci nüshasında esreli “yig” olarak, Taeschner nüshasında fethalı “yeg” olarak imla edilmiştir. Yine d ve t seslerinde de farklılıklar vardır. Kelime başında “t” olan kelimelerin E.A.T. devrinde “d” olduğu, “d”li kelimelerin ise “t” olduğu bilinmektedir. Örneğin “dutmuş” (b. 52) kelimesi Taeschner nüshasında “tutmuş” şeklinde daha sonraki bir dönemin ses özelliğini taşımaktadır. “Gibi” kelimesi, R. Yelkenci nüshasında neredeyse tüm geçtiği yerlerde “bigi” şeklindedir. Taeschner nüshası daha geç istinsah edildiğinden çift imlalar daha fazladır. Başa bir beyitte de “dutup” (b. 66) biçiminde “d”li imla söz konusudur. İki nüsha arasında bazen mısramın tamamına varacak kadar farklılıklar görülebilmektedir. Bu nüanslar, iki nüshanın birbirinden bağımsız şekilde istinsah edildiğinin, birbirinden kopyalanmadığının kanıtıdır.

Gülşehrî'nin mesnevisini Taeschner'dan sonra Türkiye'de ilk yayımlayan araştırmacılar Yaşar Çalışkan ile M. Lütfi İkiş olup 1993 yılında yayımlanan *Kültür Sanat ve Medeniyetimizde Ahilik* adlı popüler türdeki müşterek kitapta, mesnevinin bir beyti eksik hâlde 166 beyit olarak yayımladıkları görülür (Çalışkan ve İkiş, 1993: 104-116). Eserin kimden

alındığına dair, gerek kitap içinde gerek kaynakça bahsinde bir referans gösterilmese de Taeschner'den alındığı anlaşılmaktadır. Bu popüler neşirde, ayrı bir çalışma konusu olacak kadar pek çok okuma yanlışları vardır. Öyleki *Kerâmât-ı Ahi Evran* üzerine yapılan akademik çalışmalarda bu yayına yer verilmemiştir.

Mesneviyi akademik bir çalışmayla tanıtıp yayımlayan bir diğer araştırmacı Klasik Türk Edebiyatı sahasının önemli âlimlerinden Prof. Dr. Ahmet Kartal'dır. "*Kerâmât-ı Ahi Evran Mesnevîsi Üzerine Notlar*" adlı çalışmasını 2008 yılında bir bildiriyle tanıtan Kartal, bir yıl sonra makale hâlinde (2009: 223: 242) yayımlamıştır. Kartal bu çalışmasında eserin kısaca şekil özelliklerini ifade ettikten sonra doğrudan Ahi Evran hakkındaki beyitlerin değerlendirmesini yapar. Daha sonra eserin Taeschner tarafından neşredildiği ifade edilerek onun neşrindeki "hata ve yanlışlıkların tespit edilip düzeltilmesi" (Kartal, 2009: 226) için bu çalışmanın hazırlandığını söyler. Kartal'a göre Taeschner, en çok harekeleri çözümlenmekte zorlanmış ve yanlış okumalar yapmıştır. Kartal, tek nüsha olan Taeschner'in verdiği tıpkıbasımı esas almış ve kendisi de metin tamir metoduyla müdahalelerde bulunmuştur. Dipnotlarda bazı kelimeler için alternatifleri de sunması onun titiz ve dikkatli bir çalışma hazırladığını göstermektedir. Ancak Kartal, yalnızca orijinal metne bakmış ve muhtemelen Almanca olduğu için inceleme kısımlarına bakmadığından dipnotlardaki R kısaltmasını çözememiştir. Şayet bunun Raif Yelkenci olduğunu anlasaydı daha kusursuz bir metin neşri ortaya çıkacaktı.

Her ne kadar titiz ve dikkatli de olursa tek nüshaya dayalı neşirlerde sorunlu kelimeleri çözebilmek bazen kolay değildir. Kartal'ın neşrinde de bazı çelişkiler olduğunu elimizdeki ikinci nüsha sayesinde görebiliyoruz. Bazen Taeschner'in doğru okuduğu kelimeler de tamir edilmiştir. Örneğin Taeschner'in neşrindeki 7. beytin ilk mısraındaki son kelime;

Muştafâ'nuñ zıkrını yād idelüm

Ahi Evrân cānını şād idelüm (Taeschner, 1955: 12)

şeklinde iken Kartal'ın neşrinde;

Muştafâ'nuñ gözedelüm

Ahi Evrân cānını şād idelüm (Kartal, 2009: 228)

şeklinde dir. Taeschner nüshasında ise "beñzedelüm" şeklinde yazılmıştır. Kartal, bu duruma müdahil olarak Taeschner'in, Raif Yelkenci nüshasından istifade ederek kafiye gereği doğru okuduğu kelimeyi, hiçbir gerekçe göstermeden, metin tamiri usulünde belirttiği [köşeli parantez içinde tamir] hususuna riayet etmeden "gözedelüm" şeklinde değiştirmiştir. Elbette bu kelime tercihi vezne ve manaya muvafıktır.



Kartal, 5 beytin ikinci mısraındaki (Şer‘ sultānı vü İslām’uñ begi) “şer‘ sultānı” yani şeriatın sultanı ibaresini, Taeschner’in doğru okumasına rağmen (1955: 12) “sırr-ı sultānî” yani sultana ait sır şeklinde (2009: 228) hatalı yorumlar.

35. beytin ilk mısraında da nüshada “vakti” şeklinde yazılan kelimeyi dipnotta R. Yelkenci’yi göstermek şartıyla Taeschner, “vaktin” şeklinde okumuştur (1955: 16). Yeni nüshada da kelimenin “vaktin” biçiminde yazıldığı görülür. 53. beytin ilk mısraındaki yâdı” kelimesi Kartal’ın neşrinde, “yâri” şeklinde (2009: 232) kafiye de aykırı okunmuştur. Oysa yazma metin ve “adı” kafiye kelimesine uygun olanı “yâdı”dır. R. Yelkenci’de de açık şekilde “yâdı”dır. Yine aynı beytin ikinci mısraındaki “durur” kelimesine de müdahale edilmiş ve “olur” şeklinde düzeltilmiştir (2009: 232). Bu kelime de R. Yelkenci’de “durur” şeklindedir.

57. beytin ilk mısraı, Kartal’ın neşrinde (2009: 233) “Kimse andan ... (?) vermedi” şeklinde okunamayan ibare olarak geçmektedir. Ancak Taeschner, bu mısraı, R. Yelkenci nüshasını kullanarak “Kimse andan yig bu yolu varmadı” (1955: 20) şeklinde doğru okunmuştur. Oysa kendi elindeki nüshada “yig bu yolu” ibaresi yerine “boylar” yazılmıştır.

Taeschner, R. Yelkenci nüshasına tamamen sadık kalmamış ve olabildiğince en az şekilde istifade etmeye çalışmıştır. 76. beytin ilk mısraı, kendi elindeki nüshada; “Cānumuz gāyet sever erenleri” şeklinde hem vezne hem manaya muvafık iken Taeschner, tenkidli neşirde bu beyti; “Cānumuz yavlağ sever erenleri” (1955: 22) şeklinde çok spesifik olarak “pek çok” manasındaki “yavlağ” kelimesiyle yazmıştır. Dipnotta T kısaltmasıyla, kelimenin yazmadaki hâlinin “gāyet” şeklinde olduğunu da bildirmiştir. R. Yelkenci nüshasında bu mısra şöyle geçmektedir: “Cānumuz yavlağ severdi anları” Buna göre Taeschner yalnızca aklına yatmayan kelimelerde R. Yelkenci nüshasından yararlanmıştır.

R. Yelkenci’de 61. beytin ikinci mısraındaki “Görmemişdür kimse andan yig kerīm” altı çizili “yig” kelimesi Kartal neşrinde (2009: 233) sehven “nīk” olarak okunmuştur. “Görmemişdür” kelimesi de Taeschner nüshasında “görmedükdür” şeklindedir ve o da bunu tercih etmiştir. Neden gramere daha uygun olan Yelkenci’deki “görmemişdür”ü almadığını anlayamadık.

74. beytin ikinci mısraındaki (Bağlamadı nesne kılmadı ‘ilāc) “bağlamadı” kelimesini de Taeschner (1955: 22) Yelkenci’den almıştır. Kendisinin de ifade ettiği gibi elindeki yazma nüshada “beklemedi” şeklinde imla söz konusudur. Kartal, Taeschner’e güvenmeyerek yazma nüsha ışığında “bağlamadı (?)” şeklinde hatalı yorumlamıştır. Acaba müstensih, gayın ile yazması gereken sesi kef ile mi yazmıştır? sorusu akıllara gelebilir.

Kartal'ın neşrinde (2009: 235) “dünyâda” şeklinde düzeltilen ve dipnotta orijinaldeki hâlinin “bünyâda (?)” şeklinde olduğu bildirilen kelimenin gerçekten de Taeschner'in neşrindeki (1955: 22) gibi “bün-yâd” olduğunu R. Yelkenci nüshası sayesinde öğreniyoruz. Yine ikinci mısradaki “âstânesin” kelimesini de Kartal, “esmâsını” şeklinde düzeltme yoluna gitmiştir. Hakikaten Taeschner nüshasında orijinali, Kartal'ın ifade ettiği gibidir. Lakin Taeschner, metin neşrinde, Yelkenci nüshasını kullandığından doğrusunu “astânesin” şeklinde (1955: 22) vermiştir:

Şimdiki bünyāza hoş resm urdılar

Ahinūñ āstānesin arturdılar (77)

85. beytin ilk mısraındaki (Eytdüm uş Ahi'yi varup göreyüm) “eytdüm” kelimesini Kartal, sehven “itdüm” şeklinde vermiştir. Oysa dipnotta da bu şekilde okunabileceğini bildirmiştir (2009: 235). Taeschner ise ilk kelimeyi “ayıtdum” şeklinde okur (1955: 24). Taeschner bir taraftan eksik heceyi tamamlamak suretiyle vezni tamir etmek isterken diğer yandan ilk tefilede vezni bozmuştur. Çünkü Taeschner nüshasında bu mısra “Eytdüm uş Ahi varup göreyüm” şeklinde eksik yazılmıştır. Ancak Taeschner burada R. Yelkenci nüshasına bakmamıştır. Şayet dikkat etseydi R. Yelkenci nüshasında “Ahi” ibaresinin doğru hâliye “Ahi'yi” şeklinde imla edildiğini hemen fark edecekti.

R. Yelkenci nüshasındaki 79. beytin ikinci mısraındaki (Tapucı vü hādimi vildān durur) “hādimi” kelimesini, Kartal farklı yorumlayarak “hādīm ü” şeklinde yazar (2009: 235). Mısrada “ona itaat ve hizmet eden cennet çocuklarıdır” manası vardır ve Taeschner de bu şekilde doğru okumuştur (1955: 22). Taeschner'in R. Yelkenci'den istifade ederek doğru okuduğu ancak Kartal'ın farklı yorumlayarak manayı çıkmaza sürüklediği bir diğer mısra 86. beyttedir:

Qāfilede nite görmedüm anı

Yoldaşı vü rahtı bünghāhi kanı

Taeschner'in kendi nüshasını değil de esas aldığı R. Yelkenci nüshasında beyit bu şekildedir. Taeschner'in elindeki nüshada altı çizili yerler “rāhda bezgāhi” şeklindedir. Kartal, mısraya müdahalede bulunarak “rehde bergāhi” olarak düzeltmeye çalışır (2009: 236). Ancak bu tashihin anlama uygunluğu tartışmalıdır. Mısrada birbiriyle bağlantılı üç terim olan, yoldaşın, rahtın (yol levazımı) ve bünghāhın (içerisine para, eşya, ve yolculuk malzemesi konulan oda, çadır, yer) nerede olduğu sorulmaktadır. “Reh” kelimesinin hiçbir zaman h ile yazılmadığını esasında nâşir de çok iyi bilmektedir.

Taeschner'in R. Yelkenci nüshasını esas alarak anlamlandırdığı 98. beytin ikinci mısraındaki (El ile halvā bişüren ol idi) "el ile" ibaresini Kartal "eksile (?)" şeklinde vermiştir (2009: 237). Yine Taeschner'in R. Yelkenci nüshasını esas alarak doğru okuduğu 101. beyitteki mısradaki (İlm ile her tahta kim ol tâc olur) geçen "tâc" kelimesini Kartal, sehven "bâc" (vergi manasında) biçiminde nüshadaki imla hatasıyla vermiştir (2009: 237).

120. beytin ikinci mısraındaki bir kelime, üç şekilde yorumlanabilir. Kartal bu kelimeyi "oda yayasız" şeklinde okur (2009: 238). Burada geçen "oda" Tarama Sözlüğü'nde yer, mesken anlamında düşünülmüş ise zorlama bir anlamlandırma olur. Taeschner ise metinde "ödeyesiz" diye verir ancak dipnotta da "evde yiyesiz"i de ihtimal arasında tutar. Bize göre de kafiye gereği "evde yiyesiz" daha uygundur:

Ol kişiye cümle ulu diyemiz

Kim anuñ akçasın evde yiyemiz (120)

Süleymaniye bir diğer adıyla R. Yelkenci nüshanın metne ciddi katkıları olmuştur. Her ne kadar sadece 102 beyti elimizde olsa da bu Taeschner ve Kartal'ın içinden çıkamadığı manası uyuşmayan bazı mısralarda R. Yelkenci nüshası imdada yetişmektedir. Taeschner bile tam anlamıyla nüshaya dikkat etmemiş yahut doğru anlayamamıştır. Misal 14. beytin ikinci mısraındaki kelimedeki Taeschner ve Kartal farklı yorumlarda bulunmuştur:

Ol kim adı dünyeyi tutmuş idi

Ahilerden öyüni dutmuş idi (Taeschner, 1955: 14)

Ol kim adı dünyeyi tutmuş idi

Ahilerden oyunu (?) dutmuş idi (Kartal, 2009: 229)

Taeschner, kelimeyi haklı olarak "öyün" yani "zaman, vakit" olarak yorumlarken Kartal, mana olarak bu kelimeyi uygun görmemiş ve "oyun" olabilir diye şüphelenerek yanına soru işareti (?) bırakmıştır. R. Yelkenci nüshasında bu mısra biraz farklıdır, ancak mana olarak daha doğrudur. Taeschner, Yelkenci'deki "ötmüş idi" kelimesini dipnotta belirtmiştir ancak "öyini" kelimesinin "ünini" olduğunu çözememiştir:

Ol kim adı dünyeyi tutmuş idi

Ahilerden ünini ötmüş idi (14)

Beyitte Ahi Evran'ın adından ve şöhretinden söz etmektedir. Adı, dünyayı sarmış olan Ahi Evran'ın ünü yani şöhreti yalnızca Ahiler arasında değildir, onları da (öterek) aşarak dünyaya yayılmıştır. Taeschner'in "öyün", Kartal'ın "oyun" şeklinde okumasının tek sebebi müstensihinin noktayı

yanlış yere koymasındır. 26. beytin ilk mısraını, her iki nâşir de yazma nüshada yazıldığı gibi;

Anda kim erlik tonını koyalar

Aña kuṭbu'l-ârifin okıyalar (Taeschner, 1955: 14; Kartal, 2009: 230)

şeklinde okumuşlardır. Ancak beyte nasıl mana vermek gerektiği, kastedilenin ne olduğu muallaktır. Taeschner'in dikkate almadığı R. Yelkenci nüshasında ise bu mısra şöyledir:

Anda kim erlik tonın tokıyalar

Aña kuṭbü'l-ârifin okıyalar (26)

Taeschner nüshasında verilen mana ile R. Yelkenci'deki mana farklıdır. Zira ilkinde “Ondaki (Ahi Evran) erlik elbisesini bir kenara bırak-sınlar. Onu “âriflerin başı, en büyüğü” şeklinde yad edip çağır-sınlar” şeklinde anlam vardır. R. Yelkenci'de “Ondaki (Ahi Evran) erlik elbisesini (kendileri için) dokusunlar. Onu âriflerin başı, en büyüğü şeklinde yad edip çağır-sınlar” şeklinde manaya sahiptir ve daha muvafık gibidir. Zira medhi yapılan Ahi Evran'ın erlik elbisesini dikkate almamak gibi bir anlam, methiye maksadına münasip de değildir.

Her iki kıymetli nâşirin ihtilafa düştüğü bir diğer yer, 40. beytin ilk mısrandaki “öz” kelimesidir. Taeschner, yazma nüshada vav ve ze ile yazılan kelimeyi “vüz” şeklinde okur ve dipnotta da R nüshasında “üz” şeklinde olduğunu bildirir (1955: 14). Kartal da “vüz”ü Türkçenin gramer yapısına aykırı bularak “düz (?)” (2009: 231) şeklinde yorumlar. R. Yelkenci nüshasında ise “öz” şeklindedir ve Taeschner bunu mu kastetmiştir bilemiyoruz. Mana olarak “öz” olması daha uygun görünmektedir:

Cānımı viricegez ol Ḥaḡ'a öz

Biz anı uyur şanur-ıduḡ henüz (40)

Anlaşılması güç ve problemlili olan 72. beyit de R. Yelkenci nüshası sayesinde çözülebilmektedir.

Ā[n] ki öldi dünyā-yı dūn diyeler

*Mü'minūne lā-yemūtūn* diyeler (72)

Bu beyit, Taeschner yazmasında; “Aña oldı dünyāyı düzdiler / Mü'minūne lā-yemūtūn didiler” şeklindeyse de Taeschner, metin tamirinde bulunarak;

Āgeh oldı dünyāyı dūn diyeler

*Mü'minūne lā-yemūtūn* diyeler (1955: 22)

şeklinde vermiştir. Lakin ilk mısra anlam cihetinden sıkıntılar teşkil eder. Kartal da bu mısraın anlamsız olduğunu düşünerek şu şekilde düzeltme yoluna gitmiştir:

Ân ki öldi dünyeyi devirdiler

Mü'minüne lâ-yemütün didiler (2009: 234)

Kartal'ın bu yorumu anlam olarak doğru olsa da kelimelerin tamamını değiştirip yeniden şekillendirmek metnin özünü bozmuştur. Taeschner'in dikkate almadığı yahut yanlış okuduğu Yelkenci nüshası vezin ve mana olarak daha uygundur. Beyitte "O (Ahi Evran) öldü, bu dünya alçaktır desinler. Müminler asla ölmez desinler" manası vardır.

39. beyit Taeschner ve Kartal'ın içinden çıkamadığı bir beyit olup Kartal, özellikle ikinci mısradan "hiçbir anlam çıkaramadığını" ifade etmiştir (2009: 231). Taeschner, ilk mısraın son kelimesini "ilenmedi" olarak okur. Kartal da "sımarlar" kelimesini "semerler (?)" şeklinde verir. Bu kelime anlaşılamamış olup "ısmarlamak" kelimesi vezin gereği "sımarlar" şeklinde yazılmıştır. Zira başında elif de vardır. Beyitte "can alıcı yani Azrail onunla hiç (Ahi Evran) oyalanmadan canını ona hiç kulak vermeden, korkmadan, çekinmeden teslim/emanet eder" anlamı vardır:

Cân alıcı hîç aña eylenmedin

Bu sımarlar cânın aña tınmadın (39)

166. beytin ikinci mısraındaki bir kelime iki nâşiri karşı karşıya getirir: Anlam gereği "[z]evk[i]" olan müstensihin hatalı yazdığı kelimeyi Kartal, "zevk-i" şeklinde terkipli (2009: 242) Taeschner'de "zevk u" şeklinde (1955: 36) bağlaçlı verir. Oysa Taeschner dipnotta doğrusunu da tahmin etmiştir.

Tağrı sizden [z]evk[i] hâlî kılmasun (166)

Raif Yelkenci nüshası, misallerden anlaşılacağı üzere müstensihden kaynaklanan ve eksik bırakılmış pek çok ek ve kelimenin tamirinde önemli katkılar sunmuş, kimi soru işaretlerini de tamamen gidermiştir. 102 beyit içerisinde veznin aksadığı ve Kartal tarafından [ ] içinde tamir edilen çoğu mısraın tamire gerek kalmayan tam hâlleri ortaya çıkmıştır. Bunların çoğu Taeschner'in de dikkatinden kaçmıştır. Tüm bu hususlar metin neşri kısmında dipnotlarla ifade edilmiş olup birkaç örneği zikretmekte fayda vardır.

Mesnevîde 31. beytin ilk mısraında eksik olan kelime Yelkenci nüshası sayesinde giderilmiştir. "Zuhr vaktin key dağı key bilen ol" mısraındaki altı çizili Taeschner nüshasındaki noksan kelimeyi Kartal "[hem]" (2009: 231) şeklinde tamir etmiştir. Teascher ise şaşırtıcı şekilde vezne uydurmak

için bu mısradaki “vaktin” kelimesini “vaqtini” şeklinde okumuştur (1955: 16).

Yine R. Yelkenci'deki 33. beytin ilk mısraındaki “Çün Hâlîl'e viribir idi selâm” altı çizili “viribir idi” kelimesi Taeschner tarafından doğru yorumlanmasına rağmen Kartal yazma nüshadaki gibi “virip idi [ol]” şeklinde tamir ederek okumuştur. İki nâşirin de R. Yelkenci'deki gibi doğru verdiği 46. beytin ikinci mısraındaki “ışığın” kelimesi, Taeschner nüshasında “ışının” şeklinde imla edilmiştir. Kartal bunun müstensih ve okuma hatası olabilme olasılığını değerlendirerek “14. asırda “ışın” kelimesinin kullanıldığı” ihtimalini de göz önünde bulundurur (Kartal, 2009: 232). Ancak R. Yelkenci nüshasıyla bu durumun müstensih hatası olduğu anlaşılmıştır.

Müstensihten kaynaklandığı anlaşılan bir diğer hata da 63. beytin ilk mısraındaki “tahtdan” kelimesidir. Bu kelimeyi her iki nâşir de “tahtından” şeklinde doğru olarak düzeltilmiş olup R. Yelkenci'de de “tahtından” biçimindedir. 67. beytin ikinci mısraındaki “deñizüj” kelimesi de Teascher ve Kartal tarafından doğru şekilde tamir edilmiştir. Teascher nüshasında “deñiz” şeklinde eki eksik olan kelime, R. Yelkenci nüshasında “deñizüj” şeklindedir. Aynı mısradaki “yügürür” kelimesi de Teascher nüshasında “yügürürdür” şeklinde hatalı imla edilmiştir. Bu durum Teascher nüshası müstensihin R. Yelkenci müstensihine kıyasla daha özensiz olduğunun bir diğer kanıtıdır. Kartal neşrinde (2009: 235) 78. beytin ikinci mısraındaki kelime, Teascher nüshasındaki gibi “yandurur” şeklindedir. Ancak Teascher kendisi (1955: 22) “astânedür” kafiye kelimesine uygun düşmesi için R. Yelkenci'yi esas alarak “yanadur” şeklinde vermiştir. 102. beyitte, Teascher'in fark etmediği ve müstensihin eksik yazdığı “hîç” kelimesi mısraya eklenerek hata giderilmiştir.

Kartal'ın doğru tahmin ettiği ve Taeschner'in elindeki ikinci nüshaya rağmen hataya düştüğü kısımlar da fazladır. Bunlardan bazıları Taeschner'in R. Yelkenci nüshasını önemsemeden metne yorum katmasından ötürüdür. Bu hususlar dipnotlar hâlinde metin içinde gösterilmiştir. Burada birkaç örnek gösterecek olursak; 28. beytin ilk mısraında “hem” şeklinde olması gereken kelimeyi Taeschner nüshadaki gibi “her” şeklinde okumuştur (Taeschner, 1955: 16). Ancak Kartal, yazma nüshaya rağmen bunun “hem” olması gerektiğini bir önceki beyitteki “hem... hem...” ile başlayan mısralardan ve manadan çıkarmıştır (2009: 230). R. Yelkenci'de de bu kelimenin “hem” şeklinde olması Kartal'ın yazmalara vukufiyetini göstermektedir. 36. beyitte geçen “inlemedi” kafiye kelimesini Taeschner, “dinlenmedi” kafiye kelimesine uygun olması için “inlenmedi” şeklinde okumuş, yazmadaki hâlini de dipnotta bildirmiştir (1955: 16). R. Yelkenci'de ise bu kelimenin Kartal'ın yorumladığı gibi (2009: 2231) “inlemedi” şeklinde olduğu görülür. 21. beytin ilk mısraındaki ibareyi de Kartal metin tamiri yapmak suretiyle R. Yelkenci'deki gibi doğru tahmin etmiştir:

Olu[r-ı]dı urıcağ baħşışde rāy

Hâtem-i Tâyî katında bir gedāy (Kartal, 2009: 230)

Taeschner her ne kadar dipnotta R kısaltmasıyla “olur idi”yi de gösterse de tercihini “ulu idi” şeklinden yana kullanmıştır. Oysa elindeki nüshanın orjinalinde de vav değil re harfinin kullanıldığı “olur” yazıldığı açıktır. Yelkenci’yi önemsemeyen Taeschner’in bu mısraından bir anlam çıkarmak çok güçtür:

Ulu idi urıcağ baħşışde rāy

Hâtem-i Tâyî katında bir gedāy (Taeschner, 1955: 14)

Bu mısra R. Yelkeci nüshasında ise;

Olur idi azaçuk baħşışde rāy

Hâtem-i Tâyî katında bir gedāy (21)

şeklinde olup “urıcağ” kelimesi yerine “azaçuk” ibaresi vardır. Taeschner ise E.A.T. kelimelerine yeterince vâkıf olmadığı için bu kelimeyi okuyamamış ve dipnotta “R: ...cak” biçiminde göstermiştir (1955: 14). Bize göre R. Yelkenci nüshası daha anlamlı olup Ahi Evran’ın azıcık bahşişinin bile padişahlara yakışır derecede çok olduğu anlatılmak istenmiştir.

Kartal’ın doğru tahmin ettiği ancak Taeschner’in elindeki ikinci nüshaya rağmen yanlışlığı bir diğer mısra da 88. beyittedir. Taeschner nüshasında;

Göricegez ben kaldum taña

mısraının anlaşıldığı gibi eksik hecesi vardır ve Taeschner, metni neşrederken eksik heceyi tamamlamak için ilk kelimeyi zorlayarak “göriyincegez” biçiminde gramere de aykırı şekilde yazar (1955: 24). Kartal mısrayı tamir eder ve R. Yelkenci nüshasındaki gibi isabetli şekilde mısrayı verir:

Göricegez ben [anı] kaldum taña (2009: 236)

Taeschner, R. Yelkenci nüshasının son bulduğu 102. beyitten itibaren pek çok hata yapmıştır. Anlaşılan o ki asıl desteğini Yelkenci nüshasından almıştır. Bu beyitten sonra Taeschner’e nazaran Kartal’ın daha isabetli okumalarını görüyoruz. Tüm bu farklılıklar dipnotta belirtilmiş olup Kartal’ın bu vezin ve anlam bakımından isabetli tercihlerine öncelik verilmiştir. Örneğin 129. beyti Taeschner şu şekilde okumuştur:

Bu kumāra zād u sāz u berg idüñ

Eyleyim de mālūzuzı terk idüñ (1955: 30)

Kartal ise beyti doğru şekilde anlamıştır:

Bu umāra zāde sāzı berkidūn

İleyimde mālūnuzı terk idūn (2009: 239)

Çok az da olsa R. Yelkenci nüshasındaki bazı anlamsız ve vezne uymayan mısralar Teascher nüshası sayesinde mukayese yapılarak giderilmiştir. Bilhassa R. Yelkenci nüshasındaki son sesi zihafli olan “dünyâ” kelimesi, Taeschner nüshasında pek çok yerde tahfifli olarak “dünye” biçimindedir. Bu nüansa Taeschner de dikkat çeker (1955: 7). R. Yelkenci nüshasında mesnevinin 66. beyti;

Tağı dutup yazıya şuvār idi

Ne yire yürirdirse hem yürür idi

şeklinde olup ikinci mısra vezne aykırıdır. Taeschner nüshasında ise, “suvār” kelimesi “sürür” şeklindedir. İkinci mısra ise “Neyi yürüdür ise yürür idi” şeklindedir. Ancak Taeschner nüshasında da “neyi” kelimesi “beni” şeklinde yanlış harekelendirilmiştir. Anlam gereği “beni” olamayacağı aşikardır. Kartal da bu mısrayı “Neyi yürü dir-ise yürür-idi” (2009: 234) şeklinde yorumlamıştır. Taeschner nüshasında, “yürü” kelimesinin son ünlüsünün ye ile değil vav ile imla edildiği görülür. Kartal’ın neşrindeki gibi kelimeyi ayrı yazmak farklı bir anlama/ anlamsızlığa sebebiyet verir. O hâlde “neyi” değil “neye” olması gerekirdi. Taeschner da bu şekilde yorumlamakta ve mısrayı “Ne yere yür<sup>x</sup> der-ise yürür idi” (1955: 22) şeklinde vermiştir. Oysa burada vezin çerçevesinde vurgulanmak istenen mana, keramet sahibi Ahi Evran’ın “neyi yürütmek istese yürüteceği”dir.

R. Yelkenci’deki 75. beytin ikinci mısraındaki (Yaz yabāne varduğını hıç görmedüm) fazla olan “hıç” kelimesi Taeschner nüshası sayesinde giderilmiştir. 80. beytin ikinci mısraı Yelkenci nüshasında vezne aykırı olarak “Anı yir yüzinde \_oturur görürem” şeklinde olup Taeschner nüshasında vezne ve manaya muvafık olarak “Anı yirinde oturur görürem” şeklindedir.

R. Yelkenci nüshasındaki 97. beyitte fazla heceden kaynaklanan vezin kusuru vardır. “Zerde birinci aşı a birinc idi aşı” şeklinde olan bu mısra Taeschner nüshasında doğru olarak “Zerde birinc a birinc idi aşı” şeklinde imla edilmiştir.

Vezin açısından problemlili olan her iki nüshanın da çözmediği birkaç mısra bulunmaktadır. 74. beytin ilk mısraındaki (Ne ot içdi ol ‘aziz [u] ne mizac) eksik olan hece metin tamiri yapılarak giderilmiştir. Tüm bu hususiyetler metin üzerinde ayrıca dipnot olarak belirtilmiş olup ileride yeni nüshaların da bulunarak daha sağlam bir metnin ortaya çıkmasını ümit ediyoruz.



## Sonuç

Kütüphanelerimizde ve şahıs kitaplıklarında keşfedilmeyi bekleyen nice el yazmaları bulunmaktadır. Varlığı bilinmesine rağmen elimizde hiçbir nüshası olmayan eserleri bulup çıkarabilmek hemen her araştırmacının hayalidir. Yazma eser katalogları sürekli güncellendiğinden tarama işlemini sürekli yinelemek gerekir. Zira yakın tarihte erişime açılan “portal.gov”-da 600 binden fazla yazmayı ihtiva ederek araştırmacılara büyük bir hazine sunmaktadır. Süleymaniye Kütüphanesi el yazmalarının erişime açılmasıyla birlikte bulduğumuz Gülşehrî'nin *Kerâmât-ı Ahi Evran* mesnevisi, Gülşehrî ve eserleriyle ilgili pek çok problemi gideremese de onun yeni eserlerinin yahut nüshalarının çıkabileceğini göstermesi yönünden umut olmuştur. Gülşehrî'nin mesnevisi bu nüshada en az 65 beyit eksik olup 102 beyittir. Şayet mahlasın bulunduğu beyitler kayıp olmasaydı eserin ona ait olup olmadığı yönündeki tartışmalar tamamen bitecekti.

Bu nüshanın başlığından öğreniyoruz ki Gülşehrî, Ahi Evran için bir de mersiye yazmıştır. Bu manzumeyle Ahi Evran ile Gülşehrî arasındaki ilişkinin de ne boyutta olduğunu, onun sanıldığı gibi Mevlevî mi olduğunu yorumlayabilecektik. Buradan çıkan önemli bir sonuç da Ahi Evran kaynaklarda zikredildiği gibi 1261 tarihinde değil 1301'den sonra öldürüldüğüdür. 1261 tarihi, onun vefatı için bildirilen ihtimaller arasındadır. Gülşehrî'nin bu mesnevinin 1301'den sonra yazıldığı kesin olarak bilinmektedir. Mersiyeler de ölümün hemen ardından yazılan taze metinler olduğundan Ahi Evran'ın vefatı da bu tarihten sonra olmalıdır.

Bu nüsha bugün nerede olduğu bilinen ve Türkiye'de bulunan tek nüsha özelliği taşımaktadır. Yapılan mukayeseler neticesinde bu nüshanın aslında Raif Yelkenci'nin bulunduğu 102 beyitlik eksik nüsha olduğu anlaşılmıştır. Raif Yelkenci nüshasının nerede olduğu bilinmemekteydi. Taeschner bu nüshayı fotokopi vasıtasıyla temin etmiş ve tenkidli neşirde de R kısaltmasıyla kullanmıştır. Ancak metnin akademik yayımını yapan üçüncü nâşiri, alanımızın saygın âlimlerinden Ahmet Kartal bu hususu çözememiş ve metin neşirini Taeschner'in elindeki tek yazma nüshaya göre şekillendirmiştir. Şayet R kısaltmasını farketmiş olsaydı metindeki tüm problemler giderilmiş olacak ve daha sağlam bir neşir ortaya çıkacaktı. Taeschner de bu nüshanın daha eski olduğunu anlamasına rağmen kendi yazmasını esas almış ve Yelkenci'yi yeterince önemsememiştir.

Bu varlığı bilinen ama nerede olduğu şimdiye kadar meçhul R. Yelkenci yazmasının Taeschner nüshasından daha eski bir tarihte istinsah edildiğini rahatlıkla söylemek mümkündür. Zira dil ve imla özellikleri 14. ve 15. asırları işaret etmektedir. En eski fütüvvet-nâmelerden Burgazî'nin eserinin de yer aldığı bir mecmuada bulunması bir nevi Taeschner nüshasıyla aynı kaderi paylaştığını gösterir. İki nüshanın herhangi bir bağlantısı

yoktur ve birbirinden istinsah edilmemiştir. Her ne kadar 102 beyit de olsa bu nüsha, tenkidli metin neşrine ciddi katkılar sunmuş ve pek çok problemi ortadan kaldırmıştır. İki önemli nâşir, Taeschner ve Ahmet Kartal'ın çözemediği beyitler açıklığa kavuşmuştur. Şüphesiz elinde iki nüsha bulduran Taeschner daha avantajlıdır. Her iki nâşir de titiz şekilde çalışmış olmasına rağmen bazı nedenlerden ötürü birtakım hata ve yanlışlar hasıl olmuştur. 102. beyitten sonra Taeschner'in daha fazla hata yapması elindeki ikinci nüshanın ona ne kadar destek olduğunu göstermektedir. “İlmi nesiller tamamlar” düsturunca meseleye yaklaşılmaya, daha doğru bir metin neşretmeye gayret ettik. Gâyemiz kimseyi tenkit etmek değildi. Zira bizim de yanlışladığımız yerler çıkabilir. İleride bulunması muhtemel yeni nüshalar ile Gülşehrî ve tartışmalı eserlerine dair karanlık perdelerin kalkmasını niyaz ediyoruz.

### Metin

Tenkidli metin kurulurken bilinen iki nüshası esas alınmıştır. Taeschner nüshası T kısaltmasıyla Süleymaniye'deki Raif Yelkenci nüshası ise RY kısaltması ile gösterilmiş, farklılıklar dipnotta belirtilmiştir. Yine Kartal'ın neşri de K ile kodlanmıştır. 102 beyte kadar RY nüshası esas alınmış kalan 65 beyitte de T nüshası ile Taeschner ve Kartal'ın okumaları mukayeseli şekilde esas alınmıştır. Bu 65 beyitteki okuma hatalarına bazı müdahalelerde bulunulmuş, farklılıklar dipnotta gösterilmiştir. E.A.T. devrine ait harekeli bir metin olduğundan ses özelliklerini daha iyi gösterebilmek için çift imlalar dahil metnin yapısına sadık kalınmış, vezin gereği yapılan müdahaleler de dipnotta bildirilmiştir. Her beyte numara verilmiş olup asıl nüsha eksik olduğundan sayfa numaralarının gösterilmesine gerek görülmemiştir. Âyet ve bazı Arapça sözler Latin harfleriyle italik yazılarak dipnotta mealine yer verilmiştir. Mesnevideki imale, zihaf, med gibi aruz hususiyetleri italik biçimde gösterilmiştir. İmalede ilgili heceler, “bize”; med “pāk” ve zihaf (tûtî) ise ilgili harfler, italik biçimde belirtilmiştir. Veznin aksadığı mısralar da dipnotta belirtilmiştir. Nüshaların yeterli olmadığı yerlerde metin tamiri esaslarına riayet edilmiştir. Eksik yazılan ibareler [ ] köşeli parantez içinde, vezni bozan ancak yazılması gereken fazla ibareler ( ) parantez içinde gösterilmiştir. Hece yedirmeli ulamaların yapıldığı kelimelerde (ki\_ola) “\_” alt çizgi kullanılmıştır.

## Kerāmāt-ı Aḥi Evran Ṭāba'llāhu Serāhu ve Mersīyye-i Ū

[Fāilātün fāilātün fāilün]

1. Çün bize rahmet kılan Allāh ola  
Rehberümüz yolda bismi'llāh ola
2. İrmeye hergiz bize cevr ü cefā  
Kim şefā'at kıla yarın Muştafā
3. Enbiyā zıkrin çün eyledük temām  
Evliyā vaşfin diyelüm ve's-selām
4. Ṭūṭī bigi<sup>3</sup> şehd ü sükker yiyelüm  
Tengri<sup>4</sup> eren/eri vaşfin diyelüm
5. Muştafā'dur ādemī/erüñ yegi  
Şer<sup>5</sup> sultāmı vü İslām'ıñ begi
6. İlkin ögesim gelür peygamberi  
Andan ol peygambere lāyık eri
7. Muştafā'nuñ zıkrini yāz idelüm<sup>6</sup>  
Aḥi Evran cānını şāz<sup>7</sup> idelüm
8. Aḥi 'ālemde Aḥi Evran idi  
Kim kamu aḥilere sultān idi
9. Pādişāhuñ ḥāsekīsi ol idi  
Kim kamu begler katında kul idi

---

3 T: gibi

4 T: Taḡrı

5 T: Sırr-1 / K: Sırr-1

6 T: beşzedelüm / K: gözedelüm

7 T: şād

10. Günbed-*i* pīrūzedur<sup>8</sup> āstānesi  
Dāyiren *ahisi eyle şanası*
11. ‘Ālemüñ içinde ol *idi* ‘alem  
Gelmedi *anuñ bigi*<sup>9</sup> şāhib-ka-dem
12. Degme *şehirde*<sup>10</sup> *ulular çok*<sup>11</sup> olur  
İllā ‘ālem *ulusı* ayruķ olur
13. Tañrı’ya *irürmiş anuñ* himmeti  
Muştafā’nuñ *dünyede*<sup>12</sup> hāş ümmeti
14. Ol kim *adı dünyeyi*<sup>13</sup> tutmuş idi  
*Ahilerden ünini*<sup>14</sup> ötmüş idi<sup>15</sup>
15. *Ahi Evrān kim Hāk’a* irmiş idi  
Tengri’nün<sup>16</sup> *dīzārını* görmüş idi
16. *Ṭoķsan üç yıl dünyede*<sup>17</sup> *oldı* tamām  
*Ne helāl öginde*<sup>18</sup> *geçdi ne harām*
17. *Göñlini* ‘avret *odına* yakmadı  
*Kimsenüñ ağzın yüzine* bakmadı
18. ‘Aķla yār *u* nefse düşmen ol idi  
*Pāk-dīn ü pāk-dāmen* ol idi

---

8 T: günide pīrūzdu

9 T: gibi

10 T: şarda çün

11 T: çoğ

12 RY: dünyāda

13 RY: dünyāyı

14 K: oyunu

15 T: öyini dutmuş idi

16 T: Tañrı’nuñ

17 RY: dünyāda

18 Taeschner: diğēr ihtimal olan “öñinde” şeklinde okur.

19. Terbiyelerün teninde cān idi  
Ahiler beglere ol sultān idi
20. Dünyenün<sup>19</sup> terkini ol kılmış idi  
Āhîret berkini ol urmuş idi
21. Olur *idi* azaçuk<sup>20</sup> bahşışde rāy  
Ĥātem-i Tāyī katında bir gedāy
22. Muştafā'nuñ ol 'alem-dārı idi  
Murtażā'nuñ sevgüli yāri idi
23. Kıtıb *idi* ol üçlere irmiş idi  
Yidilere çok sebağ virmiş idi
24. Kırklar *ile* hem-dem ü hem-rāz idi  
Yitmiş *ere* mūnis ü dem-sāz idi
25. Üç yüz er rehber *anı* kılmış idi  
Kāmusınuñ sırrını bilmiş idi
26. Anda kim erlik tonın *toқыyalar*<sup>21</sup>  
Aña kıtübü'l-'ārifin *oқыyalar*<sup>22</sup>
27. Hem kerāmātı var *idi* hem kerem  
Hem fütüvvet<sup>23</sup> hem mürüvvet hem kadem
28. Hem<sup>24</sup> namāzı Ka'be'de *kılur* idi  
Girü kendü şehrine gelür idi

---

19 RY: dünyānuñ

20 T: urıcağ

21 T: tonını қoyalar

22 T: oқыyalar

23 T: kuvvet

24 T: her

29. *Gāh maşrıqda kıılır idi niyāz*  
*Gāh mağribde idi ol ser-firāz*
30. *Şubh[1] ol Beytü'l-muqaddesde kıılıb<sup>25</sup>*  
*Gelür idi şehrine vaqtin bilüb<sup>26</sup>*
31. *Zuhr vaqtin<sup>27</sup> key dahı key<sup>28</sup> bilen ol*  
*Hem Dımışkuñ<sup>29</sup> cāmi'inde kıılan ol*
32. *Çün Medīne şehrinde bilür idi*  
*'Aşr vaqtin anda hoş kıılır idi*
33. *Çün Halil'e viribir idi<sup>30</sup> selām*  
*Ağşamı<sup>31</sup> anda kıılır idi tamām*
34. *Yatsu vaqtin Ka'be'de kıılıp girü*  
*Gelür idi şehrine andan berü*
35. *Degme vaqtin<sup>32</sup> çün tamām eyler idi*  
*Muştafā'ya çok selām eyler idi*
36. *Şayru oldu illā hiç inlemedi<sup>33</sup>*  
*Şağ iken bir dem yatup diñlenmedi*
37. *Hak Te'alā cānın eyle sehl alur*  
*Kim ana cān alıcı hayrān kalur*

---

25 T: kıılır

26 T: bilür

27 Teascher kendisi "vaqtini" şeklinde okumuştur.

28 T: bu kelime yoktur. / K: [hem]

29 RY: Tımişkuñ

30 T: virip idi / K: virip idi [ol]

31 T: Ağşamı

32 K: vaqti

33 Teascher kendisi "inlenmedi" şeklinde okumuştur.

38. Dehşetinden *varur ırakdan durur*  
Kim bu *cānını* *Ḥaḫ'a* *āsān* virür
39. *Cān alıcı* *hīç aḡa* eylene<sup>34</sup>  
*Bu* sımarlar<sup>35</sup> *cānın aḡa* tınmadın<sup>36</sup>
40. *Cānını* *viricegez* ol<sup>37</sup> *Ḥaḫ'a* *öz*<sup>38</sup>  
*Biz anı uyur şanur-ıduḫ* henüz
41. *Cān alıcı yöresine* gelmedi  
*Ḥaḫ'dan* artuḫ kimse *cānın* almadı
42. *Tengri*<sup>39</sup> *dīzārın*<sup>40</sup> *aḡa* çün gösterür  
*Cān alıcı* gelmedin ol *cān* virür
43. Şimdi *uçmaḫda* *temāşā* eyler ol  
*Tengri*<sup>41</sup> *dīzārın*<sup>42</sup> *temennā* eyler ol
44. Şimdi *hūrīlerdür* *anuḡ* *pey-revi*  
*Ṭübā ağacı* dibinde\_ olur evi
45. Ol *gice* kim *dünyeden* *gider* idi  
*Āḫiret* *milkinge* *seyr* ider idi
46. *Ay dutuldu* *yaḫtısını*<sup>43</sup> virmedi  
*Kimsene* yılduz ışıḡın<sup>44</sup> görmedi

---

34 T: ilenmedi

35 K: semerler (?)

36 T: dinmedi

37 RY: viricegez o

38 K: düz/ Teascher kendisi “vüz” şeklinde okumuştur.

39 T: Taḡrı

40 T: dīzār

41 T: Taḡrı

42 T: dīdārın

43 RY: yaḫtını

44 T: işinin

47. İrtesi kim resm uruldu māteme  
Ölümi od saçdı kamu ‘āleme
48. Güle güle virdi cānını Hāk’a  
Cānı Tengri<sup>45</sup> hāşınuñ şöyle çıka
49. Mātemi halkuñ yūregin tağladı  
Yir ü gök anuñ yasında ağladı
50. Ki\_iy dirīgā ol cihānuñ serveri  
Yir yüzi üstinde gök altı eri
51. Degme şehride<sup>46</sup> hod erenler çok durur  
İllā gök altı eri ayruķ durur
52. Yidi iqlimi adı dutmuş<sup>47</sup> idi  
Her ne toħm ekdi ise bitmiş idi
53. Adsuz er bilişlerüñ yādi<sup>48</sup> durur  
Er didügüñ dünyāda adı durur<sup>49</sup>
54. Ad ile bitürür imiş er işi<sup>50</sup>  
Yok hisābına imiş adsuz kişi
55. Mālı yoğa dimezem kim er degül<sup>51</sup>  
Adı yok kişi cihānda var degül<sup>52</sup>

---

45 T: Tañrı

46 T: şarda

47 T: tutmuş

48 K: yarı

49 K: olur

50 RY: metinde önce “Adı ile bitürürmişler işi” yazılmış sonra hemen altında değiştirilmiştir.

51 T: dimeñ

52 T: dimeñ



56. Ol erenlerün kim<sup>53</sup> ad istediler  
Başlarını kılıca yaşadılar<sup>54</sup>
57. Kimse andan yig bu *yol* varmadı<sup>55</sup>  
Kimse andan yigrek ad çıkarmadı
58. *Ḳamu hāli* istikāmetdür<sup>56</sup> anuḡ  
Kemter aḡvāli kerāmetdür anuḡ
59. Her kişi bir istikāmet göstere  
Kim keremden yig<sup>57</sup> kerāmet göstere
60. Anda kim bir ḡayr *ide* ehl-i ḡadem  
Yüz kerāmetden yig<sup>58</sup> *ola* bir kerem
61. Ādemī *olalı* ‘ālemde<sup>59</sup> muḡīm  
Görmemişdür<sup>60</sup> kimse andan yig<sup>61</sup> kerīm
62. Anı gören *ṭamuya* girmeyiser  
Münkir olan Tengri’ye<sup>62</sup> irmeyiser
63. Sultāni taḡtından<sup>63</sup> ayru görmeḡüz  
Saḡ-ısaḡuz saḡı<sup>64</sup> şayru görmeḡüz
64. Ol Emīri’l-mü’minīn *ile* gire  
Uçmaḡa vü Tengri dīzārın<sup>65</sup> göre

---

53 RY: erenlerinün ki

54 RY: yaşadılar

55 K: Kimsene andan ... (?) virmedi

56 RY: isti‘ānetdür

57 T: yeg

58 T: yeg

59 T: ‘ālemde olalı

60 T: görmedükdür

61 K: nīk

62 T: Taḡrı’ya

63 T: taḡtdan

64 T: saḡı

65 T: Taḡrı dīdārın

65. *Kişinün endişesin bilür idi*  
*Hâcetin dahı revâ kıılır idi*
66. *Tağı dutup yazıya şürer<sup>66</sup> idi*  
*Neyi<sup>67</sup> yürüdir ise yürür idi<sup>68</sup>*
67. *Göklerün esrârını bilür idi*  
*Deñizün<sup>69</sup> üstinde yügürür<sup>70</sup> idi*
68. *Hızır<sup>71</sup> ile yürür idi her gün bile*  
*Komaz idi ki kimesne ğark ola*
69. *Bunca kişi kim gemiye girdiler*  
*Anca kez anı deñizde<sup>72</sup> gördiler*
70. *Ol ki sulţān ile şāhib-sır durur*  
*Deñiz ile yazı aña bir durur*
71. *Yūka şuhha nefseh<sup>73</sup> dimiş idi*  
*Hānunu<sup>74</sup> yüz biñ kişi yimiş idi*
72. *A[n] ki öldi dünyā-yı dūn diyeler<sup>75</sup>*  
*Mü 'minūne lā-yemūtūn<sup>76</sup> diyeler<sup>77</sup>*

---

66 RY: şuvār

67 T: beni

68 RY: Ne yire yürürirse hem yürür idi / K: Neyi yürü dir-ise yürür-idi

69 T: Deñiz

70 T: yügürürdür

71 T: Hızır

72 T: deñiz

73 “nefsinin cimriliğinden korunursa...” (Haşr sûresi 9. âyet)

74 T: Hānunu

75 T: Aña oldu dünyāyı düzdiler / K: Ān ki öldi dünyeyi devirdiler

76 “Müminler ölmez, bir yerden başka bir yere geçerler” mealindeki hadisten iktibas edilmiştir.

77 T: didiler

73. Şayru *oldı illā* şerbet içmedi  
Sırrını hergiz *hekīme* açmadı
74. *Ne ot içdi ol* ‘azīz [u] *ne mizāc*  
*Bağlamadı*<sup>78</sup> nesne *kılmadı* ‘ilāc
75. Elli yıl *ü bir dem*<sup>79</sup> ansuz durmadum  
*Yaz yabāne*<sup>80</sup> *varduğımı*<sup>81</sup> görmedüm
76. Cānumuz yavlağ *severdi* anları<sup>82</sup>  
Tengri<sup>83</sup> artursın *ķamu* yārenleri
77. Şimdiki *bünyāza*<sup>84</sup> hoş resm urdılar  
*Ahinünğ āstānesin*<sup>85</sup> arturdılar
78. Sekiz uçmağ *aña bir āstānedür*  
*Yedi ķat gökde* *ķırāğı yanadur*<sup>86</sup>
79. Şimdi *aña* terbiye *ğilmān* durur  
*Tapıcı*<sup>87</sup> *vü hādimi*<sup>88</sup> vildān durur
80. Niçe kim *āstānesine* girürem  
*Anı yirinde oturur*<sup>89</sup> görürem

---

78 T: beklemedi / K: Bağlamadı (?) nesne

79 T: Elli yıl bir dem ben ansuz

80 T: yazu yabān

81 RY: *varduğımı* hīç

82 T: Cānumuz *ğāyet* sever erenleri

83 T: Taprı

84 K: *dünyāda* / T: *bünyāda*

85 T: *esmāsın*

86 T: *yandurur* / K: *yandurur*

87 T: Tapıcı

88 K: *hādım ü*

89 RY: *Anı yir yüzinde* oturur

81. Yüz yigirmi<sup>90</sup> biñ çırāğı<sup>91</sup> gün bigi  
Yanar elde bir kızıl altun bigi
82. Niçe kim devrān cihānda döniser  
Dünyede<sup>92</sup> anuñ çırāğı yanısar
83. Ben Hicāz'ıñ 'azmini idicegez  
Rüm ilinden<sup>93</sup> Ka'be'ye gidicegez<sup>94</sup>
84. Ka'be'de gördüm tavāf eyler idi  
Rāzını sırrın Hıa'ıa söyler idi
85. Eytdüm uş Ahi'yi<sup>95</sup> varup<sup>96</sup> göreyüm<sup>97</sup>  
Nice geldi Ka'be'ye bir şorayum<sup>98</sup>
86. Kāfilede nite görmedüm anı  
Yoldaşı vü rahtı büngāhi<sup>99</sup> qanı
87. Ben varınca ol gözümnden tölınur  
Tengri<sup>100</sup> bile kim ne yirde bulunur
88. Eyle şanasın kim ol gün ol yaña  
Göricegez ben anı<sup>101</sup> qaldum taña
89. Bir hayāl idi ki geldi ilerü  
Ya hayāl idi ki tölundı girü

---

90 T: yigirm

91 T: çırāğ

92 RY: dünyāda

93 RY: ilinde

94 RY: giricegez

95 T: Ahi

96 K: İtdüm uş Ahi varuban göreyüm

97 T: göreyim

98 T: şorayım

99 T: rahtı bezgāhi / K: rehde bergāhi

100 T: Tañrı

101 T: Göricegez ben qaldum

90. Kendözini *baña gösterdi Ahi*  
*Girü*<sup>102</sup> *görmedüm yavu vardı*<sup>103</sup> *dağı*<sup>104</sup>
91. *Qāfilede* *görmedüm ayruq anı*  
*Kim anuq cennetde şād olsun cānı*
92. *Şehre*<sup>105</sup> *geldüm baña eydür iy ‘aceb*  
*Ka‘be‘de kimi kıılır idüñ taleb*
93. *Eytdüm anda sizi gördüm iy cānum*<sup>106</sup>  
*Eydür anda varduğum yoqdur benüm*
94. *Kim bile saña görinen kim idi*  
*Baña yapduğuy yalan*<sup>107</sup> *ta‘zīm idi*<sup>108</sup>
95. *Ben ne anda var idüm ne kimsene*  
*Gördüğini*<sup>109</sup> *anda kim beni şana*
96. *Virdi ilkin ol hikāyetden nişān*  
*Şonra girü eyledi benden nihān*
97. *Şofra dökmek ile hoş idi başı*  
*Zerde birinc aq birinc idi aşı*<sup>110</sup>
98. *Şofraya halkı üşüren ol idi*  
*El ile halvā*<sup>111</sup> *bişüren ol idi*

---

102 RY: giri

103 K: yavı virdi

104 T: Girü gözümde yavu virdi Ahi

105 RY: şehre

106 RY: hanum

107 T: yolda

108 K: Yapduğuy yolda baña ta‘zīm-idi

109 RY: Gördi kişi

110 RY: Zerde birincdi aş aq birinc idi aş

111 T: Eksile

99. Çün bir etmek bir aşā ālāt<sup>112</sup> ola  
Anda yüz *ķuru* maķālāt<sup>113</sup> māt ola
100. Etmek *ile* aş getür kim *ıy*yeler  
Yoķsa<sup>114</sup> yüz *ķuru* maķālāt *diy*yeler
101. ‘İlm *ile* her tahta kim ol tāc<sup>115</sup> olur  
Acıcaķ bir etmege muhtāc olur
102. Etmek *ile* Tengri’ye<sup>116</sup> irer kişi  
Kim ‘amelsiz ‘ilm başarmaz hıç işi<sup>117</sup>
103. Yol eri gerek ki\_ola ehl-i temīz  
Azuğ *alacaķ* maķāmı iy ‘azīz<sup>118</sup>
104. Dünyedür bundan götür *azuğ*uıı  
Kim ol *azığ* maħv *ide yazuğ*uıı
105. İlerü etmek şatılmaz bundan al  
Etmegüııe [sen]<sup>119</sup> şarışdur yağ u bal<sup>120</sup>
106. İlerü şu yoķ durur bundan götür  
Yol iķün *şuyı* vü *aşuyı* bitür
107. *Ķulına* raħmet kılan Mevlā olur  
Āħiretde<sup>121</sup> mezra‘a dünyā olur<sup>122</sup>

112 T: ālet

113 T: maķālet

114 RY: Yoķsa

115 T: bāc

116 T: Taıırı’ya

117 T: ‘ilm başarmaz işi

118 Bu beyitten itibaren RY nüshası eksiktir.

119 Taeschner ve Kartal, eksik heceyi bu şekilde tamir etmiştir.

120 Mısrada eksik heceden ötürü vezin aksamaktadır.

121 Bize göre “āħirete” anlama daya uygundur.

122 “Dünya ahiretin tarlasıdır.” mealinde bir hadis rivayet edilir.

108. Dünya burcından çün aşdı ol hümāy

Āhirete<sup>123</sup> eyledi köşk ü serāy

109. Ahi ol azıkları kim eyledi

Uçmağ ehlin kâmusını toyladı<sup>124</sup>

110. Şimdi gök altında bir er yok durur

Ancılayın kapusu açuk durur

111. Yüz kişi her gice anda şofra yir

Rahmet ol sultān Ahi cānına dir

112. Terbiyelerle<sup>125</sup> Ahi'dür her biri

Ahisi ki [key]<sup>126</sup> şahīdür her biri

113. Etmegi çok u aşı yağlu durur

Hizmet<sup>127</sup> için belleri bağlu<sup>128</sup> durur

114. Kimisi pīr ü kimi yigit durur

Ahisi yolında key sâbit durur

115. Ahiye ikrār bağlamış durur

Ahi bunlara bağışlamış durur

116. Kocalar hizmetle oturmuş durur

Hoş yigitler tapuda tırmış durur

117. Elli yıl ben bu aradan gitmedüm

Bir acı söz kimseden işitmedüm

123 Taeschner, "āhiretde" şeklinde yazmıştır.

124 Taeschner, "topladi" şeklinde yazmıştır.

125 K: terbiyeler ile

126 Kartal eksik mısrayı bu şekilde tamir etmiştir. Taeschner'de mısra eksiktir.

127 T: hizmet

128 T: bağlı

118. Tañrı artursın bu<sup>laruñ</sup> yolını  
Her birinüñ hayra dutsun ÷avlini
119. Her kim *Añi yolına* varur ise  
Ol kadar [kadrüñi]<sup>129</sup> gösterür ise<sup>130</sup>
120. Ol kişiye cümle *ulu diyesiz*  
Kim anuñ aqçasın evde yiyesiz<sup>131</sup>
121. Aqçasuz kim[esne]<sup>132</sup> halka cān durur  
*Ulu kişi kamusı* yeksān durur
122. Aqçamız virmese el *duta-y-ıduq*  
*Şarka ğarba ululuk şata-y-ıduq*
123. Aqçadur *kişiyi ulu* eyleyen  
Aqçasuz yegdür maqālet söyleyen
124. Terki *uruñ āñiret berki* durur  
‘Aybın örten *kişinüñ terki* durur
125. *Ululuk ister iseñ* terk eylegil  
*Kendözüne* terküñi berk eylegil
126. Kise ağızın *kendüne* berki-y-ile  
*Bağlaya añi* olan terki-y-ile

---

129 Taeschner, eksik hece bulunan bu ibareyi “kadarkini” şeklinde okumuş olup Kartal’ın tercihi daha isabetlidir.

130 Mısrada eksik heceden ötürü vezin aksamaktadır.

131 K: oda yayasız /Taeschner ise “ödeyesiz” diye verir ancak dipnotta da “evde yiyesiz” ihtimal arasında tutar.

132 Eksik hece bulunan bu ibare Kartal tarafından tamir edilmiştir. Taeschner ise bir tamirde bulunmamıştır.



127. Çün kumāristāna<sup>133</sup> geldüñ mālunı

Oynağıl kim *bilesin aḥvālünı*

128. *Bu kumāristān ‘amel-dārı benem*

Kim cihān sultānınuñ yārı benem

129. *Bu kumāra zāde sāzı<sup>134</sup> berkidüñ*

*İleyimde<sup>135</sup> mālunuzu terk idüñ*

130. *Ḥānumānı tārūmārılık eyleñüz*

Andan *aḥılık sözini* söyleñüz

131. *Yohsa etmeksiz kuru söz söyleyen*

Kendözini oldur uçuz eyleyen

132. *Altı şartı var fütüvvet yolınuñ*

*Üçü açuğ üçü bağıludur anuñ*

133. *İşid imdi işbu sözi şıdık ile*

Kim bilindi işbu ma‘nı naql ile

134. *Ḳapusu vü alnı vü sofrı bağı*

Oldur ol açuğ budur sözüñ şağı

135. *Ol kim üç[i] bağıludur<sup>136</sup> evvel dili*

*Gözi dağı bağıludur oturur yolu<sup>137</sup>*

136. *Bağılulardan yig ilersük bağıdır*

Kim bu altıdan kamudan yigidir

133 T: metinde “destine”dir. / K. Çün [alup] destine / Taeschner, sonraki beyte bakarak “kumārīstān” şeklinde okur.

134 Taeschner, “zād u sāz u berg idüñ” şeklinde hatalı okumuştur.

135 Taeschner, bu kelimeyi “eyleyim de” şeklinde hatalı okumuştur.

136 Taeschner vezni tamamlamak için “durur” şeklinde okumuştur.

137 K: bağıludur vü bili

137. İşbu altı hāşiyet kim var idi  
Ahi yanında kamusı yār idi
138. Ahi Evran bize çok luṭf eyledi  
Buçuk arşun yir(i) bize bağışladı
139. Eytdi bu yiri sen kılduṅ qabül  
Senden artuq kimsenüṅ yiri degül
140. Bu nişān yirinde hem ‘ālemde pāk  
Bir nişān eri oturmağı gerek
141. Aşlan avı dilkiler işi degül  
Her ḫalük<sup>138</sup> burcuṅ yüzi taş[ı]<sup>139</sup> degül
142. Himmeti çün benüm iledür hemān  
Gökde andan virmege yarar nişān
143. Mülk ü mālı kim gerek ise tıtar  
Baṅa ol āstānenüṅ şadrı yiter
144. Ol nişān yir[i]<sup>140</sup> vü ol nişān eri  
Bellü ere vireler bellü yiri
145. Çok kerem kıld[ı] vü<sup>141</sup> çok luṭf işledi  
Ol yiri sultān baṅa bağışladı
146. Ol yire lāyık cihānda er qanı  
Kim girü alibile<sup>142</sup> benden anı

---

138 K: bu kelime okunamamış orijinali verilmiştir.

139 T: taş

140 T: yir/ K: yir

141 K: [vü]

142 Taeschner “alı bile” şeklinde vermiştir.

147. Her ki *toğdı* iy bürāder *öliser*  
Ādemīden bir *eyü* ad *qalısar*
148. *Ahi adı* dünyeyi dutmuş idi  
Yoksa adsuz çok *kişi* gitmiş idi
149. Degme *kişi adı* bākī olmaya  
Dünyede ol *cāvidāne* olmaya
150. *Ahi* Evran ile Gülşehrī adı  
Cāvidān *qala* ki *taṭludur* dadı
151. Ol *idi* [gün] ben *daḥı* bir [ay] idüm<sup>143</sup>  
Ol *yigiddi* ben *daḥı* bir bay idüm
152. Ay gün *ile bile* *toğsa* yaksa *yig*  
*Biribirinüñ* yanında yansa *yig*
153. Uça her bir *murğ* hem bir *murğ* ile  
Uçmaya *sī-murğ* çün *sī-murğ* ile
154. Biz *daḥı* gök altı *erenleriyüz*  
Kim gök altı *eri* *yārenleriyüz*
155. Dünya *qalsa* degme [*ere*]<sup>144</sup> pāyidār  
Gitmeyeydi Rüstem [*ü*] İsfendiyār
156. Yā *cihān* *qalsa* *kişiye* *cāvidān*  
Ölmeye-y-di *Hātem* [*ü*] *Nüşīrevān*<sup>145</sup>

143 T: ol idi ben daḥı bir er idüm / Taeschner “ol idi [er] ben daḥı bir er idüm” biçiminde tamir etmiştir. En doğru tamir ise Kartal’a aittir.

144 T: degmeye / K: degmeye [hem] / Taeschner ise mısradaki gibi okumuştur.

145 T ve K: Nüşīrevān

157. *Ḳāle ba‘du’l-ḳā’ili men ‘āşe māt*  
*Ḳāle ba‘du’l-āḫari men māte fāt*<sup>146</sup>
158. *Ölüden*<sup>147</sup> *bir ḳarnı tolası degül*  
*Ad ile Gülşehrī olası degül*
159. *Sen bu ‘ilm[i]’*<sup>148</sup> *fehmi kaçan kılasın*  
*Var Felek-nāme okı kim bilesin*
160. *Mertebesin Aḫi’nünḡ kılduḡ temām*  
*Viribidüḡ yüz dürüd ile selām*
161. *İy Kerīm ü iy Raḫīm ü iy Ḳadīm*  
*İy Ḥakīm ü iy ‘Alīm ü iy ‘Azīm*
162. *Ḥidmet it ol ere işbu kızlıḡı*  
*Gider ü girü getir ucuzluḡı*
163. *Ḥalka eymentlik viribi iy Ğafūr*  
*Eyle ucuzluḡ viribi iy Şekūr*
164. *Çün revānımı anuḡ yād eyledük*<sup>149</sup>  
*Muştafā’nuḡ cānımı şād eyledük*<sup>150</sup>
165. *Āferīn ol Taḡrı’nuḡ iḫsānına*  
*Raḫmet ol sultān Aḫi’nünḡ cānına*
166. *Taḡrı sizden [z]evḳ[i]’*<sup>151</sup> *ḫālī kılmāsın*  
*Üstüḡüze raḫmeti eksilmesün*

146 “Bazı söz ehli demiştir ki: Her yaşayan ölü. Bazıları da demişlerdir ki: Her ölen unutulur.”

147 K: uludan

148 K: ‘ilm ü

149 eyledüḡ

150 K: eyledüḡ

151 Taeschner “zevḳ u”/ K: zevḳ-ı

167. Fā‘ilātün fā‘ilātün fā‘ilāt

Āhıret ister iseñ cānuñı şat

## KAYNAKÇA

- Acar, K. (1994). “Muhtelif Kaynakların Işığında Şair Gülşehrî’ye Bir Bakış”, *Türk Kültürü*, Cilt: 32, Sayı: 375 s. 424-433.
- Alan, G. (1999). “Gülşehrî’nin Hayatı ve Eserleri”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 8, s. 123-30.
- Cunbur, M. (2004). “Gülşehrî”, *Türk Dünyası Ortak Edebiyatı Türk Dünyası Edebiyatçıları Ansiklopedisi*, C. 4. Ankara. s. 251-253.
- Çalışkan, Y. & İkiz, M. L. (1993). *Kültür Sanat ve Medeniyetimizde Ahilik*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Kartal, A. (2009). “Kerâmât-ı Ahi Evran Mesnevisi Üzerine Notlar”, *Divan Edebiyatı Araştırmaları Dergisi*, 2, s. 223-242.
- Kocatürk, S. (1982). *Gülşehrî ve Felek-nâme*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay.
- Köksal, M. F. (2012). “Ahi Evran’ın Menkabevi Hayatına Dair Bilinmeyen Bir Eser: “Menâkıb-ı Ahî Cihân-ı Nasreddîn Ahi Evran”, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*, Sayı: 62, s. 83-108.
- Köksal, M. F. (2013). “Gülşehrî”, *Türk Edebiyatı İsimler Sözlüğü*, <https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/gulsehri> [E.T.: 08.05.2024]
- Köksal, M. F. (2016). “Gülşehrî Hakkında Notlar”, *Tullis Journal /Turkic Language And Literature Surveys*, Cilt: 1, Sayı: 1, s. 10-36.
- Köksal, M. F. (2021). “Kerâmât-ı Ahi Evran (Gülşehrî)”, *Türk Edebiyatı Eserler Sözlüğü*, <http://tees.yesevi.edu.tr/madde-detay/keramat-i-ahi-evran-gulsehri>. [E.T.: 08.05.2024]
- Köksal, M. F. (2021). “Ahilik Araştırmalarında İhmal Edilen Bir Eser: Kerâmât-ı Ahi Evran”, *Anadolu’nun Üç Güzeli Yunus Emre, Ahi Evran ve Hacı Bektaş Velî’de Buluşma Sempozyumu*, İstanbul.
- Köprülü, F. (1976). *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar*, (Haz: Orhan F. Köprülü) Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Levend, A. S. (1957). (Önsözü Yazan). *Gülşehrî, Mantıku’l-Tayr, Tıpkıbasım*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Özkan, M. (1996). “Gülşehrî”, *T.D.V. İslâm Ansiklopedisi*, Cilt: 14, s. 250-252.
- Reindl-Kiel, H. (2010). “Taeschner, Franz”, *T.D.V. İslam Ansiklopedisi*, Cilt: 39, s. 368-369.
- Taeschner, F. (1930). *Ein Mesnevi Gulschehris Auf Achi Evran*, Hamburg.
- Taeschner, F. (1955). *Gülschehris Mesnevi Auf Achi Evran den Heiligen von Kurshair und Patron der Turkischen Zünfte*, Wiesbaden.
- Uçman, A. (1979). “Gülşehrî”, *Türk Dili ve Edebiyatı Ansiklopedisi*, Cilt: 3, İstanbul: Dergâh Yay. s. 397.

Yavuz, K. (2012). *Gülşehri'nin Mantuku't-Tayr'ı*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, E-Kitap.

<https://sozluk.gov.tr/> [20.04.2024]

### Tıpkıbasım



[89a]

[88b]



[90a]

[89b]





[91a]

[90b]



[92a]

[91b]



[93a]

[92b]



## BÖLÜM 12

### FASİH AHMET DEDE DÖNEMİNİN SOSYAL DOKUSU: BİR DÖNEMSEL BAĞLAM ÇALIŞMASI

*Prof. Dr. İbrahim MAZMAN<sup>1</sup>*

*Sabriye BAĞCI MAZMAN<sup>2</sup>*

1 Kırıkkale Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, ORCID: 0000-0003-0564-502X

2 Kırıkkale Üniversitesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, ORCID: 0000-0002-3328-7162

## Giriş

Bu çalışma 17. yüzyılda yaşamış ve Osmanlı Türkçesinde eserler vermiş olan Fasih Ahmet Dede'nin yaşadığı dönemle alakalı olarak dönemin sosyal dokusu, olay ve kişileri hakkında Osmanlı İmparatorluğu'nun içinde bulunduğu zaman ve şartlarla ilgili olarak bağlamsal bir analiz yapmaktadır. Fasih Ahmet Dede'nin yazdığı eserlerin içeriği hakkında bir analiz yapmaktan ziyade yaşadığı dönem hakkında bilgi vermek ve bu zaman ve dönemin Fasih Ahmet Dede'nin içinde bulunduğu sosyal doku arasında bağlamsal bir ilgi kurmaya çalışmaktadır.

### 1. Fasih Ahmet Dede'nin Hayatı ve Yaşadığı Dönem

17. yüzyıl Osmanlı şairlerinden olan Fasih Ahmet Dede nesep olarak Arnavut kökenli ve sonradan Müslüman olmuş Dukakinzade ailesine mensuptur. Doğum tarihi olarak 1630'lu yıllar olduğu düşünülmektedir.<sup>1</sup> Şiir dışında resim, minyatür ve hatt üzerinde çalışmıştır. Eğitim hayatından sonra Osmanlı devlet bürokrasisinde çalışmış ve Köprülüzade Fazıl Ahmet Paşanın himayesinde hazine katipliği yapmıştır.

Eğitim ve çalışma hayatından sonra hayatının üçüncü evresi olarak isimlendirilecek kısmında ise Osmanlı devlet bürokrasisindeki görevinden ayrılıp, “muhtemelen 1670'li yılların başlarında Galata Mevlevihânesi şeyhi Gavsî Dede'ye intisap” etmesi, yani onun şahsi gözetimine, eğitime girmesi olmuştur.<sup>2</sup> Fasih Ahmet Dede'nin bu intisabı ve Galata Mevlevihanesinde geçen hayatının son safhası onun en verimli dönemi olmuş ve nesir ve nazım bir çok eser yazmıştır<sup>3</sup> ve son yıllarını Galata Mevlevihanesinde geçirmiştir. “Mevlevihaneye yerleştikten sonra bin bir gün çilesini tamamlayarak “Dede” unvanını almıştır”.<sup>4</sup> Kendisinin ve ailesinin Osmanlı sarayı ile irtibatlı olmasından dolayı saray çevresini yakından tanımıştır.

...yaptığımız araştırmalar sonunda Türkçe Dîvân, Farsça Dîvânçe, Münşe'at, Tenbâkû-nâme, Münâzara-i Gül ü Mül, Münâzara-i Rûz u Şeb ve Kalem Makâlesi olmak üzere nüshaları tesbit edilen yedi, kendisine ait olduğu ifade edilmekle birlikte -şimdilik kaydıyla çalışmalarımız esnasında nüshalarını tespit edemediğimiz Hüsrev ü Şîrin, Mahmûd u Ayâz ve Behişt-âbâd adlı üç eseri vardır.<sup>5</sup>

1 Mustafa Çıpan, *Fasih Divanı, İnceleme, Tenkidli Metin*, 17-18.

2 Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,” Fasih Ahmet Dede” maddesi, Müellifi: Mustafa Çıpan, (<https://islamansiklopedisi.org.tr/fasih-ahmed-dede>)

3 Gamze Ünsal Topçu, *Fasih Ahmed Dede, Hayatı, Eserleri ve Edebi Şahsiyeti*.

4 Adnan İnce, (hızl.) (2005). **Sâlim Efendi, Tezkire-i Salim**. Alıntılanan: Türk Edebiyatı İsimler Sözlüğü (<https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/fasih-ahmed-fasih-dede>)

5 Mustafa Çıpan, *Fasih Divanı, İnceleme-Tenkidli Metin*, s. 27.

Fasih Ahmet Dedenin yaşadığı dönem olan 17. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olan İstanbul'unun en temel özelliklerinden birisinin İmparatorluğun klasik dönemi olarak nitelendirilebilecek İstanbul fethedildiği ve Doğu Roma İmparatorluğunun sonu olan 1453 yılından Kanuni Sultan Süleyman'ın vefat yılı olan 1566 yılına kadar geçen dönemden yüzyıl sonrasına tekabül etmesidir. Bu yüzyıl içerisinde İmparatorluk sosyal ve siyasal açıdan önemli bir dönüşüm yaşamaktaydı. Bunlardan en önemli olanı İmparatorluğun en temel ekonomik kurumlarından birisi olan ve devlete ait toprağın tımarlı sipahilere dağıtılıp karşılığında asker beslenmesine dayanan Tımar sisteminin ekonomik açıdan yeterli verimi sağlayamamasından dolayı toprağın mültezim olarak isimlendirilen kişilere kiralanması esasına dayanan iltizam sistemine geçiş olarak görülebilir.<sup>6</sup>

Özellikle Fatih Sultan Mehmet döneminde kurumsallaşan ve Fatih Kanunnamesiyle yazılı yasa haline getirilen Osmanlı devletinin temel esaslarından birisi Tımar sistemi içerisinde yetişen sipahi askerlerinin devletin hem taşradaki iç güvenliği ilgilendiren durumlarda hem de savaş sırasında imparatorluk dışında cepheye gönderilmesiydi. 16. yüzyılda sipahi askerlerinin yetiştirildiği Tımar sisteminin zaman içerisinde yerini kiralanmış toprağa dayalı iltizam sistemine geçişle birlikte bu sistemden sipahi askerlerinin görevlerine son verilmesi ve bu topraklarda “sekban” isminde özel bir askeri güç oluşturulması boşta kalan sipahi askerlerinin 17. yüzyıl boyunca devam eden Anadolu isyanlarının başlıca sebeplerinden birisi olarak görülebilir. Her ne sebepten olursa olsun 17. yüzyıl Osmanlı devleti için iç huzursuzluklar ve isyanlar dönemi olmuştur.<sup>7</sup>

Osmanlı imparatorluğunun başkenti-payitaht İstanbul dışında veya taşrasında gelişen bu “sipahi sorununun” doğal olarak payitaht İstanbul'da hatta sarayında etkilerinin ve yansımalarının olması kaçınılmazdı. Çünkü Osmanlı devletinin kuruluşundan beri en temel dinamiklerinden birisi askeri bir güç olarak padişaha doğrudan bağlı devşirme usulü ile Osmanlılaşmış hatta Osmanlılaştırılmış sultana ve Osmanlı hanedanına yani merkezi iktidara bağlı “kapıkulu” ve onun askeri kolu yeniçeri ordusu ile payitaht İstanbul'da ve sarayda bulunan, ama taşradaki toprağa bağlı ekonomik yapılanmayı temsil eden sipahilerin bu sorundan etkilenmemeleri ve tedrici olarak Tımar yerine İltizam sistemine geçişle birlikte yapısal olarak zayıflayan sipahilerin ve kendileri karşısından bir güç dengesi oluşturan bu

6 Ahmet Tabakoğlu, *Osmanlı Mahı Tarihi*, ss. 160-171.

7 Yaşar Yücel, Ahmet Selim, *Türkiye Tarihi 3*, ss. 91-97. Efkân Uzun, Osmanlı Ülkesinde Görülen İsyân ve Eşkiyalık.

sipahilerin “yapısal zayıflıklarından” yeniçerilerin etkilenmemesi mümkün değildir. Anadolu’daki bu isyanlara Tımar sistemini terk eden sipahilerin “başbozuk” adı altında Anadolu isyanlarına katılmaları kadar bu dönemin en önemli olaylarından birisi de “yeniçeri isyanları” olmuştur.<sup>8</sup>

Osmanlı İmparatorluğunda sipahi askerlerinin yetiştiren Tımara bağlı ekonomik sistemin dönüşmesinin askeri güç anlamında yeniçeri-sipahi dengesinin sipahi aleyhine ve yeniçeri lehine bozulmasını ve bu anlamda taşrada sipahilerin katıldığı Anadolu isyanlarından ve payitaht İstanbul’da ortaya çıkan yeniçeri isyanlarından söz etmiştik. Bu yeniçeri-sipahi geriliminin bir başka yansıması ise Osmanlı sarayında ve Osmanlı merkezi bürokrasisinde yaşanmaktaydı. Özellikle 16. yüzyılda Kanuni Sultan Süleyman döneminde Sultan Süleyman’ın cariyesi Hürrem Sultan ve oğlu Mustafa arasında geçen ve Şehzade Mustafa’nın saray cellatları tarafından öldürülmesi ile son bulan olaylar da bu anlamda taşra sipahileri ile saray merkezli devşirme kökenli bürokratlar arasındaki siyasi bir gerilimin yansıması olarak değerlendirilebilir. Özellikle Hürrem Sultanın kızı Mihri-mah Sultanla evlenen ve Sultan Süleyman’ın damadı olan Hırvat kökenli Rüstem Paşanın bu olayın en önemli figürlerinden birisi olması, saray ve merkezi bürokrasideki devşirme kökenli Osmanlı devlet adamlarının gücünün Şehzade Mustafa’nın öldürülmesi ile siyasi anlamda son noktaya ulaşması anlamına geliyordu ki bu olayı Stanford Shaw “devşirme zaferi” (*the triumph of the devşirme*) olarak isimlendirir.<sup>9</sup> Mustafa’nın ölümüyle devşirmenin Osmanlı bürokrasisindeki gücü yalnızca zirveye ulaşmamış aynı zamanda Osmanlı bürokrasisinin gücü de son zirve noktasına ulaşmıştır. Kanuni Sultan Süleyman döneminde yapılan hukuki düzenlemeler bu kanunların uygulanması için merkezi ve güçlü bir bürokrasiyi gerektiriyorsa devşirmenin Osmanlı bürokrasisindeki hakimiyeti merkezleşmiş Osmanlı bürokrasisinin imparatorluk içerisindeki gücünü tescil ediyordu. Öyle ki 17. yüzyıl boyunca Osmanlı sultanının bir çocuk veya bir deli olması önemli değildi çünkü Osmanlı bürokrasisi İmparatorluğu bir şekilde yönetiyordu.<sup>10</sup> Bu dönemde Hürrem Sultan (ö. 1558), Kösem Sultan (ö. 1651) ve Hatice Turhan Sultan (ö. 1683) kendi çocukları olan yaşı küçük çocuk padişahları perde arkasından yönetirken Osmanlı bürokrasisinin İmparatorluk içerisinde siyasi istikrarı sağlamaya çalışması 17. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğunun en önemli olayı olarak görülebilir.

Bu ikili bürokratik sıkıştırma -- Sultan Süleyman’ın kanunları tarafından hassasiyetle örülmüş merkezi bürokratik düzenlemeler ve bu merkezi

8 Halil İncalcık, Osmanlı İmparatorluğu, Klasik Çağ, 1300-1600, s. 55, 69. Ebubekir Sıddık YÜCEL, “IV. Mehmed Dönemi İsyanlarına Genel Bir Bakış.”

9 Stanford J. Shaw, History of the Ottoman Empire and Modern Turkey, s. 111.

10 Halil İncalcık, Osmanlı İmparatorluğu, Klasik Çağ, 1300-1600, 12. Bölüm, Merkezi Yönetim.



bürokrasinin devşirme kökenli bürokratlar tarafından yönetilmesi -- 17. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nda devletin halk nazarında meşruiyet sorununu arttırmış ve imparatorluk merkeze karşı taşra muhalefetinin isyanlarıyla muzdarip bir hale gelmişti. 17. yüzyılın Osmanlı İmparatorluğu için bürokratik merkezileşme ve bu merkezileşmeye karşı gelişen muhalefet ve isyanlarla geçtiği ve İmparatorluk açısından bir tür kaotik bir durum oluşturduğu söylenebilir.

## 2. Osmanlı İmparatorluğunda Yeni bir Kan Arayışı ve Köprülüler Dönemi

17.yüzyılın ortalarında yine Osmanlı Devletinin yaşadığı kaotik bir dönemde Hatice Turhan Sultan'ın oğlu IV. Mehmet döneminde sadrazamlığa Köprülü Mehmet Paşayı getirmesi Osmanlı İmparatorluğunda bir dönemi de başlatmıştı. Köprülü Mehmet Paşa, Koçi Bey Risalesinde bahsedilen Osmanlı devletinin devşirme sisteminin bozulduğu, devşirmeye dahil olmayanlara bu sisteme ait makam ve rütbelerin para ile satıldığı ve rüşvetin Osmanlı bürokrasisinde yaygınlaştığı bir dönemde sadarete getirilmiştir.<sup>11</sup> Köprülü Mehmet Paşa Osmanlı bürokrasisinde merkezi düzenlemeler yoluyla bu türden aksaklıkları gidermeye çalışmış, liyakat sistemini yeniden tahsis etmişti.

Bu kullar tahakkümüne karşı Abaza Mehmet Paşa isyanı (1623-1 628) Anadolu'da Anadolu'da uyanan direnç ve tepkiden başka bir şey değildir. Bundan sonra sarayın ve hükümetin kapıkulu askerini azaltma ve disiplin altına sokma girişimleri sonuç vermemiş, ancak Köprülü Mehmet Paşa'nın diktatör yetkileri alması üzerine kapıkulu askerinin zorbalığı bir dereceye kadar önlenebilmiştir.<sup>12</sup>

Baba-oğul Köprülülerin 17. yüzyılın sonlarında Osmanlı devlet bürokrasisindeki hakimiyetleri Osmanlı imparatorluğu açısından belirli bir düzen ve istikrar sağlamıştı. Fasih Ahmet Dede'nin Osmanlı bürokrasisi içinde çalıştığı dönem oğul Köprülü yani Köprülü Fazıl Ahmet Paşa dönemine denk gelmektedir. Köprülü Fazıl Ahmet Paşa döneminde hazine kaptıplığı yapan Fasih Ahmet ki henüz kendisi Mevlevi tekkesinde "binbir gün çilesini" tamamlamamış ve "dede" unvanı almamıştır. Fasih Ahmet Dede hem Fasih lakabını hem de Dede unvanını devlet memuriyetini bırakıp Galata Mevlevihanesine çekilmesi ve burada eserlerini yazmasıyla almıştır.<sup>13</sup>

11 A.g.e., s. 103.

12 A.g.e., s. 91.

13 Mustafa Çıpan, *Fasih Divanı, İnceleme-Tenkidli Metin*, Birinci Bölüm.

## Fasih Ahmet Dede ve Galata Mevlevihanesi

Fasih Ahmet Dede Osmanlı devlet bürokrasisindeki görevinden ayrılıp Galata Mevlihanesindeki Gavsî Dede'ye intisap etmiş ve “ömrünün kalan kısmını -takriben 25 seneden fazla- burada geçirmiştir.”<sup>14</sup> Fasih Ahmet'in “dede” unvanını alması ve yazdığı eserlerin anlaşılabilirliğinden olayı “fasih” lakabıyla bilinmesi<sup>15</sup> aynı zamanda Osmanlı imparatorluğu'nun yeni bir döneme girdiği bir zamana tekabül etmişti. 17. yüzyılın sonları Avrupa ülkelerinin ekonomik ve siyasi üstünlüklerinin artık belirgin hale gelmesi dönemi idi. Fasih Ahmet Dede'nin de ölüm tarihi olan 1699 yılında Osmanlı İmparatorluğu'nun Avusturya, Venedik ve Lehistan ile imzaladığı Karlofça Antlaşması, Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa ülkeleri ile olan askeri ve siyasi güç farklılığını artık tescil edecekti.

Fatih Sultan Mehmet'in 1453 yılında İstanbul'u fethettiği sırada Cenova Cumhuriyetinin kolonisi olan Galata surlarının içinde bulunduğu alan Cenova veya Ceneviz kolonisi olarak, fetih sırasında Doğu Roma - Bizans İmparatorluğunu desteklemelerine rağmen fetih sonrasında Fatih Sultan Mehmet'in verdiği *eman*-garanti ile buradaki ticari faaliyetlerine devam etmişti. Galata Mevlevihanesi Fatih Sultan Mehmet zamanında Rumeli Beylerbeyi olan İskender Bey'in av çiftliğini mevlevihane haline getirmesi sonucunda bugün tamamen yıkılmış olan Galata surlarının dışında İstanbul'un ikinci mevlevihanesi olarak kurulmuştu.<sup>16</sup> Evliya Çelebi de *Seyahatname*'sinde bu mevlithane hakkında bilgiler verir.

Kulekapısı haricinde bir yüksek dağın zirvesinde Hz. Mevlana Celaleddin-i Rumi Mevlevihanesi vardır ki banisi İskender paşa, yüz aded dervişan hücresiyle cihannüma bir ulu asitane yaptırmıştır.<sup>17</sup>

1453 yılında İstanbul'un fethine kadar Cenova şehir devletinin elinde tuttuğu Galata kolonisi Fatih döneminde o zamanında şartlarında Akdeniz ve Karadeniz kıyılarında bir nevi deniz aşırı ticaret yapmaktaydı. Halbu ki 17. yüzyılın sonuna kadar Hollandalılar, Portekizliler ve İspanyollar ve daha sonra da İngiliz ve Fransızlar Cenova ve Venediklilerin Akdeniz ve Karadeniz'deki deniz aşırı ticaretini okyanuslara taşımışlardı. 16. yüzyılda Hollandalılar Endonezya adalarını kolonileştirirken, İspanyollar ve Portekizliler Güney Amerika'da yayılmışlardı. 17. yüzyılda da İngilizler ve Fransızlar Kuzey Amerikayı kolonize edeceklerdi. İşte bu kolonizasyon ve kapitalizasyon yani yeni kurulan küresel pazar ekonomisi içerisindeki sermaye birikimi ve bu sermaye birikiminin aracı olan şirketler özellikle İtalyanların Pera ismini verdikleri ve Osmanlıların Bizanslılardan ödünç

14 A.g.e. s. 22.

15 A.g.e., ss. 17-26.

16 Yavuz Özdemir, Galata Mevlevihanesi Müzesi, s. 112.

17 Alıntılanan: Mustafa Özçelik, Mevlana Mevleviler ve Mevlevihaneler, s. 98.

alarak Galata ve daha sonra da Beyoğlu olarak isimlendirdikleri bu Ceneviz kolonisinde kendilerini göstereceklerdi.<sup>18</sup>

Osmanlı bürokrasisinde devşirme ağırlıklı kapıkulu devlet adamlarının ağırlığının bürokratik liyakat ve eşitlikçilik adına azalmasıyla birlikte Osmanlı bürokrasisi üzerinde Bektaşiliğin gücünün azalması ve Anadolu Alevi-Kızılbaş isyanları olduğu kadar yeniçeri isyanlarıyla irtibatlandırılarak gittikçe Osmanlı merkezi idaresinden uzaklaşan Bektaşiliğin yerine Mevlevilik siyasi hareketlere olan uzaklığı sebebiyle Osmanlı bürokrasisinde ve devlet yönetimi üzerinde bu yüzyıl içerisinde gittikçe etkili hale gelmekteydi.

Mevlevi tarikatı esas itibariyle XVII. yüzyıldan itibaren tam anlamıyla olgunlaştı ve asıl önemli şahsiyetlerini yetiştirmeye başladı. İdari mekanizmada kazandığı güç de bu sürece paralel olarak ortaya çıktı. Bu yüzyıldan itibaren Mevlevilik artık Osmanlı İmparatorluğu'nun en saygın sufi çevrelerinin başında gelmektedir. Bu özelliğinden dolayı sosyal ve dini hareketlerden uzak oluşu sebebiyle devletin desteğini kazanması, bu dini hareketler sonucu takibata uğrayan başka tarikat mensuplarının Mevlevilik'te her zaman sığınacak emin bir kapı bulmalarına da yol açmış, kendilerini gizleyebilme imkanını sağlamıştır.<sup>19</sup>

Fars dilinin hakim olduğu ve temel metinleri Farsça yazılmış olan Mevlevilik ki burada Farsçanın bir Hint-Avrupa dili olduğu unutulmamalı, Osmanlı İmparatorluğu'nun dışında Avrupa ulus-devletlerinin ekonomik ve siyasi bir güç olarak ortaya çıktığı bir dönemde İmparatorluk içinde etkili bir konuma gelecekti. 17. yüzyıl mevlevihaneleri özelde Galata mevlevihanesi Avrupa ulus-devletlerinin siyasi güçleri kadar Avrupa merkezli pazar ekonomisi unsurlarının, sermaye birikimine dayalı küresel şirketlerin hakim olacağı bir dönüşüme tanıklık edeceklerdir.

## SONUÇ

Bu çalışma 17. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nda yaşamış olan Mevlevi şairi Fasih Ahmet Dede'nin (ö.1699) hayatına ve yaşadığı sosyal dokuya bakarak yaşadığı dönem ve olgular hakkında bağlamsal analiz yapmaktadır. Fasih Ahmet Dede'nin yaşadığı dönem Osmanlı İmparatorluğu açısından bir geçiş dönemi olmasından dolayı Osmanlı İmparatorluğu'nun klasik dönemi olarak nitelenen İstanbul'un fethi ile (1453) Kanuni Sultan Süleyman'ın ölümü (1566) arasında kalan dönemin arkasında bıraktığı

18 Daniel Goffman, Osmanlı Dünyası ve Avrupa 1300-1700, Yedinci Bölüm.

19 Ahmet Yaşar Ocak, "Din" Bölümü, içerisinde: Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi, 2. Cilt, s. 130.

sorunların hem devam ettiği hem de yeni unsur ve dinamiklerinin ortaya çıktığı bir dönem olmuştur.

Osmanlı klasik döneminin en önemli ekonomik kurumu olan Tımar sisteminin ekonomik olarak verimsizliği yüzünden toprağın kiraya verilmesi esasına dayalı İltizam sistemine geçilmeye başlanması Tımar sisteminde yetiştirilen sipahilerin boşa çıkması anlamına geliyordu. Boşa çıkan sipahilerin bir kısmının Anadolu isyanlarına katılması ile birlikte karşılığında bir denge unsuru olan bu sipahilerin kurumsal anlamda zayıflamaları aynı zamanda yeniçeri isyanlarını da tetikliyordu. Anadolu olduğu kadar payitaht İstanbul'u da etkileyen bu "sipahi" ve "yeniçeri" sorunları 17. yüzyıla damga vuran kriz sebepleriydi. Buna bir de Osmanlı devlet bürokrasisinde kural ve prensiplerin çözülmeye uğraması ve haksızlık ve rüşvet olaylarının eklenmesi 17. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nun yaşadığı sorunları derinleştirmektedir.

Valide Sultanlar döneminin 3.sü olan Hatice Turhan Sultan'ın Köprülü Mehmet Paşa'yı sadrazamlığa getirmesi ve Köprülü Mehmet Paşa'nın liyakat sistemine dayalı merkezi idareyi güçlendirmesi Osmanlı İmparatorluğu açısından merkezi idarenin İmparatorlukta istikrarı sağlarken halk nazarında meşruiyetinin güçlenmesi anlamına da geliyordu. Fakat merkezi idare ve bürokrasi güçlenirken bir taraftan da Avrupa ülkelerinin ekonomik ve siyasi açıdan güçlenmesi 17. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nda aynı zamana denk gelmişti.

Fasih Ahmet Dede'nin yaşadığı dönem olan 17. yüzyılda ortaya çıkan ve derinleşen sipahi-yeniçeri krizi bağlamında Osmanlı bürokrasisin bu gerilimden uzak olarak görülen mevleviliğe olan ilgisini arttırıyor ve mevlevilik Osmanlı merkezi idaresinde daha saygın bir yer kazanıyordu. Başka bir yönden ise 17. yüzyıl mevleviliği ve bu çalışma çerçevesinde Galata Mevlevihanesi özellikle Galata bölgesinde güçlenen Avrupa siyasi ve ekonomik gücüne ve kurumlarına-şirketlerine de tanıklık edecekti.

## KAYNAKÇA

- ÇİPAN, Mustafa (2003) *Fasih Divanı, İnceleme, Tenkidli Metin*, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.
- Goffman, Daniel (2008) *Osmanlı Dünyası ve Avrupa 1300-1700*, Çeviren: Ülkün Tansel, Kitap Yayınevi, İstanbul.
- İNALCIK, Halil (2003) *Osmanlı İmparatorluğu, Klasik Çağ, 1300-1600*, Çeviren: Ruşen Sezer, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- İnce, Adnan (hızl.) (2005) Sâlim Efendi, Tezkire-i Salim. AKM Yay., Ankara.
- SHAW, Stanford J., Ezel Kural SHAW (1993) *History of the Ottoman Empire and Modern Turkey, Empire of the Gazis, The Rise and Decline of the Ottoman Ottomsn Empire*, 1. Bölüm, Cambridge University Press, Cambridge.
- TABAKOĞLU, Ahmet (2016) *Osmanlı Mali Tarihi*, Dergâh Yayınları, İstanbul.
- Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*,” Fasih Ahmet Dede” maddesi, Müellifi: Mustafa Çıpan, (<https://islamansiklopedisi.org.tr/fasih-ahmed-dede>) Erişim Tarihi: 23.06.2024.
- TOPÇU, Gamze Ünsal (2021) *Fasih Ahmed Dede, Hayatı, Eserleri ve Edebi Şahsiyeti*, Kriter Yayınevi, İstanbul.
- Türk Edebiyatı İsimler Sözlüğü*, FASÎH, Ahmed Fasîh Dede maddesi, (<https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/fasih-ahmed-fasih-dede>) Erişim Tarihi: 23.06.2024.
- OCAK, Ahmet Yaşar (1998) “Din” Bölümü, içerisinde: *Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi*, 2. Cilt, Editör: Ekmeleddin İhsanoğlu, IRCICA, İstanbul.
- ÖZÇELİK, Mustafa (2012) Evliya Çelebi Seyhatnamesi’nde *Mevlana Mevleviler ve Mevlevihaneler*, Rumi Yayınları, Konya.
- ÖZDEMİR, Yavuz (2018) *Galata Mevlevihanesi Müzesi*, Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, İstanbul.
- UZUN, Efkân (2009) “Osmanlı Ülkesinde Görülen İsyân ve Eşkiyalık Olayları Karşısında Alınan Bazı Tedbirler Hakkında Bir Değerlendirme,” *Türklük Bilimi Araştırmaları*, Sayı: 25, 185 - 214.
- YÜCEL, Ebubekir Sıddık (2019) “IV. Mehmed Dönemi İsyânlarına Genel Bir Bakış,” *Social Sciences Studies Journal (SSS Journal)*, Yıl 5, Sayı: 29.
- YÜCEL, Yaşar, Ali SEVİM (1991) *Türkiye Tarihi 3*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

