

ISSN: 2667-422X



SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	3
Sayı	Issue	5
Yıl	Year	2020

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2020, Cilt.3, Sayı.5

EDİTÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK
Hacı Bayram Veli Üniversitesi
editor@sobibder.org
Telefon: +90 312 485 14 60/103

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi.

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi.

Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, College of Applied Science, Oman.

Doç. Dr. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ALKIŞ, Adıyaman Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nevin SERT, Selçuk Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi.

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.

Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.

Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.

Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.

Prof. Dr. İhsan Kalender, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Prof. Dr. Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, Ankara.

Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
Doç. Dr. Mehmet BAŞ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Metehan TOLON, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Nuray TOSUNOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
Doç. Dr. Seyhan ÇİL, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Dr. Öğr. Üyesi Ali Turan BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop.
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
Dr. Öğr. Üyesi Filiz Özlem ÇETİNKAYA, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kırşehir.
Dr. Öğr. Üyesi Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop.
Dr. Öğr. Üyesi Menekşe Öztoprak, Başkent Üniversitesi, Ankara.
Dr. Öğr. Üyesi Seda ÖZDEMİR AKGÜL, Selçuk Üniversitesi, Konya.
Dr. Öğr. Üyesi Selma KALYONCUOĞLU, Ankara HBV Üniversitesi, Ankara.
Dr. Öğr. Üyesi Zeki YÜKSEKBİLGİLİ, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul.

BU SAYIDA HAKEMLİK YAPANLAR

Prof. Dr. Akın Marşap, İstanbul Aydın Üniversitesi.
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Doç. Dr. Fatih ERTUGAY, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
Doç. Dr. Hakan KOÇ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Burak KARABULUT, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Damla MURSÜL, Kayseri Nuh Naci Yazgan Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi ÖZGÜL UYAN, İstanbul Aydın Üniversitesi.
Dr. Gülmira KERİM, İstanbul Aydın Üniversitesi.

ODAK VE KAPSAM

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın odağında;

Sosyal Bilimler alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Sosyal Bilimler alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın kapsamında;

Arkeoloji, Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi, Avrupa Birliği, Bankacılık ve Sigortacılık, Batı Sanatı ve Çağdaş Sanat, Beşeri ve İktisadi Coğrafya, Bilgi ve Belge Yönetimi, Bölgesel Çalışmalar, Çağdaş Dünya Tarihi, Çocuk Gelişimi, Dilbilimi, Ekonometri, Erken Hristiyan ve Bizans Sanatları, Eskiçağ Tarihi, Felsefe, Finans, Fiziki Antropoloji ve Paleoantropoloji, Fiziki Coğrafya, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları, Gelişim Psikolojisi, Genel Türk Tarihi, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler, İktisadi Düşünce, İktisat Tarihi, İletişim Çalışmaları, Kamu Yönetimi, Makro İktisat, Maliye, Mikro İktisat, Muhasebe, Nicel Karar Yöntemleri, Organizasyon, Ortaçağ Tarihi, Osmanlı Kurumları ve Medeniyeti, Öğrenme-Bilişsel-Biyo-Deneysel Psikoloji, Pazarlama, Reklamcılık, Sanat Tarihi, Sinema, Siyasi Düşünceler, Siyasal Hayat ve Kurumlar, Siyaset Bilimi, Siyasi Tarih, Sosyal Hizmet, Sosyal Politika, Sosyal Psikoloji, Sosyal ve Kültürel Antropoloji, Sosyoloji, Turizm, Türk İslam Sanatı, Uluslararası İktisat, Uluslararası İlişkiler, Uluslararası Ticaret, Uygulamalı Psikoloji, Üretim ve Operasyon Yönetimi, Yakınçağ Tarihi, Yeniçağ Tarihi, Yerel Yönetimler, Kent ve Çevre Politikaları, Yönetim Bilişim Sistemleri, Yönetim ve Strateji, Yükseköğretim Çalışmaları yer almaktadır.

YAYIN SIKLIĞI

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. Aylık yayın yapan dergide yılda 12 sayı yayınlanmaktadır.

YAYIN DİLİ

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi Türkçe olarak yayın yapmaktadır. Ancak her bir makalede İngilizce başlık, abstract ve keywords bulunmalıdır.

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ
2020, Cilt.3, Sayı.5
İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Otel İşletmelerinde Gıda İsrafını Önlemeye Yönelik Turuncu Bayrak Uygulaması Üzerine Bir Araştırma

(A Research About Orange Flag to Avoid Hotels from Wasting Food)

Derya ÇETİNOĞLU ve Kurban ÜNLÜÖNEN

ss.318-335.

Araştırma Makalesi

İş Tatmini, İşe Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkiler: İnsan Kaynakları Bölümünde Bir Araştırma

(Relationship Between Job Satisfaction, Job Commitment and Organizational Citizenship Behaviour: A Study in Human Resources Department)

Sevgi Damla İNAN

ss.336-350.

Kavramsal Makale

Vakıf Üniversitelerinin Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu

(The Status of The Foundation Universities Against Tax Laws)

Abdullah ERGİN ve Emine ÇINA BAL

ss.351-361.

Kavramsal Makale

Ulusal Egemenlik Kavramının Geleceğine İlişkin Bir Değerlendirme

(An Evaluation of the Future of the Concept of National Sovereignty)

Ergin ULUSOY

ss.362-382.

Kavramsal Makale

Algı Yönetimi Kavramı Çerçevesinde Geleneksel Medyada Gerçeklik Algısı

(Reality Perception in Traditional Media within the Framework of Perception Management Concept)

Seçil UTMA

ss.383-398.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(5): 318-335.

DOI:10.26677/TR1010.2020.419

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası:

<https://www.sobibder.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Otel İşletmelerinde Gıda İsrafını Önlemeye Yönelik Turuncu Bayrak Uygulaması Üzerine Bir Araştırma

Derya ÇETİNOĞLU, Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, e-posta: derya.cetinoglu@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7903-987X>

Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: kurban.unluonen@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4191-9019>

Öz

İsraf sorunu, tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de önemli görülmüş olup, bunun önüne geçebilmek için çeşitli kampanyalar, projeler, sertifikasyon programları ve uygulamalar geliştirilmiştir. Bu uygulamalardan biri olan turuncu bayrak uygulaması gıda israfının önüne geçebilmek ve gıdayı koruyabilmek için geliştirilmiş bir uygulamadır. Bu çalışmanın amacı, turuncu bayrak uygulamasının gıda israfı konusunda ne kadar etkili olduğunu ve turuncu bayrak uygulamasına sahip olan otellere sağladığı faydaları ortaya çıkarmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak turuncu bayrak uygulamasına sahip otel yöneticileri ile mülakat yapılmıştır. Turuncu bayrak uygulamasına sahip otellerin gıda israfında önemli bir azalma olduğu ve müşteriler gözünde de tercih edilebilir olma sonucuna ulaşılmıştır. Turuncu bayrak uygulamasına sahip otel personellerin bu konuda daha duyarlı olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İsraf, Gıda İsrafı, Turuncu Bayrak.

Makale Gönderme Tarihi: 18.03.2020

Makale Kabul Tarihi: 04.05.2020

Önerilen Atıf:

Çetinoğlu, D. ve Ünlüönen, K. (2020). Otel İşletmelerinde Gıda İsrafını Önlemeye Yönelik Turuncu Bayrak Uygulaması Üzerine Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5): 318-335.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



RESEARCH PAPER

A Research About Orange Flag to Avoid Hotels from Wasting Food

Derya ÇETİNOĞLU, Ph.D. Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, Graduate Education Institute, Ankara, e-mail: derya.cetinoglu@hbv.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7903-987X>

Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: kurban.unluonen@hbv.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4191-9019>

Abstract

Thus, some campaigns, certificate programs and projects are held in Turkey to avoid wasting of foods and resources. Orange flag program is one of them to decrease food wasting. The purpose of this paper is to investigate the success of orange flag program and to clarify benefits of it within hotels. In order to do that, interviews are held with hotel managers. As a result, it is seen that hotels with orange flag program have significant decrease about food wasting and also, they benefit by more interest from customers to prefer these hotels. It is concluded that the hotel staff with orange flag application are more sensitive in this regard.

Keywords: Wasting, Food Waste, Orange Flag.

Received: 18.03.2020

Accepted: 04.05.2020

Suggested Citation:

Çetinoğlu, D. and Ünlüönen, K. (2020). A Research About Orange Flag to Avoid Hotels from Wasting Food, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(5): 318-335.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Tüketim kavramı her ne kadar maddi anlamda algılsa da aslında tüketimin yalnızca maddi boyutlarla sınırlandırılacak bir kavram olduğunu söylemek yanlış olacaktır. Tüm insanlığın sahip olduğu sosyal, kültürel ve manevi değerlerin de maddeleştirilerek giderek tüketime hazırlanması söz konusudur. Somut açıdan bakıldığında tüketim, para vererek karşılığında herhangi bir şeyi almak anlamına gelmekteyken, soyut açıdan ise toplumunun en büyük sorunları arasındadır (Coşkun, 2012: 844). İnsanoğlu doğayı yok etmekte gelecek nesilleri düşünmeden hareket etmektedir. Tüm sektörlerde ve alanlarda kendini gösteren bilinçsiz tüketim kavramı giderek daha geniş alanlara yayılmaktadır. Bilinçsiz tüketim kullanımı israf kavramını da beraberinde getirmiştir. Özellikle israfın en çok görüldüğü sektör ve alanların başında gıda (yiyecek-içecek), konaklama, giyim, teknoloji, turizm, iletişim, medya, vb. birçok alan örnek verilebilir (Akkoc, 2017: 583).

Dünyada her gün 13 milyon ton gıda çöpe atılmakta bunun yanında 5 milyon litre boşa su harcanmakta 1,5 milyon ton sera gazı atmosfere salınmaktadır (<http://turuncubayrak.org/>). Gıda israfı özellikle hizmet sektörü başta olmak üzere birçok alanda önemli bir sorun teşkil etmektedir. Turizm gibi hizmet odaklı varlığını sürdüren bir sektörün alt boyutları olan konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma, rekreasyon vb. alanların hizmet sektörünün gıda israfında ilk sıralarda olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dünyada turizm hareketine katılan kişi sayısı 2019 yılında 1. 5 milyardır (UNWTO, 2019). Tüm bu verilere bakıldığı zaman dünyanın giderek yaşanılmaz bir yer olduğu sonucuna varılmaktadır (<http://turuncubayrak.org/>). Hizmet işletmeleri tüketiciye gelirlerinde harcaması gerektiğinden daha fazlasına özendirilmekte ve onları bu olaya bağımlı hale gelmelerini sağlamaktadır. Lüks ihtiyaç olma özelliğinden çıkan turizm olgusunun artık çoğu ailenin katıldığı bir olgu olmasından doğan gösterişli tüketimin her geçen yıl artması yapay ihtiyaçların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Tüm bu durumlardan ortaya çıkan ve geri dönüşümü zor olan atık, israf, çevre ve doğa sorunları, doğal, yapay var olan kaynakların yok olmasına ve en önemlisi de insan yaşamının tehlikeye atılmasına sebep olmaktadır.

İsraf çeşitleri arasında en çok dikkat çeken gıda israfı tüm dünya ülkeleri adına önemli bir sorun teşkil etmektedir. Özellikle gelişmiş ülkeler bu sorunun baş aktörleri arasında gösterilmektedir. Ekonomik refahın ve yaşam kalitesinin artması, dışarda yemek yeme alışkanlığının popüler olması, kadınların iş yaşamlarında bulunmaları gibi birçok neden doğrultusunda insanların ev dışında yemek yeme alışkanlığını üzerinde etkili olmuştur. Gıda israfı konusunda yapılan çalışmaların daha çok restoran işletmeleri üzerine yapıldığı görülmektedir. Restoran işletmelerinde gıda atığının önüne geçebilmek için, gıda tedarik zinciri boyunca gıda atıklarına neden olan faktörlerin neler olduğunu belirlemek ilk aşamayı oluşturmaktadır. Daha sonra gıda atıklarının önlenmesi ve yönetilmesi için en uygun yöntemin ortaya çıkarılması, son olarak da seçilen en uygun yöntemin uygulanması önerilmektedir (Papargyropoulou, Lozano, Steinberger, Wright ve Bin Ujang, 2014: 106). Aschemann-Witzel, De Hooge, Amani, Bech-Larsen ve Oostindjer (2015: 6459)'de gıda israfının önüne geçebilmek adına üzerinde durdukları en önemli konunun gıda etiketleri üzerindeki tarih sıralamasına dikkat edilmesi gerektiğidir. Buradan çıkarılacak sonuç satın alınan ürünün depoya giriş tarihidir. "İlk giren ilk çıkar" düşüncesiyle hareket edilmesi gerektiğidir. Bu düşünce yalnızca işletmelerde değil hane halkının da uygulayabileceği bir düşüncedir.

Konaklama işletmeleri de restoran işletmeleri gibi gıda israfı gibi önemli bir sorunla karşı karşıya kalmıştır. Konaklama işletmelerinde gıda israfı çeşitli nedenlere dayanmaktadır. Bunlardan ilki gıdaların depolama kayıpları, yanlış depolanmalarıdır. İkinci olarak ise ürünü ortaya çıkarırken kullanmış olduğumuz sebze veya meyvelerin hazırlık aşamasında meydana gelen kayıplardır.

Üçüncü aşamada ise, yiyeceklerin servis edildikten sonra tabakta kalan artıklardan oluşan kayıplardır. Son olarak ise, hazırlanmış ancak servis edilmeyen yiyeceklerden kaynaklanan atıklardır (Massow ve McAdams, 2015: 439). Konaklama işletmelerinde oluşan her türlü gıda atığı işletmeye gider kalemi olarak yazılmaktadır. Bunun önüne geçebilmek adına işletmeler gıda israfını önleyici olan uygulamaları bünyelerine almakta veya adapte etmek zorunda kalmışlardır. Bunlardan biri olan turuncu bayrak uygulaması konaklama, restoran ve diğer işletmelerde oluşan gıda atıklarının azaltılması adına geliştirilmiş bir sertifikasyon programıdır. Bu gibi uygulamaları işletmelerinde uygulayanlarına ne derece katkı sağladığını araştırılmak amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İsraf Kavramı

İsraf sadece dini alanda yapılan çalışmalarda değil, birçok alanda da kullanılmaya başlanmış hem kavram hem de konu olarak ortaya çıkmaktadır. Türk dil kurumu Türkçe sözlüğünde israf kavramı, gereksiz yere harcanan her türlü maddi ve manevi olguları ifade etmek olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). İsraf Arapça kökenli bir kelimedir. İsraf İslam dininde “her türlü sınırı aşmak” olarak ifade edilmektedir. Bireyin sahip olduğu her türlü maddi manevi olguyu gereksiz bir şekilde harcaması onun “müsrif” olarak tanımlanmasına sebep olmaktadır (Yıldırım, 2019: 43).

Bir başka tanıma göre israf, “inanç ve amelde dinin ve aklın uygun görmediği şekilde hareket etmek, ifrat ve tefrite düşmek”, daha özel anlamı ile de “sahip olunan mal ya da olanakları yasal olmayan amaçlar için harcamak, ölçülü olmamak, haddi aşmak, savurganlık yapmak” anlamına gelmektedir. Yani israf, ölçülü olma ve orta yolu bulma anlamına gelen iktisat kavramıyla zıt anlama sahiptir (Özdal, 2015: 3).

İsraf bir başka bakış açısıyla, yaygın ve bulaşıcı bir hastalık olarak görülmektedir. İsraf nedeniyle bireylerin ve toplumların yapıları olumsuz yönde etkilenmekte ve bu yüzden bireyler ve toplumlar ağır bedel ödemek zorunda kalmaktadırlar. İslam, israf olarak nitelendirilen savurganlıkların nicelik ve nitelikleriyle birlikte israf nedenlerini ve sonuçlarını tespit edilmesini sağlayarak farklı çözümler sunmaktadır. İsraf özellikle tüketim toplumunun en önemli sorunlarından biri konumundadır (Kayhan, 2006: 152-153). İsraf, bir ürün veya eşyayı faydalılık işlevinden çıkararak, lüzumsuz tüketim ile alanının dışına atmaktır (Martı, 2010: 143). İsraf kavramını yalnızca gıda, mal-mülk ve maddi durumlarla sınırlı olduğunu düşünmek, bu kavramın anlamını daraltmaktadır. İsraf kavramının sınırlarını daha kapsamlı şekilde maddî-manevi her türlü nimetin amacının dışında kullanılması, gereksiz şekilde sarf edilmesi ve savurganlık olarak değerlendirilmektedir. Gereksiz yere musluklardan akıtılan su, amaçsızca yakılan elektrik ve enerji sarfiyatı israf olduğu gibi, insanların zamanını boşa harcaması ve sağlıklarına zarar verecek davranışlar sergilemeleri de bir tür israf olarak nitelendirilmektedir (Sancaklı, 2013: 47-48).

İsrafın bugüne kadar “gıda atığı”, “gıda israfı” veya “gıda” konusunda kabul edilmiş tanımlamaları bulunmamaktadır. Daha çok bir ürünün besin değerinin azalması, azalan tat, doku ve renkte gözle görülen ve istenmeyen değişimler ya da ağırlığındaki azalma veya hacim ile ölçülen nicelik gibi unsurlarla da açıklanabilmektedir. Gıda israfı, üretimindeki verilen firelerdeki kayıpları ve tüketim faaliyetinden sonra arda kalan kısımlardan oluşmaktadır. Aslında bakıldığı zaman, atık ve fire kavramı, aynı anlamlara sahip gibi görülebilmektedir (Erik, 2019: 4). Atık ve fire kavramları arasındaki farklılıklardan bir tanesi atıklar yani israf edilen maddelerin üretim zincirinde tekrar geri dönüştürülüp kullanılmasıdır. Firelerde böyle bir

durum söz konusu değildir ve herhangi bir ekonomik değere de sahip değildirler (Doğdubay, 2006: 92). Tüm ülkelerde israf edilen maddeler arasında ilk sırada yer alan gıda israfı, öneminin anlaşılması üzerine ciddi ölçüde geri dönüşüm çalışmaları sayesinde ülkelerin ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır (Bolayır ve Ergülen, 2017:2103). Bu olgu turizm sektörünün içerisinde yer alan konaklama ve yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin de üzerinde önemle durduğu noktadır. Diğer bir ifadeyle işletmelerin gıda üzerinde oluşan kayıpları en aza indirmek ve ardından maliyetleri en düşük seviyede tutma çabalarının altında israfı önleme düşünceleri yatmaktadır (Doğdubay ve Sarıoğlu, 2010:107). Bu düşünceye kapılmaktaki neden ise yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlar ya da konaklama işletmelerinin ekonomik olarak daha sağlıklı sürdürülebilir bir işletme olma çabaları olarak ifade edilebilir (Çam, 2009:502).

İsraf denilince akla sadece yiyecek- içecek(gıda) israfı gelmemeli bunun yanında enerji, su, giyim ve kağıt israfı da gelmelidir. Aslında insanlar sadece gıda israfı konusunda bilinçli olmanın yanında tüm israf olan olgular hakkında dikkat etmeli ve bilinçli davranmalıdırlar.

Gıda İsrafı

7,5 milyarı geçen dünya nüfusunun en büyük problemlerinden bir tanesi de açlık ve yetersiz beslenmedir. Yılda 870 milyon kişinin yeterli beslenemediği ve milyonlarca insanın yetersiz beslenme ve açlık sebebiyle yaşamını yitirdiği dünyada, gıda israfı önemli boyutlara ulaşmıştır (TMO, 2019).

Her yıl insan ihtiyacı için üretilen yiyeceklerin büyük miktarı farklı sebeplerden dolayı kaybedilir veya israf edilir. Bu durum özellikle gelişmiş ülkelerde fazladır ve bulaşıcı bir hastalık gibi tüm dünyayı sarmaya başlamıştır. Bu yayılmanın sebebi olarak gelir artışı, tüketilecek ürün sayısındaki artış ve gösteriş odaklı pazarlama uygulamaları olarak gösterilmektedir.

“Dünyadaki herkesi beslemek için yeterli derecede yiyecek olmasına rağmen dünya üzerindeki 815 milyon insan gıdaya ulaşım sağlayamamaktadır. Dünyanın karşı karşıya kaldığı en büyük zorluklardan biri, 2050 yılına kadar yaklaşık 10 milyara ulaşması beklenen artan küresel nüfusun, beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli yiyeceğin olmasını sağlayamama durumudur. 2050 yılında iki milyar insan daha beslemek için, gıda üretiminin küresel olarak %50 oranında artması gerekmektedir. Gıda güvenliği, tüm yetersiz beslenme biçimlerine, küçük ölçekli gıda üreticilerinin üretkenlik ve gelirlerine, gıda üretim sistemlerinin dayanıklılığına, biyolojik çeşitliliğin ve genetik kaynakların sürdürülebilir kullanımına bütünsel bir yaklaşım gerektiren karmaşık bir durumdur” (<https://tuketici.ticaret.gov.tr/>).

Toplumlarda yeme-içme özellikle de ekmek konusunda önemli ölçüde israf yapılmaktadır. Bunun sebebi ise hane halkı olarak gösterilmektedir. Hane halkı yiyecek-içecek yönetimi konusunda yeteri kadar eğitilmedikleri ve bu konuda bilgileri olmadıkları için israf kaçınılmaz bir hal almıştır. Bunun önüne geçecek olan yine insanoğlundur.

Dünyada her 3 tabaktan birinin çöpe gittiği ve her 1 dakikada 3 çocuğun açlıktan öldüğü ve israf edilen gıdanın yüzde 60'ının yeniden kazanılabileceği düşünüldüğünde durumun ciddiyeti daha çok kendini göstermektedir. Her ne kadar bu istatistikler tüm ülkeleri ve uluslararası kuruluşları önlem almaya yöneltmiş ve bu önlemler sonucunda birtakım olumlu sonuçlar alınmaya başlanmış olursa da, eğer bu önlemlerin hızı ve yaygınlığı eş zamanlı olmazsa iklim, su, toprak, çevrenin yanı sıra biyo-çeşitlilik de risk altında olacaktır. Bu da beraberinde dünyanın gıda arzında sürdürülebilirlik tehlikesi ile karşı karşıya kalması sorununu getirecektir (Dölekoğlu vd., 2014: 172).

Gıda israfı sorunu, tüm dünya genelinde önlenmesi ve çözüme ulaştırılması için çaba harcanan açlık, iklim değişikliği gibi diğer güncel sorunların arasına girmiştir. Özellikle de gıda israfı içerisinde büyük bölüme sahip olan ekmeğin israfı önemli toplumsal sorunlar arasında boy göstermektedir. Ekmeğin çöpe atılmasındaki en önemli sebep ekmeğin bayatlamasından kaynaklanmaktadır. Ekmeğin israfı en çok evlerde tüketiciler tarafından yapılmaktadır. Hanelerdeki kişi sayısı arttıkça buna paralel olarak ekmeğin alım miktarı da artmaktadır. Aile bir bütün olarak düşünüldüğü için hane içinde bulunan çocuk, genç ve yaşlıların istekleri doğrultusunda ekmeğin alımı yapılmamakta kişi sayısı bağlamında ekmeğin alınmaktadır. Ailelerde ekmeğin israfının kişi sayısı ile doğru orantılı olduğu anlaşılmaktadır.

Hane halkının yanı sıra üretici açısından da -ekmeğe olan tüketici talebi ortalama olarak belli olsa da- ekmeğin üretim işletmeleri fazla üretim yapabilmektedirler. Bu durum da kalan ekmeğin israfı anlamına gelmektedir (Akın, 2010: 158). Ekmeğin israfının büyük ekonomik kayıplara sebebiyet verdiği düşünüldüğünde bu israfın önüne geçmek için bir şeyler yapılması gerektiği ortadadır. Ekmeğin israfını önlemedeki en etkin yöntem; ekmeğin ihtiyaç kadar üretilip bayatlamadan tüketilmesidir. Ekmeğin üretim tekniklerini bilme ve uygulama, doğru ambalaj ile ambalajlama, arz ve talep dengesini gözeterek ekmeğin üretmek ekmeğin israfını önlemede dikkat edilmesi gereken konulardır. İstenmediği ve gerekli hassasiyetin gösterilmesi halinde bayatlamış ekmeğin de çöpe atılmadan değerlendirilmesi mümkündür (Mete, 2017: 1).

Ülkelerin gelişmişlik düzeyi arttıkça buna paralel olarak her alanda yaşanan israf sorunu, gıda israfında da kendini göstermektedir. Gıda israfının bu denli büyümesi sadece bir veya iki nedene bağlanmamalıdır. Modern gıda sistemleri, sanayileşme, ekonomik büyüme, kentleşme, küreselleşme, kültür ve tüketici davranışı gibi birçok faktör gıda israfına neden olmaktadır (İlyasov, 2017: 42). Bu bilgiler ışığında çığ gibi büyüyen israfa ülke genelinde dikkat çekmek ve önlemek amacıyla kurulan Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, her alanda etkinlikler yapmak hedefiyle çalışmalarına başlamıştır. Geliştirilen program ile turizm sektörü içerisinde yer alan konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, eğitim kurumları, hastaneler ve askeri birimler başta olmak üzere ülke geneline yayılması amaçlanan bir proje geliştirilmiştir. Öncelikli olarak da israfın en çok yaşandığı turizm sektörü seçilmiştir. Özellikle açık büfe ve her şey dahil sistemlerde yaşanan israfın önüne geçmek, işletme çalışanlarını ve tüketicileri bilinçlendirmek adına oluşturulan kriterlerin tamamı Turuncu Bayrak adı altında bir araya getirilmiştir. Tüm bu bilgiler ışığında gıda israfına sessiz kalmak mümkün değildir. Gıda israfını önlemek amacıyla oluşturulan en önemli uygulamalarda bir tanesi de turuncu bayrak uygulamasıdır (<http://turuncubayrak.org/>).

Bilim dünyasında gıda israfı konusunda araştırma sayısında bir artış olmuştur. Araştırma konuları genellikle gıda israfının çevresel ve etik problemlere, verimsiz kaynak kullanımına, ekonomik bozulmalar üzerinde yoğunlaşmıştır. Çoğu ülke ve uluslararası kuruluş, gıda israfının neden olduğu sosyal adaletsizliği, çevre kirliliği, ekolojik denge bozulmaları, iklim değişiklikleri, kötü kaynak kullanımı gibi sonuçlarının önüne geçmek için gıda israfını önleme çalışmaları yapmaktadır (Gjerris ve Gaiani, 2013: 6).

21. yy'ın en önemli konularından biri olan ve tüm insanlığı ilgilendiren gıda atığı konusu ile ilgili akademik yazın incelendiğinde birçok araştırmanın yapıldığı gözlemlenmektedir. Özellikle yiyecek- içecek ve konaklama işletmelerinde gıda israfı ile ilgili yapılan çalışmalar göze çarpmaktadır. Çalışmaların bu işletmeler üzerinde yoğunlaşmasının sebebi olarak da hizmet odaklı ve tüketici odaklı olmaları gösterilmektedir. Konaklama sektöründe gıda israfı ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında örneğin, İlyasov (2017: 118) yaptığı çalışmada açık büfe servisinde misafirlerin gıda israfı tutumlarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Yapılan çalışmada "açık büfe sunumu yapan beş yıldızlı otellerde konaklayan Türk misafirlerin yüksek

sayılabilecek düzeyde gıda israfı tutumu sergilediği, misafirlerin demografik karakteristikleri ve kişisel özellikleri ile gıda israfı tutumları arasında anlamlı ilişkiler olduğu” sonucuna varılmıştır.

Bir başka çalışmada, Özdemir (2018: 85) “beş yıldızlı zincir otellerin mevcut gıda atık yönetimi politikalarını, ilgili planlarını ve geleceğe yönelik projeleri analiz etmek ve Türkiye genelindeki mevcut uygulamaları küresel uygulamalarla karşılaştırarak eksiklerini belirlemek ve etkili bir gıda israf yönetimi için somut öneriler sunmak” olarak amaçlamıştır. Yazar “gıda atıklarına ilişkin alınan tüm kurumsal önlemlere rağmen çoğunlukla bilinçsiz müşteri tutumlarından kaynaklanan yüksek miktarda gıda atığı olduğuna dair” sonuçları ortaya koymuştur.

Yıldırım (2019) çalışmanın temelini helal konseptli otel işletmelerinin israfı önleme çalışmalarının neler olduğunun değerlendirilmesi ve helal konseptli otel çalışanlarının israfa karşı yaklaşımlarının araştırılması üzerine oluşturmuştur. Araştırmada “israfı önlemenin amacı”, “israf önleme farkındalığını oluşturma çalışmaları” ve “ israf önlemeye yönelik uygulamalar” olmak üzere 3 faktörde toplandığı sonucuna varılmıştır. Bunun yanında diğer bir sonuç da helal konseptli otellerin israf önleme çalışmalarının genel olarak çalışanlar tarafından yüksek düzeyde olduğudur.

Konuyu yiyecek-içecek personelinin gıda israfı hakkında bilgi, görüş ve davranışları bağlamında ele alan Kurt (2019) aşçıların gıda güvenliğine yönelik bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu ve bu durumun gıda israfına yönelik davranışlarını olumsuz yönde etkilediğini ayrıca çalışmaya katılan aşçıların gıda israfı konusunun çok önemli olduğunu, istemeden de olsa gıda israfı yaptıklarını belirtmişlerdir ancak artan gıdalarla ilgili hiçbir çalışma yapmadıkları sonuçlarına ulaşmıştır.

Konaklama işletmelerinde özellikle otellerde gıda israfının önlenmesi veya en aza indirilmesi için stratejiler ve uygulamalar geliştirilmelidir. Öncelikle planlama dâhilinde otel işletmelerinde gıda israfına nelerin sebep olduğu ortaya çıkarılmalıdır. Gıda israfını önlemeye yönelik olan turuncu bayrak uygulaması konaklama işletmeleri ve yiyecek içecek işletmeleri için önem arz etmektedir. Turuncu bayrak uygulaması, israfın önlenmesi ve gıdanın korunması amacıyla yapılan çalışmalara doğrudan katkı sağlamak, bu konuda farkındalık oluşturmak için geliştirilen bir sistem bütünüdür. Bu sistem, gıdanın üretiminden işlenmesine, depolanmasından satışı ve tüketimine kadar gıda ile ilgili her türlü hizmeti kapsamaktadır (<http://turuncubayrak.org/>).

Dünya genelinde her geçen gün artan nüfusla orantılı olarak, gıda israfı da artış göstermektedir. Yeryüzünde herkese yetecek miktarda yiyecek üretilmesine rağmen dengesiz dağılım nedeniyle bazı bölgelerde israfla karşılaşılırken bazı bölgelerde açlık ve ölüm boy göstermektedir. Yapılan araştırmalar, 2050 yılında 10 milyara ulaşacağı öngörülen dünya nüfusunu beslemek için gıda üretiminin yüzde 60-70 artması gerektiğini göstermektedir. Durum böyleyken her yıl dünyada üretilen 4,5 milyar ton gıdanın 1,3 milyar tonu tüketiciye ulaşmadan çöpe gitmektedir. Çöpe atılan bu gıdaların hem çevresel hem sosyal açıdan çok ciddi zararlara neden olduğu herkes tarafından bilinmektedir. İklim değişikliklerinin bir nedeni olan karbon salınımının artmasına bir sebep de atılan bu gıdaların çok büyük miktarlara ulaşması olarak gösterilebilir (<https://tuketici.ticaret.gov.tr/>). Gıda israfının çevresel zararlarının yanında bir diğer önemli boyutu da sosyal açıdandır ki; dünya genelinde israf ve açlıktan ölüm oranları neredeyse başa baş gitmektedir. Küresel olarak bakıldığında dünya genelinde üretilen tüm gıdaların 1/3’ünden fazlası israf edilerek çöpe atılmaktadır. İsfaf edilen bu gıdaların yıllık değeri 1 trilyon dolar olup, 1,3 milyar ton ağırlığındadır. Ortalama bir milyar aç insan, ABD, İngiltere ve Avrupa’da israf edilen gıdaların dörtte birinden daha az bir miktariyle beslenebilirken, yapılan araştırmalar israfın 4’te 1 azaltılması halinde bile dünyada 815 milyon kişiye gıda ulaşabileceğini göstermektedir. Bu ciddi rakamlar, ülkeleri adeta israfa karşı birlik olmak, plan ve projeler üretmek için zorlamaktadır (<https://tuketici.ticaret.gov.tr/>).

Türkiye'ye bakıldığında durumun hiç de iç açıcı olmadığı görülmektedir. Gıda israfının 214 milyar liraya ulaştığı Türkiye'de her yıl üretilen 49 milyon ton sebze ve meyvenin önemli bir miktarı çöpe gitmektedir. TÜBİTAK'ın hesaplarına göre yıllık kayıp miktarı yaklaşık 12 milyon tondur (Gümüş, 2014: 49).

Bu bilgiler ışığında çığ gibi büyüyen israfa ülke genelinde dikkat çekmek ve önlemek amacıyla kurulan gıda israfını önleme ve bilinçlendirme platformu, her alanda etkinlikler yapmak hedefiyle çalışmalarına başlamıştır. Geliştirilen program ile turizm işletmeleri, eğitim kurumları, hastaneler, askeri birimler başta olmak üzere ülke geneline yayılması amaçlanan bir proje geliştirilmiştir. Öncelikli olarak da israfın en çok yaşandığı turizm sektörü seçilmiştir. Özellikle açık büfe ve her şey dâhil sistemlerde yaşanan israfın önüne geçmek, işletme çalışanlarını ve tüketicileri bilinçlendirmek adına oluşturulan kriterlerin tamamı turuncu bayrak adı altında bir araya getirilmiştir. Turuncu bayrak "afiyet olsun israf olmasın" sloganıyla yola çıkarak ilk olarak oteller ile işbirliği içerisine girmiştir. Bu süreci belediyeler, alışveriş merkezleri, hastaneler, eğitim kurumları, restoranlar ve daha birçok kuruluş ile devam ettirmek için işbirliği görüşmelerine devam etmektedir. Turuncu bayrağın başlıca amacı israf konusundaki bilinç düzeyini geniş alanlara yayarak; gıda israfını %70 oranında azaltmak ve kaynakları önemli ölçüde koruyarak gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmaktır. Turuncu bayrak uygulaması hedefleri arasında, gelecek nesillere yaşanabilir bir gezegen bırakmak, sürdürülebilir bir yaşam oluşturmak, israf konusunda bilgilendirmeler yaparak toplumdaki farkındalık düzeyini arttırmak, çocukların gelecekte farkındalık sahibi bireyler olmalarını sağlamak, gıda israfını %70 oranında azaltmak, kaynakları korumak, ülke ekonomisine katkıda bulunmak, uluslararası alanda öncülük ederek dünya çapında gıda dostu bir akım oluşturmaktır (<http://turuncubayrak.org/>). Turuncu bayrak uygulamasının ortaya çıkmasında, hizmet işletmelerindeki meydana gıda israfı ve bu israfın hiçbir şekilde geri dönüşümünün sağlanmamasıdır. Turuncu bayrak uygulaması işletmelerde ortaya çıkacak olan gıda israfını azaltacağı düşünülerek faaliyete geçirilmiş bir sertifikasyon programıdır.

Turuncu bayrak uygulamasının (Tuba) hedef kitesini, otel, restoran, kafe, market, gıda toptancısı, AVM, gıda üretim, işleme, paketlenme ve depolama tesisleri vb.) veya kurumlar (bakanlıklar, taşra teşkilatları, belediyeler, okullar, kamuya bağlı yurtlar veya misafirhaneler, STK'lar, oda, borsa ve birlikler, üniversiteler vb.), Türkiye'de ve dünyada gıda israfının önlenmesine katkı sağlayacak toplumun tüm kesimleri oluşturmaktadır. Gıda israfını önlemek adına işletmeler ile birlikte hareket eden turuncu bayrak uygulaması Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Turizm İşletme Belgesi almış tesisler, gerekli kriterleri sağladıkları takdirde "Turuncu Bayrak Belgesi" alabilirler. İşletmelerin yerine getirmesi gereken turuncu bayrak uygulaması altında 14 ana başlık altında 45 adet kriter bulunmaktadır (<http://turuncubayrak.org/>).

YÖNTEM

Konunun araştırılma amacına uygun olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 41). Bir başka tanımlamaya göre nitel bir araştırma, bireylerin davranışları ve motivasyonlarının altında yatan bilgilerin derinlemesine araştırıldığı ve çok değerli bilgilerin ortaya çıkarıldığı araştırmalar olarak tanımlanmaktadır (Güler vd., 2015: 39). Nitel araştırma; bireylerin yaşam tarzlarını, davranışlarını, öykülerini, örgütsel yapılarını, toplumsal değişmeyi,

alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde, yorumlayıcı bir yaklaşımla inceleyen bir yöntemdir (Karagöz, 2017: 565).

Araştırma Problemi

Gıda israfı tüm sektörlerde olduğu turizm sektöründe de önemli bir sorun haline gelmiştir. Özellikle konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde gıda israfı büyük bir sorun teşkil etmektedir. Konaklama ve yiyecek işletmelerinde gıda israfını önüne geçebilmek için birçok sertifikasyon bulunmaktadır. Turuncu bayrak uygulaması da konaklama ve restoranlarda gıda israfının önüne geçebilmek adına verilen bir sertifikasyondur. Konaklama işletmelerinde ortaya gıda israfının rakamsal olarak ne kadar olduğu ve turuncu bayrak uygulamasının gıda israfını engelleme konusunda etkili olup olmadığı araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, konaklama işletmelerindeki gıda israfını %70 oranında azaltmayı hedefleyen turuncu bayrak uygulamasının yöneticiler gözünde ne kadar etkili olduğunun çıkarılmasındadır. Bu temel amaç doğrultusunda;

1. Turuncu bayrak uygulamasının daha çok bilinirliğini arttırmak,
2. Otel yöneticilerinin özellikle gıda israfının önüne geçmesi gerektiği hakkında bilgilendirmek ve israfı engellemek adına varsa diğer uygulamalardan da haberdar etmek,
3. Bilinçli müşteri profili oluşturarak israfa karşı sürdürülebilir bir tutum göstermek,

Bu alt amaçlar dışında, araştırılan konunun sürdürülebilirlik ve gıda israfı konusunda yapılan çalışmalara yeni bir boyut kazandırılmasını sağlamak ve bu konu hakkında araştırma yapacak olan araştırmacılara öneriler sunmak ve farklı bakış açıları yakalamalarını sağlamak da amaçlanmıştır.

Araştırmanın Önemi

Atık, israf ve sürdürülebilirlik konusu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde literatüre farklı birçok çalışmanın kazandırıldığı görülmüştür. Ancak bu çalışmada atık konusu ile ilgili literatüre yeni kazandırılmaya çalışılan turuncu bayrak uygulaması hem otel işletmelerinin gıda israfı konusunda farkındalık kazanması ve sürdürülebilirlik ve çevreye duyarlılık açısından rekabet edilebilirliğini arttırması hem de tüketicilerin turuncu bayrak uygulaması ile ilgili farkındalık kazanarak farklı bir çalışma ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Turuncu bayrak uygulaması literatüre kazandırılmaya çalışıldığı için güncelliğini korumakta ve çalışmayı önemli kılmaktadır.

Çalışmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasındaki amaç belirlenen konu üzerinde derinlemesine bilgi alınmak istenmesinden kaynaklanmaktadır. Araştırmada görüşme tekniği kullanılmıştır. Literatür taraması sonucu yüz yüze görüşmede sorulabilecek sorular belirlenmiş ve turuncu bayrak sahibi otel yöneticileri ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılandırılmış görüşme formu; araştırmacı soruları önceden hazırlamıştır ve görüşme esnasında bu sorular dışında başka bir soru sormadan görüşmeyi sonlandırmayı amaçlamaktadır. Bu görüşme türünde esneklik bulunmamaktadır. Yapılandırılmış görüşmedeki amaç, görüşülen bireylerin verdikleri cevaplardan hangilerinin paralellik hangilerinin farklılık gösterdiğini ortaya çıkartarak karşılaştırma yapmaktır (Karasar, 2005: 5). Görüşme sonucunda elde edilen bulgular betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Betimsel analiz yönteminde, görüşülen ya da gözlemlenen

bireylerin görüşlerini dikkat çekici bir hale getirmek için doğrudan alıntılara yer verilmektedir. Bu tür analizde amaç, elde edilen verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunulmaktadır. Bu amaçla elde edilen veriler, önce sistematik ve açık bir biçimde betimlenir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 239- 240).

Rasyonel sonuçlar ve genellemelere ulaşmaya yardımcı olmak için yeterli veri sağlayacak uygun bir örneklem büyüklüğü elde etmek önemlidir (Miles ve Huberman, 1994). Bu nedenle, çalışmanın amacını doğru bir şekilde sonuçlandırmak için bilgi bakımından zengin temsili bir örnek gerekmektedir. Bu çalışmada, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kasti (kararsal) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kasti örnekleme tekniğinde, örnekleme oluşturan katılımcılar araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmuştur. Başka bir deyişle, katılımcıların belirlenmesindeki ölçüt, araştırmacının yargısıdır (Altunışık vd., 2012: 10). Stratejik kararlar ile doğrudan bağlantısı olan ve rekabetçi sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerde işletme sahibi, yönetici, finans müdürü gibi pozisyonlarda görev yapan otel yöneticileri ile görüşme yapılmıştır.

Tablo 1. Görüşme Soruları

1.	Turuncu bayrak uygulamasından nasıl haberdar oldunuz? Turuncu bayrak uygulamasını alma hikâyeniz neydi?
2.	Turuncu bayrak uygulaması alırken veya aldıktan sonra işletmenizde ne gibi sorunlarla karşılaştınız?
3.	Turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra işletmede ne gibi değişiklikler oldu?
4.	İşletmenizde misafirlerinizin gıda atığına yönelik farkındalık oluşturmalarını sağlamak için neler yapıyorsunuz?
5.	Turuncu bayrak uygulaması aldıktan sonra müşteri kitlenizde ne gibi değişiklikler oldu?
6.	Personelinizde gıda atığı konusunda duyarlılığı nasıl oluşturdunuz?
7.	Personelinize gıda israfı konusunda ne gibi etkinlikler yapıyorsunuz? Ne gibi eğitimler veriyorsunuz?
8.	İşletmenizde gıda atığı olarak hangi ürün en çok çöpe gitmektedir? Turuncu bayrak uygulaması bunu ne ölçüde azaltmıştır? Örnek vererek açıklayınız?
9.	Gelecekte gıda israfı ve diğer israf çeşitleri ile ilgili neler yapmayı planlıyorsunuz?
10.	Gıda israfında farkındalık oluşturmak için ne gibi faaliyetlerde bulunuyorsunuz?

Çalışmada on sorudan oluşan yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Çalışma kapsamında sorular turuncu bayrak uygulaması kriteriler dikkate alınarak oluşturulmuştur. Oluşturulan sorular alanında uzman olan iki araştırmacıya gösterilmiş olup araştırmacının görüşü alınarak soruların geçerliliği sağlanmıştır. Daha sonra hazırlanmış olan sorular turuncu bayrak uygulamasına sahip otel yöneticilerine yöneltilmiştir. Türkiye’de toplamda on beş otel turuncu bayrak uygulamasına sahiptir. Bu otellerin dokuzu Antalya, üçü Afyonkarahisar, İzmir, Muğla ve Rize de de birer tane bulunmaktadır. Çalışmanın geçerliliği araştırmacı tarafından sağlanmıştır. Araştırma kapsamında turuncu bayrak uygulaması almış olan on beş otel yöneticisi ile görüşme yapılmak istenmiştir. Ancak araştırmaya dâhil edilen otel yöneticilerinin bazıları yeni yöneticilik pozisyonuna geldikleri için görüşmeye sıcak bakmamışlardır ve araştırmaya dâhil edilmemişlerdir. Araştırma on bir otel yöneticisi dâhil edilerek gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen on bir otel yöneticisi ile yapılan görüşmeler 25- 30 dakika sürmüştür. Görüşme esnasında verilen bilgiler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş olup ayrıntılı bir şekilde tablolar haline getirilip raporlanmıştır.

Çalışma kapsamında otel yöneticilerine şu sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplar tablolar haline getirilmiş olup bulgular kısmında ayrıntılı bir şekilde yer verilmiş ve analizleri sağlanmıştır.

Turuncu bayrak uygulamasına sahip on bir otel yöneticisinin farklı departmanlardan seçilmiş olması araştırmayı güçlü kılmıştır. İlk olarak görüşme kısmına geçmeden önce katılımcılara araştırma hakkında kısaca bilgi verilmiştir. Soruların içeriğinden ve anlaşılmayan kavram veya ifadelerden bahsedilmiştir. Tablo 1’de on adet görüşme sorusuna yer verilmiştir.

BULGULAR

Otel Yöneticilerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 2’de otel yöneticilerine ait özellikler (medeni durum, yaş, eğitim durumu ve cinsiyet) ayrıntılı bir şekilde verilmiştir. Görüşme yapılan otel yöneticilerinin vermiş oldukları cevapların gizli kalacağı söylendiği için isimleri “Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 3 şeklinde” 1 den 11’e kadar verilen sayılarla kodlanmıştır. Kodlama sadece araştırmacının bilgisi dâhilin de karmaşık bir şekilde yapılmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durum	Eğitim Durumu
1.Katılımcı	33	Kadın	Bekar	Lisans
2.Katılımcı	33	Erkek	Evli	Lisans
3.Katılımcı	43	Erkek	Evli	Lisans
4.Katılımcı	31	Erkek	Bekar	Lisans
5.Katılımcı	34	Erkek	Bekar	Lisans
6.Katılımcı	29	Kadın	Bekar	Lisans
7.Katılımcı	30	Erkek	Evli	Lisans
8.Katılımcı	28	Kadın	Evli	Lisans
9.Katılımcı	43	Erkek	Evli	Lisans
10.Katılımcı	45	Kadın	Evli	Lisans
11.Katılımcı	43	Erkek	Evli	Ön Lisans

Tablo 2’de 11 otel yöneticisine ait demografik bilgilere yer verilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda görüşme yapılan otel yöneticilerinin yaş aralığı 28-45 iken, yaş ortalamaları 35,6 olarak hesaplanmıştır. Katılımcılardan 7 katılımcı evli iken geri kalan 4 katılımcı ise bekârdır. Eğitim durumları ise 10 katılımcı lisans mezunu iken 1 katılımcı ön lisans mezunudur.

Turuncu Bayrak Uygulamasına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında görüşme yapılan onbir otel yöneticisine turuncu bayrak uygulamasından nasıl haberdar olduklarını ve turuncu bayrak alma öykülerinin ne olduğu soruları yöneltilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda alınan cevaplar analiz edilerek şu sonuçlara varılmıştır. Katılımcıların çoğundan alınan cevap doğrultusunda turuncu bayrak uygulamasından gıda dostu derneği tarafından bilgilendirilerek ve verdikleri eğitimler sayesinde haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Turuncu bayrak uygulamasına sahip olma öyküleri ve buna ne için gerek duydukları sorulduğunda ise alınan cevaplar şunlar olmuştur;

Katılımcı 1, 2, 3 ve 4 “çalıştığımız oteller 4 büyük turizm tesisi ile hizmet vermektedir. Tesislerin büyük olması sebebiyle israfın çok oluşu yapılan anlaşma ile sektörde öncü olmak adına misafirlerin aşırı

kullanımları üzerine farkındalık oluşturmak adına gıda israfını azaltma çalışmaları yapmak için bu oluşumun içerisine dâhil olmuştur” cevaplarını vermişlerdir.

Katılımcı 5 “işletmemizin en çok restoran kısmında gider kaleminin olduğunu fark ettik ve gider kaleminin içerisinde de gıda atığının olduğunu görünce buna bir dur demek için bu gibi bir uygulamanın hem işletmemiz açısından hem de misafirlerimizin açısından olumlu bir etkisi olacağını düşündük ve turuncu bayrak uygulamasını otelimizde uygulamaya karar verdik”.

K9, K10 ve K11, “hem işletmenin imajını korumak hem de bilinçsiz gelen tüketiciden sıkıldığımız için bir nevi onları işletmeye çekmemek adına bu uygulamayı aldığımızı belirtebiliriz” diye yanıtlamışlardır.

Tüm bu cevaplardan çıkan sonuçlar ışığında turuncu bayrak uygulamasının işletmelere sadece gıda israfını azaltmak gibi tek yönlü bir artışın olmadığını bunun yanında bilinçli tüketici profilini kendi bünyelerine çekebildiklerini ve işletmenin imajı açısından da bunun önemli olduğu vurgusu yapılabilmektedir.

Turuncu Bayrak Uygulamasını İşletme Bünyesine Alırken ve Aldıktan Sonra Yaşanılan Sorunlara İlişkin Bulgular

Bu başlık altında onbir otel yöneticisine “turuncu bayrak uygulamasını alırken ve aldıktan sonra bu süreci devam ettirirken ne gibi zorluklarla karşılaştıkları” sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda bazı yöneticiler hiçbir sorunla karşılaşmadıklarını belirtirken bazı yöneticiler ise turuncu bayrak uygulamasına adapte olma sürecinde sıkıntı yaşadıklarını ve bunun devam ettirmenin de zor ve maliyetli bir iş olduğunu belirtmişlerdir.

K1, 2, 3 ve 4 “turuncu bayrak uygulamasını alırken bir zorluk yaşamadık düzenli ve sistemli bir şekilde uygulamayı devam ettirdiğimiz için sürecin ilerisinde de bir problem yaşamadık”.

Katılımcı 7, “turuncu bayrak uygulamasını aldığımız zaman iş bitmiyor aldıktan sonra bunu birde devam ettirme süreci var ve sürekli bir kontrol mekanizması ile karşı karşıya olduğunuzu bilmek hem sizi yoruyor hem de başaramama korkusu motivasyonunuzu düşürebiliyor”.

Turuncu Bayrak Uygulaması Aldıktan Sonra İşletmelerde Yaşanan Değişikliklere İlişkin Bulgular

Burada katılımcılara şu şekilde bir soru yöneltilmiştir “turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra işletmeniz ne gibi farklılıklar oldu?” Bu soruya katılımcıların çoğu gıda israfında önceki yıllara göre önemli bir azalmanın olduğunu ve bunları müşterilerin yorumlarında da gördüklerini buna ek olarak da personelin de bu konu da daha hassas ve duyarlı davrandıklarını belirtmişlerdir.

K2, “personelimiz gıda israfı hakkında daha fazla bilgiye sahip oldu”.

K3, “misafirlerimiz turuncu bayrak bu uygulamasına sıcak baktıkları için bunları yorumlarında da dile getirdiler ve artık tabaklarına aldıkları yemek miktarına da daha dikkat etmeye başladılar.

Müşterilerde Gıda Atığında Farkındalık Oluşturmaya Yönelik Uygulamalara İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcılara “işletmeniz misafirlerinizin gıda atığına yönelik farkındalık oluşturmalarını sağlamak için neler yapıyorsunuz? Sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar analiz edilmiş ve şu cevaplara ulaşılmıştır; aldığımız turuncu bayrak uygulamasının

sahip olduğu logoları özellikle müşterilerin görebilecekleri alanlara yerleştiriyoruz ve belirli aralıklarla müşterilerimize anket yapıp geri dönüşler alıyoruz. Eğer gıda israfına yönelik yaptığımız etkinlikler varsa bunları müşterilerimizle paylaşıyor ve dikkatlerini çekmeye sağlıyoruz. Buna ek olarak da hem uygulama ile ilgili hem de gıda israfı konusunda ki güncel veriler hakkında bilgi veriyoruz.

Müşteri Profilindeki Değişimlere İlişkin Bulgular

Katılımcılara bu başlık altında “turuncu bayrak uygulaması aldıktan sonra müşterilerinizin algılarında ne gibi değişiklikler oldu” sorusu yöneltilmiştir.

K2, “tesisimiz spor oteli olduğu için otelimize gelen müşterilerimiz zaten yeme-içmelerine dikkat ediyorlar. Belirli porsiyonlarda yemek yedikleri için çok fazla israf söz konusu değil”.

K5, “turuncu bayrak uygulaması içerisinde çocuklarla da yapılabilecek etkinlikler olduğu için otelimizi çocuklu aileler de tercih etmeye başlamışlardır”.

Personel Seçimine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcılara “işletmenize personel seçerken gıda atığı konusunda bilinçli olmasına dikkat ediyor musunuz? Personelinizde gıda atığı konusunda duyarlılığı nasıl oluşturuyorsunuz? Soruları yöneltilmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar analiz edilmiş olup şu sonuçlara ulaşılmıştır.

K1, K2, K3 ve K4 “özellikle sezonda işi bilen personel bulmak çok zor bu yüzden bu gibi bir kriterleri çalışanlarımızda görmek istememiz işletmemizin zararına olacağını düşündüğümüz için böyle bir özellik aramamaktayız. Ancak işletme bünyesinde çalışmaya başladıktan sonra turuncu bayrak uygulaması sayesinde gıda atığı konusunda çalışanlarımıza seminerler ve eğitimler vererek bu duyarlılığı oluşturmaya çalışıyoruz”.

K5 “İşe alırken belki gıda atığı konusunda dikkat etmiyor olabiliriz ancak işe aldıktan sonra oryantasyon sürecinde her türlü atık konusunda bilgilendirme eğitim departmanı tarafından verilmektedir. Duyarlılık konusunda da yine kurum içi eğitim seminerleri vererek sağlıyoruz”.

K6, K8, K9, K10 ve K11, “turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra çalışanlarımıza 15 günlük bir eğitim veriyoruz ve bu eğitim sonucunda gerçekten gıda israfına duyarlı olan kişilerle çalışmayı tercih ediyoruz”.

Gıda Atığı ile İlgili Alınan Önlemlere İlişkin Bulgular

Katılımcılara “İşletmenizde gıda atığı olarak hangi ürün en çok çöpe gitmektedir? Turuncu bayrak uygulaması bunu ne ölçüde azaltmıştır? Örnek vererek açıklar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğu en çok ekmek ve sebzenin çöpe gittiğine vurgu yapmışlardır. Gıda atıklarının prosedürlere uygun olarak ayrıştırıldığını ifade etmişlerdir. Otel yöneticileri turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra gıda atığında ciddi ölçüde bir azalmanın olduğunu belirtmişlerdir.

K5, “İşletmemizde sıcak yemekler az da olsa artabiliyor. Bunu da bulaşikhane departmanı uygun kutulara aktarıp atık bölümüne bırakıyorlar. Dediğim gibi turuncu bayrak aldıktan sonra uygulama içerisinde yer alan görsellerle gıda israfının yapılmaması gerektiğini, tabaklara yiyebilecekleri kadar ürün almaları

gerektiğini vurgulamış oluyoruz. Bu sayede turuncu bayrak uygulamasının işletmenin maliyetleri azaltma konusunda fayda sağladığını söyleyebilirim”.

K3, “İşletmemizde az da olsa bir atık söz konusudur. Ancak çıkan atıkları otel bünyesinde bulunan hayvan barınaklarına gönderiyoruz ve kısmen de olsa atığı azaltmış oluyoruz”.

Gıda İsrafı ve Gıda Çeşitlerine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcılara “gelecekte gıda israfı ve diğer israf çeşitleri ile ilgili neler yapmayı planlıyorsunuz?” sorusuna şu yanıtları vermişlerdir.

K1, K2 ve K3 “Gıda israfı ve diğer ortaya çıkan tüm israf çeşitleri ile ilgili her yıl turuncu bayrak denetleme yaparak oluşan gıda atığını kontrol altına almaktadır”.

K5 ve K6, “Standart tabak ölçülerinden vazgeçip biraz daha küçük ebatlarda olması insanları direkt az yemek almaya sevk edebilir. Kullanılan görsellerin biraz daha ilgi çekici hale gelmesi için çalışmalar yapılabilir. Ayrıca bilgilendirme kartları hazırlanıp girişlerde misafirlere ek bilgi olarak aktarılabilir”.

Gıda İsrafında Farkındalık Uygulamalarına İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların tümü gıda israfında farkındalık oluşturabilmek adına müşterilerine anket uygulamaktalar. Bunun yanında ek olarak gıda israfını önlemek için porsiyon küçüklüğüne gidilmekte ve personellere gıda israfı ile ilgili eğitimler verilmektedir.

K1, K5 ve K6, “Müşterilerimize turuncu bayrak uygulaması adı altında anketler uygulamaktayız”.

K7, K8, K11, “Gıda israfını önlemek adına yapabileceğimiz ilk şey porsiyon seçenekleri sunarak gıda atığı en aza indirilebilir”.

Alınan cevaplar doğrultusunda turuncu bayrak uygulamasına sahip otellerin hem sertifikasyon programlarının devamını sağlayabilmek hem de müşterileri gözünde gıda atığı konusunda farkındalık oluşturabilmeleri için yapmış oldukları uygulamaların olduğu sonucuna varılmıştır. Turuncu bayrak uygulamasına sahip oteller sadece müşterilerine değil personellerine de gıda atığı konusunda bilinçlenmeleri için eğitim verilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin kârlılığını ve varlığını sürdürülebilir kılmak için çevreye uyumlu uygulamalar yapması kaçınılmaz olmuştur. Bilinçli tüketiciyi işletmeye çekmek ve çektikten sonra işletme bünyesinde tutabilmek için yeşil veya sürdürülebilir adı altında çevreci uygulamalara ya da sertifikalara sahip olmaları gerekmektedir. Özellikle konaklama işletmelerindeki gıda atıklarının geri dönüşümünün sağlanması işletmelerde oluşan israfı hem de gider kalemlerini azaltarak işletmeye katkı sağlamaktadır. Konaklama işletmelerindeki özellikle mutfak bölümündeki çöpe gitmeyen her ürün işletmenin giderini azaltmaktadır.

Turuncu bayrak uygulamasının hem çevreci hem de gıda israfını engelleyici özelliğinin olması işletmeler açısından önem arz etmektedir. İlk olarak otel işletmelerine verilmeye başlayan turuncu bayrak uygulaması daha sonra hem restoranlara hem diğer kuruluşlara verilebilmektedir. Turuncu bayrak uygulamasına sahip olan otel işletmeleri yapıları itibarıyla normal bir otelin ötesinde farkındalık anlayışına sahip olmaktadır. Turuncu bayrak uygulamasına sahip otellerin amaçları sadece gelen müşterilerine konaklama hizmeti sunmak

değil bunu yaparken de gıda atığını en aza indirmektir. Türkiye’de uygulamaya başlanan turuncu bayrak uygulamasına konaklama işletmelerinden yeteri kadar ilgi olmamıştır.

Araştırma sonuçlarından en önemlilerinden bir tanesi olarak turuncu bayrak uygulamasına sahip otellerin gıda israfını azaltıcı bir etkisi olduğuna ve gıda israfı konusunda duyarlı olan müşterileri otele çekmeleri konusunda etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın bir diğer sonucu ise, turuncu bayrak uygulamasını oteller alırken zaman, maliyet gibi sorunlar yaşamadıklarını ancak bu uygulamayı almakla işlerinin bitmediğini bunun devamlılığını sağlamaları gerektiği sonucuna varılmıştır.

Turuncu bayrak uygulamasını oteller aldıktan sonra nelerin değiştiği sorusuna alınan cevaplar doğrultusunda katılımcılardan personelin gıda atığı konusunda bilgilenip ona göre davrandığını müşterilerin ise bu uygulama sayesinde yiyecek alımında daha dikkatli davrandıkları sonucuna varılmıştır. Turuncu bayrak uygulamasına sahip otellerin personellerinin ve müşterilerinin gıda atığı konusunda daha bilinçli davrandıkları sonucuna varılmıştır.

Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda müşterilerde gıda atığı farkındalıklarını oluşturmak için yaptıkları uygulamalarda turuncu bayrak uygulamasına ait logo ve uyarıcı levhaların önemli bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırma kapsamında otellerin turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra müşteri profilinde de önemli değişiklikler yaşanmıştır. Özellikle turuncu bayrak uygulamasında çocuklara yönelik gıda israfı ile ilgili etkinliklerinden olması çocukla aileleri de bu otellere çekmeyi başardığı sonucuna varılmıştır. Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda ulaşılan diğer bir sonuç ise personel seçiminde gıda atığı konusunda duyarlı olup olmadıklarının bir kriter olarak personel alımlarında sorulmadığını ancak personele işletme bünyesine alındıktan sonra her türlü gıda atığı ile ilgili eğitimler verilerek bilinçlendirildiği sonucuna varılmıştır.

Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda gıda atığını önlemek adına aldıkları önlemler arasında tabak boyutlarını küçülterek misafirlerin yiyebilecekleri kadar yemek almalarını sağlamalarıdır. Buna ek olarak turuncu bayrak uygulaması kapsamında misafirlere anketler uygulandığını gıda atığı konusunda bilgilendirme yapıldığı sonucuna varılmıştır.

Yöneticiler gözünde turuncu bayrak uygulaması oteller turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra gıda atığında önemli bir azalma gözlemlemişlerdir. 2019 yılında elde edilen verilere göre turuncu bayrak uygulaması ile 3 milyon turistin gıda israfına karşı farkındalıkları oluşturularak açık büfelerdeki israf azaltılmıştır. Bunun yanı sıra turuncu bayrak uygulaması ile 3500 turizm personeline verilen eğitimlerle gıda israfına karşı duyarlı olmaları sağlanmıştır. 2020 yılında turuncu bayrak uygulamasına sahip olacak otel sayısının 120 olması, 10 bin duyarlı turizm personeli ve 20 milyon tatilci sayısına ulaşmak planlanmaktadır.

Otel yöneticilerinin verdikleri cevaplar doğrultusunda turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra hem diğer otellere göre bir adım önde oldukları sonucuna varılmıştır. Bunun yanı sıra turuncu bayrak uygulamasını aldıktan sonra gıda israfında önemli bir azalma görülmüştür. Turuncu bayrak uygulamasına sahip olduktan sonra gıda israfı ve diğer israf konularında daha duyarlı davrandıkları sonucuna varılmıştır.

Turuncu bayrak uygulamasında yer alan müşterilerin gıda israfında farkındalık oluşturularak dikkatini çekmek adına oluşturulan logolar ve açık büfe sistemi uygulayan otellerin porsiyon küçültmeye gitmelerinde olumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırma konusu yeni çalışılmaya başlayan bir konu olduğu için ilerleyen çalışmalarda daha geniş çaplı çalışmalar yapılarak alan yazına daha çok katkı sağlanabilir. Özellikle turuncu bayrak uygulamasının beş yıldızlı otellerin restoranlarına ya da farklı konseptler deki her şey dâhil

sistem otellerine uygulanarak gıda atığının engellenebileceği konusunda farkındalık oluşturulabileceği düşünülmektedir.

Otel işletmelerinde ortaya çıkan gıda atığının (ekmek) önüne geçmek adına yapılması gerekenler (Mete, 2017: 4);

- Ekmekler bayatlamaması için doğru saklama koşullarında ambalajlanmalıdır,
- Eğer ekmekler uzun süre saklanması gerekiyorsa, poşetlenerek derin dondurucuda saklanmalıdır.
- Ekmekler tüketilmeden önce dilimlenerek servis edilmelidir.
- Kurumuş ekmekler çöpe atılmadan önce nasıl değerlendirilebilir konusunda araştırmalar yapılmalıdır. Kurumuş ekmekler galeta unu, ktır ekmek, pasta ve tatlı yapımında değerlendirilmelidir.
- Ekmek günlük ihtiyaca göre ne kadar tüketilecekse o kadar alınmasına dikkat edilmelidir (Kavak, 2010: 15).

KAYNAKÇA

Akın, O. (2010). Ekmek Üretim İşletme Sahiplerinin Profilleri ve Sektöre Yönelik Tutumları: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 2(1), 157-168.

Akkoç, A. (2017). Tüketim Toplumu ve Sürdürülebilirlik. *ProceedingsBook of 2nd International Scientific Researches Congress on Humanities and Social Sciences*. 583-587.

Aschemann-Witzel, J., de Hooge, I., Amani, P., Bech-Larsen, T., and Oostindjer, M. (2015). Consumer-related food waste: Causes and potential for action. *Sustainability*, 7(6), 6457– 6477.

Bolayır, B. ve Ergülen, A. (2017). Bulanık doğrusal programlama yöntemi ile optimal planlama: gıda ve tarım ürünleri atıklarından geri dönüşüm yapan bir işletmede uygulama. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(18), 2097-2129.

Coşkun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*. 1(1), 837-850.

Çam, M. (2009). Konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek maliyet kontrolünün önemi ve Akdeniz bölgesindeki konaklama işletmelerinde bir anket çalışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 502-524.

Doğdubay, M. (2006). Büyük Ölçekli Otellerdeki Yiyecek-İçecek Departmanlarının Üretim Kayıplarını Önlemeye Yönelik Olarak Üretim Planlaması ve Kontrol Sistemlerinin Uygulanabilirliği (Karşılaştırmalı Bir Uygulama), Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Doğdubay, M. ve Sarıoğlu, M. (2010). Büyük ölçekli otel işletmelerinin yiyecek-içecek ünitelerinde üretim dengesini bozan üretim kayıplarının rapor edilmesi. *Türk Bilim Araştırma Vakfı*, 3(1), 106-116.

Dölekoğlu, C., Ö., Gün, S. ve Giray, F., H. (2014). Yoksulluk ve Gıda İsrafı Sarmalı. XI. Tarım Ekonomisi Kongresi Bildiri Kitabı 3-5 Eylül. 172-191.

Erik, U. (2019). Restoran işletmelerinde gıda israfının önlenmesi ve ihtiyaç fazlası yemeğin değerlendirilmesine yönelik bir mobil uygulama modelinin geliştirilmesi: LUSE,

Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Gjerris, M. and Gaiani, S., (2013). Household food waste in Nordic countries: Estimations and ethical implications. *Nordic Journal of Applied Ethics* 7(1): 6-23.

Güler, A., Halıçioğlu, M.B. ve Taşgın, Y. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, (2019). Türkiye İsraf Raporu 2019, www.Tuketici.Gtb.gov.tr (Erişim Tarihi, 25.11.2019).

Gümüş, Ç. (2014). Ekmek İsrafını Önleme Konulu Sosyal Sorumluluk Kampanyasına İlişkin Akademisyen, Uzman ve Öğrenci Görüşleri, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

İlyasof, A. (2017). Türk Misafirlerin Gıda İsrafı Tutumları Üzerine Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma: Alanya Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi.

Karagöz, Y. (2017). *SPPS ve AMOS Uygulamalı Nitelik-Nicelik-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*, Nobel Akademik Yayıncılık: İstanbul.

Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayıncılık: Ankara.

Kavak, A. (2010). Türkiye’de ve Dünyada Ekmek Sanayi. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü.

Kayhan, V. (2006). Kurân’a göre israf ve İktisat. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 6(3), 149-195.

Kurt, Y. (2019). Yiyecek-İçecek Personelinin Gıda İsrafı Hakkında Bilgi, Görüş ve Davranışları: Eskişehir İli Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Martı, H. (2010). Tüketim: Hayatin Amacı Değil, Anlam Döngüsünün Aracı. Tüketim Ve Değerler, İstanbul Ticaret Odası Yayını, 139.

Mete, H. (2017). Ekmek İsrafı ve Önleme Yöntemleri. *Tekirdağ SMMM Odası Sosyal Bilimler Dergisi*. 7, 1-10.

Özdal, E. (2015). Hadisler’de İsraf ve İktisat, Harran Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa.

Özdemir, G. (2018). Food Waste Management Within Sustainability Perspective: A Study on Five Star Chain Hotels, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Papargyropoulou, E., Lozano, R., Steinberger, J. K., Wright, N., and bin Ujang, Z. (2014). The food waste hierarchy as a framework for the management of food surplus and food waste. *Journal of Cleaner Production*, 76, 106–115.

Pekcan, R. (2019). Türkiye İsraf Raporu, 31-01-2019%20ISRAF%20RAPORU.pdf, (Erişim Tarihi, 26.11.2019).

Sancaklı, S. (2013). Hadisler Çerçevesinde İsraf Olgusunun Analizi. *İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 1-25.

TDK, (2019). <https://sozluk.gov.tr/?kelime=%C4%B0SRAF>, (Erişim Tarihi, 23.11.2019).

TMO, (2019). www.ekmekisrafetme.com/Pages/GenelBilgiler/DunyadaIsraf.aspx, (Erişim Tarihi, 25.11.2019).

Turuncu Bayrak Kriterleri,(2019). turuncubayrak.org. (Erişim Tarihi: 26.11.2019).

Turuncu Bayrak Nedir? (2019), turuncubayrak.org. (Erişim Tarihi: 26.11.2019).

UNWTO, (2019). International Tourism Highlights, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>, (Erişim Tarihi, 18.04.2020).

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.

Yıldırım, E. (2019). Türkiye’de Helal Konseptli Otel İşletmelerinde İsrafın Değerlendirilmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(5): 336-350.

DOI:10.26677/TR1010.2020.420

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası:

<https://www.sobibder.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

İş Tatmini, İşe Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkiler: İnsan Kaynakları Bölümünde Bir Araştırma

Sevgi Damla İNAN, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, e-posta:

sdamlainan1@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0095-1917>

Öz

Bu çalışmanın amacı, örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş tatmini ve işe bağlılık arasındaki ilişkinin açıklanmasıdır. Bu kapsamda öncelikle literatür taraması yapılmış ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile işe bağlılık ve iş tatmini arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Ardından, çalışmanın amacına yönelik olarak belirlenen hipotezleri test edebilmek maksadıyla, İstanbul İlinde bulunan bir şirketin insan kaynakları departmanında çalışan yüz kişiden anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS istatistiksel veri analiz programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş tatmini ve işe bağlılık arasındaki ilişkiler belirlenerek, çalışmanın hipotezleri test edilmiş ve yorumlanmıştır. Bu çalışmada, işgörenlere ilişkin demografik değişkenlerin, iş tatmininin ve işe bağlılığın, örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisinin olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları Yönetimi, İşe Bağlılık, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı.

Makale Gönderme Tarihi: 28.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 05.05.2020

Önerilen Atıf:

İnan, S. D. (2020). İş Tatmini, İşe Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkiler: İnsan Kaynakları Bölümünde Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5): 336-350.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



RESEARCH PAPER

**Relationship Between Job Satisfaction, Job Commitment and Organizational
Citizenship Behaviour: A Study in Human Resources Department**

Sevgi Damla İNAN, İstanbul Aydın University, Social Sciences Institute, İstanbul, e-mail:
sdamlainan1@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0095-1917>

Abstract

The purpose of this study is to clarify the relationship between organizational citizenship behaviour, job satisfaction and job commitment. In this context, firstly a literature review was conducted and the relationship between organizational citizenship behaviour, job commitment and job satisfaction tried to be determined. Then, in order to test the hypotheses determined for the purpose of the study, data were collected from a hundred people working in the human resources department of a company in Istanbul Province, with survey method. The data obtained were analyzed using SPSS statistical data analysis program. As a result of the analysis, the relationships between organizational citizenship behavior, job satisfaction and job commitment were determined, and the hypotheses of the study were tested and interpreted. In this study, it can be seen that employees' demographic variables, job satisfaction and commitment have an effect on their organizational citizenship behaviour.

Keywords: Human Resources Management, Job Commitment, Job Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior.

Received: 28.02.2020

Accepted: 05.05.2020

Suggested Citation:

İnan, S. D. (2020). Relationship Between Job Satisfaction, Job Commitment and Organizational Citizenship Behaviour: A Study in Human Resources Department, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(5): 336-350.

© 2020 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Günümüzde içinde bulunduğumuz Endüstri 4.0 olarak ifade edilen dördüncü sanayi devrimi sürecinde, geleneksel imalat ve sanayileşmenin yerini bilgisayar ve yazılım desteği ile donatılmış bir üretim biçimi ikame etmeye başlamıştır. Üretim ilişkilerinde oluşan bu değişim işletmeleri bütünüyle değiştirmektedir. Özellikle ara işler ve mavi yakalıların yapmış olduğu işler gitgide makineler tarafından gerçekleştirilmektedir. Çalışma yaşamında oluşan esneklikle birlikte iş gücü talebi daha uzmanlaşmış, akıllı teknolojiyi kullanabilen ve üretebilen kişilere yönelmektedir. Böylece tüketim toplumunun ortaya çıkardığı kurumsal aidiyet duygusunun eksik olduğu bir çalışan kitlesi ortaya çıkmaktadır. Bu nitelikli iş gücünü elde tutmak ve bu kitlenin örgüte bağlılığını sağlamak güçtür. Bu noktada İnsan kaynakları yönetim felsefesinin kurumlara yerleştirilmesi ve personelin güçlendirilmesi önem arz etmektedir. Nitekim esnek çalışma ve evden çalışma şekillerinin yaygınlaşması ve yetkileri genişletilmiş, işe ve örgüte bağlılık düzeyleri yüksek çalışanların istihdam edilmesi işletmenin verimliliğini doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla Endüstri 4.0 dönemi İnsan kaynakları bölümlerine daha fazla sorumluluk yüklemektedir. Bu sorumluluğu yerine getirebilen insan kaynakları bölümlerine sahip işletmeler verimlilik düzeylerini artırarak rekabet üstü bir konuma gelebileceklerdir (Muslu, 2017: 621-622).

Aynı zamanda işletmelerin rakiplerine karşı avantaj sağlayabilmesi amacıyla dikkate alınması gereken en önemli noktalardan biri iş görenlerin potansiyelidir. Çalışanların motivasyon durumuyla doğru orantılı olarak elde edecekleri verim artacak ve avantaj elde edilecektir. Günümüzde iş görenlerin işletme içerisindeki önemi, herkes tarafından kabul edilmektedir. Ancak, iş görenlerin sahip olduğu potansiyel ve bu potansiyel doğrultusunda sergiledikleri çaba, işletmenin varlığını sürdürebilmesi için tek başına yeterli değildir. İşletmelerin sağlıklı bir şekilde büyümesi iş görenlerin işletmelerine bağlılık ve tutarlılık gibi duygular beslemesine de bağlıdır. Örgütsel vatandaşlık davranışı (ÖVD) ise, örgütsel etkinlik ve verimlilik üzerine yapılmış çalışmalar sonucunda ortaya çıkan davranışlardan birisidir. İş görenlerin iş tanımlarının dışına çıkarak, işletmelerine olumlu katkı sağlayacak gönüllü olarak sergiledikleri davranışlardır ve yaklaşık çeyrek asırdır literatürde yer almaktadır. İşe bağlılık ise örgütsel vatandaşlık davranışlarını teşvik etmesi sebebiyle önem taşımaktadır.

Çalışmada, bir firmadaki insan kaynakları çalışanlarının iş tatminleri, işe bağlılık düzeyleri ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme durumları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. İşe bağlılık ve iş tatmini değişkenlerinin örgütsel vatandaşlık davranış sergileme tutumlarına olan etkileri incelenmiş, işe bağlılığın da işinden tatmin olmanın da örgütsel vatandaşlık davranış sergileme ile ilişkisi kuramsal ve görgül olarak araştırılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

İşe Bağlılık

İşe bağlılık; kişilerin yaptıkları işe ilişkin faaliyetleri gerçekleştirirken zinde ve etkili olma durumları, işin bireyler tarafından isteyerek yapılması olarak ifade edilmektedir (Schaufeli vd., 2001). Her örgütün amacının etkili ve verimli olmayı istemesinden yola çıkılarak, bu yoldan geçen en etkili şartlardan birisi çalışanın işe olan bağlılığıdır. Çalışanların iş yerlerine olan bağlılıklarını etkileyen bir çok faktör vardır. Bunlardan işin doğası ile ilgili olan faktörler; işin önemi, görevin önemi ve görev entegrasyonu, işin sorumluluğu, geribildirim, otonomi, başkalarıyla ilişkilerdir. İşe bağlılığı etkileyen bireysel faktörler ise; yaş, cinsiyet, medeni hal,

kıdem, eğitim seviyesi, kişinin psiko-sosyal özellikleri, başarı güdüsü, kontrol odağı, içsel motivasyon, merkezi yaşam ilgisi, çalışma değerleri ve diğer faktörlerdir.

Faktörlerin etkisi sonucunda, iş görenlerin işe bağlılık seviyeleri artış gösterdikçe iş görenlerin örgütsel görevlerini gerçekleştirmek için daha çok çalıştıkları, gönüllü davranışları göstermek konusunda da daha istekli oldukları genel olarak kabul görmektedir (Meyer ve Allen, 1997). Yine tüm bunların sonucunda iş görenlerin işlerinden ayrılmaya düşüncesine kapılma olasılıklarının çok düşük olduğu görülmüştür. İş görenlerin bağlılığını arttırmak dolayısı ile verimliliği korumak adına işverenler çaba göstermektedir. İşe bağlılığın işletmeler üzerindeki olumlu etkisi incelendiğinde ne kadar önemli bir kavram olduğu ortaya çıkmaktadır.

İş Tatmini

Yaşamımızın çok büyük bir bölümünü iş hayatımız kapsamaktadır. Dolayısıyla işinden tatmin olmak çalışan kişinin ruh sağlığı ve mutlu bir birey olması açısından büyük önem taşımaktadır. Tatmin kavramı; “Kişinin çevresinden, kendisinden, yöneticisinden, çalışma grubundan ve bulunduğu organizasyondan elde etmeye çaba gösterdiği rahatlatıcı bir duygu” olarak tanımlanmaktadır (Cribbin, 1972:155). İş tatmininin, iş görenlerin motivasyonu, performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkisi, araştırmacıların bu kavrama olan ilgisini artırmıştır. İş tatmini kavramı, Taylor’ın 1911’de başlattığı çalışanlar üzerine araştırmasına dayanmaktadır. Bu çalışmadan 7 yıl sonra iş tatmin terimi, literatüre Thorndike’in 1917’de iş ve tatmin arasındaki bağı araştıran makalesiyle girmiş olup, önemi ise 1930-1940’lı yıllarda anlaşılmıştır (Kaplan 2011:74).

İş görenlerin, işlerinden beklediklerini bulamamaları sonucunda iş tatminsizliği ortaya çıkmaktadır. İş tatminsizliği çalışanlarda verim düşmesine, işe bağlılığın azalmasına ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının olumsuz yönde etkilenmesine neden olmaktadır. İş insan hayatının odak noktasına yerleştirirsek, bir işte sürekli bilgi ve becerisini ortaya koyarak çalışan insanın, iş tatmininin sağlanmasının örgüt, birey ve toplum açısından önemi tartışılmazdır. İş tatmini elde edemeyen çalışanlar, psikolojik olgunluğa erişemezler ve iş tatminini sağlanmaması bireyleri hayal kırıklığına uğratar. Bu durum sağlıklı birey, toplum ve örgüt yapısı oluşturur. Dolayısıyla iş tatmini kavramının önemi, tatmin ya da tatminsizliğin sonuçlarının sadece çalışanı değil, tüm örgütü hatta toplumu etkilemesinden kaynaklanmaktadır (Demir, 2007:102). Görüldüğü gibi, iş tatmininin bireysel ve örgütsel önemi konunun göz ardı edilemeyeceği kadar büyüktür.

İş tatminini etkileyen bireysel faktörler; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, bireyin kişiliğidir. İş tatminini etkileyen örgütsel faktörler; işin yapısal özelliği, maaş, iş güvenliği ve çalışma ortamı, tanıtım ve geliştirme fırsatları, örgüt kültürü ve kişilerarası ilişkilerdir.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgütsel vatandaşlık davranışı kavramının literatürde yer alması ilk olarak Chester Barnard ile 1930’lu yıllardan başlayan bir sürece dayanmaktadır ve 1980’lerden sonra bağımsız bir kavram olarak günümüzde verimin kalitesi için önemli bir faktör haline gelmiştir. Dennis Organ’a göre örgütsel vatandaşlık davranışı, örgüte verim sağlayan, biçimsel olmayan, açıkça ödül sistemi ve emir verme sistemi içermeyen, örgütsel işlerin en verimli şekilde ilerlemesini sağlayan çalışanın iş tanımı dışında kendi iradesiyle gerçekleştirdiği gönüllü davranışların bütünüdür (Organ, 1988:5). Turnipseed ve Murkison (1996)’ya göre örgütsel vatandaşlık davranışı, işgörenin ödül düşüncesiyle değil gönüllü olarak iş ile ilgili gerçekleştirdiği ve bu bağlamda örgüt işlevselliğinin artmasını sağlayan davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer tanıma göre ise, örgütsel vatandaşlık davranışı örgüt tarafından belirlenen kuralların ve bu kuralların getirdiği

zorunlulukların ötesine geçerek, içsel olarak daha fazlasını yapma istediği olarak ifade edilmektedir (Greenberg ve Baron, 2000).

İnsan kaynağı, işletmeler açısından avantaj oluşturmak amacıyla en önemli rekabet unsurudur. İnsan kaynağını iyi kullanan ve kaliteli verim alabilen her firma rakiplerine göre daha başarılı olma ihtimaline sahip olacaktır. Amaç, çalışana çalışma isteği aşılıp verim almaktır. Gönüllü olarak görevlerini gerçekleştiren ve takım çalışmasında fedakar davranan çalışanlar, sadece kendilerine ne yapmaları gerektiği söylenen şeyleri yapan çalışanlara göre daha verim getirip iş verene daha fazla başarı sağlamaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışı tanımı, farklı çalışmalarda, rol fazlası davranışlar, sosyal örgüt davranışları, örgütsel spontanlık ya da sivil örgütsel davranışlar gibi değişik isimler de almıştır. (Gürbüz, 2006:54).

İşin madde madde gereklerinin ötesinde, biçimsel ya da resmi görev tanımlarının üstünde bir anlama sahip olan örgütsel vatandaşlık davranışını oluşturan çeşitli alt boyutlar vardır. Literatürde ÖVD'nin boyutlarıyla ilgili ortak bir karar olmadığı gözlemlenmiştir. Araştırmalarda örgütsel vatandaşlık davranışının sınıfları şu şekildedir; üst ile iyi ilişkiye sahip olmak, şikayetçi bir yapıya sahip olmamak, bir görevi yapmak zorunda değil iken gönüllü olarak yapmak (Bolat, 2009:218).

Organ (1988:25), örgütsel vatandaşlık davranışının boyutlarını belirlemek amacıyla liderlerden çalışanlarından istemeyeceği 30 adet vatandaşlık davranışı örneği talep etmiştir. Bu inceleme sonucunda genel uyum ve özgecilik olmak üzere iki boyuttan meydana geldiğini belirtmiştir. Genel uyum boyutunun ismi vicdanlılık ile değiştirilmiştir. Organ tarafından araştırılan ve geliştirilen örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeğinin sonuçlarına göre zaman içerisinde şu boyutlar eklenmiştir; nezaket, sivil erdem ve centilmenlik.

Sonuç olarak ÖVD'nin alt boyutları şu şekilde oluşmuştur (Koster ve Sanders, 2006:525):

- *Yardımsızlık (Altruism, diğerkâmlık, diğerlerini düşünme, özgecilik)*: Hem örgüt çalışanlarının üstlerine yardım etmesi hem de yöneticilerin çalışanlara bir karşılık beklemeden yardım etmesiyle, örgütün performansının yükselmesine yönelik davranışlardır (Çetin, 2004: 19-20).
- *Vicdanlılık (Conscientiousness)*: Örgütteki görev ve sorumluluklar dışında işgörenin örgüt yararına inisiyatifli davranışlar sergilemesidir. Çalışanın, örgüte devamlılık, katılım, kurallara uyma ve sorumluluklarını yerine getirme gibi minimum beklentilerden çok daha fazla davranışları gönüllü olarak gerçekleştirmesidir (Podsakoff vd., 2000: 524-525).
- *Sportmenlik (Sportsmanship)*: İşgörenler açısından, örgütte işler istedikleri gibi ilerlemediği durumlarda, karşılaştıkları zorluklarla baş edebilme durumu ve gösterdikleri yaklaşımdır (Çelik, 2007: 132).
- *Nezaket (Courtesy)*: Örgüt içinde işgörenlerin iş tanımları sebebiyle devamlı olarak etkileşimde olan ve bir işin sorumluluğundan birlikte etkilenen çalışanların gerçekleştirdiği olumlu davranışlardır (Çetin, 2004:4).
- *Örgütsel Erdem (Civic Virtue)*: Bir bütün olarak örgüte bağlılığı, örgütün politik yaşamına katılımını, makro seviyede ilgiyi ve bağlılığını gösteren davranışlar bütünüdür (Podsakoff vd., 2000: 525). Çalışan açısından özverili davranışlar bütünü olan bu davranışlar, yönetime katılma isteği (toplantılara katılma, örgüt stratejileri hakkında bilgilendirme, politikalarla ilgili fikirler beyan etme vb.), örgütün gelecekte karşılaşabileceği fırsatları ya da tehlikeleri öngörmek (örgütün bulunduğu sektör içerisindeki hareketleri yakından takip etmek), örgüt yararına her zaman en iyiyi yapmaya çalışmak (şüpheli durumları rapor etme ya da kapıları kilitlemek vb.) gibi davranışlardır (Bolat ve Bolat, 2008:79).

Örgütsel davranışları etkileyen faktörler şunlardır (Polat ve Ceep, 2008:314-315):

- Kişisel özellikler
- İşe ilişkin faktörler
- Örgütsel faktörler
- Liderlik davranışı
 - Dönüşümcü Liderlik
 - Karizmatik liderlik
 - Etkileşimli liderlik.

İşe Bağlılık ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi

Örgütsel vatandaşlık davranışı çalışanların işlerine olan bağlılıkları sonucunda ortaya çıkan bir davranışlar bütünüdür. İş görenler, örgütlerin kendilerine sundukları imkanlar dahilinde, örgütlerine duygusal bağlılık, normatif bağlılık, süreklilik ve duyulan bağlılık sonucunda örgüte kaliteli bir verim sağlayabilecek olumlu davranışlarına dönüştürmektedirler. Literatürde bulunan işe bağlılık araştırmaları bu sonucu desteklemektedir. İşe bağlılık, literatürde genel olarak işletmenin vizyon ve hedeflerine inanma ve benimseme, elinden gelenin fazlasını yapmaya çalışma, örgütte kalıcılığını sürdürme düşünceleri olarak tanımlanmaktadır. İşe bağlılığı olan çalışanlar, her zaman kapasitesini zorlamaya çalışmakta, iç dünyasında işi ile bağ kuran, işletmesi için çaba gösteren, işletmenin amaçlarını benimseyen, görevleri dışında gönüllü olarak benimseyici davranışlar sergileyen, işletmeyi koruyan ve işletme kurallarına gönüllü olarak uyan kişiler olarak ele alınmaktadır (Organ ve Ryan, 1995).

İşe bağlılığa sahip kişiler, birilerinin onlara emir vermesini beklemeden kendi iç güduları ile hareket edip, başarılı sonuca ulaşım içsel olarak güdülenirler (Seymen, 2008). İş görenlerin işe bağlılık seviyeleri yükseldikçe iş görenlerin örgütsel amaçları gerçekleştirmek ve görevlerini yerine getirmek için daha çok çalıştıkları, gönüllü davranışları göstermek konusunda da daha istekli oldukları genel olarak kabul görmektedir (Mathieu ve Zajac, 1990; Meyer ve Allen, 2004; Van Scotter, 2000). Bu yönleriyle işe bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışının birbiriyle ilişkili olduğu söylenebilmektedir.

İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi

İş tatmini kavramı, çalışanın işi hakkında gösterdiği olumlu ya da olumsuz tutumudur. Bu bağlamda, çalışan kişi işi ile ilgili olumlu yaklaşım gösteriyorsa iş tatmini, çalışan kişi işine olumsuz yaklaşım gösteriyorsa iş tatminsizliği oluşmaktadır. Çalışanın işine gösterdiği olumlu yaklaşım sonucunda motivasyonlarının artması ve dolayısıyla verimin artması, performanslarının yükselmesi, iş yerine olan devamlılığın artış göstermesi ve örgütsel vatandaşlık davranışları sergilemesi literatürde oldukça ilgiyle araştırılan kavramlardır. Smith ve Organ (1988) ÖVD ile ilgili yaptıkları ilk çalışmada, iş tatmininin ÖVD'yi tahmin etmekte en önemli faktör olduğunu vurgulamışlardır. Bu araştırmalardan 17 yıl sonra Organ yaptığı çalışmada iş tatmininin hala ÖVD'yi anlamada önemli bir faktör olmaya devam ettiğini söylemiştir (Çıtak, 2010:93).

İş tatmini, iş şartlarının ya da işten elde edilen sonuçların içsel bir değerlendirmesidir. İş tatmini, çalışanın beklentileri sonucunda iş ve iş koşullarına ilişkin algılarına karşı geliştirildiği içsel tepkilerden oluşmaktadır. İş tatmini doğrudan işe karşı gösterilen bir tutumdur, iş ve işin özelliklerine karşı daha kısa süreli alışma sürecini ifade etmektedir.

Literatüre göre iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışını desteklemektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı, iş tatmininin aynı zamanda hem nedeni hem de sonucu olabilmektedir. Konu ile ilgili araştırmalar bu sonuç ile paraleldir. Örgüt ortamlarının fiziksel olarak iyileştirilmesi tek başına yeterli değildir. Çalışanın işinden tatminini sağlamak, iş yerine kalite ve

süreklilik gibi olumlu faktörler ekleyecektir. Yöneticiler, çalışanların görevlerini onların bireysel özelliklerine göre belirledikleri ve iş görenlere beklenen değeri verdikleri zaman büyük olasılıkla işlerini daha kolay hale getirecekler ve böylece iş görenlerin motivasyonları, iş tatminleri ve ÖVD gösterme eğilimleri artacaktır (Çetin, 2004:76).

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

İş tatmini, işe bağlılık ve örgütsel vatandaşlık kavramlarına ait incelemelerin literatürde oldukça fazla olduğu görülmüştür. Yapılan literatür taraması sonucunda işe bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı kavramlarının belirli bir sektöre ait olmadığı yapılan araştırmalar sonucunda belirlenmiştir. Bu bağlamda, iş yerlerinin iş görenlerin performanslarını hedef aldığı her çalışmada bu kavramlara odaklanılmakta ve işgörenler üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Bu araştırma kapsamında, İstanbul ilinde bulunan özel bir şirketin insan kaynakları departmanında görev yapan 100 çalışan ele alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Ana kütlenin tamamı anketi yanıtlamış olup, toplam 100 adet anket elde edilmiştir.

Ölçekler

Çalışanın özelliklerine ilişkin sorular; yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu, medeni durumu, kurumdaki toplam iş tecrübesi ve ortalama aylık geliri şeklinde oluşturulmuştur.

İş Tatmini Ölçeği Soruları : Çalışmada iş tatmininin ve çalışanın kendisine mesleğinin bu yönüyle ne kadar memnun olduğunu ölçmek amacıyla, literatürde yer alan çalışmalardan yararlanmak suretiyle 5'li likert ölçeğine uygun, toplam 20 soruluk bir ölçek kullanılmıştır (Dağcı, 2017). Ölçekte yer alan ifadeler 5'li (beşli) Likert ölçeğindedir. Her bir ifadenin karşısında, hiç memnun değilim, memnun değilim, ne memnunum ne de memnun değilim, memnunum, çok memnunum şeklinde sıralanan ve 1'den 5'e kadar puanlandırılan seçenekler yer almıştır. Bu bölümün soruları, çalışan tarafından her maddenin sonuna kendisine uygun olan ifadeyi işaretlemesi ile tamamlanmıştır. Ölçek güvenilirliği Cronbach's alfa katsayısının sonucuna göre 0.86'dır.

İşe Bağlılık Ölçeği Soruları : Çalışmada işe bağlılığının ve kendisine ilişkin hisleri ile düşüncelerinin ölçülmesi için, anket yöntemi esas alınmış olup, bunun için 5'li (beşli) likert ölçeğine uygun toplam 10 sorudan oluşan işe bağlılık ölçeği kullanılmıştır (Kartal, 2015). Ölçekte yer alan ifadeler 5'li (beşli) likert ölçeğindedir. Her bir ifadenin karşısında, kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum şeklinde sıralanan ve 1'den 5'e kadar puanlandırılan seçenekler yer almıştır. Her maddenin sonuna kendisine uygun olan ifadeyi işaretlemesi sonucunda tamamlanan bölüm sorularıdır. Ölçek güvenilirliği Cronbach's alfa katsayısının sonucuna göre 0.81'dir.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Soruları: Çalışanın örgütsel vatandaşlık davranışının ölçülmesi amacıyla, literatürde yer alan çalışmalardan yararlanılmak suretiyle 5'li Likert ölçeğine uygun, toplam 20 soruluk bir ölçek kullanılmıştır (Dağcı, 2017). Ölçekte yer alan ifadeler 5'li (beşli) Likert ölçeğindedir. Her bir ifadenin karşısında, kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum şeklinde sıralanan ve 1'den 5'e kadar puanlandırılan seçenekler yer almıştır. Bu bölüm, çalışan tarafından her maddenin sonuna kendisine uygun olan ifadeyi işaretlemesi sonucunda tamamlanmıştır. Ölçek güvenilirliği Cronbach's alfa katsayısının sonucuna göre 0.92'dir.

Hipotezler

Hipotez 1: Cinsiyetlere göre iş tatmini puanı farklılaşmaktadır.

- Hipotez 2: Yaşa göre iş tatminiyet puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 3: Medeni duruma göre iş tatminiyet puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 4: Eğitime göre iş tatminiyet puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 5: İş tecrübesine göre iş tatminiyet puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 6: Gelir seviyesine göre iş tatminiyet puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 7: Cinsiyetlere göre işe bağlılık puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 8: Yaşa göre işe bağlılık puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 9: Medeni duruma göre işe bağlılık puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 10: Eğitime göre işe bağlılık puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 11: İş tecrübesine göre işe bağlılık puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 12: Gelir seviyesine göre işe bağlılık puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 13: Cinsiyetlere göre Örgütsel Davranış puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 14: Yaşa göre Örgütsel Davranış puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 15: Medeni duruma göre Örgütsel Davranış puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 16: Eğitime göre Örgütsel Davranış puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 17: İş tecrübesine göre Örgütsel Davranış puanı farklılaşmaktadır.
Hipotez 18: Gelir seviyesine göre Örgütsel Davranış puanı farklılaşmaktadır.

Veri Analizi

İstatistiksel analizler için IBM SPSS Statistics 25 programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotların (Ortalama, Standart Sapma, Frekans, Oran), niceliksel verilerin normal dağılıma uyan iki grup karşılaştırmalarında Bağımsız Örneklem T Testi, üç ve üzeri normal dağılmayan grup karşılaştırmalarında Kuruskal Wallis Testi kullanılmıştır. Anlamlılık $p < 0,05$ düzeylerinde değerlendirilmiştir. Demografik özelliklerine göre işgörenlerin dağılım oranlarını gösteren Tablo 1 aşağıdadır.

Table 1. Demografik Özelliklerine Göre İşgörenlerin Dağılımı

	Grup	f	%
Cinsiyet	Erkek	45	45,0
	Kadın	55	55,0
Yaş	24 Yaş ve Altı	16	16,0
	25-34 Yaş	59	59,0
	35-44	18	18,0
	45 ve Üzeri	7	7,0
Medeni Durum	Bekâr	35	35,0
	Evli	65	65,0
Eğitim Durumu	Ön Lisans	18	18,0
	Lisans	62	62,0
	Lisansüstü	18	18,0
	Doktora	2	2,0
İş Tecrübesi	0-5 Yıl	60	60,0
	6-10 Yıl	25	25,0
	11-15 Yıl	7	7,0
	16 Yıl ve Üzeri	8	8,0
Gelir Durumu	3000 TL ve Altı	38	38,0
	3001-4500	28	28,0
	4501-6000	16	16,0
	6001 TL ve Üzeri	18	18,0

Araştırmaya katılan insan kaynakları çalışanlarının, 55'i (%55) kadın ve 45'i (%45) erkektir. Araştırmaya katılan çalışanların çoğunluğunun cinsiyet olarak kadınlardan oluştuğu belirlenmiştir. Çalışanların yaşları incelendiğinde, 59'u (%59) 25 ile 34 yaş arasında, 18'i (%18) 35 ile 44 yaş arasında, 16'sı (%16) 24 yaş altında ve son olarak en az 7'si (%7) 45 yaş üzerindedir. Katılımcıların çoğunluğunun yaş olarak 25 ile 34 yaş arası kişilerden oluştuğu saptanmıştır. Çalışanların 35'i (%35) bekar, 65'i (%65) evlidir. Katılımcılar çoğunlukla medeni durumu evli olanlardan oluşmaktadır. Çalışanların eğitim durumları incelendiğinde, 62 kişinin (%62) lisans eğitimine sahip olduğu, 18 kişinin (%18) hem ön lisans hem de lisans üstü eğitime sahip olduğu ve en az olarak 2 kişinin (%2) doktora eğitim seviyesindedir. Katılımcıların eğitim seviyeleri incelendiğinde lisans eğitim seviyesine sahip çalışanların fazla olduğu belirlenmiştir. Çalışanlarının iş deneyimleri incelendiğinde, 60 kişinin (%60) 0 ile 5 yıl arası tecrübeye, 25 kişinin (%25) 6 ile 10 yıl arası süre tecrübeye, 8 kişinin (%8) 16 yıl üzeri tecrübeye ve en az 7 (%7) kişinin 11 ile 15 yıl arası tecrübeye sahiptir. Sonuçlara göre araştırmaya katılan çalışanların genelini 0 ile 5 yıl arası iş tecrübesine sahip çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışanların gelir durumu incelendiğinde, 38 kişinin (%38) 3000 TL altı, 28 kişinin (%28) 3001 ile 4500 TL arası, 18 kişinin (%18) 6001 TL üzeri ve en az olarak 16 kişinin (%16) 4501 ile 6000 TL arası gelire sahip olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun gelir seviyesinin 3000 TL altı olduğu görülmektedir. Demografik özelliklerine göre işgörenlerin iş tatmini puanı farklılaşmalarını gösteren Tablo 2 aşağıdadır.

Table 2. Demografik Özelliklerine Göre İş Taminiyet Puanı İncelemesi

	Grup	n	Ort±SS	Test	P
Cinsiyet	Erkek	45	3,50±0,54	1,407	a0,163
	Kadın	55	3,34±0,60		
Yaş	24 Yaş ve Altı	16	3,33±0,44	5,486	b0,139
	25-34 Yaş	59	3,37±0,58		
	35-44	18	3,65±0,60		
	45 ve Üzeri	7	3,35±0,74		
Medeni durum	Bekâr	35	3,46±0,68	0,625	a0,534
	Evli	65	3,39±0,51		
Eğitim Durumu	Ön Lisans	18	3,36±0,70	1,161	b0,762
	Lisans	62	3,45±0,52		
	Lisansüstü	18	3,36±0,67		
	Doktora	2	3,17±0,38		
İş Tecrübesi	0-5 Yıl	60	3,35±0,54	3,205	b0,361
	6-10 Yıl	25	3,51±0,61		
	11-15 Yıl	7	3,32±0,84		
	16 Yıl ve Üzeri	8	3,70±0,42		
Gelir Durumu	3000 TL ve Altı	38	3,35±0,53	11,505	b0,009*
	3001-4500	28	3,21±0,60		
	4501-6000	16	3,53±0,65		
	6001 TL ve Üzeri	18	3,76±0,39		

^aBağımsız Örneklem t

^bKruskal Wallis

*p<0,05

Demografik özelliklerine göre işgörenlerin işe bağlılık puanı farklılaşmalarını gösteren Tablo 3 aşağıdadır.

Table 3. Demografik Özelliklerine Göre İşe Bağlılık Puanı İncelemesi

	Grup	n	Ort±SS	Test	P
Cinsiyet	Erkek	45	2,87±0,66	2,066	^a 0,042*
	Kadın	55	2,60±0,66		
Yaş	24 Yaş ve Altı	16	2,63±0,53	8,558	^b 0,036*
	25-34 Yaş	59	2,72±0,70		
	35-44	18	2,57±0,70		
	45 ve Üzeri	7	3,34±0,25		
Medeni durum	Bekâr	35	2,72±0,68	0,049	^a 0,961
	Evli	65	2,72±0,67		
Eğitim Durumu	Ön Lisans	18	2,55±0,79	1,506	^b 0,681
	Lisans	62	2,78±0,64		
	Lisansüstü	18	2,66±0,62		
	Doktora	2	2,90±1,27		
İş Tecrübesi	0-5 Yıl	60	2,59±0,56	9,459	^b 0,024*
	6-10 Yıl	25	2,95±0,82		
	11-15 Yıl	7	2,57±0,83		
	16 Yıl ve Üzeri	8	3,15±0,51		
Gelir Durumu	3000 TL ve Altı	38	2,61±0,68	8,931	^b 0,030*
	3001-4500	28	2,57±0,63		
	4501-6000	16	2,88±0,77		
	6001 TL ve Üzeri	18	3,03±0,52		

^aBağımsız Örneklem t ^bKruskal Wallis *p<0,05

Demografik özelliklerine göre işgörenlerin örgütsel vatandaşlık davranışı puanı farklılaşmalarını gösteren Tablo 4 aşağıdadır.

Table 4. Demografik Özelliklerine Göre ÖVD Puanı İncelemesi

	Grup	n	Ort±SS	Test	P
Cinsiyet	Erkek	45	3,86±0,44	2,052	^a 0,043
	Kadın	55	3,61±0,77		
Yaş	24 Yaş ve Altı	16	3,65±0,72	1,415	^b 0,702
	25-34 Yaş	59	3,76±0,64		
	35-44	18	3,65±0,70		
	45 ve Üzeri	7	3,84±0,48		
Medeni durum	Bekâr	35	3,62±0,80	-1,132	^a 0,260
	Evli	65	3,78±0,55		
Eğitim Durumu	Ön Lisans	18	3,44±0,77	8,174	^b 0,043*
	Lisans	62	3,84±0,56		
	Lisansüstü	18	3,71±0,67		
	Doktora	2	2,80±1,13		

İş Tecrübesi	0-5 Yıl	60	3,69±0,64	6,981	^b 0,073
	6-10 Yıl	25	3,94±0,43		
	11-15 Yıl	7	3,02±1,12		
	16 Yıl ve Üzeri	8	3,98±0,34		
Gelir Durumu	3000 TL ve Altı	38	3,77±0,53	4,774	^b 0,189
	3001-4500	28	3,51±0,89		
	4501-6000	16	3,69±0,53		
	6001 TL ve Üzeri	18	4,01±0,42		

^aBağımsız Örneklem *t* ^bKruskal Wallis **p*<0,05

BULGULAR

Çalışmada elde edilen bulgular sonucunda, gelir durumuna ait dört grup arasında iş tatminiyet puanının istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde farklı olduğu söylenebilir. Dört gelir durumunun iş tatminiyet puanı ortalama sıralamasına bakıldığında, işinden en fazla tatmin olan çalışanların 3,76 ortalama puanla 6001 TL ve üzeri gelire sahip olanlar olduğu, ikinci olarak 3,53 ortalama puanla 4501 TL ile 6000 TL arasında gelire sahip çalışanların ve üçüncü olarak ise 3,35 ortalama puanla 300 TL ve altı gelire sahip çalışanların işlerinden tatmin oldukları yorumu yapılabilir. %95 güven aralığı içinde *p* anlamlılık düzeyinin 0,05 alfa düzeyinden küçük olmasıyla sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif hipotez (H₆) kabul edilmiştir (*p*=0,09; *p*<0,05).

İşe bağlılık durumunun cinsiyet üzerindeki etkisi incelendiğinde, 45 erkek katılımcının işe bağlılık puanı ortalaması 2,87'dir ve 55 kadın katılımcının işe bağlılık puanı ortalaması ise 2,60'tır. Bu bağlamda, erkek işgörenlerin işe bağlılıklarının kadın işgörenlerden daha fazla ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Grupların ortalamaları arasında önemli bir fark olduğu belirlenmiştir. Anlamlılık düzeyi 0,05 alfa düzeyinden küçük olduğundan, alternatif hipotez (H₇) kabul edilmiştir (*p*=0,042; *p*<0,05).

İnsan kaynakları çalışanlarının işe bağlılıklarının yaş gruplarına göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Sonuç olarak, yaş gruplarının işe bağlılık ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. 45 yaş ve üzeri 7 katılımcının işe bağlılık puanı ortalaması 3,34'tür, 25 ile 34 yaş arası 59 katılımcının işe bağlılık puanı ortalaması 2,72'dir, 24 yaş ve altı 16 katılımcının işe bağlılık puanı ortalaması 2,63'tür, 35 ile 44 yaş arası katılımcıların işe bağlılık puanı ortalaması 2,57'dir. İşe en fazla bağlılık gösteren işgörenlerin yaş grubunun 45 ve üzeri olduğu, ikinci olarak 25 ile 34 yaş grubu arasının bağlılık gösterdiği ve üçüncü olarak ise 24 yaş altı işgörenlerin işe bağlılık gösterdiği belirlenmiştir. %95 güven aralığı içinde *p* anlamlılık düzeyinin 0,05 alfa düzeyinden küçük olmasıyla sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif hipotez (H₈) kabul edilmiştir (*p*=0,036; *p*<0,05).

İnsan kaynakları çalışanlarının işe bağlılıklarının iş tecrübelerine göre farklılaşma durumu incelendiğinde, grupların işe bağlılık puanı ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, 16 yıl ile üzeri iş tecrübesine sahip çalışanların işe bağlılık puanı ortalaması 3,15'tir, 6 ile 10 yıl arası iş tecrübesine sahip çalışanların işe bağlılık puanı ortalamaları 2,95'tir, 0 ile 5 yıl arası iş tecrübesine sahip çalışanların işe bağlılık puanı ortalamaları 2,59'dur ve son olarak 11 ile 15 yıl arası iş tecrübesine sahip olan çalışanların işe bağlılık puanı ortalamaları 2,57'dir. En fazla işe bağlılık ortalama puanına sahip çalışanın 16 yıl ve üzeri süre tecrübeye sahip olduğu, ikinci olarak ise 6 ile 10 yıl arası tecrübeye sahip olduğu ve üçüncü olarak ise 0 ile 5 yıl arası tecrübeye sahip olanların işe bağlılık gösterdiği belirlenmiştir. Anlamlılık düzeyi 0,05 alfa düzeyinden küçük olduğundan, sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif hipotez (H₁₁) kabul edilmiştir (*p*=0,024; *p*<0,05).

İnsan kaynakları çalışanlarının işe bağlılıklarının gelir durumuna göre farklılaşma durumu incelendiğinde, grupların işe bağlılık puanı ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, 6001 TL ve üzeri gelire sahip çalışanların işe bağlılık puan ortalamaları 3,03'tür, 4501 ile 6000 TL arası gelire sahip olan çalışanların işe bağlılık puanı ortalamaları 2,88'dir, 3000 TL ve altı gelire sahip çalışanların işe bağlılık puanı ortalamaları 2,61'dir ve son olarak geliri 3001 ile 4500 TL arası olan çalışanların işe bağlılık puanı ortalamaları 2,57'dir. En fazla işe bağlılık ortalama puana sahip çalışanın 6001 TL ve üzeri gelire sahip olduğu, ikinci olarak 4501 TL ile 6000 TL arası gelire sahip olduğu, üçüncü olarak 3000 TL ve altı gelire sahip olduğu belirlenmiştir ve en az işe bağlılık gösteren çalışanların 3001 TL ile 4500 TL arası gelire sahip oldukları görülmüştür. %95 güven aralığı içinde p anlamlılık düzeyinin 0,05 alfa düzeyinden küçük olmasıyla sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif hipotez (H12) kabul edilmiştir ($p=0,030$; $p<0,05$).

Eğitim durumuna ait dört grup arasında örgütsel vatandaşlık davranışı puanının istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde farklı olduğu söylenebilir. Grupların işe bağlılık puanı ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak, 62 lisans eğitim seviyesine sahip katılımcının örgütsel vatandaşlık davranışı puan ortalaması 3,84'tür, 18 lisansüstü eğitim seviyesine sahip katılımcının örgütsel vatandaşlık puan ortalaması 3,71'dir, 18 ön lisans eğitim seviyesine sahip katılımcının örgütsel vatandaşlık puan ortalaması 3,44'tür ve son olarak doktora eğitim seviyesine sahip 2 katılımcının örgütsel vatandaşlık davranışı ortalaması 2,80'dir. Çalışanlardan en fazla örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyenlerin eğitim seviyesi lisansdır, ikinci olarak ise lisansüstü eğitim seviyesine sahip çalışanlardır, üçüncü olarak ön lisans eğitim seviyesindeki çalışanlar ve en az ise doktora eğitim seviyesi çalışanlarıdır. Anlamlılık düzeyi 0,05 alfa düzeyinden küçük olduğundan dolayı sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif hipotez (H16) kabul edilmiştir ($p=0,043$; $p<0,05$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi (İngilizce) Bilim Dalı'nda hazırlanmakta olan, "İş Tatmini, İşe Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki, Araştırma: Bir Firmadaki İnsan Kaynakları Çalışanları" başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında hazırlanmıştır.

Bu araştırmada, iş tatmini, işe bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme durumları, aralarındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla İstanbul İlinde yer alan bir işletmedeki insan kaynakları departmanı incelenmiştir. Bu araştırma nicel bir araştırmadır. Söz konusu işletmenin İnsan Kaynakları departmanındaki yüz çalışandan anket yöntemi kullanılarak elde edilen veriler SPSS ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre, iş görenlerin demografik yapılarının farklılıklarının işe bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışları üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Demografik yapıların grup farklılıklarına göre belirtilen kavramlarda farklı yaklaşımlar sergilendiği saptanmıştır.

Araştırmanın bulguları incelendiğinde, güvenilirlik analizi sonucuna göre işe bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeklerinin Cronbach's alfa değerlerinin 0.80 değerinin üzerinde olmasıyla araştırmanın yüksek oranla güvenilir olduğu görülmektedir. İşe bağlılık durumu kadınlarda, erkeklere göre daha fazladır. Örgütsel vatandaşlık davranışı kadın çalışanlarda, erkek çalışanlara göre daha fazladır. İşe bağlılık durumu 45 yaş üzeri çalışanlarda, diğer çalışanlara göre daha olumlu olduğu belirlenmiştir. 24 yaş altındaki çalışanların en olumsuz işe bağlılık gösterenler olduğu belirlenmiştir. Lisans eğitim seviyesine sahip çalışanlar diğer eğitim seviyesindeki çalışanlara göre daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemektedir. Çalışanlardan 16 yıl üzeri tecrübesi olan çalışanlar diğer çalışanlara göre daha

fazla işe bağlılık göstermektedir. Katılımcılardan en fazla işinden tatmin olanlar, gelir seviyesi 6001 TL üzeri olanlardır. Aynı şekilde en fazla işe bağlılık gösteren ve hatta örgütsel davranış sergileyen çalışanlar da gelir seviyesi 6001 TL üzeri olan çalışanlardır. Araştırmanın 18 adet hipotezinden 6 adeti kabul edilmiştir.

İşe bağlılık ve iş tatmini değişkenlerinin örgütsel vatandaşlık davranış sergileme tutumuna olumlu etki gösterdiği desteklenmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışının örgüte olan olumlu etkilerine bakıldığında, öncelikle ÖVD sayesinde örgüt içinde daha huzurlu bir çalışma ortamı oluşmaktadır ve dolayısıyla, çalışanların işe olan bağlılığının artması, kendini örgüte adanmış olan iş görenlerin daha uzun süre işletmede çalışması bunun sonucunda işletmenin işgücü devrinin düşük olması gelmektedir. Ayrıca örgüt, çalışanlar açısından vazgeçilmez hale geldiğinde iş görenler firma için elinden geleni yapacak, sonuç olarak ise, örgüt başarısı artış gösterecektir.

İşe bağlılık düzeyi arttıkça çalışanın daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı sergilediği belirlenmiştir. Yöneticilerin kendi liderlik özelliklerini geliştirerek, işe bağlılık açısından çalışana önemli olduğu hissettirebilir ve çalışan ÖVD sergilemeye güdülenebilir. Yöneticiler örgüt hedefi ile çalışanın amaçlarını bütünleştirmeye çalışarak iş tatmini sağlayabilir. Çalışana iç güdüsel olarak sorumluluk duygusunu harekete geçirici görevler verilerek, çalışanın işini sahiplenmesi ve işe bağlılık göstermesi sağlanabilir. Çalışanların tatmin seviyeleri yöneticilerinden gördüğü olumlu yaklaşımları, destekleyici tutum görmeleri ve rahat bir şekilde iletişim kurabilmeleri ile ilişkilidir. Örgüt içi açıklık, dürüstlük, kararlılık ve süreklilik kavramları örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme oranını arttırdığı belirlenmiştir. Örgütsel vatandaşlık davranışı, yöneticilerin liderlik yeteneklerini geliştirmesine ve çalışana doğru yaklaşımı gösterebilmesine bağlıdır. Yönetici çalışana doğru yaklaşım gösterdiğinde örgütsel vatandaşlık davranışında artış gözlenecektir. Örgüt içindeki iletişim şeffaflığı ve huzuru, çalışanlarda iş tatminine sebep olacaktır ve dolayısıyla örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerini arttıracaktır.

KAYNAKÇA

Bolat, İ., O. (2009). Güçlendirici Lider Davranışları ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Sosyal Mübadele Kuramından Hareketle İncelenmesi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (21), 215-239.

Bolat, O. İ. ve Bolat, T. (2008). Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (19), 75-94.

Cribbin, J.J. (1972). *Effective Managerial Leadership*. New York: American Management Association.

Çelik, M. (2007). *Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Çetin Ö. M. (2004). *Örgütsel Vatandaşlık Davranışı*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Çıtak, Z. (2010). *Motivasyon ve İş Tatmininin Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Etkisi Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

Dağcı, O. (2017). *Havacılık Sektöründe Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı: Hava Aracı Bakım Teknisyenleri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Demir, N. (2007). *Örgüt Kültürü ve İş Tatmini*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Greenberg, J. and Baron, A. R. (2000). *Behavior in Organizations: Understanding And Managing The Human Side of Work*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle İşe Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (2), 48-75.
- Kaplan, İ. (2011). *Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İş Tatmini İlişkisi; Konya Emniyet Teşkilatı Üzerinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kartal, H. (2015). *Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Etmenler ve Örgütsel Bağlılığın, İşe Bağlılık ve Ayrılma İsteği Gibi Kavramlarla Olan İlişkilerinin Uygulamalı Analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Koster, F. and Sanders, K. (2006). Organisational Citizens or Reciprocal Relationships? An Empirical Comparison, *Personal Review*, 35(5), 519-537.
- Mathieu, J. E. and Zajac, D. M. (1990). A Review Andmeta-Analysis of The Antecedents, Correlates Andconsequences of Organizational Commitment, *Psychological Bulletin*, 108 (2), 171-194.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1997). *Commitment in The Workplace: Theory, Research and Application*, Thousand Oaks-California: Sage Publications.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (2004). TCM Employee Commitment Survey Academic Users Guide, University of Western Ontario, *Department of Psychology*, 1-16.
- Muslu, A. (2017). Dördüncü Sanayi Devriminde İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Rolü ve Önemi. III. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi, 12-15 Ekim 2017, Muğla. 619-622.
- Organ, D.W. (1988). *Organizational Citizenship Behaviour: The Good Soldier Syndrome*, Lexington-Massachusetts: Lexington Books.
- Organ, D.W. and Ryan, K. (1995). A meta-analytic Reviewof Attitudinal and Dispositional Predictors Oforganizational Citizenship Behavior, *Personnel Psychology*, 48, 775-802.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., and Bachrach, D. G. (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of The Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research, *Journal of Management*, 26 (3): 513-563.
- Polat, S. ve Ceep, C. (2008). Ortaöğretim Öğretmenlerinin Örgütsel Adalet, Örgütsel Güven, Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına İlişkin Algıları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, (54), 307-331.
- Schaufeli, W. B., Taris, T., Le Blanc, P. M., Peeters, M. C., Bakker, A. B., and de Jonge, J. (2001). Maakt arbeid gezond? Op zoek naar de bevlogen werknemer [Work and health: The quest for the engaged worker]. *De Psycholoog*, 36(9), 422-428.

Seymen, O. A. (2008). *Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Örgüt Kültürü Tipleri Üzerine Bir Araştırma*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Smith, C. A. and Organ, D. W. (1988). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents, *Journal of Applied Psychology*, 68, 653-663.

Turnipseed, D. and Murkison, G. (1996) Organization Citizenship Behavior: An Examination of the Influence of the Workplace, *Leadership and Organization Development Journal*, 17 (2), 42-47.

Van Scotter, J. R. (2000). Relationships of Task Performance and Contextual Performance Withturnover, Job Satisfaction, and Affective Commitment, *Human Resource Management Review*, 10 (1), 79-95.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(5): 351-361.

DOI:10.26677/TR1010.2020.421

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası:

<https://www.sobibder.org>



KAVRAMSAL MAKALE

Vakıf Üniversitelerinin Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah ERGİN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: abdullah.ergin@hbv.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9323-0133>

Doç. Dr. Emine ÇINA BAL, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: emine.cina@hbv.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2874-1137>

Öz

Sağlık hizmetleri, sosyal hizmetler, kamu hizmetleri, dini hizmetler, ulaştırma hizmetleri, spor hizmetleri gibi alanlarda faaliyet göstermek amacıyla kurulan vakıfların faaliyet alanlarından birisi de eğitim hizmetidir. Türkiye’de ilk defa 1981 Anayasası’nın 130. maddesindeki düzenlemeler ile devlet üniversitesinin dışında vakıf üniversitelerinin kurulmasına izin verilmiştir. Çalışmada kurumlar vergisi, gelir vergisi, katma değer vergisi, damga vergisi ve diğer vergi kanunları karşısındaki durumu incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vakıf Üniversitesi, Vergi Kanunları.

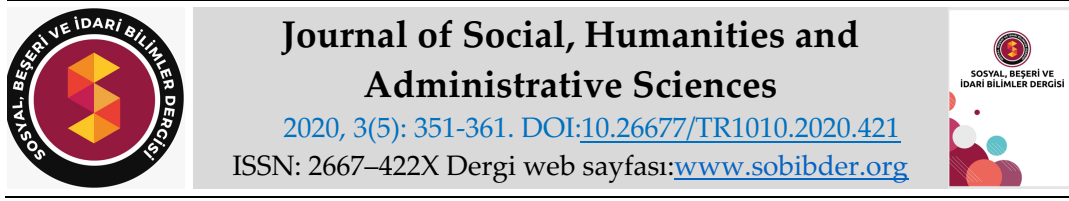
Makale Gönderme Tarihi: 17.01.2020

Makale Kabul Tarihi: 03.05.2020

Önerilen Atıf:

Ergin, A. ve Çına Bal, E. (2020). Vakıf Üniversitelerinin Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5): 351-361.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



CONCEPTUAL PAPER

The Status of The Foundation Universities Against Tax Laws

Assistant Prof. Dr. Abdullah ERGİN, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: abdullah.ergin@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9323-0133>

Associate Prof. Dr. Emine ÇINA BAL, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: emine.cina@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2874-1137>

Abstract

Foundations are established to operate in areas such as health services, social services, public services, religious services, transportation services, sports services. One of the foundations' activities is education. first time in Turkey's 1981 Constitution allowed the establishment of private universities than public universities with the regulations in Article 130. In the study, the situation against corporate tax, income tax, value added tax, stamp tax and other tax laws were examined.

Keywords: Foundation Universities, Tax Laws.

Received: 17.01.2020

Accepted: 03.05.2020

Suggested Citation:

Ergin, A. and Çına Bal, E. (2020). The Status of The Foundation Universities Against Tax Laws, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(5): 351-361.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Arapça bir sözcük olan ‘vakf’; sözlük anlamı ile durdurma, hareketten alıkoyma, hareketsiz bırakma manalarına gelir. Ayrıca “tamamen verme, büsbütün verme” anlamını da içerir (<https://www.vgm.gov.tr>). Vakıflar, tamamen karşılık beklemeden, olduğu gibi veya büsbütün vermek, anlamındadır.

Bir vakfın kuruluşu, 4721 sayılı Türk Medenî Kanununun ilgili hükümlerine göre gerçekleşmekte ve kanunda belirtilen şartları taşıyan gerçek ya da tüzel kişiler vakıf kurabilmektedirler. Eğer kurucu gerçek kişi ise Türk Medenî Kanunu'nda belirlenen fiil ehliyetine sahip olması, tüzel kişi ise fiil ehliyetine sahip olmakla birlikte, ayrıca, kuruluş statüsünde vakıf kurabileceğine ve vakfa malvarlığı tahsis edebileceğine dair bir hükmün bulunması gerekmektedir (<https://www.vgm.gov.tr>).

Vakıflar aşağıdaki alanlarda faaliyet gösterebilirler; (Sena Ayaydın, <https://www.makaleler.com/>)

- Sağlık hizmetleri,
- Eğitim hizmetleri,
- Sosyal hizmetler,
- Kamusal hizmetler,
- Dini hizmetler,
- Kültürel ve sanatsal hizmetler,
- Ulaştırma hizmetleri,
- Spor hizmetleri,
- Ekonomik hizmetler.

Vakıflar, bir kar beklentisine girmeden, bu çerçevede eğitim hizmetleri olarak ilk, orta ve lise eğitimleri de başta olmak üzere, üniversite eğitimi de vermek üzere Vakıf Üniversiteleri de kurabilirler.

VAKIF ÜNİVERSİTELERİ

Türkiye’de ilk defa 1981 Anayasası’nın 130. Maddesindeki düzenlemeler ile devlet üniversitesinin dışında vakıf üniversitelerinin kurulmasına izin verilmiştir. İlk vakıf üniversitesi 1984 yılında kurulan ve 1986-1987 yıllarında eğitime başlayan Bilkent Üniversitesi olmuştur. (Emine Temiz, 2014: 17). İstanbul’da 45, Ankara’da 13, İzmir’de 3 ve diğer illerimizde de 12 olmak üzere toplam 73 vakıf üniversiteleri ve faaliyet göstermektedirler. Ayrıca, 5 Vakıf Meslek Yüksek Okulu faaliyet göstermektedir. Vakıf Üniversiteleri ve Vakıf Meslek Yüksek Okullarında; 132860 Ön Lisans, 378930 Lisans ve 73437 Yüksek Lisans ve 9889 Doktora öğrencisi eğitim ve öğretim faaliyetlerine devam etmektedirler(www.istatistik.yok.gov.tr).

VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN ANAYASA VE DİĞER MEVZUT AÇISINDAN DURUMU

Anayasa düzenlemeleri açısından Vakıf Üniversiteleri, Anayasa Madde 130’ a göre genel anlamda “ milletin ve ülkenin ihtiyaçlarına uygun insan gücü yetiştirmek amacı ile;

ortaöğretime dayalı çeşitli düzeylerde eğitim öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık yapmak, ülkeye ve insanlığa hizmet etmek üzere çeşitli birimlerden oluşan kamu tüze kişiliğine ve bilimsel özerkliğe sahip üniversiteler Devlet tarafından kanunla kurulur “denilmektedir. Kazanç amacı gütmeyen “Kanunda gösterilen usul ve esaslara göre, vakıflar tarafından devletin gözetim ve denetimine tabi yükseköğretim kurumları kurulabilir” denilmekte ve bütün üniversitelerin güvenliğinin devletçe sağlanacağı açıkça belirtilmektedir. Anayasa’nın açık bir şekilde belirtmesine rağmen kar amaçsız vakıflar üniversiteler kurmuşlar ve bazı vakıflar da ticari amaçlı üniversiteler kurmuşlardır

Anayasa Madde 131 “... öğretimini planlamak, düzenlemek, yönetmek, denetlemek, yükseköğretim kurumlarındaki eğitim-öğretim ve bilimsel araştırma faaliyetlerini yönlendirmek bu kurumların kanunda belirtilen amaç ve ilkeler doğrultusunda kurulmasını, geliştirilmesini ve üniversitelere tahsis edilen kaynakların etkili bir biçimde kullanılmasını sağlamak ve öğretim elemanlarının yetiştirilmesi için planlama yapmak maksadı ile Yükseköğretim Kurulu kurulur” bu madde, üniversitelerin kaynak ve öğretim elamanı yetiştirilmesini sağlamak için planlamadan başlayarak denetlenmesi için bir Yükseköğretim Kurulu’nun kurulması gerektiğini vurgular.

Vakıflar, 4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu’nun ilgili hükümlerine göre kurulmaktadır.

Vakıf üniversiteleri, 2547 Sayılı Yüksek Öğretim Kanunu ve 2809 sayılı Yükseköğretim Kurumları Teşkilatı Kanunu’na tabidirler. Vakıf Yükseköğretim Kurumları Yönetmeliği Madde 9 göre; “Bir yükseköğretim kurumu için gerekli derslik, laboratuvar, ofis, kütüphane, spor alanları vb. gibi altyapıyı karşılayacak öz kaynağa sahip olan vakıflar yeni bir üniversite veya yüksek teknoloji enstitüsü veya meslek yüksekokulu kurmak Yükseköğretim Kuruluna müracaat ederler” denilmektedir.

Vakfın veya müşterek hareket eden vakıfların yetkili yönetim organlarının yükseköğretim kurumu kurma konusundaki kararı ile birlikte Vakıflar Genel Müdürlüğünden alınan, anılan vakfın yükseköğretim kurumu kurabileceğine ve kurulmasının devamında yeterli mal varlığının mülkiyetini bu yükseköğretim kurumuna bedelsiz devredeceğine ilişkin taahhütname ile birlikte” ve “amaçları içerisinde yükseköğretim kurumları kurma yönünde hüküm bulunan vakıf senedinin Genel Müdürlükçe tasdikli bir örneği” olmalıdır.

Bu yönetmeliğe göre; “kurulacak yükseköğretim kurumunun tüzel kişilik kazanmasından sonra en geç üç yıl içinde eğitim-öğretime başlayacağına dair taahhüt edilmeli ve taahhüt belgesi sunulmalıdır”.

Kurucu Vakıf tarafından, Vakıf Üniversitelerinin Mütevelli Heyeti belirlenir ve Mütevelli Heyet devlet memuru olma niteliklerine sahip ve en az 2/3 üniversite yükseköğretim görmüş adaylar arasından 4 yıl için seçilir ve en az 7 kişiden oluşan, mütevelli heyet üyeleri 15 gün içerisinde Yükseköğretim Kurulu’na bildirilir.

“Mütevelli heyet, yükseköğretim kurumunda görevlendirilecek yöneticiler ve öğretim elemanları ile diğer personelin sözleşmelerini yapar, atamalarını, öğretim elemanı dışındaki personelin terfilerini ve görevden alınmalarını onaylar, bütçesini kabul eder ve uygulamaları izler. Öğrencilerden alınacak ücretleri tespit eder.”

Vakıf Üniversiteleri YÖK Mevzuatı a) Yükseköğretim Kurulu, b) Üniversitelerarası Kurul, c) Akademik Teşkilat ve Öğretim elemanları, d) Eğitim-Öğretim ve Öğrenciler, d) Diğer İlgili Yönetmeliklere, tabidir (<https://ticaret.edu.tr/>).

VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN KURUMLAR VERGİSİ AÇISINDAN

5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu Madde 1 ve 03/04/2007 tarih ve 26482 Sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 1 Seri No’lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliğine göre;

- a) sermaye şirketleri,
- b) kooperatifler,
- c) iktisadi kamu kuruluşları,
- d) dernek veya vakıflara ait iktisadi işletmeler,
- e) iş ortaklıklarının,

sayılan kazançları kurumlar vergisine tabidir, denilmektedir. Kurum kazancı, gelir vergisinin konusuna giren gelir unsurlarından oluşmaktadır.

Burada iktisadi kamu kuruluşları ve dernek ve vakıflara ait işletmeleri ayrı ayrı incelemek gerekirse;

İktisadi kamu kuruluşları, kamu yönetimi ve kuruluşlarına ait veya bağlı olan tüm iktisadi işletmeleri kapsamaktadır. Bu nedenle iktisadi kamu kuruluşları kavramı hem kamu iktisadi teşebbüslerini hem de kamu kurum ve kuruluşlarına ait veya tabi olan veyahut bunlar tarafından kurulan veya işletilen iktisadi kuruluşlar ile döner sermayeli kuruluşları da kapsamına alır (www.gib.gov.tr/).

Bir iktisadi kamu kuruluşunun varlığından söz edilebilmesi için kuruluşun; ©

- a) Kamu idareleri veya kamu kuruluşlarına ait veya bağlı olması (ait olma, sermaye bakımından; bağlı olma ise idari bakımdan bağlılığı ifade eder),
- b) Sermaye şirketi veya kooperatif şeklinde kurulmuş olması,
- c) Ticari, sınai veya zirai alanda sürekli olarak faaliyette bulunması

gerekmektedir.

İktisadî kamu kuruluşlarının;

- a) kazanç amacı gütmemeleri,
- b) faaliyetlerinin kanunla verilmiş görevler arasında bulunması,
- c) tüzel kişiliklerinin olmaması,
- d) bağımsız muhasebelerinin,
- e) kendilerine ayrılmış sermayelerinin veya iş yerlerinin bulunmaması, mükellefiyetlerini etkilemeyecektir.

Mal veya hizmet satışlarının, satılan ticari malın maliyeti veya satılan mamulün maliyeti veya hizmet üretim maliyetini başa baş noktasında karşılayacak kadar olması, yani kar veya zararın sıfır olduğu, kâr edilmemesi veya kârın kuruluş amaçlarına uygun tahsis edilmesi de bunların iktisadî niteliğini değiştirmeyecektir.

Tebliğde dernek veya vakıflara ait “gerçek veya tüzel kişilerin yeterli mal ve hakları belirli ve sürekli bir amaca özgüllemeleri ile oluşan tüzel kişiliğe sahip mal topluluklarıdır” şeklinde tanımlanmıştır.

Buradan hareketle, Vakıflar Kurumlar Vergisi Kanunu ve 1 no lu Seri Kurumlar Vergisi Genel Tebliğine göre; Kurumlar Vergisi konusu dışında kalmaktadırlar. Ancak, bunlara ait iktisadi işletmeleri ise, Kurumlar Vergisi mükellefi olmaktadır.

İktisadi işletmenin belirlenmesinde, belirgin özellikler:

- bağlılık,
- devamlılık,
- faaliyetin ticari, sınai veya zirai bir mahiyette olması gerekmektedir.

Bağlılıktan söz edebilmek için, vakıfa ait olması (sermaye bakımından), veya bağlı olmasını (yönetim açısından), gerekmektedir.

Devamlılık için ise, bir hesap dönemi içinde aynı veya ayrı faaliyet alanlarında konusu ticari olan işlemlerin birden fazla yapılmasını ifade etmektedir. Aynı hesap döneminde tek işlem yapılması halinde, ticari faaliyetin devamlılık özelliğinin oluştuğunu görmemekle birlikte, yapılan bu faaliyetin bir organizasyon gerektirmesi halinde veya amacının ticari olması durumunda devamlılık özelliğinin varlığı kabul edilir.

Ticari organizasyon, sermaye konulması, işyerinin olması, personel çalıştırılması, ticaret siciline kayıt olmak gibi unsur ve şartlardan tümünü veya bir kısmının yerine getirilmesi halinde belirli şekilde kurulmuş olacaktır. Bu takdirde bu organizasyon içinde bir takvim yılında veya iki veya üç yılda tek bir işlem yapılmış olsa dahi ticari faaliyetin varlığı kabul edilecektir (<https://www.gib.gov.tr>).

İktisadi işletmenin tanımı içinde yer alan ve devamlı olarak yapılan ticari, sınai veya zirai faaliyetten söz edebilmek için işletmede üretilen veya satın alınan malların veya verilen hizmetin bir bedel karşılığı satılmış olması gerekir. Bunun aksine diğer unsurların var olması halinde dahi bir iktisadi işletmenin varlığından söz edilemez.

Tebliğ'de; "Dernekler Kanunu dışında özel kanunlarla kurulan bazı dernekler, hangi şekilde kurulursa kurulsun yukarıda nitelikleri açıklanan derneklere ait veya bağlı iktisadi işletmeler, Kurumlar Vergisi Kanunu ile 1/1/2007 tarihinden önce yürürlüğe giren özel kanunlarda yer alan hükümler çerçevesinde kurumlar vergisinden muaf tutulmadığı sürece kurumlar vergisinin mükellefidir." denilmekte olup, Bakanlar Kurulu Kararıyla "kamuya yararlı dernek veya vakıfların" vergi muafiyeti tanınması, bunlara bağlı iktisadi işletmelerinin vergilendirilmelerine engel teşkil etmemektedir.

Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 1 inci maddesinde sayılan kurumlar, "kanuni veya iş merkezlerinin Türkiye'de bulunup bulunmadığına göre tam mükellefiyet veya dar mükellefiyet esasında vergilendirilmektedirler."

Tebliğ'de; Kanuni merkez, vergiye tabi kurumların kuruluş kanunlarında, tüzüklerinde, ana statülerinde veya sözleşmelerinde gösterilen merkezdir. İş merkezi ise iş bakımından işlemlerin bilfiil toplandığı ve yönetildiği merkezdir, şeklinde tanımlanmaktadır.

Tam mükellefiyet, kanuni veya iş merkezleri Türkiye'de bulunanlar gerek Türkiye içinde gerekse Türkiye dışında elde ettikleri kazançların tamamı üzerinden vergilendirilecektir.

Dar mükellefiyet, kanuni ve iş merkezlerinden her ikisi de Türkiye'de bulunmayanlar, sadece Türkiye'de elde ettikleri kazançları üzerinden vergilendirilecektir.

Kurumlar Vergisi Kanununun 3'üncü maddesinde belirtilen "anılan kazanç ve iratlar ile gelir unsurlarının Türkiye'de elde edilmesi ve Türkiye'de daimi temsilci bulundurulması konularında Gelir Vergisi Kanununun ilgili hükümleri uygulanacaktır" şeklindedir.

2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanununun 56. maddesinin (b) fıkrasında; "üniversitelerin ve yüksek teknoloji enstitülerinin genel bütçeye dahil kamu kurum ve kuruluşlarına tanınan mali muafiyetler, istisnalar ve diğer mali kolaylıklardan aynen yararlanacağı", Ek Madde 7'de ise;

“vakıflarca kurulacak yüksek öğretim kurumlarının, bu Kanun’un 56. maddesinde yer alan mali kolaylıklardan, muafiyetlerden ve istisnalardan aynen istifade edeceği” hüküm altına alınmıştır (<https://www.nevzaterdag.com>).

GELİR VERGİSİ AÇISINDAN

Gelir Vergisi Kanunu (GVK)’nın 1. Maddesine göre bir gerçek kişinin bir takvim yılı içerisinde elde ettiği kazanç ve iratların net tutarı gelir vergisinin konusuna girmektedir. Vakıf üniversiteleri gerçek kişi olmadıkları için gelir vergisi mükellefi değildirler (<https://www.mevzuat.gov.tr>).

GVK Madde 89/4 Göre; “Genel ve özel bütçeli kamu idareleri, il özel idareleri, belediyeler, köyler ile kamu yararına çalışan dernekler ve Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınan vakıflara yıllık toplamı beyan edilecek gelirin %5’ini (kalkınmada öncelikli yöreler için %10’unu) aşmamak üzere, makbuz karşılığında yapılan bağış ve yardımlar. Bağış yapanlar, yıllık gelirlerinin %5’ini, kalkınma da öncelikli bölgelerde ise, %10’unu aşmamak kaydıyla bağış yaparak, belgelendirdikleri için onlara makbuz düzenlenip verilmektedir. Vakıf üniversiteleri gerçek kişi olmadıkları için gelir vergisi mükellefi değildirler (<https://www.mevzuat.gov.tr>).

Burada dikkat edilmesi gereken nokta, yapılacak bağış ve yardımın vakfın kendisine mi yoksa vakfın kurduğu üniversiteye mi yapılacağıdır. Eğer bağış ve yardım vakfın kendisine yapılıyorsa Kurumlar Vergisi Kanunu’nun 10/1-c maddesi uyarınca indirim konusu olacak bu bağış ve yardım tutarı, bağışı yapan kurumun kazancının %5 ile sınırlandırılmıştır. Ancak vakfın bünyesinde olan üniversitelere yapılacak bağış ve yardımlarda böyle bir sınırlama olmamakla birlikte tamamı matrahın tespitinde indirim konusu yapılabilecektir (Temiz, 2014:23).

GVK Madde 94/1 Göre; “Kamu idare ve müesseseleri, iktisadî kamu müesseseleri, sair kurumlar, ticaret şirketleri, iş ortaklıkları, dernekler, vakıflar, dernek ve vakıfların iktisadî işletmeleri, kooperatifler, yatırım fonu yönetenler, gerçek gelirlerini beyan etmeye mecbur olan ticaret ve serbest meslek erbabı, zirai kazançlarını bilanço veya zirai işletme hesabı esasına göre tespit eden çiftçiler aşağıdaki bentlerde sayılan ödemeleri nakden veya hesaben yaptıkları sırada, istihkak sahiplerinin gelir vergilerine mahsuben tevkifat yapmaya mecburdurlar.

Kamu kurumları, iktisadi kamu kurumları da GVK Madde 94/1 sayılan diğer kurumlar gibi, gerçek gelirlerini beyan etmek zorunda kalan ticaret ve serbest meslek çalışanlarını, zirai kazançlarını gibi nakden veya hesaben yapılan istihkaklardan, gelir vergisi mahsubu yapmak zorundadırlar. Vakıf Üniversitelerinde çalışan Hizmet erbabına ödenen ücretlerden yapılan istihkaklar için de Gelir Vergisi kesintisi yapmak zorundadır.

KATMA DEĞER VERGİSİ KANUNU AÇISINDAN

Katma Değer Vergisi Kanunu “Türkiye’de yapılan aşağıdaki işlemler katma değer vergisine tabidir, Ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler, Her türlü mal ve hizmet ithalatı, ve Diğer faaliyetlerden doğan teslim ve hizmetler” ile “Genel ve katma bütçeli idarelere, il özel idarelerine, belediyeler ve köyler ile bunların teşkil ettikleri birliklere, üniversitelere, dernek ve vakıflara, her türlü mesleki kuruluşlara ait veya tabi olan veyahut bunlar tarafından kurulan veya işletilen müesseseler ile döner sermayeli kuruluşların veya bunlara ait veya tabi diğer müesseselerin ticari, sınai, zirai ve mesleki nitelikteki teslim ve hizmetleri şeklinde” katma değer vergisine tabi oldukları düzenlenmiştir.

KDV Kanunu Madde 17 göre, “Genel ve katma bütçeli daireler, il özel idareleri, belediyeler, köyler, bunların teşkil ettikleri birlikler, üniversiteler, döner sermayeli kuruluşlar, kanunla ve Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle kurulan kamu kurum ve kuruluşları, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, siyasi partiler ve sendikalar, kanunla kurulan veya tüzelkişiliği haiz emekli ve yardım sandıkları, kamu menfaatine yararlı dernekler, tarımsal amaçlı kooperatifler ve Cumhurbaşkanınca vergi muafiyeti tanınan vakıfların”

a) İlim, fen ve güzel sanatları, tarımı yaymak, islah ve teşvik etmek amacıyla yaptıkları teslim ve hizmetleri,

b) Tiyatro, konser salonu, kütüphane, sergi, okuma ve konferans salonları ile spor tesisleri işletmek veya yönetmek suretiyle ifa ettikleri kültür ve eğitim faaliyetlerine ilişkin teslim ve hizmetleri, istisna kapsamındadır.

3065 Sayılı KDV Kanununun 19 uncu maddesinde ise, “Diğer kanunlardaki vergi muafılık ve istisna hükümleri bu vergi bakımından geçersizdir. Katma değer vergisine ilişkin istisna ve muafiyetler ancak bu Kanuna hüküm eklenmek veya bu Kanunda değişiklik yapılmak suretiyle düzenlenir ve Uluslararası anlaşma hükümleri saklıdır” denildiği için diğer kanunlarda faydalanılan istisna ve muafiyetlerin, KDV Kanunu’nda ayrıca yazılmadığı için diğer kanunlardaki istisna ve muafiyetler, burada geçersiz olmaktadır, istisna ve muafiyetlerden faydalanmak için kanunda değişiklik yapılarak, açıkça yer alması gerekmektedir.

DAMGA VERGİSİ AÇISINDAN

488 Sayılı Damga Vergisi Kanunu’na göre; “Vergiye tabi kağıtlar mahiyetinde bulunan veya onların yerini alan mektup ve şerhlerle, bu kağıtların hükümlerinin yenilenmesine, uzatılmasına, değiştirilmesine devrine veya bozulmasına ilişkin mektup ve şerhler de Damga Vergisine tabidir” ve “Resmi dairelerle kişiler arasındaki işlemlere ait kağıtların Damga Vergisini kişiler öder” denilmektedir.

Vakıf üniversitelerine, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu göre; genel bütçeye dâhil kamu kurum ve kuruluşlarına tanınan kolaylıkların hepsinin, vakıf üniversitelerine de tanınması gerekmektedir. Buradan hareketle, “vakıf üniversiteleri ile kişiler arasında düzenlenen sözleşmelerin damga vergisi kişiler tarafından ödenecek olup vakıf üniversitelerinin resmi dairelerle düzenleyecekleri sözleşmeler ise damga vergisinden istisna olacaktır” (Temiz, 2014:24).

HARÇLAR KANUNU AÇISINDAN

92 sayılı Harçlar Kanunu’na göre “Noter işlemlerinden bu Kanuna bağlı (2) sayılı tarifede yazılı olanlarının noter harçlarına tabi olacağı hüküm altına alınmış; 59/a maddesinde ise, genel ve katma bütçeli dairelerle, il özel idareleri, belediyeler ve köylerin iktisap edecekleri gayrimenkullerin ve sair aynı hakların tescili, şerhi gerektiren işlemleri ve bunların terkinlerinin harçtan müstesna tutulacağı” hükme bağlanmıştır (<https://www.nevzaterdag.com>).

EMLAK VERGİSİ

Emlak Vergisi Kanunu’nun “Özel bütçeli idarelere (Mazbut vakıflar dahil), il özel idarelerine, belediyelere, köy tüzel kişiliğine, kanunla kurulan üniversitelere ve Devlete ait binalar; kurulan üniversitelere ait bina ve arazilerin emlak vergisinden muaf olduğu belirtilmektedir” Ayrıca, yine

Damga Vergisi Kanunu Madde 14 göre, “Özel bütçeli idarelere, il özel idarelerine, belediyelere ve köy tüzel kişiliğine, kanunla kurulan üniversitelerin muaf oldukları belirtilmektedir.

Aynı şekilde, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununun ek 7. Maddesinde de vakıflarca kurulacak yükseköğretim kurumlarının emlak vergisinden muaf tutulduğu belirtilmiştir. Vakıf üniversiteleri, kendilerine ait bina ve araziler açısından emlak vergisinden daimi olarak muaf tutulmaktadır.

VERASET ve İNTİKAL VERGİSİ AÇISINDAN

7338 sayılı Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu’na göre; “Türkiye Cumhuriyeti tabiiyetinde bulunan şahıslara ait mallar ile Türkiye’de bulunan malların veraset tarihiyle veya herhangi bir suretle olursa olsun ivazsız bir tarzda bir şahıstan diğer şahsa intikali Veraset ve İntikal Vergisine tabidir. Bu vergi, Türk tabiiyetinde bulunan şahısların ecnebi memleketlerde aynı yollardan iktisap edecekleri mallara da şamildir. Türkiye Cumhuriyeti tabiiyetindeki bir şahsın Türkiye hudutları dışında bulunan malını veraset tarihiyle veya sair suretle ivazsız bir tarzda iktisap eden ve Türkiye’de ikametgahı olmayan ecnebi şahıs bu vergi ile mükellef tutulma” şeklinde hükme bağlanmıştır.

2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu 56. Maddesine göre; “Üniversite ve teknoloji Enstitülerine sağlanan” genel bütçeye dahil kamu, kurum ve kuruluşlarına sağlanan muafiyet, istisna ve kolaylıklardan faydalanması hükmüne göre, veraset ve intikal vergisinden de muaf olmaktadır.

MOTORLU TAŞITLAR VERGİSİ

197 sayılı Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanun’un 4/a maddesinde “Genel ve özel bütçeli idareler, sosyal güvenlik kurumları ile il özel idareleri, belediyeler, köy tüzel kişilikleri ile bunların üyesi oldukları mahalli idare birlikleri ve Türkiye Kızılay Derneği adına kayıt ve tescil edilen taşıtlar (bu idarelere bağlı olup, ayrı tüzel kişiliği olan işletmeler ile özel kanunlarında malları Devlet malı sayılmış olan kuruluşların taşıtları hariç),” denilerek, vakıflarca kurulan üniversiteler adına tescil edilmiş olan taşıtların motorlu taşıtlar vergisinden muaf olduğu belirtilmektedir.

BELEDİYELERE ÖDENEN VERGİLER

2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu kapsamında olan çevre temizlik vergisi ve bina inşaat harcından, “Genel ve katma bütçeli idareler ile il özel idarelerinin, belediyelerin, köylerin ve bunların kuracakları birliklerin ve Posta - Telgraf - Telefon ve T.C. Devlet Demiryolları İşletmelerinin yapacakları her türlü ilan ve reklamlar” denilerek vakıf üniversitelerinin de muaf tutulduğu belirtilmektedir.

SONUÇ

İlk kez 1984’de Türk Yükseköğretimine giren, artan sayıları ve büyüyen öğrenci kapasiteleriyle vakıf üniversiteleri özellikle son yıllarda hızla artarak yükseköğretimdeki yerlerini almışlardır. Türkiye’de ilk defa 1981 Anayasası’nın 130. maddesindeki düzenlemeler ile devlet üniversitesinin dışında vakıf üniversitelerinin kurulmasına izin verilmiştir. İlk vakıf üniversitesi 1984 yılında kurulan ve 1986-1987 yıllarında eğitime başlayan Bilkent Üniversitesi olmuştur.

Vakıflar Kurumlar Vergisi Kanunu ve 1 no lu Seri Kurumlar Vergisi Genel Tebliğine göre; Kurumlar Vergisi konusu dışında kalmaktadırlar. Ancak, bunlara ait iktisadi işletmeleri ise, Kurumlar Vergisi mükellefi olmaktadır. 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanununun 56. maddesinin (b) fıkrasında; “üniversitelerin ve yüksek teknoloji enstitülerinin genel bütçeye dahil kamu kurum ve kuruluşlarına tanınan mali muafiyetler, istisnalar ve diğer mali kolaylıklardan aynen yararlanacağı”, Ek Madde 7’de ise; “vakıflarca kurulacak yüksek öğretim kurumlarının, bu Kanun’un 56. maddesinde yer alan mali kolaylıklardan, muafiyetlerden ve istisnalardan aynen istifade edeceği” hüküm altına alınmıştır. Gelir vergisi kanunu açısından Vakıf üniversiteleri gerçek kişi olmadıkları için gelir vergisi mükellefi değildir. Katma Değer Kanunu açısından üniversitelere, dernek ve vakıflara, her türlü mesleki kuruluşlara ait veya tabi olan veyahut bunlar tarafından kurulan veya işletilen müesseseler ile döner sermayeli kuruluşların veya bunlara ait veya tabi diğer müesseselerin ticari, sınai, zirai ve mesleki nitelikteki teslim ve hizmetleri katma değer vergisine tabi oldukları belirtilmiştir.

2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu 56. Maddesine göre; Üniversite ve teknoloji Enstitülerine sağlanan” genel bütçeye dahil kamu, kurum ve kuruluşlarına sağlanan muafiyet, istisna ve kolaylıklardan faydalanması hükmüne göre, veraset ve intikal vergisinden de muaf olmaktadır.

2547 sayılı Yükseköğretim Kanununun ek 7. Maddesinde de vakıflarca kurulacak yükseköğretim kurumlarının emlak vergisinden muaf tutulduğu belirtilmiştir. Vakıf üniversiteleri, kendilerine ait bina ve araziler açısından emlak vergisinden daimi olarak muaf tutulmaktadır.

Motorlu Taşıtlar Vergisi açısından vakıflarca kurulan üniversiteler adına tescil edilmiş olan taşıtların motorlu taşıtlar vergisinden muaf olduğu belirtilmektedir. 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu kapsamında olan çevre temizlik vergisi ve bina inşaat harcından vakıf üniversitelerinin de muaf tutulduğu belirtilmektedir.

Genel olarak vakıf üniversitelerinin vergi kanunları karşısındaki durumuna baktığımızda vergisel açıdan avantajlara sahip oldukları görülmektedir. Fakat öğrencilerin ödediği KDV açısından bakıldığında vakıf üniversite öğrencilerinin ödeyecekleri öğrenim tutarlarındaki %8 olan KDV oranının %1 e çekilmesi veya da tamamen %0 a indirilmesi vakıf üniversite öğrencileri açısından daha avantajlı olacaktır.

KAYNAKÇA

Ayaydın, S. (2019). Türkiye’de Vakıflar ve Amaçları <https://www.makaleler.com/turkiyedeki-vakiflar-ve-amaclari> ErişimTarihi:10.12.2019]

Resmi Gazete Tarihi: 03.04.2007 Resmi Gazete Sayısı: 26482 Kurumlar Vergisi Genel Tebliği https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/Tebliğler/5520/5520_genteb1_tumguncel.pdf [ErişimTarihi:10.01.2020]

Tarihte Vakıflar <https://www.vgm.gov.tr/kurumsal/tarihce/tarihte-vakiflar> ErişimTarihi:10.02.2019]

<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.4.193.pdf> [ErişimTarihi:10.01.2020]

Temiz, E. (2014). *Vakıf Üniversitelerinde Finansal Raporlama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

VakıfYükseköğretimKurumlarıYönetmeliği<https://ticaret.edu.tr/tr/Sayfa/Universitemiz/Mevzuat/YOKMevzuati> [ErişimTarihi:10.12.2019]

Vakıf Üniversitelerinde Vergi Durumu <https://www.nevzaterdag.com/vakif-universitelerinde-vergi-durumu/> [Erişim Tarihi: 15.01.2020]



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(5): 362-382.

DOI:10.26677/TR1010.2020.422

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Ulusal Egemenlik Kavramının Geleceğine İlişkin Bir Değerlendirme

Dr. Öğr. Üyesi Ergin ULUSOY, Kayseri Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kayseri, e-posta: erginulusoy@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0145-7729>

Öz

İnsan uzlaşma ve düzen ihtiyacının bir gereği olarak toplumsallaşmıştır. Devlet ise uzlaşma ve düzeni üstün bir güç olarak garanti altına alan aygıt olarak belirmiştir. Devlet bu nedenle sözleşmecî teoriler çerçevesinde ele alındığında zorunlu olarak usaldır. Böylece insan, toplumsallaşma süreci içerisinde yöneten-yöneten ilişkilerince içersenmiştir. Devlet yetkinin kendisinde temerküz ettiği bir yapıdır. Bu haliyle hak etme isteği duyan her kişi ya da kesimin de ele geçirmeye çalıştığı bir şey olmuştur. Devletin bu yönetme yetkisini nereye dayandığı, nasıl meşrulaştırdığı egemenliğin gücünü ve sürdürülebilirliğini belirlemektedir. Ulusal egemenlik bu noktada ulusla kurduğu ilişki üzerinden anlamlandırılmaktadır. Ulusal egemenlik bu noktada ulusla kurduğu ilişki üzerinden anlamlandırılmaktadır. Egemenlik günümüzde anlayışı altyapıyla etkileşimi dolayısıyla bir dizi değişiklik geçirmekte ve insan hakları ve özgürlükleri temelinde dönüşmektedir. Ulus devleti var eden koşullar değişmekte küresel konsensüsler oluşmakta, iktisadi unsurlar dünya toplumlarını aynılaştırmaktadır. Bu durum, üzerinde uzlaşılacak hukuki ve ahlaki çerçevenin insan hakları olarak belirginleşmesine yol açmaktadır. Yazı bu çerçevede ulusal egemenliğin geleceğine değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Egemenlik, Ulus, Devlet, Küreselleşme, Ulus-Aşırılışma, İnsan Hakları.

Makale Gönderme Tarihi: 24.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 06.05.2020

Önerilen Atıf:

Ulusoy, E. (2020). Ulusal Egemenlik Kavramının Geleceğine İlişkin Bir Değerlendirme, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5): 362-382.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



CONCEPTUAL PAPER

An Evaluation of the Future of the Concept of National Sovereignty

Assistant Prof. Dr. Ergin ULUSOY, Kayseri Nuh Naci Yazgan University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Kayseri, e-mail: erginulusoy@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0145-7729>

Abstract

Human has socialized as a requirement of reconciliation and order. The state, on the other hand, appeared as a device that guarantees compromise and order as a superior power. The state is therefore necessarily rational. Thus, the human included in the socialization process by the ruler-ruled relations. State is a structure that the authority has centralized in itself. In this way, it has been something that every person or group who desires to deserve try to take over. Where the state bases its authority to govern and how it legitimates determines the power and sustainability of its sovereignty. At this point, national sovereignty is made sense through its relationship with the nation. Today, sovereignty undergoes a series of changes due to its interaction with the infrastructure and transforms on the basis of human rights and freedoms. The conditions that make up the nation state are changing, global consensus is forming, and economic factors make the world societies uniquely. This situation causes the legal and moral framework to be agreed upon to become clear as human rights. The article evaluates the future of national sovereignty in this framework.

Keywords: Sovereignty, Nation, State, Globalization, Post-Nationalizm, Human Rights.

Received: 24.02.2020

Accepted: 06.05.2020

Suggested Citation:

Ulusoy, E. (2020). An Evaluation of the Future of the Concept of National Sovereignty, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(5): 362-382.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

İnsanlar doğa koşulları içerisinde tek başlarına son derece zayıf ve savunmasızdır. Tek başına olduğunda akli dahi insanın hayatta kalmasını sağlayamaz. Fakat yine o akıl insanda pek çok canlıdakinden daha güçlü olan hayatta kalma içgüdüleriyle bulduğunda insan rasyonel davranmaya ve doğanın dışına çıkmaya başlar. Toplumun ortaya çıkışı bu noktada önemli adımdır. İnsanlar güvenlik ve konfor arayışından dolayı bir uzlaşma ve işbirliği biçimi olarak toplumu meydana getirmişlerdir. Toplumun ortaya çıkması öncelikle bir düzen ihtiyacını da beraberinde getirmiş ve böylece hiyerarşi, otorite, iktidar kavramları oluşmaya başlamıştır. Yine hem bu kavramları meşrulaştırmak hem de beslemek ve toplumsal düzene işlerlik kazandırmak için ahlak, töre ve din gibi olgular geliştirilmiştir. Toplumun katmanlaşması ve normlar ve uzlaşılar temelinde belirginleşmesiyle birlikte işbölümü de yapılaşmıştır. Böylece işbölümünün yapısal hale gelmesiyle önce uzmanlaşma ve devamında da meslekler ortaya çıkartmıştır. İnsanın toplumsallaşma süreci içerisinde tarihi ve kültürü bu şekilde oluşmuştur.

Elbette toplumun birtakım normlar ve işbölümüne dayalı olarak katmanlaşmasıyla ortaya çıkan hiyerarşi, otorite ve iktidar zaman içerisinde yapısal bir nitelik kazanmış, toplumsal dinamiklerin bazı kişi ve grupları daha avantajlı konuma getirmesiyle birlikte bu kişiler ve bu kişilerin oluşturduğu yapılarca kontrol altına alınmıştır. Böylece toplumsal yapıda yöneten-yönetilen ilişkileri gelişmiştir. Bu egemenliğin ilk belirlediği noktayı işaretlemektedir. Ancak bununla birlikte egemenlik her zaman bir unsura dayalı olarak açıklanıp anlamlandırılmasına karşın gerçekte hiçbir zaman tek bir kaynaktan beslenmemiş, kendisini toplumsal yapıyı ayakta tutan dinamiklerle desteklemiş, çeşitli basınç noktalarıyla etkileşim içerisinde olmuştur. Devlet toplumun güvenlik ve mutluluk ihtiyaçlarından doğan ussal bir birlikteliktir. Bu nedenle de ne olursa olsun temel toplumsal talepleri ve beklentileri karşılamak durumundadır. Aksi halde egemenlik her neye dayandırılırsa dayandırılınsın, ne şekilde açıklanırsa açıklansın katılığı ve sürekliliği garanti olmayacaktır. Egemenliği devlet formuyla ayakta tutan ve sürdürülebilir kılan öncelikle içinde yaşanan çağın iktisadi yapısıdır. Zira devleti bir zorunluluk olarak ortaya çıkaran toplumsal ilişkiler güvenlik ve mutluluk arayışından doğarlar. Dolayısıyla egemenliği dünü, bugünü ve yarını ekseninde açıklayabilmek ve öngöründe bulunmak için onu iktisadi değişim ve dönüşümlerin toplumsal ve siyasal yapıda meydana getirdiği değişimlerle birlikte yorumlamak gerekmektedir. Bu bakış açısı elbette sosyal bilimlerde devleti açıklamaya yönelik bakış açılarından sadece biridir ve mutlak olarak sosyal bilimlerin alanını tümünü kuşatmış değildir. Ancak post-modern bir, göreceli bir sosyal bilim yerine fen bilimleri ve pozitif bilimlere yaslanmaya çalışan bu araştırmaya göre, üstyapıya ilişkin yapılar somut gerçekliklerden doğmak durumundadır. Zira zihinsel pratikler fiziksel bir dünyanın akıl ile baskın etmen olarak etkileşime girmesi sonucu oluşurlar. Yani dünyayı algılamak noktasında zihinsel potansiyel önemli olmakla birlikte o algılama potansiyelinin nesnesi olan zihin de dahil tüm fiziksel varoluş evrenin yasalarla açıklanmış güçleri ve ilişkilerinin bir sonucu olmak durumundadır. Başka bir ifadeyle zihin bir algı ve yorum potansiyeli olarak açılırken, o algı ve yorumun gerçekleşeceği zaman ve uzamı belirleyen fiziksel koşullar her türlü varoluşun çerçevesini çizmektedir. Yazı işte bu belirlenimci ve maddeci bağlamda düşünülmüş ve altyapı-üstyapı ikiliği içerisinde ele alınmaya çalışılmıştır.

Bu doğrultuda yazıda iktisadi altyapının -değişmesine paralel biçimde değişen ve dönüşen-siyaset ile arasındaki ilişkiden yola çıkarak egemenliği yorumlamakta ve geleceğe ilişkin bir çıkarımda bulunmaktadır. Öngöründe bulunabilmek modernizm açısından hayati derecede önemlidir. Zira modernizm anı değil geleceği biçimlendirmek ve insanı o büyük kurtuluşa eriştirmek iddiasındadır. Bu nedenle normlara, hesaplamaya, planlamaya, öngörülebilirliğe, organizasyonlara büyük bir vurgu yapar. Zira insan doğa ile bir mücadele halindedir ve onu dizginlemesi ile birlikte kaderine sahip çıkabilecektir. Nitekim bilim ve akıl aracılığıyla doğa

nihayet kontrol altına alınmış ve gelecek inşa edilebilir hale gelmiş; tanrı ölmüştür. Bu nedenle öngörülebilir bulunabilmek medenileşme süreci olarak ifade edebileceğimiz insanın hayal gücü ve üretim aracılığıyla doğadan yabancılaşması sürecinin önemli unsurları arasında yer almaktadır. İnsana öngörülebilirliği kazandıran şey bu noktada yaşamı neden-sonuç ilişkileri içerisinde değerlendirebilmektir. Çalışma işte bu perspektifte egemenliğin neden-sonuç ilişkilerine ve altyapı-üstyapı düalizmine dayanan tarihsel bir okumasına dayanmaktadır.

EGEMENLİK DÖNÜŞÜYOR: GÖKLERDEN DÜŞEN KILIÇ

Tarihsel süreç üzerinden bir okuma yapıldığında milli egemenlik kavramının, egemenlik kavramından tevarüs ettiği görülmektedir. Bu nedenle milli egemenliğin doğasını anlamak ve geleceğine yönelik bir çıkarımda bulunabilmek için öncelikle egemenlik kavramının içeriği ile onun ortaya çıkmasına zemin hazırlayan iktisadi ve toplumsal koşulları açıklayabilmek gerekir. Egemenlik kavramı, bugünkü kapsamıyla, Orta Çağ'ın sonlarında krallıklar, Kilise ve feodalite arasındaki güç mücadelelerinden doğmuştur. Vatikan, Roma İmparatorluğu'nun dağılmasıyla birlikte diğer kiliseleri elimine ederek kendinde birleştiren ve feodal beylere biat etmeleri karşılığı ihtiyaç duydukları itiraz edilemez meşruiyeti kazandıran hatta onları kardinallik vasfıyla kuşandıran (Papa feodal beylerin en üstünü konumundadır) merkezi, biricik ve üstün egemen konumuna ulaşmıştır. Ancak neredeyse bin yıl boyunca egemen güç olarak kendini kabul ettiren Kilise'nin hâkimiyeti Orta Çağ'ın sonlarına doğru sarsılmaya başlamıştır. XXII. ve XIII. yüzyıllar boyunca Paranın imparatorlara etki edebilecek bir güç olduğunun ortaya çıktığı dönemdir. Ticaret burjuvazisinin laik karakteri, attığı her adımda kilisenin toplumsal baskısı ve dinsel yasalarını geriletmektedir. Bu sıralarda en çok tüccar sınıf gelişmiştir. Senyör-burjuva barışının yerine, yönetimin ele geçirilmesi kavgası başlamıştır. Halk laik ticareti erbabının yaşam tarzını izlemekte ve hızla soylu ve kilise karşıtı bir tutum takınmaktadır. Kapitali ellerine geçirenler kafa tutmaya başlamasına karşın 1400'lü yıllarda bile hala feodaller yönetimi ve devlet erkini bir güç olarak ellerinde bulundurmaktadır. Ancak değişim başlamıştır ve toprak, feodalizmin ayaklarının altından kaynamaya başlamıştır (Karakuş, 2011:356-401).

14. yüzyıl sonu 15. yüzyıl başı gibi bir dönemde iktidar ve otorite üzerinden Kilise ile dünyevi iktidarlarının çekişmesi söz konusudur. Bu çekişmenin; burjuvazi gibi yeni toplumsal sınıfların ortaya çıkması, sermayenin sınırsız artırımını öngören bir iktisadi düzenin yavaş yavaş feodal ekonominin yerini alması gibi harici gelişmeler ışığında nihayete erdiği söylenebilir. Esasında olan Batı'da devlet düzeninin, toplumsal yapının kapitalizme uygun düşecek biçimde kabuk değiştirmesi hadisesidir. 16. yüzyıla gelindiğinde devlet dediğimiz yapı bugün anladığımız manada modern devlet olmaya doğru evrilmiş ve hüküm sürdüğü topraklarda merkezin iktidarına ortak olacak unsurları da ortadan kaldırmaya başlamıştır (Aybudak, 2017:226-237). Böylece egemenlik, kralların ülke üzerindeki otoritelerini mutlaklaştırmak ve iktidarlarını yaymak istemeleri, Kilise'nin otoritenin gerçek kaynağı olarak kendisini işaret etmesi ve yetkilerini paylaşmaya yanaşmaması, feodal beyliklerin ise özerkliklerini ve haklarını koruyup geliştirmek ve vergi yüklerinden kurtulmak amacıyla koşullara göre adım attıkları girift bir mücadelenin büyük ödülü haline gelmiştir.

Rönesans ve Reform'un süreç içerisinde tüm Avrupa'yı sarması, kıtanın kaderini değiştirmiştir. Osmanlı Padişahı Fatih'in İstanbul'u fethetmesi sonrası İpek ve Baharat yolları ile Akdeniz ve Akdeniz'e açılan Karadeniz bağlantısının kontrolünün tamamen Osmanlılara geçmesi, Avrupa'nın ticari ve iktisadi faaliyetlerini zayıflatmış; Avrupa'nın fakat özellikle de Avrupa'yı avucunda tutan Kilise'nin yaşam olanaklarını ve güç kaynaklarını Osmanlı'nın denetimine sokmuştur. Bu gelişme üzerine tüccarlar alternatif yollar arama gayretine girişmişlerdir. Gayretlerin bir bölümü cesur denizcilerin bilinmedik diyarları keşfetmek için yelken açması,

diğer bölümü ise gerek bu deniz seferlerini kolaylaştıracak gerekse de üretimi daha kolay, hızlı ve ucuz hale getirecek yeni icatlara duyulan ihtiyaçtır. Böylece teknik ve bilim, üretim ve ticaretle buluşmaya başlamış ve sonunda Avrupalılar Ümit Burnu'nu aşmış, Yeni Kıta'yı keşfetmiş, yepyeni hammadde kaynakları, yeni ticaret yolları ve pazarlar elde etmiştir. Avrupa'da yaşanan düşünsel ve teknik gelişmeler, coğrafi keşiflerden kaynaklanan maddi olanaklar ve fırsatlarla buluşunca Avrupa yayından çıkmış bir ok gibi ileri fırlamıştır. Böylece zorunluluklar bir dizi yeniliğe ve bu yenilikler de iktisadi yapının değişmesine yol açmış, iktisadi yapı ve ilişkiler ise kendisinden doğan üstyapıyı dönüştürmüştür.

Modernizm, kendisini merkezileşme eğilimlerinin güçlenmesi, bilimin üretimdeki rekabet dolayısıyla yayılması, dünyevileşmeyle birlikte Platonik felsefenin çätirdaması ve insanın artık tüm anlam ve arayışlarının merkezine kendisini koymaya başlamasıyla hissettirmiştir. Modernizm bu anlamda dünyanın büyüünün bozulması, gözlerdeki perdenin inmesi ve dolayısıyla büyük ve yoğun sekülerleşmenin yaşanması, başta Kilise olmak üzere metafizik tezlere dayanan iktidar odaklarının gerilemesi demektir. Bu nedenle taşrayı denetim altına alarak tüm ülkede kontrolü sağlamak, otoritesini ve iktidarını ülke içinde sağlamlaştırmak ve Kilise baskısından kurtulmak isteyen krallıklar burjuvazi ile yan yana gelmiştir. Krallıklar amaçları doğrultusunda öncelikle merkezi, sürekli ve güçlü bir orduya akabinde iyi işleyen ve tahsilat yapabilen bir maliye teşkilatına ihtiyaç duymuşlardır. Ordu egemenin elindeki kılıcı, maliye teşkilatı ise diğer elindeki asayı temsil etmektedir. Bu noktada maliye teşkilatı özellikle önemlidir. Zira maliye teşkilatı halkı ister aristokrat olsun ister avam, kralın bir uyruğu haline getiren ve onun iktidarına tabi kılan kurumsal açıdan devletin oluşabilmesi için zorunlu bir yapılanmadır.

Kralların devleti kendi kişiliklerinde çözüdürmesi, teşkilatlanmalarını tamamlayabilmeleri için gerek duyulan düzenli, merkezi, güçlü ve eğitimli bir ordunun ortaya çıkabilmesi için önemli bir eksik bulunmaktadır: Para. Finans gücü olmadan krallar feodaliteye ve Kilise'ye karşı konumlarındaki ve işlevlerindeki aşınmayı önleyememiş ve güçleri günden güne gerilemiştir. Burjuvazi işte bu noktada sahneye çıkmıştır. Burjuvazinin bu oyun içerisinde iki türlü etkisi olmuştur. Birinci etkileri krallara bazı pazarlıklardan sonra verdikleri maddi ve teknik destek sonucu, ikincisi ise üretim kapasitelerindeki artışa paralel kırdan kente göçün hızlanmasına neden olmaları sonucudur. İlki söz konusu olduğunda burjuvazinin istekleri gayet açıktır. Statülerinde artış, siyasal haklar ve ticareti çekilmez hale getiren ülke içi kural ve norm farklılıkları ile güvenlik sorunlarının sözlerine itimat eden bir egemen ve merkezileşmeyle ortadan kaldırılması. Zira en nihayetinde üretim ve ticaret burjuvaziye güçlü kılan şeydir ve karlı olduğu sürece yapılabilir. Krallar açısından da egemenliğini tanıyan ve destekleyen burjuvazinin varlığı önemlidir. Bu nedenle, süreç içerisinde, doğal bir uzlaşmaya varılabilmektedir. İkinci unsur ise daha temel ve daha sarsıcı etkiler doğurmuştur.

Coğrafi keşifler ve bilimin üretime dönük rekabeti beslemesiyle birlikte üretim yöntemleri ve üretim miktarındaki artış ile gelişen ticaretin kentlerin büyümesine ve zenginleşmesine yol açması, karın tokluğuna yarı esir olarak çalışan serflerin bağlı oldukları topraklardan kentlere kaçmalarına yol açmış; kentlerde emek karşılığı ücret yani "ne kadar çalışırsan o kadar para" sistemine eklemelenmeye başlamalarını sağlamıştır. Piyasada düzen ve işleyiş kendiliğinden belirlenmektedir ve herkes emeği ölçüsünde kazanmaktadır. Serfler açısından içinden kopup geldikleri esaret düzeni düşünülüğünde oldukça adil bir düzendir bu. Dolayısıyla kırdan kente göç hız ve yoğunluk kazanmıştır. Böylece modernizmin önemli bir belirtisi olan kırdan kente göç, serflerin emeği üzerinde yükselen aristokrasinin sarsılmasına ve nihayet belirleyici bir iktidar zümresi olmaktan çıkmasına neden olmuştur. Üstelik burjuvazinin desteklediği entelektüeller ve kanaat önderleri de kilisenin ve feodalitenin aşkını tezlerine karşı kendi felsefi ve siyasal

argümanlarını üretmeye başlamıştır. Böylece Hristiyan dünya görüşü karşısında liberalizm bir ilke, bir hayata bakış olarak doğmaya başlamıştır.

Öncelikle Britanya'da bilhassa da Rönesans'ın ve veba salgınının sonrasına denk gelen dönemde kırsal nüfusla birlikte kent nüfusu da kırıma uğramış ve böylece işgücünün fiyatı yükselmiştir. Tarımsal üretim ile mamul mallar arasındaki rekabette fiyatlar tarım ürünleri aleyhine bozulmuş, Britanya'nın dört bir yanında ücretli emek talep eden köylüler, köylü isyanlarını başlatmış; feodal düzen yavaş yavaş çözülmeye başlamıştır. İlerleyen süreçte sermaye sahibi olan burjuvazi toprak sahipleri karşısındaki alıcı rolünü toprakları da ele geçirerek dönüştürmüştür. Toprak sahiplerinin önemli bir bölümü yaşanan bu süreçte mülk sahibi sıfatını yitirmiştir.

"Serfliğin temel işlevi, lordun topraklarının işletilmesi için işgücü sağlamaktır. Ancak kısmen yeni aristokratların geleneksel alışkanlıklardan yoksun oluşuna, kısmen de köylü ayaklanmalarına bağlı olarak, XV. yüzyıldan başlayarak İngiliz kırsalında bu ilişki çözüldü ve XVI. yüzyıla varıldığında İngiltere'de tarım sadece yasal çerçevesi ve dışsal görünümü itibariyle feodaldı. Serflik yasal bir ilişki olarak varlığını sürdürse de ekonomik bir ilişki olarak hemen hemen ortadan kalkmıştı. Angaryanın, emek hizmetlerinin yerini neredeyse bütünüyle parasal olarak ödenen kira almıştı. Bu ise, üretimdeki sorumluluğun "köylü dünyasının elitinin" eline geçmesi anlamına geliyordu. Zamanla kiracı çiftçi, sadece toprağın kirasını ödeyen ve sermayesini kendisi sağlayabilen bir konuma gelebilmişti. Bu noktada ise, artık kendi topraklarını satın almasının önünde, toprak kıtlığının dışında, hiçbir engel kalmaz. Bu şekilde bağımsızlaşmış, soylu olmayan köylü sınıfı, 300 yıl içinde giderek İngiliz toplumunun belkemiğini oluşturacak toprak sahibi bir sınıf oluşturdu. XVI. yüzyılda İngiliz Kilisesi'nin Katolik Kilise'den kopmasına ve elindeki toprakların devletleştirilmesine yol açan reform hareketinin berisindeki en önemli dinamiklerden biri, *gentry* (eşraf) diye anılan bu yeni sınıfın toprak ihtiyacı idi" (Sosyalizm ve Toplumsal Mücadeleler Ansiklopedisi, 1989:151, 152).

Öte yandan XIV. yüzyılın sonlarından itibaren Tudor Hanedanı'nın, toprak zengini aristokrasiyi karşısına alarak sindirmesi de Lorda bağlılığını yitiren senyörlerden aldığı destek kadar, burjuvaziden aldığı desteğe de bağlı olmuştur. Bu anlamda burjuvazi, Avrupa'da artan tekstil talebini karşılamayı başararak ciddi bir sermaye birikimi yapmış ve yıldızı sönen ve güç kaybeden aristokrasinin aksine hem mali hem de siyasi açıdan önemli hale gelerek yapılacak reformlara destek olmuştur. Bu Britanya'daki toplumsal ve ekonomik düzenin kapitalist üretim-tüketim ilişkilerine göre yeniden düzenlediğinin açık bir görünümüdür (Aktoprak, 2010:91-96). Nitekim en nihayet köylülerin komünist bir ruh geliştirmiş olan püriten demokratik taleplerini bir fırsat olarak görüp arkasına alan burjuvazi aristokrasiyi ve halkın yeniden düzenlenmesini talep ettiği Kilise'yi karşısına alarak mücadele etmiş; iç savaşa dönüşen mücadele Cromwell önderliğindeki burjuvazinin zaferiyle sonuçlanmış ve aristokrasinin mülk sahipliğine dayanan oy hakkı teklifi reddedilerek Britanya demokrasisinin temelini teşkil eden herkese oy hakkı gündeme gelebilmiştir. Kısacası siyasal ve toplumsal düzene geçiş çerçevesinde Britanya'daki köklü meclis ve demokrasi geleneği sanılanın aksine muntazam işleyen bir muhafazakâr düzene değil tam aksine -sınıflı topluma dayanan bir demokrasi anlamında- Rönesans ve veba salgınının devrimsel sonuçlar doğuran etkilerine dayanmaktadır.

Britanya'da ortaya çıkan durum Fransa'da da etkili olmuştur. Özellikle 1700'lü yıllardan itibaren burjuvazinin palazlanmasıyla birlikte etkisi de artmaya başlamıştır. XIV. Lui'nin savaşlar nedeniyle yıpratıldığı maliyenin üzerine bir de Amerikan Devrimine giden süreçte yapılan mali yarınlar eklenince Kral birinci ve ikinci tabakaları da kapsayan ağır vergi yükleri getirmeyi planlamış ancak aristokrasi ile burjuvazinin ortak tepki göstermesi kralı 175 yıl sonra *Etats-Généraux*'u tekrar toplanmaya çağırarak zorunda bırakmıştır. Bu noktadan itibaren tarım gelirlerinin ticaret ve üretime dayalı sermaye birikimi yapan burjuvazinin gerisinde kalmaya başlamasıyla burjuvazi önemini artırmıştır. Ancak ne var ki, burjuvaziyi de kapsayan üçüncü

tabaka artık güçlüdür ve bu kez 1614 öncesinde olduğu gibi sindirilmemeye karardır. Devletin içinde bulunduğu ekonomik bunalım, üçüncü tabakanın aristokratlar kadar temsil edilme talebini güçlendirmiştir. Bu temsil talebi doğrudan rejimin değişmesi talebini içermemektedir. Etats-Généraux toplanırken soylularla işbirliği yapan burjuvazi, gerekirse soylulara karşı kralla işbirliği yapmaya da hazırdır (Aktoprak, 2010:422). Üçüncü tabakanın "...sosyal hareketliliği aristokrasinin varlığıyla kısıtlanmaktadır ve bu nedenle Üçüncü Tabaka en başından itibaren herkese kabiliyetine göre iş imkânı tanınmasını da savunacaktır. Bu sınıf feodalizmi ekonomik gelişmenin önünde bir engel olarak görmekte, kilisenin de var olan siyasi ve ekonomik sistemin gelişmesinin önüne set çektiğini düşünmektedir" (Aktoprak, 201:424). Bu çerçevede üçüncü tabaka halkla işbirliği içerisinde. Nitekim Jakobenler bu işbirliğinin en somut unsurudur.

Robespierre, Danton, Desmoullins, Saint-Just; hepsi avukat olmak üzere hukuk eğitimi görmüş kişilerdir. Taşrada da Jakoben kulüpler, doğrudan doğruya burjuvaların önderliği altında olmadıklarından, onların organik aydınlarının, hukukçuların, hekimlerin, noterlerin sözlerini dinliyorlardı. Fransa'daki Jakoben kulüpler burjuva niteliklerini hiçbir zaman gizlemediler. Fransa'da çalışan sınıfların Jakoben kulüplerle kurduğu ilişki temsili bir ilişkiydi... Fransa'da sıradan bir işsiz, çırak, kalfa ya da usta için Jakoben kulüplerinin toplantılarına katılmak, gündelik hayatından radikal bir biçimde kopmak anlamına geliyordu. Çünkü özel binalarında toplanan söz konusu kulüplerin, çalışan sınıflarla ilgili olarak hedefledikleri yegâne şey, onları ayaklanmaya kışkırtmak ya da yerine göre, ayaklanmadan vazgeçirmektir. (Sosyalizm ve Toplumsal Mücadeleler Ansiklopedisi, 1989:151-159). Bu noktada Wallerstein (2004:32-45) ise, 14. yüzyılda tarımın ve dolayısı ile feodalizmin savaflara bağlı ağır vergi yükleri, köylü isyanları, kırdan kente göç, veba salgını, tarım arazilerinin otlağa dönüştürülmesi (çitlemeler) gibi nedenlerle çözülmeye başlamasının kapitalist ekonomi ve toplum yapısının ortaya çıkışını beslediğini ve bu bağlamda Avrupa'daki büyük değişimlerin Ortaçağ'da yaşanan ticari ve tarımsal refah döneminde başladığını söylemektedir. Özellikle Avrupa'da et ve tekstil hammaddesi olması dolayısıyla yün fiyatlarında yaşanan artışlar çitleme olarak bilinen tarım arazilerinin otlağa çevrilmesi sürecini hızlandırmış ve bu da topraksız kalan köylünün işgücü arzına dahil olmak üzere kente göçüne yol açmıştır. Böylece köyler boşalmış, hali hazırda salgınlar nedeniyle büyük oranda emek kaybı yaşayan aristokrasi köylerin boşalmasıyla birlikte tam anlamıyla zayıf üşerek çözülmeye başlamıştır. Ona göre bu üretim alanları etrafında biçimlenen yoğun nüfuslu kentlerin oluşmasını sağlamıştır.

Böylece ihtiyaçları ve zorunlulukları nedeniyle yan yana gelen entelijansiya, emek ve sermaye arasındaki çelişkiler ve çıkar çatışmaları yeni bir sınıflı toplum modeli oluşturmaya başlamıştır. Yasa, toplumsal ve siyasi organizasyon, iç ve dış güvenlik, etkili yargı mekanizması ve kolluk gücü ile kentsel alt-yapı gibi egemen gücün sorumluluğundaki unsurların önemi artmış, egemenin buyruğundakilerin hakları gündeme gelmeye başlamış ve sınıflar arası pay kapma mücadelesi siyasal alana taşınmıştır. Tüm bu süreç içerisinde krallıklar işbirliği içerisinde oldukları burjuvaziyle, burjuvazi ise siyasal ve ekonomik haklar konusunda işbirliği yaptığı entelijansiya ve emekçi kesimle birlikte hareket etmiş, ters düşmemeye özen göstermiştir. Bu oydaşma bağlamında Fransız hukukçusu Bodin'in bakış açısı ilk olma niteliği taşır. Ona göre egemenlik içte insanlar üzerinde sınırlanamayan mutlak ve üstün bir iktidar, dışta ise bağımsız bir kudret olmak durumundadır (Cevizci, 2012:429, 430). Egemenliği kullanma hakkı tek kişide bulunmalıdır. Bu, egemenliği, etkin ve etkili kılacaktır. Tıpkı Bodin gibi bir sözleşme filozofu olan ve devlet ile topluma bakışı köklü biçimde değiştiren Hobbes'ta (Hobbes, 2014:87-105) egemenliğe tek elde toplanması gereken, ancak böyle olursa işlevsellik kazanabilecek bir yetki olarak bakar.

Elbette egemenin toplumun iyiliğine açıkça karşı harekette bulunduğu ve bunda ısrarcı olduğu durumlarda egemene karşı halkın da bazı hakları doğacaktır. Fakat egemenin doğası gereği

istediğini buyurma yetkisini kendinde topladığı sürece egemen olabileceği atlanmamalıdır. Burjuvazi ile entelijansiya bu noktada aynı düzlemde buluşmuşlardır. Her ikisi de akıl ve rekabet çağında Kilise'nin buyruklarıyla daralttığı bir toplumsal yaşamı aşmaya çalışmıştır. Kilise'nin Batı'yı bin yıldan uzun süredir kontrolü altına almış olan Platonik tezi yani pratiğin teoriden çıkarsanacağı yönündeki iddiası yerini, teorinin pratikten çıkarsanacağı tezine bırakmıştır. Daha açık olarak felsefenin de dinin de bu hayatın somut gereksinimlerinden ve zorunluluklarından çıkarsanabileceği, kurulabileceği ve tüm aşkın iddiaların ancak tatminkâr ve akla yatkın bir açıklama eşliğinde anlaşılabileceği ileri sürülmüştür. Bu sekülerleşmedir. Sekülerleşmenin Burjuvazi ve entelektüeller arasında yarattığı bu fikir uzlaşısı, tek egemen olarak kralların desteklenmesini kaçınılmaz kılmaktadır. Devlet yönetme gücünü tekeline almış bir aygıt olarak ancak halkın uzlaşma ve sorunlarına çözüm bulma çabasının bir sonucu olarak varlık bulur. Devlet; halkın güvenlik ve konfor ihtiyaçları dolayısıyla özgürlüğünden feragat etmesinin bir sonucudur. Ne özellikle Fransa içinde yaşanan egemenlik mücadelesi, ne kıta geneline taşan tartışma ve çatışmalar, ne kıtayı kana boğan din ve mezhep savaşları eski düzenin aşınmasını ve parçalanmasını önleyememiştir. Kıtanın genelinde sonunda kapitalist üretim-tüketim ilişkileri yayılmaya başlanmış, kırdan kente göç toplumsal bir gerçeklik haline gelmiş, sınıflı toplum modeline geçilmiş ve aristokrasi ile Kilise egemenliğine dayalı feodal Orta Çağ Avrupası sona ermiştir. Egemenliğin yapısı da biçimi de dönüşüme uğramış, toplumsal katmanlar yeniden oluşmuş, iktidar, otorite ve hiyerarşilerin parametreleri değişmiştir. Artık egemenlik "hükümdar" dadır.

EGEMENLİK ULUSUNDUR: KRAL ÖLDÜ! YAŞASIN DEVRİM! YAŞASIN FRANSA!

Fransa'da egemenliğin kralda toplanması önemli bir adım olmuştur. Fakat egemenliğin, tek bir egemenin iradesine verilmiş olması tüm toplumu da onun erdemlerine, arifliğine ve insafına teslim etmiştir. Yani kral akıllı, erdemli biri ise yönetim iyi; kral bencil, kötü karakterli ve akılsız ise halkı canından bezdiren bir yönetim ortaya çıkmaktadır. Oysa tüm bir çağa biçim veren kapitalizm ve liberalizm dalgası böyle bir Kilise egemenliğine karşı olduğu gibi böyle bir krala da karşıdır. Kapitalizm ve liberalizm burjuvazinin yöntem ve ideolojisidir. Buna göre, egemenlik tek elde toplandığı ve tek bir kişinin insafına bırakıldığı zaman yönetimin kalitesi ve memnuniyet kişilerin ya da ayrıcalıklı sınıfın erdem ve iyi niyetine kalmaktadır. Oysa egemenlik kendi içerisinde parçalara ayrılırsa bu sorunun önüne geçilebilecektir. Şu hâlde egemenlik yetkisi; yasama, yürütme, yargı olarak üçe bölünürse yasa yapma, ülkeyi idare etme ve adaleti sağlama işleri, bu işlerde uzmanlaşmış kişilerce konuya odaklanılmış bir biçimde gerçekleştirilebilecektir. Bu düşüncüyü burjuva ideologları diyebileceğimiz John Locke ve Montesquieu güzel bir biçimde izah etmiştir. Nitekim Montesquieu, İngiliz parlamenter sisteminden etkilenerek liberal devleti anlattığı Kanunların Ruhu adlı eserinde açıkça ...kişilerin hak ve hürriyetlere sahip olabilmelerinin ve devlet içinde bunların teminat altına alınabilmesinin yasama, yürütme ve yargının birbirinden ayrılmasıyla mümkün olabileceğini savunmuştur (Aldıkaçtı, 1986:17). Ona göre, mutlak ve tek hâkim despotizm. Despotizmi Doğu Despotizmi üzerinden karikatürize ederek anlatır ve despotizmde tek amacın köle ruhlu insanlar yetiştirmek olduğunu belirtir. Liberalizme bağlı bir düşünür olan Montesquieu, böylece yönetime katılma, cesareti kırma ve yükselme tutkusunun ortadan kaldırılarak toplumun korkuyla sindirilebildiğini belirtir. Yine John Locke da kuvvetler ayrılığı ve mutlak monarşiye karşı bakışını açıkça ifade ederek liberalizmin ve demokratik yönetimin temellerini atmıştır.

Locke, için meşru yönetimin yönetilenin hayat hakkını teminat altına alan, özgürlüklerini sağlayan, mülkiyetini koruyan kısacası yurttaşın rızasına dayanan bir yönetim olduğu

söylenbilir. ...[T]oplumun hiçbir yönetime mutlak ve keyfi bir iktidar vermeyeceğini ileri (sürmüştür). [G]üçler ayrılığı ilkesini çok açık biçimde ortaya koyan Locke, karma yönetimle esas parlamentonun anayasal egemenliğini ve kralın parlamentoya tabi kılınmasını anlatmak” (Cevizci, 2012:597, 598) istemiştir. Böylece iktisadi altyapının dönüşüm ve gerekliliklerinden doğan teorik çatı da tamamlanmış ve egemenlik artık başka bir biçim ve içerik kazanmaya başlamıştır. Sekülerleşme süreci, ... kutsama işini Papadan alarak, tek tek bireylerden oluşan halka vermiştir... Böylece devlet, Kilisenin basit bir aracı olmaktan çıkmış, varlık nedeni dünyevileşmiş ve insansılaştırmıştır. Dahası egemenlikle donatılmış ve bu egemenlik de yalnızca toplumdaki kaynaklı hale getirilmiştir. Devleti aşabilecek, ona üstün yapılar reddedilmiş, onu bağlayabilecek başka bir meşruiyet kaynağından kurtarılmış ve devletle halk/ulus arasında yeni bir meşruiyet ilişkisi kurulmuştur. Artık Yasa’yı söyleme gücü ve yetkisi halka aittir (Ertugay, 2012:203-204).

Rousseau ise, halkın egemenlikle ilişkilendirildiği durumu daha da öteye taşımış, egemenliği doğrudan doğruya halka dayandırmıştır. Ona göre halk egemenliğin doğduğu gerçek kaynak ve onun tek gerçek kullanıcısıdır (Rousseau, 2012:16-18; 23-25). Bu noktada Rousseau, Montesquieu ve Locke’un İngiliz anayasal monarşisinden feyz alan teorilerini de aşmış, hatta reddetmiş (Rousseau, 2012: 105) ve savlarını genel irade kavramı ile doğrudan demokrasi kavramlarına dayandırmıştır. Rousseau böylelikle egemenliğin tek, gerçek, daimî ve mutlak sahibinin halkın kendisi olduğunu ilan etmiştir. Ona göre doğrudan demokrasiye dayanır biçimde bir karar yarıdan bir fazla oy aldığı anda çoğunluğun yani genel iradenin tercihi ortaya çıkmış demektir. Geri kalan ise ona göre genel iradenin çoğunluğundan farklı düşündüğü için hatalıdır ve çoğunluğun tek bir oyla dahi olsa teşekkül etmiş olması bunun ispatıdır. Zira genel iradenin ortaya çıkmasında çoğunluk tercihi yanılmazdır. Genel irade toplumun ortak aklının yani ideal olanın vücut bulmasıdır (Rousseau, 2012:103-104). Ona göre İngiltere’deki gibi egemenliğin güçlere ayrılması egemenliği güçsüz, işlevsiz kılmaktan başka bir işe yaramamaktadır. Rousseau bu nedenle egemenliğin halkın kendinde olması ve parçalanmadan, bölünmeden bir bütün halinde kullanılmasını önermektedir.

Rousseau Aydınlanma döneminde yaşasa da özünde Aydınlanmaya ciddi itirazları olan bir filozoftur. Dolayısıyla Aydınlanmanın liberalizmle flörtünden doğan bir egemenlik anlayışına da karşı durmaktadır. Dahası genel iradenin sağlıklı bir biçimde kendiliğinden ortaya çıkmasına karar verme ve kanaat oluşturma sürecinde propagandayla etki ederek dâhil olabilecek siyasal partiler, sivil toplum, medya gibi unsurlara da karşıdır. Ona göre doğrudan demokrasi ve kuvvetler birliği olmayan bir egemenlik ulusal egemenlik olarak tanımlanamaz. Bu bakımdan onun sosyalizme temel olan düşünürlerden biri olduğu da söylenebilir. Her halükârda Rousseau, Fransa’da krala karşı halkın örgütlenmesi ve ayaklanması için elle tutulur, peşinden gidilir argümanlar ortaya atmayı başarmıştır. Fransız Devrimi açısından Rousseau Devrim’in filozofudur. Halkın egemenliği fikri Rousseau ile temellerini, devrim ile yaşamdaki karşılığını bulmuştur. Ancak Rousseau’nun fikirlerinde yeniden canlanan doğrudan demokrasi hayata geçirilmesi olanaksızdır. Zira halkı oluşturan insanlar çok geniş bir coğrafyaya dağılmıştır ve nüfusları da çok kalabalıktır. Fransa gibi büyük bir ülkede doğrudan demokrasiyi uygulamaya çalışmak Antik Yunan şehir devletlerindeki pek benzememektedir. Bunun yerine burjuvazi ve Aydınlar tarafından soyut bir ruh birliğini imleyen ulus ve egemenliğin bu ulus adına kullanıldığı temsiliyet ilkesine dayalı bir anlayış gündeme getirilmiştir.

Ulus, soyut bir kavramdır. Buna karşın halk ise son derece somuttur. Ulus; bir ülkenin sınırları dâhilinde bulunan fakat tamamının bir araya gelmesi asla mümkün olmayan insanların, ortak amaçlar ve hedefler doğrultusunda ortaklık içerisinde yol aldıkları ve toplumsal, siyasal ve iktisadi açıdan bu ortaklığın daha iyi bir yaşam ümidi yeşerttiği soyut bir birliktelik, metafizik bir tekilliktir. Buna karşın halk ise; somut olarak tek tek bireylerden oluşmuş, devletle karşılıklı

bir tanınma ilişkisi çerçevesi haklar ve sorumluluklar düalizmini kabul etmiş, devletten hizmet bekleyen ve kendisini demokratik usuller çerçevesinde oy hakkı ve örgütlü sivil toplum aracılığıyla ifade ve dikte edebilen insanlar topluluğudur. Yani millet soyut ve metafizik bir tekillik; halk ise somut, rasyonel bir çoğulluktur. Millet birey kavramını baskımlarken, halk birey kavramını doğurur ve besler. Millet bir tüm dengelim iken halk bir tümevarımdır.

Öte yandan devrimde burjuvazinin başat rolünü de hiçbir zaman unutmamak gerekir. Zira burjuvazi devrim sonrasında devrimi gerçekleştiren kadro ile bir konuda zımnen uzlaşmıştır. Egemenlik ulustan kaynaklansa ve ulusa ait olsa dahi onun kullanılması ve kullanılmasından doğacak avantaj ve ayrıcalıklar herkesle paylaşılabilir. Bu hem devrimi ayakta tutması umulan ideolojik söylemin parçalanmasına hem aristokrasinin kapalı bir grup olarak yaşamaya devam etmesine hem de ayrıcalıkların anlamını yitirecek şekilde dağılmasına yol açacaktır. İşte bu nedenle egemenliğin kaynağı ile onun kullanılmasına ilişkin yöntem birbirinden ayrıştırılmıştır. Bu çerçevede her ne kadar devrimin manifestosu niteliğindeki Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesinde egemenliğin millete ait olduğu ve hiçbir kimse ya da kurulun millettten gelmeyen bir yetkiyi kullanamayacağı vurgulansa da 1791 anayasasında aktif vatandaşlık/pasif vatandaşlık tanımı yapılarak vatandaşlar arasında bir derecelendirmeye gidilmiştir. Böylece devrim sonrası Fransa’da Rousseau tipi ulusal egemenlik fikri yeni bir biçim ve içerik kazanmıştır. Bu nedenle devrimin getirdiği yenilikler hemen benimsenmemiştir. Sadece mülk sahipleri ile belli orandan fazla vergi ödeyenlere seçmenlik hakkı tanıyan, çok sayıda ergin yurttaş oy hakkından mahrum eden hükümler, 19. yüzyılın ikinci yarısına kadar devam etmiştir. Yani her ne kadar devrimle Fransa’da egemenlik ulusa dayandırılmış olsa da demokrasiye tam ve kesin bir geçiş yaşanmamıştır (Yolalıcı, 1994:113-119). Böylece devrim öncesi dönemde bir kişinin ruhsal ve bedensel şahsında temsil edilen egemenlik, ulusa dayandırılmasını müteakip, şiddet kullanımını tekeline almış kurumsal bir organizasyon olan devlete “emanet edilmiş”, kötüye kullanımını ve yozlaşmanın önlenmesi amacıyla da bir tür dengeleme olması bakımından yetke üç temel organa dağıtılmıştır. Ancak her halükârda ulusal egemenliğin kontrolünü ulusu yönetme yetkisi olan kurumsal bir yapı eline geçirmiş; devlet-birey arası ilişkiler burjuva siyasal ve ekonomik amaçlarıyla koşut biçimde ulusu parantezine almıştır.

Ulus düşüncesi buna dayanan devlet ve egemenlik teorisi Devrim sonrası Fransa’sından Napolyon’un Avrupa işgaliyle birlikte tüm Avrupa’ya yayılmıştır. Artık kıta yeni bir iktisadi anlayışın ve bu anlayışın örgütlediği yaşam biçiminin toplumsal ve siyasal etkilerine açık hale gelmiştir. Geçimlik iktisadın yapılaştırdığı din-tarım İmparatorlukları dönemi kapanmış ve yerine ulus-devletlerin iç ve dış egemenlik hakkına binaen mevcudiyet bulan çok parçalı, planlı, kurumsal ve organize bir siyasal model kıta üzerinden dünyaya yayılmaya başlamıştır.

ULUS DEVLETİN VE İKTİDARIN TEMERKÜZÜ: EGEMENLİK ULUSUNDUR. KAYITSIZ VE ŞARTSIZ

XVI. ve XVII. yüzyıllar ile XVIII. yüzyılın başları modernizmin kuluçka evresini teşkil etmiştir. Bugünkü dünyayı biçimlendiren hemen her şeyin felsefi ve sosyolojik temeli, dayanak noktası bu iki yüzyıllık dönemde mevcuttur. Bu süreçte ortaya atılan ve geniş bir çerçevede tartışılma olanağı bulan düşüncelerden ayakta kalmayı başaranlar bir araya gelerek içinde yaşadığımız dünyayı biçimlendiren modern paradigmayı oluşturmuştur. Kapitalizm, Aydınlanma, ussallık, ilerlemecilik, ölçümlenebilirlik, egemenlik, ulus, ulus-devlet, halk, demokrasi, temsiliyet, güçler ayrılığı, yargı bağımsızlığı, sınıflı toplum, endüstriyel üretim ve endüstri toplumu gibi pek çok kavram bu dönemde olgunlaşan tartışmalarla biçim ve içerik kazanmıştır.

Bu anlamda ulus ve ulus-devlet egemenlikle sıkı bir ilişki içerisinde vücut bulmuş ve birbirlerine kesin şekilde bağlanmıştır. İmparatorluklar çağının sona ermesi ve Kilisenin gücünü kaybederek bir motivasyon unsuru olmaya doğru daralmasına paralel burjuvazi ve merkezi yönetimler güçlenmiş, ulusa ait olan egemenliğin seçilmiş kişilerce temsiliyetine dayalı demokratik bir yönetim biçimi benimsenmiştir. Ancak zaman içerisinde yeni demokratik sistem de tıpkı eskiden olduğu gibi ayrıcalıklı kesimler ortaya çıkarmış ve bu kesimler iktidar üzerinde kendi menfaatleri doğrultusunda etkili olabilmek için seçme ve seçilme hakkını herkese açık olmaktan çıkartmış, emekçi sınıfların refah düzeyi ve yaşadıkları sıkıntılar görmezden gelinmiştir. Kapitalist ilişkiler sosyoekonomik hayatın giderek genişleyen alanlarına nüfuz ettikçe, bağımsız küçük üreticilerin koşullarını, bir bütün olarak ekonomiyi örgütleyen programların bir parçası haline getirmek zorlaşmış ve bu nedenle sosyalist düşünce yeni ve akla yatkın bir seçenek olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır (Eley, 2000:63). Bu durum sıradan insanların teoride sahip oldukları ama pratikte ellerinden çalınmış olan iktisadi ve siyasi hakları için yeni bir mücadeleye girişmeleri noktasında aranan ideolojik ve eylemsel argümanı sağlamıştır.

Avrupa'da solun emekçi sınıfı arasında hızla yayılmaya başlaması ve emekçilerin burjuvazinin tahkim ettiği bürokrasi ve siyasetle mücadelesi örgütlü ve son derece etkili hale gelmiştir. Nitekim olumsuz şartlar işçi sınıfının bilinçlenmesine neden olmuş ve işçi hakları tartışmaya açılmış, İngiltere, Fransa'da sosyalizm akımı ortaya çıkarak (Akyılmaz, 2015:96) tüm Avrupa'yı kasıp kavuran 1848 işçi ayaklanmalarının fitilini ateşlemiştir. Sol ideolojiler emekçi sınıflar arasında yayılmaya başlamış, onları örgütlü hale getirmiş ve ekonomik ve siyasi haklara odaklı devlete ve burjuvaziye yönelik bir isyan dalgası başlatmıştır. Emekçi kesimin örgütlülüğü bu sınıfın niceliksel gücünden dolayı kaygı uyandırmıştır. Nihayetinde devlet ve burjuvazi alt sınıflardan gelen talepleri daha fazla görmezden gelememiş ve toplumsal düzen ve barışın sağlanması için siyasi ve ekonomik haklar alanında ciddi düzenlemeler hayata geçirilmiştir. Sol ideolojiler kazandıkları bu başarı sonucunda emekçi sınıflar arasında daha fazla yayılma imkânı bulmuş ve sınıflı toplumun temel ilkesi olan çatışan sınıf çıkarları toplumsal denge ve siyasi düzenin ana belirleyeni haline gelmiştir (Eley, 2000:133-169). Her sınıf kendi sınıfsal çıkarını maksimize etmeye, maksimize edemiyorsa da mevcut sınırlarını korumaya çalışmaktadır. Bu çerçevede solun kazandığı yukarı yönlü ivmelenme liberal ve muhafazakâr kesimleri ciddi biçimde endişeye sevk etmiştir. Solun ideolojik yayılımı karşısında üst sınıfın elindeki tek aygıt ideolojik bölünmeleri ve sınıf çıkarlarını önemsizleştirecek bir başlık olarak ulusal varlık ve birlik sorunudur.¹

Ulus düşüncesi kontrolsüz ve hormonlu bir gelişme süreci yaşamıştır. Westfalya Barışı sonrasında egemenliğin içsel düzleminde sınırsız ve kontrolsüz bir biçimde yoğunlaşması ve burjuvazinin sola karşı beslediği endişe devletin iktidarın kuvvetli ve sıkı biçimde temerküz ettiği bir yapı haline gelmesine yol açmıştır. Sonuçta iktidarın temerküzüyle giderek yoğunlaşan egemenlik bir tekillik halini almıştır. Ulusal egemenlik düşüncesinin ve ulus-devletin rahminde tohumlanmış olan bu tekillik totalitarizmdir ve gerek Sovyet devrimi gerekse de Avrupa Faşizmi aracılığıyla dünyaya gözlerini açmıştır. Böylece iktidarın ister bir devrimle ister iktidar gaspıyla isterse de demokratik yöntemlerle olsun merkezde ve en kuvvetli biçimiyle temerküz ettiği totalitarizm, dünyaya, ulusun fetişist bir biçimde yüceleştirilmesinin ve bu fetişizmden tanı kompleksine saplanmış denetlenemez, sınırlandırılmaz, mutlak bir egemenlik türetmenin bir canavar yaratmakla eş anlamlı olduğunu göstermiştir. Sonuçlar başta Avrupa kıtası olmak üzere tüm dünyada iki büyük dünya savaşı olarak yankılanmıştır.

¹ Bu konuda gelişen sol ideolojiye karşı yönetimlerin verdiği tepkiyi anlamak için Canfora, Luciano (2010) Avrupa'da Demokrasi: Bir İdeolojinin Tarihi, İstanbul: Literatür Yayınları, s. 122-136.

Egemenliğin ulusa dayandırılması ve siyasal tasarımın kurucu birimi olması kabul edilmiş ancak egemenliğin ulusal niteliğinin sınırlandırılmaz ve denetlenemez olması yönünde ciddi sorunlar ortaya çıkmıştır. İnsanlık önemli bir yol ayrımına varmıştır. Dünya ya toplumun tamamına siyasal ve kültürel hakları tanındığı ve teminat altına alındığı idealist bir düzleme ya da egemenliğin sınırlandırılmazlığı ve denetlenemezliğinden kaynaklı yapısal bir anarşiye sürüklenecektir. Demokrasinin tabana yayılmasını tercih eden uluslar için çözüm kapitalist demokrasi haline gelirken, aksi yönde gidenler için çözüm dışı kapalı totaliter rejimler olmuştur. Bu bağlamda demokratikleşmeyi tercih eden uluslar için cevaplar modernizmin kuluçka evresinde yaşamış olan üç önemli düşünürden gelmiştir. Locke, Montesquieu ve Kant. Böylece Locke'un doğal haklar teorisi, Montesquieu'nün egemenliğin üç ayrı organ üzerinden biçimlendirilmesine dayanan kuvvetler ayrılığı teorisi ile Kant'ın uluslararası bir barış ve düzen için önerdiği milletler birliği önerisi ve ticaretin geliştirilmesine dayalı tezleri kabul edilmiş ve geleceğin inşasında kılavuz olarak benimsenmiştir. Locke'un doğal haklar teorisine bağlılık bireyin hiçbir koşul altında sınırlandırılmaz ve elinden alınamaz birtakım haklarını koruma altına alacak, Montesquieu'nün kuvvetler ayrılığı teorisi egemenliği kendi içinde bölerek kuvvetler birliğinden doğacak bir aşırılığa ket vuracak, Kant'ın uluslararası hukuk ve barışa ilişkin teorisi ise hukuka dayalı bir örgütlenme çatısı altında savaşların, işgallerin ve hukuksuzlukların önüne geçebilecektir.

Bu düzen, insan hak ve özgürlüklerini kabul eden ve devleti bu demokratik yaklaşımın sonucu olarak anlamlandırmış; devletin tekelindeki egemenlik yetkisini yasama, yürütme ve yargı erklerinin ayrılığı ve denetlenebilirliği üzerine oturtmuş; uluslararası barışı I. Dünya Savaşı sonrasında Milletler Cemiyeti ve devamında II. Dünya Savaşı sonrası Birleşmiş Milletler çatısı altında bir dizi etik ve hukuksal norma dayandırmıştır. *Kant, hukukun üstünlüğünü barışın sağlanmasında birbiriyle doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. İnsanın başlı başına bir değer olduğunu araç olarak kullanılmayacağı kendisinin amacı olduğunu özgürlüğün insanın doğuştan gelen bir hakkı olduğunu savunmaktadır. Barışın uluslararası bir örgütlenme aracılığıyla güvence altına alınabileceğini savunur. ...Milletler Cemiyetinin kurulması görüşü, ...ekonomide serbestliğin önündeki engellerin kaldırılması self-determination hakkının konulması, azınlıkların korunması* (Ökten, 2001) Kant felsefesinin ürünleridir. Bununla birlikte yine Kant; bilgi, insan ve mal alışverişi ve özellikle de ticaretin gelişmesi sayesinde toplumlar arasında karşılıklı bağımlılığın artmasının barışçıl bir uluslar birliği fikrine yararlı olacağını düşünmüştür. ...Kant'a göre bu, karşılıklı kazanca dayanan barışçıl ilkelerin güvence altına alınması için bir çıkar temeli sağlar. Kant'ın öne sürdüğü gibi: Ticaret ruhu savaşla birlikte var olamaz (Habermas, 2005:389). Dolayısıyla Kant'ın felsefesinde ticaret hukuk yarattığı rasyonel temeli sağlamlaştırarak dünya barışını tesis edebilecek bir harç görevi görmektedir.

Montesquieu ve Kant'ın etkileriyle liberal demokrasi ve kapitalizmden yana olan ülkeler egemenliğin içsel ve dışsal boyutunu denetim ve sınırlandırmalarla yeniden tasarlamıştır. Böylece dünya sosyalist ve liberal, totaliter ve demokratik olarak iki kutba bölünmüştür. Bir yanda liberal ve kapitalist demokrasiler, diğer yanda Sovyetler Birliği'nin başını çektiği sosyalist ülkeler bloğu küreyi iki ideolojik eğilim çerçevesinde ikiye bölmüştür. Bu durum bir bakıma sürekli bir teyakkuz ve kaygı hali yaratırken bir yandan ise atılacak olumsuz adımların sonuçları son derece büyük olduğundan dünyada bir öngörülebilirlik ve denge de yaratmıştır. Fakat her ne olursa olsun, ülkeler ne biçimde kutuplaşırsa kutuplaşınsın Birleşmiş Milletler çatısı altında gerçekleşen büyük proje işlerliğini korumuştur.

POST-MODERN İTİRAZ VE EGEMENLİK: ULUSLARI VE DEVLETLERİ AŞMAK, DÜNYAYA DAĞILMAK

Egemenlik düşüncesi kat ettiği yol boyunca dinamik kalmıştır. Yenilenmeye, değişmeye, dönüşmeye açık olmuştur. Bu çerçevede Sovyetler Birliği'nin dağılması sonrası kapitalist demokrasinin hızlı bir biçimde tüm dünyaya yayılmasıyla ortaya çıkan post-modernizm ve küreselleşme, egemenliğin ulus temelinde değerlendirilmesi düşüncesinin yeni bir aşamasını imlemiştir. Modernizmin merkezîyetçi, katı, hiyerarşik, sınıflandıran, ölçen, kurallı ve planlı yapısı küreselleşmenin yeni pazar arayışlarından doğan "farklı kültürel özerlerin demokratik birlikteliği" söylemi nedeniyle itibar kaybetmiştir. Aslında bu noktada Locke'un doğal haklar teorisi yeniden keşfedilmiş fakat bu kez post-kapitalist bir süzgeçten geçirilerek denetimsiz bir özgürlük talebine evrilmiştir. Post-modern bir itiraz biçimde yankılanan bu düşünceler esasen daha fazla özgürlük, daha fazla demokrasi, daha fazla ifade özgürlüğü ve bireyin kendini ortaya koyabileceği daha fazla olanak arayışından doğmuştur. Bu anlamda küreselleşme, modern devletin ruhunda da çelişkiler yumağı yaratan bir süreçtir. Bazı düşünürler tarafından küreselleşme olgusu, dünyanın geneline yayılan problemlerin; belirsizliği, kontrol dışı ve başına buyruk oluşu ile karakterize edilen bir düzensizlik hali olarak görülmektedir (Bauman, 2010:69).

Ulus devlete ve bu devletin iç ve dış hâkimiyetinin meşruluğuna ve tanınırlığına dayanan ulusal egemenlik fikri, bu bağlamda, post-modern itirazla çatışma içerisine girmiştir. Küreselleşmenin kapitalist üretim tüketim ilişkileri üzerinden toplumsal yaşam biçimlerini ve insan tiplerini aynılaştırdığı bir dünyada ulus kavramından doğan devlet organizasyonunun otoritesi ile aşılabilir sınırların ve yasakların parantezine alınmak -Sosyalizmin büyük başarısızlığıyla da birlikte- modern ulus devlete olan inancı ve ihtiyacı zayıflatmıştır. Böylece dünya genelinde üstünlüğü ele geçiren ekonomik sistemler ile dünya toplumları arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkileri içinde günden güne sıkışan devlet, artık özerkliğini, hareket kabiliyetini ve demokratik yapısının temelini peyderpey kaybetmeye başlamıştır. Devlet egemenliğinin de ne yazık ki sadece biçimsel olarak varlığını sürdürdüğü gözlerden kaçmamaktadır (Habermas, 2013:25).

Dahası özellikle BM'nin ve AB'nin birbiriyle anlaşmazlık içerisindeki aktörlerin dahi bir arada bulunabileceğini ve iş yapabileceğini ispatlamasıyla birlikte Kant'ın haklılığı bir kez daha ispatlanmıştır. Böylece onun teorisinin bir diğer önemli ayağı olan ticaretin barıştırıcı özelliğine odaklanılmıştır. Elbette sermaye kendisine yeni pazarlar, yeni hammadde kaynakları ve ucuz üretim alanları arayışındadır. Bu arayış markaların ortaya çıkmasına, teknolojinin sadece savaş odaklı gelişim çizgisinden çıkarak uzay araştırmaları, sağlık sektörü, üretim teknikleri ve günlük yaşamda kullanıma yönelmesiyle aradığı iklimi bulmuştur. Ürünlerin ticaretine ve sermayenin uyumadan dünyayı dolaşmasına dayanan küresel ekonomik sistem, dünyanın her yerinde kapitalist tarzda bir endüstri ve hizmet sektörünün yayılmasını, insanların bu sektörlerin çıktıklarına bağımlı bir yaşam tasarlamasını mecbur kılmıştır. Böylece tüm dünyada kültür, toplumsal yaşam ve siyaset de aynılaşma eğilimine girmiştir.

Ulusları farklı kılan şey tarihleri ve kültürleridir. Oysa küreselleşme ve ulus-aşırılışmayla birlikte tüm dünyada kültür ve tarih ortaklaşmaya başlamıştır. Gereksinimlerin karşılıklılığından doğan derin ve girift çıkar ilişkileri ile bilginin -bilişim teknolojilerindeki devasa sıçramayla birlikte- anlık olarak erişilebilir hale gelmesi bu durumu beslemekte hatta kaçınılmaz kılmaktadır. Küresel ölçekte gerçekleşen sirkülasyon katı olan her şeyi giderek buharlaştırmış, yer değiştirmelerin ve akışkanlıkların hızını ve yoğunluğunu artırmıştır. Sermayenin kendini çoğaltması ve toplumsal yaşamı biçimlendiren iktisadi, kültürel, siyasal dinamiklerin küresel sirkülasyonun canlılığına ve etkinliğine dayanması, ulus-aşırı yapıların liberal taleplerle birleşerek modern devleti var eden ulus ve egemenlik kavramlarının üzerine gidilmesine yol açmıştır. Bununla birlikte devletlerin ussallıkları gereği halklarının refahını ve mutluluğunu sağlama arayışları onları küresel,

ekonomik ve siyasal düzene katılmaya, sınırlarını küresel piyasa ekonomisine gerek yatırım gerekse de sıcak para girişi nedeniyle açmaya zorlamıştır. [K]üresel sistem; devletler, devlet ve hükümet dışı örgütler, küresel şirketler, bankalar, illegal örgütler, grup ya da kişiler arasında oluşan etkileşimlere bağlı bir ilişkiler bütünü haline gelmiştir (Arıboğan, 1996:75). Çokuluslu şirketler gibi hükümet dışı aktörler ve uluslararası etkiye sahip özel bankalar, giderek ulus devletin biçimsel egemenliğinin içini boşaltmaktadır. Ekonomik açıdan en güçlü ülkelerin bile günümüzde bir ikilem içinde olduklarının farkındadır: Bir taraftan bu ülkelerin hareket alanı ulus devlet yapısıyla sınırlandırılmıştır; diğer taraftan aynı ülkeler, yalnızca ticaretin değil, üretim ilişkilerinin de giderek artan bir şekilde küresel ağ içinde gerçekleşmesinin getirdiği zorunluluklara karşılık vermek zorunda kalmıştır (Habermas, 2005:390). Böylece ulus devletlerin ulusal egemenlikten doğan mutlak güçleri zayıflamış ve yeni küresel angajman içerisinde çözümlenmeye başlamışlardır.

Öte yandan ulusal egemenlik düşüncesini zayıflatan bir diğer husus ise çıkarların her düzeyde ve karmaşık bir şekilde iç içe geçmesinden dolayı siyasetin kendi içerisinde ortaya çıkmıştır. Küreselleşen üretim ve tüketim ilişkilerinin biçimlendirdiği yeni bireycilik anlayışı, özgürlük ve demokrasi çıkışları ile dolaşımın ve tüketimin serbestleşmesine ilişkin talepler siyasi organizasyonları çıkar gruplarını ve halkı daha fazla dikkate almaya yöneltmiştir. Esasen ulusal egemenlik teorisine bağlı siyaset etik düzeyde gerçekleşir ve bu bakımdan halkı ilerlemeye sevk edecek idealist bir yönü bulunmalıdır. Ancak yeni demokratik modelin halkın talepleri ve siyaset arasındaki dengeyi tersine bir biçimde bozarak halkı gerek seçimler gerekse de sivil toplum kanallarıyla siyasetin üzerinde konumlandırması kaçınılmaz olarak popülizme yol açmış ve siyaset toplumu da etkileyecek nitelikte yozlaşmıştır.

İşte tüm bu nedenlerden dolayı ulus ve ulusun iktisadi ve siyasi varlığından doğan ulus-devlet ile ulusal egemenlik düşüncesi değişmek durumunda kalmıştır. Her yeri kuşatan küresel şirketler, dünyayı uyumaksızın dolaşan sermaye ağları, uluslararası örgütler, düzenli ya da düzensiz her türden göçün yarattığı ağlar ve bağlar, küresel sivil toplum oluşumları ile yasa dışı örgütler ve faaliyetler ulusu biricikleştiren, onun kayıtsız şartsız ve yüceltilmiş egemenliğini kutsayan ve merkezîyetçi, otoriter bir devlet modelini reddetmiş, onu dönüştürmeye zorlamıştır. İşte ulus-aşırılığa bu reddiyenin ve aşkınlığın bir adıdır. Ulus-aşırılığa yeni bir dünyanın uvertürü niteliğindedir. Küreselleşme ve ulus-aşırılığınla birlikte bilgi, sermaye, ticaret, insan, kültür ve siyaset ulusların sınırlarını aşan, ulusal egemenlik kriterini aşındıran bir boyut kazanmıştır. Dolayısıyla ulus-aşırılığa ve küresel kapitalizmin yarattığı altyapısal durum yani üretim-tüketim biçimleri ve ilişkileri ulusal egemenliğin de içerisinde yer aldığı üst yapının yani toplumsal yaşam, kültür ve siyasetin yeni bir biçim ve içerik kazanmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda altyapıdaki değişim ve dönüşüm açıklanabilir ve anlaşılabilirse üstyapıda özellikle de siyasal alanda meydana getireceği dönüşüm de öngörülebilecektir. Dolayısıyla ulusal egemenliğin gelecekte nasıl bir kabuğa sahip olacağı ve içeriğinin nasıl bir dönüşüm yaşayacağı bu bağlamda değerlendirilmelidir.

ULUSAL EGEMENLİĞİN GELECEĞİ: KUŞATMA ALTINDA ULUS-DEVLET

İçinde bulunduğumuz çağda dünyayı birleştiren nedenler, ayrıştıran nedenlerden daha güçlüdür. Bu anlamda evrensellik, görecelikten daha ağır basmaktadır. Toplumlara ve devletleri ortaya çıkaran nedenler artık daha büyük ölçeklerde ve önemli konu başlıklarında insanları birbirleriyle etkileşime geçmeye, ortak sorunlar karşısında işbirliğine giderek çözüm üretmeye, birbirlerini tanımaya ve anlamaya yönlendirmektedir. Tüm bu etkileşim, tanıma ve anlama işi evrensel değerler çatısı altında gerçekleşmektedir. Evrensel değerler küresel olana ilişkin bir

duygudaşlık ve düşünce birliği yaratmaktadır. İnsan, tüm bu oluşun ortasındaki temel madde, her şeyin kendisinden doğduğu var edici *arkhe* durumundadır.

Ekonomik küreselleşme, genel anlamda ülke ekonomilerinin entegrasyonunu, yani dünyanın tek bir pazarda bütünleşmesini ifade eder. Bir başka deyişle ekonomik küreselleşme, ülkeler arasında mal, sermaye ve emek akışkanlığının artması sonucu ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesi, dünya ölçeğinde karşılıklı etkileşimlerin yoğunlaşması ve yaygınlaşması olarak ifade edilmektedir. (Fischer, 2003:2). Uluslararası sistemin II. Dünya Savaşı sonrası merkez ülkeleri halen gelen Batılı kapitalist ülkelerde gelişen ve büyüyen sermaye bir noktadan sonra hem maliyetleri aşağı çekmek amacıyla ucuz işgücü ve hammadde hem de yeni pazar arayışına girişince ulus-devletlerin sınırları artık dar gelmeye başlamıştır. Böylece gelişmiş büyük şirketler ve sermaye kendisini kısıtlayan sınırların ötesine doğru açılmıştır. Bu bağlamda gerek bilgi ve teknoloji transferine gerekse de sermaye ve yatırımlara ihtiyaç duyan gelişmekte olan ülkeler sermaye ve ticaretin kapsamına girebilmek için karşılıklı bir biçimde uyumlulaşmaya başlamıştır. Gelişmekte olan ülkeler ekonomik yapılarını, devlet aygıtının kurumsal mekanizmalarını, eğitim sistemini ve alışveriş sisteminin hem işleyiş biçimini ve yöntemlerini Batı'nın sistemine göre düzenlemiştir. Bu bir bakıma lüks bir spor arabasının ilerleyebilmesi için mıcır dökülmüş bir yolu üzerine asfalt atılmış bir otobana çevirmeye benzetilmektedir.

Sermaye ve ticaret bu dönüşümlerle birlikte hızla küreye dağılmış ve dünya ekonomisi üretim ve tüketimin dağılmasıyla birbiriyle etkileşim içerisine girmiştir. Ekonomik küreselleşme ve entegrasyon, yoğunlaşan ticari faaliyetler nedeniyle ülkelerarası karşılıklı bağımlılık, işbirliği ve benzerlik artmıştır. Ticaret bağlantıları arttıkça da ulusal ilişkiler değişmiş, uluslararası tercihler gelişmiş, yaygınlaşmış ve hatta bu bir mecburiyete dönüşmeye başlamıştır (Aslan,2005:13). Bu süreçte üretim ve tüketime yönelik faiz, kredi, kredi kartı, tahvil gibi araçlarla bankacılık sistemi, sigortacılık sistemi, her çeşit borsa post-fordist yani üretim bandının küreselleştiği bir düzenle bütünleşerek dünyayı tek bir pazar haline getirmiştir.

Dünyada üretim biçimleri, yöntemleri, rutinleri ile tüketime konu ürünler ve hizmetler kapitalizmin doğası gereği aynılaşınca toplum yaşamı meydana getiren rutinler, normlar, değerlerin de aynılaşmaya başlamasına yol açmıştır. Böylece toplumsal yaşam ekonomik gereklilikler doğrultusunda yeni bir organizasyon biçimi ve yaşam tarzına adaptasyon geliştirmiştir. Zira modern toplumsal yaşam üretim ve tüketim düzeninde herkesin cebindeki parayla ihtiyaçlarını ve gereksinimlerini karşılayabilmesi çerçevesinde açıklanmakta ve anlamlandırılmaktadır. Böylece üretim ve tüketim ilişkilerinin aynı biçim ve yöntemler temelinde yaygınlaşması küreselleşmeyi ve devamında ulus-aşırılaşmayı tetiklemiştir.

Öte yandan bir diğer önemli unsur da bilişim çağıyla birlikte bilgiye yaklaşımda ortaya çıkan farkın ekonomi ve toplum üzerindeki yansımalarıdır. Eğitim bir merkez de (okulda) gerçekleştirilen ve mezun olunduğu anda artık ekonomiye üretici bir faktör olarak katılabilecek bireyler yetiştiren bir düzenek içerisinde cereyan etmiş; bireyin kendisini ifade etme olanakları kısıtlı kalmıştır. Ancak post-modernite ve bilişim çağıyla birlikte bilgiye egemen olan mekânsal kısıtlamalar ortadan kalkmış, bilgi kullanılabilirdiği, yenilik yarattığı ve çözümler getirdiği ölçüde değerli yeni bir hale geçiş yapmıştır. Bu anlamda üretim tarzı da değişiklik göstermiş ve post-fordist üretim tarzına, esnek çalışma modellerine geçilmeye başlanmıştır.

Sanayileşme sonrası toplumlarda teknoloji ve kitle iletişim araçlarında meydana gelen gelişmelere paralel, kitlelere belirli amaç doğrultusunda yön ve biçim vermek daha kolay olmuştur (Robertson, 1999:103). ...statü demek farklı bir yaşam biçimi, giyinme, eğlenme, yeme-içme, özetle tüketme biçimi demektir. Bu durum kişinin, aynı kültürel değerleri paylaşan topluluk içindeki diğer bireyler arasında ayırt edilmesini sağlayarak saygınlığını korumaya yardımcı olmakta, dahası toplumsal bir kimlik duygusuna sahip olmalarına olanak tanımaktadır.

(Bocock, 1997:16). Bu süreçte internetin ve özellikle de sosyal haberleşme ve paylaşım ağlarının gelişmesiyle birlikte farklı fikirler, deneyimler paylaşılmaya; ekonomi açısından talep ve arzın yönünü belirlemeye başlamıştır.

İnsanların internet aracılığıyla geliştirdiği etkileşimler talebin hızlı biçimde trend haline gelen bir fikir veya deneyim etrafında kümelenerek ortaya çıktığı ve aynı hızla, birden kaybolduğu daha esnek, daha biçimsiz bir hal almasına neden olmuştur. Post-kapitalist dönemde bireyler açısından önemli olan şey bilgidir ziyade veridir. Kuantum teorisiyle birlikte determinist çizginin kırılması ve yasalı, zorunluluklar aleminin zayıflaması her şeye bir göreceliğin egemen olmasına, hızlı etkileşimlerden ve üretim-tüketim döngüsünden beslenen post-kapitalizmin sonucu olarak “carpe diem” anlayışının yaygınlaşmasına yol açmıştır. Anı yaşamanın vurgulandığı dünya insanları ulaşılabilen her zevkin tadılmasına, akışkan olmaya, köksüz olmaya, bağlanmaktan kaçınmaya iter. Bu koşullar altında düzen, plan, program ve tasarım aygıtı olan devlet işlevsiz hale gelir. Devlet verinin “uzmanlarca” işlenerek bilgiye dönüştürülmesine ve bu bilgiye dayalı olarak da toplumsal yapının idaresine dayanır. Şu hâlde post-kapitalist dünyada devletlerin öneminin azalması kaçınılmazdır.

Bu çerçevede önümüzde şu önemli soru uzanmaktadır: Devlet mutluluğu hedef alırken toplumsal bir uzlaşma olmasından kaynaklı biçimde rasyonel davranarak toplumun refahını ve mutluluğunu mu öncelermelidir yoksa bireylerin haklar ve özgürlükler temelinde gerçekleştirdiği bir sosyal kontrat olma özelliğinden kaynaklı biçimde bireylerin mutluluğunu mu hedef almalıdır? Bu son derece önemli bir sorudur. Zira bu sorunun yanıtı sözleşmecilerin önünü kesen Kant'ın teorisinde düğümlenmektedir: Devlet mutluluğu mu önceleyecektir yoksa evrensel ahlakı mı? Cevabın mutluluk olması devletin önemini daha da azaltacak ve egemenliği bölüşmesini zorunlu kılacaktır. Cevabın ahlak olması halinde devlet tümdengelimci ve tinsel bir anlayışla asıl aktör ve oyun kurucu olarak kalacak; dünya düzeninin gidişatını devletlerarası ilişkiler belirleyecektir. Peki, ama küreselleşme ve ulus-aşırılışmayla birlikte sorunların da paylaşımların da küreselleştiği bir dünyada bu neden ve ne derece önemlidir?

Çağımızda ulusal egemenlik düşüncesinin aşınmasına yol açan etmenler iki kategoride toparlanabilir. Bunlardan ilki doğadan kaynaklanan küresel ölçekli sorunlardır. İkincisi ise toplumsal yaşamı ve refahı ilgilendiren, küresel ölçek kazanmış insan kaynaklı sorunlardır. Bu bağlamda sorun başlıklarından birincisi doğal sorunlar, ikincisi ise toplumsal sorunlar olarak ifade edilebilir. Doğal sorunlar; küresel salgınlar, afetler ve dünyanın uzaydan gelecek tehditlere karşı açıklığı şeklinde sayılabilir. Toplumsal sorunlar ise; küresel ısınma, terörizm, kaçakçılık, göç, yoksulluk, su sorunu, refah ve gelir dağılımındaki adaletsizlik olarak sıralanabilir. Öte yandan bu sorunlar karşısında bunlarla mücadele etmek adına oluşturulmuş işbirliği başlıkları da mevcuttur. Bunlar; küresel ısınma ve doğal afetlere karşı işbirliği, güvenlik konusunda işbirliği, ticaret ve sermaye konusunda işbirliği, düzensiz göçle mücadele konusunda işbirliği, refah-gelir dağılımı ve kültürel konularda işbirliği, hak ve özgürlükler alanında işbirliği, tıp alanında işbirliği, bilimsel araştırmalar ve uzay araştırmaları alanında işbirliğidir.

Sınır tanımayan, küresel ölçekteki sorunlar ile sınır tanımayan, küresel çapta işbirlikleri ve yapılar aracılığıyla mücadele etmek zorunludur. Zira bu sorunlar devletlerin sınırlı bir coğrafyada ve sınırlı olanaklarla mücadele ederek üstesinden gelemeyecekleri denli büyük, gezegendeki tüm canlı yaşamın kaderini bir şekilde etkileyen, insanlar tarafından konulmuş zahiri sınırları tanımayan ortak sorunlardır. Bu sorunların aşılabilmesinin yegâne yolu ise etik ve siyasal çerçevesi ile hukuksal parametreleri önceden belirlenmiş bir işbirliği iklimi oluşturmaktır. Ulusal egemenliğin paradigmasını ve ulus-devleti dahi angaje ederek birlikte harekete geçmeyi mümkün kılacak, belirli sınırlar içerisinde ve yöntemleri açısından uygulanabilir bir işbirliği. Bu iyi tanımlanmış ve açıklanmış işbirliğini gerçekleştirebilmenin yolu öncelikle sağlam bir felsefi argüman ortaya koyabilmekten geçmektedir. Bu nedenle her bir insanı kapsayan, her bir insanın

içselleştirebileceği ve böylece düşünce ve duygu olarak ortaklaşabileceği, bireyin bütünle dolaylı bir biçimde özdeşleşebileceği, evrensel nitelikte bir felsefi argüman. Öyle bir argüman ki bireyden yani parçadan yola çıksın fakat yine birey üzerinden genelleşebilsin. Parça ve bütün arasında doğrudan bir ilişki ve aktarım sağlanabilsin ve insana özgü evrensel bir sabite ulaşabilsin. Bir tahakküm obezi olarak tecelli eden modern devleti egemenliği kullanma hakkını tüm bir insanlığın faydası için paylaşmaya ikna edebilsin veya zorlayabilsin.

İşte tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde tüm bu sorunlara ve sorulara yanıt üretebilme potansiyeli bakımından öne çıkan yegâne felsefi argüman insan hak ve özgürlükleri olmuştur. İnsan hak ve özgürlükleri, bireyin kendisi için olması gereken ideal durumu tüm gereksinimler ve koşullara karşı tanımlayan, halka rağmen bir güç unsuruna dönüşen devlet karşısında bireyin hak ve özgürlüklerini savunan; üstelik de her bir bireyin kendisi üzerinden açıklayıp, anlamlandırıp aynı anda tüm insanlık için de açıklamış ve anlamlandırmış olacağı sade, kapsamlı ve etkili bir argümandır. İnsan hak ve özgürlükleri, aynı zamanda Kant'ın da ulusal egemenliği tekelinde bulunduran devletlerin evrensel barış ve uluslararası hukuka ilişkin normlara uymalarını hem içsel hem de dışsal bir zorunluluk haline getireceğine inandığı *idedir*. İnsan hak ve özgürlükleri, insan doğasının dünyayla temasında ortaya çıkan; insanı mutlu, onurlu bir yaşamın öncesizliği ve sonrasızlığıyla yüceltip daha üstün bir değer tanımayan etik, siyasal ve hukuksal bir yaşam paradigmasıdır. Toplumsal sözleşme sonunda siyasal gücün temerküz ettiği bir aygıt olarak devlet, bu etik, hukuksal ve siyasal *ideden* bağımsız olmamalıdır, olamaz. Dolayısıyla uluslararası ilişkilerin gerek hukuksal gerek siyasal gerekse de bu ikisine katılımı hem özendirecek hem de sürdürülebilir kılacak etik boyutu ancak ve ancak insan hak ve özgürlüklerine dayandırılabilirse gerçekleşebilecektir. Nitekim böyle de olmuştur.

İnsan hak ve özgürlükleri, bugün, gerek küresel sorunlarla baş edebilmek için işbirliğine gitmek gerek küreselleşmenin kültürel, toplumsal ve iktisadi alanlardaki olumlu etkilerinin yaygınlaşabilmesi gerekse de bu alanlardaki olumsuz etkilerle mücadele edilebilmesi açısından tüm insanları kapsayan, anlamlandıran ve koruyan büyük bir proje haline gelmiştir. Bugün artık ulus-devletin yetki alanına müdahale etmek, onu farklı platformlarda ortak eylemin parçası kılmak ve bireyler üzerindeki baskısını azaltarak sınırların aşılamazlığından doğan otoritesini makul düzeye çekmek için insan hak ve özgürlükleri, etkin biçimde kullanılmaktadır. Bu kapsamda uluslararası sahnede... yeni ve yasal kurumların fazlalaşması, uluslararası mahkeme gibisinden profesyonel, yasal, ekonomik ve düzenleyici uluslararası ağların gelişmesini sağlamıştır... Buna bağlı olarak, -bir takım- uluslararası STK'lar, dernekler, hareketler ve siyasi aktörler ortaya çıkıp gelişmiştir (Eisenstadt, 2009:40-41). Küresel ölçekteki her uzlaşma, her işbirliği, her eylem ve hatta savaşlar dahi artık insan hak ve özgürlüklerini ve insan hak ve özgürlüklerinin doğuracağı sorumlulukları dikkate almadan gerçekleştirilemez hale gelmiştir. İnsan hak ve özgürlüklerini ihlal eden devletler yaptırımlara hatta müdahalelere maruz kalmakta, dahası insan hak ve özgürlüklerinin etkin biçimde uygulanmasına gereksinim duyan kapitalist unsurlar tarafından baskı altına alınmaktadır. Devletler küresel ölçekteki sermayenin gerçekleştireceği yatırımlara hem gelir-gider hedeflerini tutturmak hem istihdam sorununu çözmek hem de kalkınmayı sürdürülebilir kılmak için zorunludurlar. Zira tüm bunlar refahı ve mutluluğu artıran unsurlardır. Devlet zorunlu ussallığından dolayı dünyanın neresinde olursa olsun, hangi rejimin idaresinde vücut bulursa bulsun bu öğeleri dikkate almak zorundadır. Dünya genelinde üstünlüğü ele geçiren ekonomik sistemler ile dünya toplumları arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkileri içinde günden güne sıkışan devlet, artık özerkliğini, hareket kabiliyetini ve demokratik yapısının temelini peyderpey kaybetmeye başlamıştır. Devlet egemenliğinin de ne yazık ki sadece biçimsel olarak varlığını sürdürdüğü gözlerden kaçmamaktadır (Habermas, 2008: 25). İşte bu nokta küresel ticaretin ve küresel yatırımların hatta ulusal bilançolar açısından sıcak para akışının dahi ulus devlet ve ulusal egemenlik anlayışı üzerinde biçimlendirici etkisi olmasına yol

açmaktadır. Küresel ticaret ve sermaye insan hak ve özgürlüklerini sermayenin ve yatırımın güvenliği, rekabetin sağlığı açısından koruyucu bir kalkan olarak görmektedir. Zira insan hak ve özgürlüklerinin gerçekleştirilmesi birey hak ve özgürlüklerinin korunduğu ve teminat altına alındığı; hukukun hızlı, adil ve şeffaf biçimde işlediği; sivil toplumun, aydınların ve medyanın özgür olduğu; malların ve fikirlerin serbest biçimde rekabet edebildiği; insanların tüm bunlardan dolayı yaşamın her alanında iyiyi ve kaliteyi isteyen, haklarının ve sorumluluklarının bilincindeki kişiler olmasını garantilemektedir. Bu önemlidir zira sayılanlar serbest pazarın her alanda serbest olmasını, devletin manipülasyon yapamamasını ve istese dahi piyasayı denetim altına alamamasını sağlamaktadır.

Elbette halen daha uluslararası ilişkilerde güçlü merkezi ülkelerin devlet-toplum ilişkisinde ise merkezi devletin ağırlığı kendini hissettirmektedir. Fakat bu ülkelerde dahi küresel sorunlar, küresel işbirlikleri, küresel ekonomiye eklenme zorunluluğu ve bilişim teknolojilerindeki gelişme nedeniyle güçlenen sivil toplum ve küresel bilinç karşısında devletler daha şeffaf, daha özenli, daha az merkezîyetçi olmak ve yeri ve zamanı geldiğinde ulusal egemenliğin ihlali anlamına gelecek durumlarda uzlaşmaya ve küresel yapılar içerisinde hareket etmeye mecburdurlar. [B]ir taraftan uluslararası örgütlerin etkinliğinin artması, bir yandan da insan haklarının uluslararası düzeyde koruma altına alınması, tüm devletlerin egemenliğini şu ya da bu düzeyde sınırlamaktadır. O nedenle “devletlerin egemen eşitliği” ilkesi bugün “aynı ölçüde azalan egemenlik” ilkesine dönüşmüştür (Simonovic’ten aktaran Aral, 2005: 69). Bu anlamda her devletin belirlenmiş koşullar ve yapılar içerisindeki diğer devletlerle birlikte çalışması, ulusal egemenlik tanımını yumuşatması, hatta yer yer kendi egemenlik hakkının üzerinde bir konuma sahip -siyasal, ekonomik bağlamda etiği gözeten- organizasyon ve platformların kararlarını kabul etmesi gerekmektedir. Uluslararası düzenleyici yapılar, ulus-aşırı bütünleşmeler ve ulus-aşırı şirketler artık devletlerin yeni meşruiyet kaynakları olarak görülmektedir. Buradan hareketle, hukuki yönüyle bir statü olarak korunan egemenlik, siyasal yönüyle bir kapasite olarak kapsamlı değişimlere maruz kalmaktadır. Karar alma organı olarak daha önceleri tek otorite olma özelliğini kaybederek değişen devlet, artık siyasal karar alma ve uygulama süreçlerini devlet-altı ve devlet-üstü yapılarla paylaşmaktadır. Sonuçta, modern devletin; ülkesi, egemenliği ve merkezi iktidarı ile arasında var olduğu düşünülen güçlü bağın, bundan böyle daha gevşek bir görünüm sergileyeceği beklentiler arasında yer almaktadır (Kaygusuz, 2014: 46-47). Hem güncel sorunlar ve işbirlikleri ile güçlenen medya-sivil toplum hem de gelecekte insanlığın ortak projesi olarak ortaya konan araştırmalar hem de yeni küresel tehditler insanların birlikte hareket etmesini kaçınılmaz kılmakta; ulusların egemenliklerine takılmayan göç, terörizm, küresel ısınma, küresel afetler, yoksulluk, salgın hastalıklar ve özgürlük-demokrasi talebi gibi etmenler bölgesel ve küresel organizasyonların egemenlikleri aşarak devletlerin iç yapılarına ve işleyişlerine insan hak ve özgürlüklerinin mümkün kıldığı hukuksal, siyasal ve etik düzlem üzerinden müdahale etmesini hızlandırmaktadır.

Bugün dünyada milliyetçi ve yerelci bir dalga kendini göstermektedir fakat üretim-tüketim biçiminin ve ilişkilerinin yarattığı altyapı geri döndürülemez bir yola girmiştir. Bu noktadan sonra ulus devletler her ne kadar kendilerini tahkim etmeye çalışsalar da sosyolojinin mantığı gereği altyapıdaki değişim üstyapıyı kendi paralelinde biçimlendirecektir. Nasıl ki geçimlik iktisat ve onun doğurduğu din-tarım imparatorlukları dönemi kapitalist üretim-tüketim ilişkilerine yenik düşüyse, ulus-devlet de -egemenliğin tek odak noktası olarak kendini halktan ayrı bir varlık haline getirmesi bağlamında- post-kapitalist üretim-tüketim ilişkilerine yenik düşecek ve zayıflayacaktır. Bu nedenle siyasi iktidarın/temsilin çeşitli ifadeleriyle karmaşık bir ilişkisi olan ulus devlet giderek tanımlanmamış, kimi zaman tanımlanamaz iktidar kaynaklarıyla daha zımnî, daha sorunlu bir rekabete girmektedir. Bu yüzden ulus devletler var olmayı sürdürseler de giderek daha geniş kapsamlı bir iktidar ağının bağlantı noktaları haline

geleceklerdir, gelmişlerdir (Castells, 2008: 452). Ulusal egemenliğin bu çerçevede bir okuma yapıldığında merkezde temerküz etmeye devam etmesi ve egemenliği odaklayıcı bir merceğe dönüşerek *Leviathan*laşması süreci sonuna gelecektir. Yani dünya egemenlik teorisi bağlamında tündengelimci yaklaşımı bırakarak daha tümevarımcı, empirik bir çizgiye oturacaktır. Böylece sahte yüceleştirmeler ve tinselleştirmelerle önu tıkanan insanlık yeniden ilerlemeye başlayacaktır. Altyapıda ortaya çıkan değişimin her toplumun özünde ve lehine biçimde yayılmasıyla doğacak bilinçlenmeyle birlikte insan hak ve özgürlükleri ve demokrasi bugünkü manipüle edilmişliğini de aşacaktır. İnsan hak ve özgürlüklerinin -Kant'ın dünya barışı için öne sürdüğü- uluslararası hukuk ve ticaret ile küresel sorunlar-işbirlikleri bağlamında yeterli mental ve moral gücü bulunmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Dünya uluslararası sınırları aşan ve onları dönüştüren küreselleşme süreciyle birlikte daha entegre bir yer haline gelmiştir. Bilginin sürekli dolaşımında ve erişilebilen bir metaya dönüşmesi sonrası üretimin ve tüketimin de biçimi değişmiş, her mal ve hizmet dünyanın her yerinde tüketilebilir hale gelmiştir. Sermayenin, insanların ve kültürün akışkanlığı ve hız ve yoğunluk artışına bağlı biçimde ortaklaşmaya, yaşam alanlarımız ve biçimlerimiz iktisadi altyapının izdüşümünde aynılaşmaya başlamıştır. Bu doğrultuda kültürel, tarihsel ve kimi zaman da dilsel özgünlük iddialarına dayalı uluslar ve ulus-devletlerin çağı son ermeye başlamış; ulusun kendi kaderi üzerindeki mutlak karar verme hakkını imleyen ulusal egemenlikte eş anlı biçimde aşınmaya başlamıştır.

Ulus etik ve siyasal bir teklik halidir. Bu teklik süreç içerisinde olgunlaşmıştır. Oysa onun egemenliğinin kullanıcısı olan ve doğası gereği ussal olmak durumunda olan devlet karşısında yeni talepleri vardır. Devlet teoride her ne kadar halkın emrinde olsa da gücün merkezde temerküzü nedeniyle kendi kendinde bir hal almıştır. Böylece tündengelimci, değerleri ve etiği dayatan bir yapıya dönüşmüştür. Oysa piyasa ekonomisinin güçlenerek küresel bir hal alması ve çıkarların karşılıklı biçimde devletlerin koyduğu kuralları ve ilkeleri aşan biçimde etkileşime girmesi, devletin tümevarımcı ve daha liberal daha birey merkezli bir biçimde yorumlanmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Dolayısıyla kolektif haklar vurgusuyla hayat bulan ve giderek tündengelimci bir tinselliğe öykünen devletin yeniden yorumlanması gerekmektedir. Bunun ilk adımı da hiç kuşku yok ki, demokrasinin yeniden yorumlanması ve ulusal egemenliğin reformasyonu ile olacaktır.

Gelecekte olması muhtemel iktisadi gelişmelerin devletlerin karşılıklı bağımlılıklarının ve insanların birbirleriyle etkileşimlerinin artacağını göstermektedir. Bu anlamda küresel ağlarla bağlı ve bağımlı hale gelmiş üretim-tüketim düzenlerinin sınırların anlamını ve değerini giderek daha fazla aşındıracağıdır. Bununla birlikte internet sayesinde insanların daha fazla etkileşime girmeleri sonucu sınırların toplum üzerindeki soyut ve kurucu anlamını da azaltacaktır. Ulus-devlet yok olmayacak olmakla birlikte küresel işbirlikleri, mekanizmalar ve hareketlere olan ilgi ve ihtiyaç aratacaktır. Dünya bu denli bağımlı ve bağlı bir biçimde gelişir ve büyürken doğa ve toplum odaklı sorunlar da küreselleşecektir. Bu nedenle ulusal ya da bölgesel görecelikler ve çıkarlar içerisinde kaybedilen etik ve idealler gerçeklerden kopulmadan küresel oluşumlar ve mekanizmaların bayraktarlığını yapacağı etik ve hukuksal çizgiye gelmeye teşvik edilecektir. Bu bağlamda insan hak ve özgürlükleri gelecekte ulusal egemenliklerden daha önemli olacak ve tam olarak onun karşısına konacaktır. Böylece etik idealler ve refah için uluslar egemenlik fikrini korumakla birlikte egemenliğin paylaşılmazlığı ve mutlaklığından feragat edecektir.

KAYNAKÇA

- Aktoprak, E. (2011). *Tarihin İzinde Toplumsal Gelişim Süreçleri*. Alter Yayınları: Ankara.
- Akyılmaz, G. (2015). *Siyasi Tarih*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aldıkaçtı, O. (1986). *Milli Egemenlik Düşüncesinin Gelişimi Paneli*, İzmir: Ege Üniversitesi. <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/bitstream/handle/11543/1766/198606298.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, [Erişim Tarihi: 29.01.2020].
- Aral, B. (2005). Egemenlik ve İnsan Hakları Açısından Küreselleşme ve Uluslararası Hukuk, *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6(24), 57-78.
- Arıboğan, D. Ü. (1996). *Globalleşme Senaryosunun Aktörleri*, İstanbul: Der Yayınları
- Aslan, N. (2005). Dünya Ekonomisinde Gelişmeler: Küreselleşme. İçinde *Ekonomik Entegrasyon Küresel ve Bölgesel Yaklaşım*. (Editör) Küçükahmetoğlu, O. Ankara: Ekin Yayınevi.
- Aybudak, U. (2017) Modern Devlet Bağlamında Ortaya Çıkan Egemenlik Kavramı ve Egemenliğin Dönüşümü, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 226-237. www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581, <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20175434590> [Erişim Tarihi:10.01.2020].
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme-Toplumsal Sonuçları*, (Çeviren, Yılmaz, A.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bocock, R. (1997). *Tüketim*. (Çeviren, Kutluk, İ.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi-Toplum ve Kültür*, II. Cilt: Kimliğin Gücü. (Çeviren, Kılıç, E.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Cevizci, A. (2012). *Felsefe Tarihi*, İstanbul: Say Yayınları.
- Eisenstadt, S. (2009). New Transnational Communities and Networks: Globalization Changes in Civilizational Frameworks, Transnationalism Diasporas and The Advent of A New (Dis)Order. *International Comparative Social Studies*, Volume XIV, Boston: BRILL
- Eley, G. (2008). *Demokrasiyi Kurmak Avrupa Solunun Tarihi 1850-2000*, (Çeviren, Güney, A. Y.). İstanbul: Doruk Yayıncılık
- Ertugay, F. (2012) Potestas ve Populus Arasındaki Mesafe Daralırken Auctocritas'ı Yeniden Ele Almak, *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, 8(31),199-222.
- Fischer, S. (2003). Globalization and Its Challenges. *American Economic Review*. Vol. 93, No. 2.
- Habermas, J. (2005). İki Yüz Yıl Sonrasında Geriye Bakışın Kazanımlarıyla Kant'ın Ebedi Barış İdesi, (Çeviren, Çakal, A.). *Cogito*, 381-419.
- Habermas, J. (2008). *Küreselleşme ve Milli Devletlerin Akıbeti*. (Çeviren, Beyaztaş, M.). İstanbul: Bakış Yayınları.
- Habermas, J. (2013). *Öteki Olmak, Ötekiyle Yaşamak*. (Çeviren, Aka, İ.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2013
- Hobbes, T. (2014) *Yurttaşlık Felsefesinin Temelleri*. (Çeviren, Zarakoğlu C. D.). İstanbul: Belge Yayınları, <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/bitstream/handle/11543/1766/198606298.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, [Erişim Tarihi: 29.01.2020].
- Karakuş, A. (2011). *Tarihin İzinde Toplumsal Gelişim Süreçleri*. Ankara: Alter Yayınları.

Kaygusuz, Ö. (2014). Egemenlik ve Vestfalyan Düzen, (Editör) Balta, E.: *Küresel Siyasete Giriş-Uluslararası İlişkilerde Kavramlar, Teoriler, Süreçler* içinde (ss 25-51). İstanbul: İletişim Yayınları.

Ökten, K. H. (2001) *Immanuel Kant'ın "Ebedi Barış Üzerine Felsefi Deneme" Adlı Eseriyle Ortaya Koyduğu Ebedi Barış Fikri ve Bu Fikrin Uluslararası İlişkiler Düşüncesinde Yarattığı Etki*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Rousseau, J. J. (2012). *Toplum Sözleşmesi*, (Çeviren, Günyol, V.). İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Belge, M. (1988). *Sosyalizm ve Toplumsal Mücadeleler Ansiklopedisi*, 3. Fasikül. İstanbul: İletişim Yayınları.

Wallerstein, I. (2004). *Modern Dünya Sistemi, Kapitalist Tarım ve 16. Yüzyıl'da Avrupa Dünya Ekonomisinin Kökenleri*. (Çeviren, Boyacı, L.). 1. Cilt. İstanbul: Bakış Yayınları.

Yolalıcı, M. E. (1994) *Çağımızda Milli Hakimiyet Anlayışları*, Sayı: 13, DOI: 10.1501/Tite_0000000216



KAVRAMSAL MAKALESİ

Algı Yönetimi Kavramı Çerçevesinde Geleneksel Medyada Gerçeklik Algısı

Öğr. Gör. Dr. Seçil UTMA, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Atça MYO, Aydın, e-posta:

secilut@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5003-2137>

Öz

Toplumların anlam dünyasını sistematik bir şekilde belirli bir ideoloji çerçevesinde düzenleyen medya; gerçeğin temsilinde belirleyici konumdadır. Medya araçlarından gelen iletiler bireylerin bilgi yapılarını şekillendirmekte, kişinin algı yapısını oluşturarak yaşam deneyimlerini sınırlandırmaktadır. Medya iletilerine maruz kalan birey, kendi yaşamıyla medya iletilerini karşılaştırmakta, bunun sonucunda da çoğunlukla kendi deneyimlerini terk ederek, medya deneyimlerini benimseme yoluna gitmektedir. Günümüzün karmaşıklaşan toplumlarında gerçeklik insanlara medya araçları tarafından sunulmakta, çevrelerinde olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanmaktadır. Bireylerin kendi deneyimleri ile algıladığı gerçeklik ile medya gerçekliği arasındaki fark, toplumsal gerçeklik alanının yapılanmasını sağlamaktadır. Medya bireylerin gerçeklikle bağlantısını güçlü biçimde yapılandırırken, medya tüketicileri bu sayede hiç yaşamadığı/yaşayamayacağı deneyim alanlarına tanıklık etmekte, bunlara ilişkin anlamlar üretmektedir. Günümüzde zihinlerin inşasının kaynağı konumunda olan medya aracılığıyla, ekonomiden siyasete, kültürden sosyal ilişkilere kadar yeni algı kalıplarının oluşması sağlanmakta, bu sayede düşünme ve eylem biçimlerimiz, kültürel ve sosyal hayatımız bu çerçevede oluşmaktadır. Çalışmada; algı ve algı yönetimi kavramları üzerinde durularak, geleneksel medyada gerçeklik algısının inşası kuramsal olarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Gerçek, Algı, Medya Gerçekliği, Algı Yönetimi.

Makale Gönderme Tarihi: 12.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 02.05.2020

Önerilen Atf:

Utma, S. (2020). Algı Yönetimi Kavramı Çerçevesinde Geleneksel Medyada Gerçeklik Algısı, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5): 383-398.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2020, 3(5): 383-398. DOI:[10.26677/TR1010.2020.423](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.423)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası:www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

**Reality Perception in Traditional Media within the Framework of Perception
Management Concept**

Dr. Seçil UTMA, Aydın Adnan Menderes University, Atça Vocational High School, Aydın, e-mail: secilut@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5003-2137>

Abstract

The media that systematically organizes the world of meaning in the framework of a certain ideology; is decisive in the representation of truth. The messages coming from the media tools shape the individuals' knowledge structures, and create their perception structure and limit their life experiences. The individual exposed to media messages compares media messages with his own life, and as a result, he often abandons his own experiences and adopts media experiences. In today's complex societies, reality is presented to people by media and they are provided with information about what is happening around them. The difference between the reality that individuals perceive with their own experience and the reality of the media provides the structuring of the field of social reality. While the media strongly configures the connection of individuals with reality, the media consumers witness and experience the areas of experience they have never experienced. Today, through the media, which is the source of the construction of minds, new patterns of perception, from economy to politics, from culture to social relations, are created, so our ways of thinking and action, our cultural and social life are formed within this framework. In this study; considering the concepts of perception and perception management, the construction of the perception of reality in the traditional media has been handled theoretically

Keywords: Media, Truth, Perception, Media Reality, Perception Management.

Received: 12.02.2020

Accepted: 02.05.2020

Suggested Citation:

Utma, S. (2020). Reality Perception in Traditional Media within the Framework of Perception Management Concept, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(5): 383-398.

© 2020 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Gerçeklik olgusunun en fazla tartışıldığı alanlardan biri olan medya, bir yandan hayatımızı kolaylaştırırken, öte yandan gerçek ve kurgu arasındaki uçurumun oluşmasına neden olmaktadır. İnsanları bir deneyim alanı ile buluşturan medya, onlara başka deneyim alanları sunmaktadır. Bireylerin kendi deneyimleri ile algıladığı gerçeklik ile medya gerçekliği arasındaki fark, toplumsal gerçeklik alanının yapılanmasını sağlamaktadır. Medya bireylerin gerçeklikle bağlantısını güçlü biçimde yapılandırmakta, medya tüketicileri bu sayede hiç yaşamadığı/yaşayamayacağı deneyim alanlarına tanıklık etmekte, bunlara ilişkin anlamlar üreterek toplumsal gerçekliğin inşasına katkı sunmaktadır. Medya aracılığıyla kitlelere kurgulanarak ve şekil değiştirerek ulaştırılan bilgi, gerçeklik olmaktan çıkmakta, bu yeni gerçekliğin hakikat ile bir ilgisi bulunmamakta, dezenformasyon halini almaktadır. Amerikalı siyasetçi Henry Kissinger'in de (2016: 67) belirttiği gibi, "Bir şeyin gerçek olması pek o kadar önemli değildir; fakat gerçek olarak algılanması çok önemlidir".

Teknolojik imkanların gelişmesi ve enformasyonun hızlı aktarımı sayesinde yeni bir görünüm kazanan algı yönetimi; insanlık tarihinin her döneminde var olmuştur. Bireyin zorunlu ya da kendi rızasıyla ikna edilerek, algılarının manipüle edilmesini amaçlayan algı yönetimi sayesinde, bireyleri herhangi bir konuda yönlendirmek mümkün olabilmektedir. İletişim teknolojilerinin günlük hayat pratiklerimiz içerisinde yerinin artması ile birlikte, bireylerin algılarını şekillendirmede kitle iletişim araçları önemli rol oynamaya başlamıştır. Sosyal medya ortamlarında bilgiye erişimin zaman ve uzamdan bağımsız bir şekilde hızlı ve ucuz hale gelmesi, etkileşimli iletişime olanak sunması, algı yönetimi açısından bu araçların önem kazanmasına yol açmıştır. Sosyal medya platformlarında nesnel gerçeklikten koparılan bilgi, yeniden kurgulanarak kullanıcılara ulaştırılmaktadır. Sanal alemde bilgi bombardımanı altında binlerce bilgi arasından en doğruyu seçmek giderek zorlaşmakta, tüketim metası haline getirilen bilgi; medyanın ideolojisi ile özdeş hale gelmektedir.

Kitle iletişim araçları aracılığıyla kendisine ulaşan iletileri algılayan birey medyanın yönlendirdiği gerçeklik illüzyonu içerisinde yaşamaktadır. Marcuse'un dediği gibi artık gerçeğe ilişkin düşünmemiz medyanın tanımladığı kavramlara bağlıdır (Koç, 2018: 12). Medya iletilerine maruz kalan bireyler Baudrillard'ın (2005: 56) ifade ettiği gibi, kurgulanmış bir gerçeğin içinde yaşamaya başlayan sessiz yığınlar haline gelmekte, kurgulanan gerçek artık hakikatin yerini almaya başlamaktadır.

ALGILAMA VE ALGI YÖNETİMİ

Birey, çevresindeki uyarıcılar tarafından kendisine ulaşan sinyalleri duyu organları aracılığıyla algılamakta; geçmiş deneyimler, psikolojik durum ve içinde bulunulan kültürel yapı çerçevesinde anlamlandırma yoluna gitmektedir. İletişim olgusunun önem kazandığı bu süreç sayesinde kişinin kendi dışında var olan dış dünyayı algılaması mümkün olmaktadır (Bakan ve Kefe, 2012: 20). İletişimin gerçekleşmesinde algılama önemli rol oynamakta, bireysel ve sosyal yaşamda dış dünyayla etkileşimin kurulmasına aracılık etmektedir. Kitle iletişim araçları, enformasyonun bireylere iletilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Algı; kişinin çevresindeki nesnelere, olayları, ilişkileri duyu organları yoluyla anlamlandırarak, belli bir davranışı ortaya koyması sürecidir (İnceoğlu, 2011: 86). Bir başka yoruma göre ise algı, beyin çeşitli duylardan gelen bilgi karmaşası içinden anlamlı örüntüler yorumlamasıdır (Morris, 2002: 121). Erol Mutlu ise (2012: 16) algıyı şu şekilde tanımlamaktadır: "Algı; duylarla algılanan, beyin tarafından işlenen, bellekte depolanan ve fiziksel veya zihinsel bir tepki biçimi üreten enformasyondur. İnsanın çevresindeki uyarıların ya da olayların ayırımında olması ve

onları yorumlaması sürecidir". Buna göre dış çevreden gelen uyarıcıların duyu organlarımız üzerinde bıraktığı etki 'duyu'; oluşan bu etkinin zihnimizde oluşturduğu şekle verilen anlam 'algı' olarak tanımlanmaktadır. Algıların alınma süreci ise algılamadır. Buna göre algı yönetimi algıdan başlayan, algılama ile devam eden bir süreci içermektedir (Türk, 2014: 15).

Algı; Tutar'ın (1988: 77) ifadesiyle, iç ya da dış çevreden gelen uyarıcıları bireyin duyu organları yoluyla ya da hisleriyle almasıyla başlayan ve bu uyarıcıların farkına varılmasını, tanınmasını, idrak edilmesini ve tanımlanmasını sağlayan fiziksel, nörolojik ve bilişsel süreçlerin tamamıdır. Çevredeki uyaran örüntülerin organizasyonu ve yorumlanması sürecidir. Kısaca bireyin dış dünyayı, çevresinde olup bitenleri anlamlandırma sürecidir. Bireyler geçmiş yaşantılarının da etkisiyle, yeni edindiği enformasyondan belirli seçimler yaparak algılama işlemini başlatmakta, bu süreçte istek ve ihtiyaçlarımız belirleyici olmaktadır. İnsan algıları; bireyin değerleri, inançları ve içinde yaşadığı toplumsal kültür çerçevesinde şekillenmektedir.

Algı yönetimi kavramı ise ilk defa Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı tarafından tanımlanmıştır. Her ne kadar 'algı ve algılama', psikolojinin temel kavramları olarak pek çok bilimsel çalışmada ele alınsa da 'algıyı yönetmek', ilk kez ABD siyasi kararlarının ülkede ve tüm dünya kamuoyunda benimsenmesi için kullanılan bir yöntem olarak ortaya atılmıştır (Saydam, 2014:78). Algı yönetiminin özünü "ikna ve inandırma faaliyetleri" oluşturmaktadır. Bu çerçevede tarih boyunca gerek fert bazında gerekse de kurumsal temelde hedef kitleleri etkilemek için algı yönetim metotlarının kullanıldığı görülmektedir (Öksüz, 2013). ABD Savunma Bakanlığı'ndan yapılan tanıma göre algı yönetimi, "Kitlelerin duygu, düşünce, amaç, mantık, istihbarat sistemleri ve liderlerini etkileyerek, seçili bilgilerin yayılması ve/ veya durdurulması; bunun sonucunda hedef davranış ve düşüncelerinin hedefleyenin istekleri doğrultusunda yönlendirilmesidir" (<http://enclopedia.thefreedictionary.com>).

Garfield'e (2002: 33) göre algı yönetimi; etkileşime dayalı bir iletişim süreci olup, mesajların hedef kitlenin algı düzeyine uygun olarak biçimlendirilmesi ve bu suretle hedef kitlede istenilen tutum ve davranış değişikliğinin oluşturulması sürecidir. Algı yönetiminin başarısında gerçeklere dayanmak, farklılaşmak, tekrar, görsellik, duygulara hitap etmek, hedef kitlelerinin değerleriyle ve beklentilerine yanıt vermek gibi birçok öge önemli rol oynamaktadır (Özer, 2012:175).

Algı yönetimi genel olarak dört aşamadan oluşmaktadır: Hedef kitlenin dikkatinin çekilmesi, hedef kitlenin dikkatini kontrol altında tutmak için benzer bilgilerin sunulması ve paylaşılması, sunulan bilginin hedef kitlenin algılarıyla tutarlı hale getirilmesi, bilginin aynı pozisyonda kalması için iletişim kaynaklarında tekrar edilmesidir (Callamari ve Reveron, 2003: 15). Kitlelerin hislerini, duygu ve düşüncelerini etki altına almak amacıyla yürütülen çabalar, algılama yönetimi olarak adlandırılmaktadır (Saydam, 2012:7).

Le Bon'un (2014:123) belirttiği üzere 'Tekrar, İddia ve Yayılma' kitleler üzerinde algılama sürecinde önemli rol oynamaktadır: "Sade bir içeriğe sahip anlaşılır bir iddia, kitlelerin ruhuna bir fikri yerleştirmek için en etkili araçtır. İddianın etkili olabilmesi için ise mümkün olduğu kadar aynı kelimelerle tekrarı önemlidir. İddia olunan şey, tekrar edilmek suretiyle ispat edilmiş bir hakikat gibi kabul olunarak zihinlere yerleşmektedir. Nitekim böyle bir durumda iddiaların kimin tarafından ortaya atıldığı unutulacak ve tekrarlanan mesajlara inanılacaktır".

Teknolojik imkanların gelişmesi ve enformasyonun hızlı aktarımı sayesinde yeni bir görünüm kazanan algı yönetimi; insanlık tarihinin her döneminde var olmuştur. Bireyin zorunlu ya da kendi rızasıyla ikna edilerek, algılarının manipüle edilmesini amaçlayan algı yönetimi sayesinde, bireyleri herhangi bir konuda yönlendirmek mümkün olabilmektedir. Sosyal medya ortamlarında bilgiye erişimin zaman ve uzamdan bağımsız bir şekilde hızlı ve ucuz hale gelmesi, etkileşimli iletişime olanak sunması, algı yönetimi açısından bu araçların önem kazanmasına yol açmıştır.

Walter Lippman'a göre algı ile gerçeklik arasındaki uçurum modern dünya ile daha da genişleyerek, sosyal, siyasal ve ekonomik hayatın içerisinde yaşanan karmaşıklık, iletişim araçlarının (özellikle sosyal medya) zihnimizdeki imgeleri değiştirmesi ile hız kazanmıştır (Ünüvar, 2013). Bu süreçte sosyal medya yeni mecra olarak karşımıza çıkarken, algıların yönetimi dijital dünya üzerinden kurgulanmaya başlanmıştır. Gültekin'in de ifade ettiği gibi, "Bir savaş alanı olarak insan zihni, açık seçik bir bombardımana maruz bırakılmakta; kanma ile kandırma bu süreçte modern dünyanın en asli unsurları haline gelmektedir" (Gültekin, 2016: 11).

Alman sosyolog Ulrich Beck (1994) toplumların içerikten ziyade görüntüye ilgi gösterdiklerini, bu bağlamda bir mesajın görünüm, imaj ve sunumunun en az içeriği kadar önemli olduğunu söylemektedir (Aktaran: Lilleker, 2013: 33). Bu noktada sosyal medya, sahip olduğu özellikleri ile iletişimin sanal ortama taşınmasından çok öte bir misyona sahiptir. Uğurlu'nun (2015:301) da belirttiği gibi, "Sosyal medyanın bireylere sunmuş olduğu yazı, fotoğraf, ses, video ve her türlü bilgi ve belgeye ulaşım imkânları iletinin içeriğini ve tasarımını etkilemekte, bu sayede halkla ilişkiler, pazarlama, siyaset başta olmak üzere tüm alanlarda istenen algılara yönelik kampanya tasarımları oluşturulmaktadır. Sosyal medyanın multimedya yapısı ve hipermetinsellik özelliği sayesinde bireylerin simgesel, görsel, duygusal algılarının tümüne etki etme durumu söz konusu olmakta, böylelikle bireylerin algılarına çok yönlü ulaşma imkânı artmaktadır. Sosyal ağların görsel kültürle olan sıcak ilişkisi, görsel materyallerin teşhirine uygunluğu, paylaşıldığından kısa bir süre içerisinde kişilere yayılımı, enformasyonun imajlarla donatılıp dikkat çekicilik sağlamasını beraberinde getirmektedir".

İletilerin kitlelere ulaştırılması sürecinde bireylerin tutum ve algılarının şekillenmesinde medyada kullanılan "çerçeveler" önemli rol oynamaktadır. Çerçeveler, "sorunları tanıyan, değerlendiren ve reçete eden iletişim araçlarıdır" (Entman, 1993: 51). Lilleker'in (2013:111) ifadesiyle, "toplumsal meseleleri düzenleyici fikirler ya da temalar olarak anlamayı kolaylaştırmak ve zenginleştirmek için tasarlanan bilişsel kısa yollarıdır". Bu etiketler, karşı tarafta yaratılmak istenen algının oluşma sürecinden rızanın tesisine kadar ki süreçte algı yönetene oldukça elverişli bir ortam sunmaktadır (Uğurlu, 2015: 304).

Günümüzde zihinlerin inşasının kaynağı konumunda olan medya aracılığıyla, ekonomiden siyasete, kültürden sosyal ilişkilere kadar yeni algı kalıplarının oluşması sağlanmakta, bu sayede düşünme ve eylem biçimlerimiz, kültürel ve sosyal hayatımız bu çerçevede oluşmaktadır (Yeniçifti, 2014: 265). Algı yönetimi ile grupların tutum, davranış ve duyguları algı yöneticileri tarafından şekillendirilmekte; siyasi iktidarlar uygulamalarının meşruiyetini sağlamak, kurumlar ve fertler toplum nezdinde itibarlarını yükseltmek gayesiyle birtakım psikolojik teknikleri kullanma yoluna gitmektedir.

Yoğun bilgi bombardımanı altında hangi enformasyonun doğru hangisinin yanlış olduğunun bilinmemesi, bireylerin algılarının şekillenmesinde belirleyici olmaktadır. Gültekin'in (2016: 65) de ifade ettiği gibi, "Bütünden koparılmış bilgi, sadece eksik bilgilenmemiz anlamına gelmez; aynı zamanda düşünce, duygu, davranış ve tutumların yanlış şekillenmesine neden olur. Bütünü görmek/görebilmek gün geçtikçe zorlaşmakta ve insanlar mikro dünyalar içerisinde hapsedilmektedir; resmin tamamını göremeyenler manipülatörlerin oyununa gelmektedir. Modern dünyanın bu parçalı yapısı dijital çağ ile yakından ilgilidir. Bilgideki yüksek artış insanların kontrolünden çıkmakta ve böylece kimse ne olup bittiğini anlayamamaktadır. O yüzden bugün bilgi parçacıklarının sunumu ile gerçeğin büyük bir kısmı gizlenmekte ve bu da algı yönetmenleri ile manipülatörlerin işine gelmektedir".

Bireyleri manipüle ederek, algılarının yönlendirilmesi açısından bilimsel veriler büyük önem taşımaktadır. Günümüzün modern insanı açısından bilimin sahip olduğu kesinlik, algı yöneticileri için referans oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmeler neticesinde artık bilimin

yanlışlanabilirliği en temel olgu olarak görülse de halen kitlelerin zihnindeki karşılığından dolayı bilimsel verilere dayanarak toplumsal algıların inşası mümkün olabilmektedir (Gültekin, 2016:179).

GERÇEKLIK VE MEDYADA GERÇEKLIK ALGISININ İNŞASI

Gerçeklik, düşünülen, tasarımılanan ve imgelenenlerin aksine, gerçekte var olan ve varlığı algılamadan bağımsız olan olgulardır. Gerçek veya gerçeklik bilinçten, düşünmeden ve kurgulanmış olandan bağımsız olarak var olmaktadır (Akarsu,1984:83). Gerçeklik, algılamının tersine zihinsel bir ürün olmamakta, gerçeğin zihin üzerindeki izdüşümü olarak görülmektedir. Zihinsel süreçlerden bağımsız gerçekten bir var olma durumunu tanımlayan gerçeklik; nesnel ve objektif bir realiteyi ifade etmektedir. Birey gerçeklik denen olguyu ya birinci elden yaptığı gözlemler yani yaşanmışlıkları sonucu ya da anlatılar veya medya kanalıyla kendisine ulaşan enformasyon çerçevesinde algılamaktadır.

Bireyin algıları her zaman gerçeği yansıtmamakta; kişinin eğitimi, deneyimleri, inançları ve kültürü algıların oluşmasında belirleyici olmaktadır. Uyarının aynı olmasına karşın, bireylerin algılarının farklı olması, algı ile gerçek arasındaki farkı ortaya koymaktadır.

Gerçeklik algısı uygarlık tarihinde birçok filozofun tartıştığı konular arasında öncelikli olarak yer almıştır. Örneğin Antik Çağ filozoflarından Platon, gerçeği doğrudan görmediğimizi, onu dolaylı bir şekilde algılayabildiğimizi belirtmektedir. Çokça bilinen körlerin fil tarifi hikayesi bu duruma örnek teşkil etmektedir. Filin bacağı tutan kişi geçmiş deneyimlerinin de etkisiyle filin bacağı bir sütuna benzeterek, onunla özdeşleştirir. Bu tanıma itiraz eden diğerleri, kendi deneyimleri çerçevesinde fili tarif etmişlerdir.

Televizyondaki gerçeklik sorununu Platon'un "idealar evreni" kavramıyla birlikte ele alan Morresi (2003: 15), televizyon izleyicisinin ekranda izlediği şeyi, Platon'un mağarasının günümüzdeki versiyonuna benzetmektedir. Ona göre, günümüz kitle iletişim araçları yarattıkları kurgulanmış gerçekliklerle kullanıcılarına ulaşmaktadır.

Algı ile gerçeklik arasındaki uçurum gelişen teknoloji ile birlikte daha da genişlemiş, kitle iletişim araçları algıların şekillenmesi noktasında belirleyici duruma gelmiştir. Lippman'ın (1998) da ifade ettiği gibi, kitlelere sunulan imgeler bir çeşit sanal gerçeklik yaratmakta ve bireylerin algılarının oluşmasında etkili olmaktadır. Gerçek, toplumsal yaşam içerisinde çok kritik bir önemi olan neden-sonuç ilişkisinin kültürel anlamda edinilen deneyimlerle kurulduğu bir alandır. Bireyin deneyimlerinin sonucunda geliştirdiği bilişsel şemaya uygun olan şeyler, ona göre gerçektir.

Toplumsal gerçeklik, yeryüzünde olup bitenlere ilişkin insanların ortaklaşa gerçekleştirdiği eylemler ile bunlara dair bütün düşünsel ve zihinsel etkinliklerin oluşturduğu gerçekliktir. Bu gerçekliğin oluşumunda medya, hem insanların fiilen içinde yaşadıkları toplumsal- tarihsel ortamlardan, hem de bunların dışındaki deneyimleri dolaylı olarak rol oynamaktadır.

Kendi yaşam alanlarımızın dışındaki dünyayı tanımamızı sağlayan en önemli araçlardan biri olan medya, bireylerin dış çevreyi algılamalarını, onun oluşturduğu gerçeklik perspektifinden olayların anlamlandırılmasını sağlamaktadır. Demokrasilerde yasama, yürütme ve yargıdan sonra "dördüncü güç" olarak nitelendirilen medya, elinde bulundurduğu güç sayesinde kitleleri harekete geçirerek, istenilen konularda tutum ve davranış değişikliği oluşturmada, halkı asıl dertlerinden uzaklaştırarak onlara "sahte ve sanal" bir dünya sunarak, psikolojik bir silah olarak işlev görmektedir. Gezgin'in (2002: 36) de ifade ettiği gibi "Günümüzde medya; hedef kitlesinin yetiştirilmesinde, kültürel aktarımında, sorunlara cevap bulunmasında, herhangi bir konuda

tutum geliştirilmesinde veya davranışta bulunulmasında, karar vermesinde büyük paya sahiptir”.

Medya aracılığıyla kitlelere kurgulanarak ve şekil değiştirerek ulaştırılan bilgi, gerçeklik olmaktan çıkmakta, bu yeni gerçekliğin hakikat ile bir ilgisi bulunmamakta, dezenformasyon halini almaktadır. Kars’a (2010:176) göre “Medya alımlayıcıları; kültürel deneyimlerden yola çıkarak kendine gerçeklik kategorileri yaratan bireysel/toplumsal gerçekliğin sorgulanmasına yönelik yargıların büyük birçoğunu başkalarının medya ile olan deneyimine dayandırmakta ya da kendi içsel dünyasının gerçekliği ile medyanın sunduğu gerçeklik arasında bocalayıp durmaktadır”.

Gerçeklik olgusunun en fazla tartışıldığı alanlardan biri olan medya, bir yandan hayatımızı kolaylaştırırken, öte yandan gerçek ve kurgu arasındaki uçurumun oluşmasına neden olmaktadır. Bilginin üretildiği, yansıtıldığı ve çarpıtıldığı bir araç olan medya, bilgiyi depolayan ve aktaran araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Birey gerçeğe ulaşmak adına buradan edindikleriyle kendi yaşam deneyimlerini karşılaştırmakta, elde edilen sonuç onların tutum ve davranışlarında değişikliğe yol açmaktadır.

Televizyonda yer alan haberlerin gerçekliği, bir takım görsel imgelere dayanmasından kaynaklanmaktadır. Poyraz’ın (2002: 70) da ifade ettiği gibi, “Görsel metin içinde göndergeye ilişkin hiçbir şey yoktur. Oysa izleyici göstereni gönderge ile özdeşleştirir ve gerçeğe tanık olduğuna inanır. Televizyon haberlerinde gerçekliğin farklı bir görünüme bürünmesini sağlayan en önemli unsur dramatik öğelerdir. Haberlerde, özellikle de haber programlarında, geniş bir izleyici kitlesine seslenebilmek için, ağırlıklı olarak ele alınan olayların duygusal boyutları öne çıkarılmaktadır. Öyle ki, tamamen gerçek olaylara ve karakterlere dayalı olan haber ve haber programlarında bile, hakiki gerçeklik kurmaca gibi, geleneksel anlatı saymacalarıyla yeniden kurulmuştur. Yani gerçek; insanları, soruları, olayları (iyi-kötü, kahraman-kötü adam, birey-kurum, biz-düşmanlarımız, doğa-kültür gibi) iki karşıt gücün çatışmasıyla nitelenen anlatılara dönüştürmüştür”.

İletişim sürecinde iknanın oluşması noktasında, kaynağın güvenilir ve saygınlığı önem taşımaktadır. Kaynağın güvenilirliğinin düşük olması noktasında, algının beklenildiği yönde oluşması da mümkün olmamaktadır. Bunun dışında mesajın içeriği, hangi kanallar ile hedef kitleye ulaşacağı, hedef kitlenin analizi gibi konular da iletişimin başarısında rol oynamaktadır. İletilen mesajın inandırıcı olması durumunda, amaçlanan ikna ve etkileme olayı gerçekleşecektir. Kepplinger’e (2003: 11) göre medya içerikleri alımlayıcılar tarafından benzer şekilde algılanmakta ve bunun sonucu olarak benzer etkilere yol açmaktadır. Uyarıcıların sıklığının artması ile oluşan tepkiler arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır.

Haberin gerçekliği noktasında 3 farklı gerçeklikten söz edilmektedir. Medyada haber olarak yayınlanan olayın hakikat durumunu ifade eden özgün gerçeklikte, yazarın yorumu ve kurgusu yer almamakta, olay aktaran tarafından bilinmektedir. Haberciden beklenen yorumsuz olarak elde edilen gerçekliğin medya yoluyla aktarılmasıdır. Bu noktada görüntünün çekilme biçiminden, bireyin olayın gerçekleştiği yerdeki bulunuş durumuna kadar objektifliği etkilemekte, olaylar haberi yapanın penceresinden kamuoyuna ulaşmaktadır. Gerçek kurgulanmış ve şekillenmiştir. Sunumsal gerçeklik olarak adlandırılan bu durumda okuduğumuz, izlediğimiz haberler gerçek olmamakta, gerçeğin kurgulanmış sunumu olarak karşımıza çıkmaktadır Medya mevcut gerçeği kendi değerlendirme süzgecinden geçirerek aktarmakta, bu şekilde okur ya da izleyiciyi etkileme yolunu seçmektedir. Algısal gerçeklik olarak adlandırılan durumda ise haber ileticisi tarafından aktarılan öznel gerçeklik, okur tarafından yeniden şekillendirilmektedir. Bu şekilde okur ya da izleyici kendisi gerçekliğini oluşturacak, kurgusal gerçekliğe katılmayacaktır.

Medyanın gerçekliği manipüle ederek, kendi gerçekliğini oluşturması konusu sıkça tartışılmakta, bu etkilerin boyutu ve sınırları noktasında farklı görüşler ileri sürülmektedir. Ünlü iletişim bilimci McLuhan (2019: 67) görsel kültürün batı medeniyetinin paradigmasını oluşturan en önemli öğelerden biri olduğunu ifade etmektedir. Ona göre; "Görsel uzam tek tip, süreğen ve bağıntılıdır. Bizim batı kültürümüzde rasyonel insan, görsel insandır. Batı insanı görselliği olmayan şeyleri idrak edemez. Bunlarla ilgili bilinç deneyimlemesi yapamaz. Benliğimizi tümüyle medya teslim aldı. Kitle iletişim araçları kişisel hayatımızı, siyasal ekonomik vs. hayatımızı öylesine yaygın biçimde etkilemektedir ki, ilişmedikleri, dokunmadıkları, değiştirmedikleri hiçbir yanımız kalmadı". Medyanın görsel öğelere ağırlık vererek, kurgusal olması toplumların manipüle edilmesini kolaylaştırmaktadır.

Medyanın toplumsal gerçeklikle olan bağlantısı; üç farklı yaklaşım çerçevesinde ele alınmaktadır. Liberal çoğulcu medya kuramı çerçevesinde medyanın toplumsal gerçekliği olduğu gibi yansıttığı ileri sürülmekte, toplumsal alanda var olan çeşitliliğin ve çoğulculuğun medya tarafından temsil edildiği vurgulanmaktadır. Medya kendisini toplumsal sorumluluk ilkesi doğrultusunda yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak konumlandırmaktadır. Marksist yaklaşım ise, medyanın toplumsal gerçekliği bozan ve çarpıtan işleyişine odaklanmaktadır. Buna göre, tahakküm ilişkilerinin sürdürülebilmesi için toplumsal gerçekliğin çarpıtılması gerekmektedir. Bu açıdan kitle iletişim araçlarına düşen, insanların mevcut üretim ilişkilerini sürdürecektir toplumsal ilişkilere rıza göstermesinin sağlanmasıdır. Bu bağlamda egemenlik ilişkilerinin üretimi, ideolojik ve kültürel anlam sistemlerinin üretilmesiyle mümkün olmaktadır. Medya bunu gerçekleştirdiği ölçüde, ideolojik işlevlerini yerine getirmektedir. Eleştirel yaklaşımlar medyayı, gerçekliğin edilgin bir aktarıcısı olarak değil, etkin ve kurucu bir alanı olarak görmektedir. İnsan kendi deneyimini ona ilişkin belirli bir anlam inşa ederek bilmektedir. Bu noktada medya toplumsal gerçekliğe ilişkin anlamların en merkezi dolayımlayıcısı olarak rol oynamaktadır. Fenomenolojik yaklaşım ise; toplumsal bilginin hem medya hem de izleyici/okur kitleleri tarafından birlikte gerçekleştirilen bir süreç olduğuna odaklanmaktadır. Bireyler kendi kimliklerini ve öznel dünyalarını, medyanın inşa ettiği sembolik gerçeklik çerçevesinde inşa etmektedir.

Günümüzde toplumları etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olan medya, gerçekliğin oluşmasında da önemli rol oynamakta, ancak bu gerçekliğin algılanması noktasında algılayanların özellikleri etkili olmaktadır. Gerçeğin doğru anlaşılması veya algılanmasında medya tüketicilerinin kişisel özellikleri, değerleri, kitle iletişim araçlarını tüketim alışkanlıkları gibi faktörler belirleyici olmaktadır.

Potter (2005: 61), medya iletileri tarafından kuşatıldığımız içinde bulunduğumuz 21.yüzyılda bireylerin gerçek dünya ve medya dünyası olmak üzere iki farklı dünyada yaşadığını belirtmektedir. Gerçek dünya, kendi yaşamımızda doğrudan tecrübe ettiğimiz kişisel deneyimlerimize dayanırken, medya dünyası ise kitle iletişim araçları tarafından aktarılan yaşantı ve deneyimleri ihtiva etmektedir.

Sanders (1999:135) bir çocuğun altı yaşından on sekiz yaşına gelene kadar 16 bin saat televizyon seyrettiğini, radyo ve CD dinleyerek 4 bin saat geçirdiğini, bilgisayar karşısında 5 bin saat harcadığını ve 2 bin saatini de sinemada geçirdiğini belirtmektedir. 6-18 yaş arasındaki dönemin yüzde 25'ten fazlasını medya araçları karşısında geçiren çocuklar, medya dünyası ile gerçek dünya arasında ayırım yapmakta sıkıntılar yaşamaktadır. Toylar ve Howell'in ifade ettiği gibi (1973: 317) çocuklar özellikle televizyonu sihirli bir pencere olarak algılamakta, gerçek ve kurgu arasında ayırım yapmakta zorlanmaktadırlar. 12 yaşına dek birçok çocuk gerçek ve fantastik dünyanın ayırımına varamamaktadır (Hawkins, 1977: 195; Van der Voort, 1986: 176; Wright ve Diğerleri, 1994: 232; Potter, 2005: 62; Livingstone, 2006: 4). Gerçekliğin nasıl algılandığı ile ilgili olarak sorunlar sadece çocukların algılamalarıyla sınırlı değildir. Potter (2005: 63), medyanın

yetişkin ya da çocuk ayrımı yapmaksızın herkesin gerçeklik algısına etki ettiğini belirtmektedir. Medya ve gerçeklik algısı ile ilgili problem büyük ya da küçük herkeste görülebilmektedir. Uysal (2006: 123), ülkemizde gerçek dünya ile medyanın kurmaca dünyası arasındaki ayrımı kaybeden birçok yetişkin bireyin, dizi kahramanlarının cenaze namazını kıldığını, gerçek dünyada işlenen bir cinayetin failiyle ilgilenmek yerine dizideki kahramanın katilini öğrenebilmek için kanalın telefonlarını kilitlediklerini belirtmektedir.

Postman'ın da (1995:102) ifade ettiği gibi, çocuklar için medya dünyası ile gerçek dünyanın ayrımına varamama, onların yeterli gelişimsel özelliklere sahip olmamasından kaynaklanan bir durum olsa da yetişkinler için daha kötü olan, medya dünyasının gerçeklerini sorgulamaksızın kabullenmekten kaynaklanmaktadır. Medya araçlarının hepsinde "gerçeklik" sorunu karşımıza çıkmasına karşın, sihirli pencere olarak adlandırılan ve en etkili medya aracı olarak kabul gören televizyon sektörü için bu sorun daha da belirgindir.

Yetişkinler gerçeklikle ilgili algılarını "sosyal yarar sağlama" ve "özdeşlik kurma" ilkeleri çerçevesinde şekillendirmektedir (Dorr,1981:335; Hawkins,1977: 223; Potter,1986: 165). Sosyal yarar beklentisi içerisinde olan bireyler, medya aracılığıyla kendilerine ulaşan iletileri ancak gerçek hayatta kullanabileceklerine inandıkları ölçüde doğru olarak algılamaktadır. Özdeşlik kurma ise, medya iletileri ile kişilerin beklentilerinin, arzularının ve özlemlerinin örtüşmesini ifade etmektedir. Potter'in (2005: 67) ifade ettiği gibi, medya üreticileri, bireylerin sosyal yarar ve özdeşliğe karşı güdülendiklerinin bilinciyle iletilerini kurgulamaktadır. Medya sektörü, hedef kitlesini yakından tanımakta ve iletilerini onların beklentileri doğrultusunda hazırlama yoluna gitmektedir.

Bireyler medya aracılığıyla bilgilenmekte, çevrelerinde olup bitenlerden kısa süre içerisinde haberdar olabilmektedir. Bu çabanın daha az zaman ve maliyet gerektirmesinden ötürü, bireyler kitle iletişim araçlarına bağımlı bir şekilde yaşamlarını sürdürmeye devam etmektedir (Potter, 2005:65). Burada önemli olan medya görüntülerinin ve iletilerinin gerçeğin kendisi değil, gerçeğin bir yansıması olduğunun bilinciyle hareket etme becerisine sahip olabilmektir (Natharius,2004: 240). Arık ve Solmaz'ın (2007:255) da belirttiği gibi, "Kitle iletişim araçları, toplumsal norm ve değerlerin oluşmasında bireyin zihnindeki imajları kullanır ve kusursuz bir dünya yaratır. Gerçek olmayan olaylar kurgulanarak yeniden desenlenir, böylece gerçekleri saklayarak oluşturulan imaj ve kurgulanan yapı kendini ön plana çıkarır. Haberleşme yoluyla oluşturulan kurgusal ve yapay dünya gerçek yaşamın yerini alır". Bunun sonucu olarak da bireyler sıklıkla medya kültürü tarafından yönlendirildiklerinin farkına varamamaktadır (Kellner ve Share, 2007: 4)

Medya araçlarından gelen iletiler bireylerin bilgi yapılarını şekillendirmekte, kişinin algı yapısını oluşturarak yaşam deneyimlerini sınırlandırmaktadır. Tyner'in (1993: 92) belirttiği gibi, medya iletilerine maruz kalan birey, kendi yaşamıyla medya iletilerini karşılaştırmakta, bunun sonucunda da çoğunlukla kendi deneyimlerini terk ederek, medya deneyimlerini benimseme yoluna gitmektedir.

Günümüzün ticari ortamında medya kuruluşları reklam gelirlerini arttırabilmek amacıyla gerçekleri çarpıtarak, abartma yoluna gidebilmektedir (Buckingham, 1993: 84; Potter, 2005: 73). Medyanın sunduğu şeyler gerçekliğin birebir yansıması olmayıp, sadece bir temsildir. Medya bu temsilciler vasıtasıyla bilgi yapılarımızı yeniden şekillendirmektedir. McLaren (2007: 125), bilgi inşasının iktidar sahiplerinin en güçlü silahı olduğunu ve günümüzde artık bilgi üretiminin politik etkilerinden birisinin de belli grupların seslerini meşrulaştırmak ve onlara daha az ayrıcalıklı olanların seslerinden daha fazla inanılabilirlik katmak olduğunu belirtmektedir.

"Teaching the Media" adlı eserinde Len Masterman (1985: 43) medya eğitimini; bilgiyi kendi çıkarları doğrultusunda üretenler ile bu bilgiyi haber ve eğlence formatında masum bir şekilde

tüketenler arasında ortaya çıkan bir etkileşim olarak tanımlamaktadır: “Medya eğitimi, bilme ve iktidar ilişkilerindeki büyük eşitsizliklere meydan okuma sürecindeki öğretmen ve öğrencilerin sahip olduğu sınırlı sayıda araçlardan biri olarak görülmektedir. Medya okuryazarlığı eğitiminin temelinde medyaya karşı aşırı korumacı bir yaklaşımdan ziyade, bireyleri medya konusunda bilgilendirerek onların medya iletilerine karşı eleştirel yaklaşımlarını sağlamak bulunmaktadır”.

Bireyleri medyanın işleyişi konusunda bilgilendirerek, medya etkileri konusunda bilinçlendirme amacıyla olan medya okuryazarlığı eğitimi; modern dünyanın eğitim sistemi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Medya okuryazarlığındaki temel amaçlar; medyanın ilettiği mesajların doğru okunması, kişiye medyanın sunduğu dünyanın gerçek olmayabileceğini anlatması, medyanın yönetme fonksiyonunun da olduğunun farkına varması gibi hedefleri içermektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi medyayı doğru okuyan, çözümleyen, kitle iletişim araçlarından gelen iletilere eleştirel bakan bireyler yetiştirmeyi amaçlar. Medya okuryazarlığı olarak kullanılmaktadır (Buckingham,2003:4). Dolayısıyla medya okuryazarı, medyada yeniden kurgulanan iletileri ayırt edebilmek ve algılayabilmek, onunla ilgili yorumlarda bulunabilmek için ayrı bir beceri, altyapı bilgisi ve eğitsel organizasyon gerektiren bir eğitim sürecinin sonucu olarak medya yetkini sıfatını kazanan kişiyi betimleyen bir terimdir (Taşkiran, 2007:7).

Şahin ve Tüzel’in (2011:130) de ifade ettiği gibi; “Meselenin çözümü medya kuruluşları aracılığıyla arandığında, medya kuruluşlarının haber verme ve bilgilendirme işlevlerini yerine getirirken gerçekleri kurgu karmaşasına mahkûm etmeden, olabildiğince yüksek oranda yansıtılmaları gerekir. Medya kuruluşlarının sahipleri ya da çalışanlarının, kişisel inanç, değer ve çıkarlarının gerçeğin önüne geçmesinden ve gerçeğin üzerinin örtülmesinden kaçınmaları gerekir. Medya kuruluşlarının bu kaygıları gütmemeleri durumunda ise resmi organlar aracılığıyla caydırıcı yaptırımlara gidilmelidir. Ülkemizde ve dünyada çeşitli kuruluşlar aracılığıyla medya denetimine yönelik önlemler alınmaktadır. Ancak medya şirketlerinin günümüzde ulaştığı ekonomik ve siyasi boyutlar göz önüne alındığında, bu önlemlerin etkililiği ve bağımsızlığı tartışma konusu olabilmektedir. Meselenin çözümüne birey odaklı bir bakış açısıyla yaklaşıldığında ise medya okuryazarlığı eğitiminin güçlenen bir değer olarak karşımıza çıktığı görülmektedir Medya iletilerini ne kadar acımasız ve saldırganca kurgulursa kurgulasın, medya konusunda bilişsel farkındalık düzeyine ulaşmış bireyler bu iletilerin art alanlarını çözümleyip işleyecek yetkinliğe sahip olacaklardır”.

Günümüzde gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya; Facebook, Twitter, Instagram gibi platformlarıyla yaşamın pek çok alanında kişilerin algılarını, davranışlarını, seçimlerini etkileyen bir boyuta ulaşmıştır (High ve Solomon, 2010:130). Başbüyük’ün de (2014: 59) belirttiği gibi; “Geleneksel medya karşısında sosyal medya, kullanıcı temelli bilgi üretimine imkân sağlaması, üretilen mesaj ve bilginin çok hızlı bir şekilde, uzun mesafelere ve büyük kalabalıklara en ekonomik şekilde ulaştırılması, geniş ve herkese açık kullanımı nedeniyle üretilen bilginin kullanıcılar arasında denetiminin hızla sağlanması (kısa sürede yalanlanması ya da doğrulanması) özellikleri ile algı yönetimi, kamuoyu oluşumu ve kamuoyunun yönlendirilmesi alanlarında güçlü etkilere sahiptir”.

Chomsky’e (2002: 10) göre; medyadaki gerçeklik sorunu, kaotik dönemlerde, medyanın özgürlük arayışını zayıflatıp-zayıflatmadığı ile ilişki içerisinde. Egemen medya, bağımlı olduğu kesimin çıkarları ekseninde bilgiyi farklı işlemlerden geçiren; gizleme gereği duyan, konjonktüre göre; var olmayan bilgiler icat etme eğilimi göstermek suretiyle, gerçeği manipüle eden bir araç görevi üstlenmektedir. Bu açıdan bakıldığında medyanın toplumsal bir amaca hizmet ettiği argümanı, günümüz toplumlarında alternatif bir söylem olarak yerini almaktadır.

Kitlelerin nelerden haberdar olacağından, nelerin tartışılacağına kadar tüm süreçleri sistemli bir şekilde inşa eden medya, aynı zamanda egemen düşüncenin zihinlerde inşa edilmesini

sağlamaktadır. Barret'in (1996: 65) ifadesiyle bu durum rızanın medya tarafından üretilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçeklik bize iktidar ve onun ideolojik aygıtlarından biri olan medya tarafından fark ettirmeden verilmektedir. "Neyin haber olarak seçileceğine ve nasıl yayımlanacağına karar veren medya, diğer kar amaçlı kurumlardan farklı değildir. Onun da satacağı bir ürün vardır. Hiçbir gücün sonsuza kadar zor kullanarak devam edemeyeceğini ve yönetici sınıfın iktidarını ve gücünü sürdürmek için kamu rızasının ancak ikna yoluyla alınacağını savunan Hackett ve diğer araştırmacılar, medyanın bu rızayı üreten en önemli kurum olduğu üzerinde uzlaşmaktadırlar (Mora, 2008: 55).

Toplumların anlam dünyasını sistematik bir şekilde belirli bir ideoloji çerçevesinde düzenleyen medya; medyada gerçeğin temsilinde belirleyici konumdadır. Burada medyanın sahiplik ve mülkiyet yapısı, önemli rol oynamaktadır. Günümüzde medya endüstrisi, tüm dünyada finansal örgütlenmeler başta olmak üzere çok sayıda güç merkezi ile yakın ilişki içerisinde (Bagdikian,2004: 49). Bu durum, toplumu bilgilendirme misyonu taşıyan medya kuruluşlarının, sermaye sahiplerinin kontrolü altına girmesine yol açmaktadır. Egemen gücün ideolojisinin yeniden üretilerek, iktidar ile halk arasındaki ilişkilerin düzenlenmesinde önemli rol oynayan medya, günümüzde ideolojik bir aygıt olarak egemen güçlerin kontrolündeki ticari bir faaliyet alanı görünümüne kavuşmuştur.

Daha önceden belirli bir kesimin tekelinde bulunan bilgi, günümüzün teknolojik gelişmeleri sayesinde en kısa sürede tüm dünyaya yayılmakta, coğrafya, cinsiyet, dil ve din ayrımı yapmaksızın, geniş kitleleri yoğun bir şekilde etkilemektedir (Dinçer ve Yılmazkol, 2009: 189). Bilginin bu denli hızlı ve kontrolsüz yayılımı, bilgi karmaşasına yol açmakta, bu da bireylerin gerçeğe ilişkin algılarında önemli sorunlar yaşanmasına yol açmaktadır (Yazgan ve Kuncal, 2009: 517). Bell'in de vurguladığı gibi sanayi sonrası topluma geçişle birlikte iktidarla bilgi arasındaki ilişki giderek güçlenmiş, (Baran, 1992: 54) iktidarda yer alabilmenin yegâne koşulu, bilgiye sahip olmakla eşdeğer görülmeye başlanmıştır. Günümüz toplumlarında bilginin üretimi, denetlenmesi ve dağıtımı olmaksızın egemenlerin varlığını sürdürmeleri mümkün olmamaktadır (Foucault, 2003: 131). Bilgi, içinde bulunduğumuz 21.yüzyılda, tüm insani faaliyetlerin düzenlenmesinde etkin rol oynamaktadır.

Kitle iletişim araçları aracılığıyla kendisine ulaşan iletileri algılayan birey medyanın yönlendirdiği gerçeklik illüzyonu içerisinde yaşamaktadır. Marcuse'un dediği gibi artık gerçeğe ilişkin düşünmemiz medyanın tanımladığı kavramlara bağlıdır (Koç, 2018: 12). Medya iletilerine maruz kalan bireyler Baudrillard'ın (2005: 56) ifade ettiği gibi, kurgulanmış bir gerçeğin içinde yaşamaya başlayan sessiz yığınlar haline gelmekte, kurgulanan gerçek artık hakikatin yerini almaya başlamaktadır. Onun yönteminin hareket noktası simülasyondur. "Bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hiper gerçek yani simülasyon denilmektedir" (Baudrillard, 2011:14). Baudrillard, gerçeğin yerini alabilen "Simülakra"lardan bahsetmekte, bir simülasyon çağından söz etmektedir. Ona göre artık rasyonel bir gerçeğe gerek yoktur, çünkü işlemsel bir gerçek vardır ve kendini sentetik bir şekilde üreten bir gerçek olarak vardır.

Baudrillard'a göre "Hiper gerçeklik" gerçeklikten daha fazla bir şeydir. Medyanın, eğlencenin kitle iletişim araçlarının ve enformasyon teknolojilerinin insan hayatında bu anlamda etkili olduğunu vurgulayan Baudrillard'a (2011:30) göre, "Hiper gerçek, düşünceyi ve gerçekliği kontrol eder. Hiper gerçeklikten sonra artık gerçekliğe ihtiyaç yoktur". Televizyonun aktif rolü üzerinde duran Baudrillard, panoptikon kavramı ile kuşatılmışlığın derecesini ifade eder. Ona göre post-modern insanın hakikati televizyondur. Hiper gerçekliğin hakikat ile ilişkisinde Baudrillard "Hologram" örneğini verir. "Hologram asılıp geçilmiş, bir hakikat simülasyonu bir başka deyişle hakikat ötesi bir hakikat simülasyonudur" (Baudrillard, 2011: 154).

Sosyal medya platformlarında nesnel gerçeklikten koparılan bilgi, yeniden kurgulanarak hedef kitlelere iletilmektedir. Sanal alemde bilgi bombardımanı altında binlerce bilgi arasından en doğruyu seçmek giderek zorlaşmakta, tüketim metası haline getirilen bilgi; medyanın ideolojisi ve bilgiyi üreten kurum ve kişilerin ideolojileri ile özdeş hale gelmektedir.

Günümüzün karmaşıklaşan toplumlarında gerçeklik insanlara medya araçları tarafından sunulmakta, çevrelerinde olup bitenler hakkında bilgi sahibi olması sağlanmaktadır. İnsanları bir deneyim alanı ile buluşturan medya, onlara başka deneyim alanları sunmaktadır. Bireylerin kendi deneyimleri ile algıladığı gerçeklik ile medya gerçekliği arasındaki fark, toplumsal gerçeklik alanını yapılanmasını sağlamaktadır. Medya farklı zaman ve mekan bağlamlarındaki bireylere sembolik bir içeriği aktarmakta, bu sayede gerçekliğin inşası sağlanmaktadır. Medya bireylerin gerçeklikle bağlantısını güçlü biçimde yapılandırmakta, medya tüketicileri bu sayede hiç yaşamadığı/yaşayamayacağı deneyim alanlarına tanıklık etmekte, bunlara ilişkin anlamlar üretmek toplumsal gerçekliğin inşasına katkı sunmaktadır.

Lippmann 'Kamuoyu' adlı eserinde haber ve gerçeğin aynı şey olmadığını, birbirlerinden ayrılması gerektiğini ifade etmektedir. Ona göre haber bir olayla ilgili iken, gerçek; gizli saklı kalmış olayları ortaya çıkararak, insanların onlar hakkında bir değerlendirme yapmasını sağlamaktadır (Poyraz, 2002: 61). Gerçeklik sayesinde egemen ideolojinin hegemonyasını sürdürmesi sağlanırken, medya aracılığıyla insanlara gerçek değil, onun yerine kurgulanan gerçek gösterilmektedir. Baudrillard'ın (2005: 14) ifadesiyle, ideolojik bir aygıt olarak medya, egemenlerin ideolojisini yayma ve yeniden üretme konusunda büyük önem taşımaktadır: "Haber ve bilgi sunulurken beraberinde egemen kültür ve ideoloji de sunulmakta, bireyler egemen kültür ve ideoloji çerçevesinde önemli kabul edilen bilgileri ve haberleri öğrenmektedir. Medya, egemenlerin hegemonyalarını sağlamlaştırması ve toplumsal rızanın sağlanması açısından yeri doldurulmaz bir araçtır. Gerçeklik bize iktidar ve onun ideolojik aygıtlarından biri olan medya tarafından fark ettirilmeden verilmektedir. Gerçekliğin algılanması bile medya aracılığıyla topluma öğretilmekte, insanlara gerçek değil onun yerine kurgulanan gerçek gösterilmektedir".

SONUÇ

Kitle iletişim teknolojisindeki gelişmeler bir yandan hayatımızı kolaylaştırırken, öte yandan gerçek ve yanılma arasındaki ayrımın giderek kaybolmasına yol açmaktadır. Bireyler gerçeğe ulaşmak için burada gördükleriyle, kendi yaşamlarından elde ettikleri deneyimleri karşılaştırmakta, bilgi şemaları bu çerçevede şekillenmektedir. Bireylerin kendi deneyimleri ile algıladığı gerçeklik ile medya gerçekliği arasındaki fark, toplumsal gerçeklik alanının yapılanmasını sağlamaktadır. Medya bireylerin gerçeklikle bağlantısını güçlü biçimde yapılandırırken, medya tüketicileri bu sayede hiç yaşamadığı/yaşayamayacağı deneyim alanlarına tanıklık etmekte, bunlara ilişkin anlamlar üretmektedir. Günümüzde zihinlerin inşasının kaynağı konumunda olan medya aracılığıyla, ekonomiden siyasete, kültürden sosyal ilişkilere kadar yeni algı kalıplarının oluşması sağlanmakta, bu sayede düşünme ve eylem biçimlerimiz, kültürel ve sosyal hayatımız bu çerçevede oluşmaktadır.

Günümüzün modern bireyleri çevrelerinde olup bitenlerden medya aracılığıyla enformasyon edinmekte, özellikle sosyal medyanın maliyet ve zaman açısından elverişli olması nedeniyle bu araçlara bağımlı bir şekilde yaşamlarını sürdürmektedir. Bu süreçte sosyal medya alternatif bir mecra olarak karşımıza çıkarken, algıların yönetimi dijital dünya üzerinden kurgulanmaya başlanmıştır.

Algı ve gerçeklik arasındaki uçurum modern dünya ile daha da genişlemiş, iletişim araçları bireylerin zihin şemalarının oluşmasında ve algıların yönetiminde önemli işlevler üstlenmiştir.

Bu noktada dikkat edilmesi gereken, medya görüntülerinin ve iletilerinin gerçeğin kendisi değil, gerçeğin bir yansıması olduğu bilinciyle hareket etme becerisine sahip olabilmektir.

Medya aracılığıyla sunulan açık veya örtük iletilerin kabulü veya içselleştirilmesi sürecinden sonra, izleyici/okuyucu belli başlı davranış örüntüleri gerçekleştirmektedir. Bu etki; şiddet sahnelerini taklit etmekten, yeni tüketim alışkanlıkları geliştirmeye; modayı takip etmekten, ekranda sunulan rol modellerini örnek almak gibi farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Gerçek dünya ile medyanın kurmaca dünyası arasındaki ayrımın kaybedilmesi durumunda, gerçek yaşamda dizi kahramanlarının cenaze namazlarının kılındığına tanık olunmaktadır. Gerçek ile kurgu arasındaki ayrımın belirlenmesi noktasında medya okuryazarlığı yetkinliği önemli bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireyleri medyanın işleyişi ve etkileri konusunda bilinçlendirme amacı güden medya okuryazarlığı, modern dünyanın eğitim sistemi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Medya tüketicileri, medya ürünlerine karşı eleştirel okuma yaparak, medyanın hayatın gerçekliğini ne kadar yansıttığı noktasında eleştirel bakış açısına sahip olmalı, medya dünyası ile gerçek dünyayı karşılaştırarak bilgi yapılarını oluşturmalarıdır. Bu noktada bireylerin kendilerine ulaşan mesajların doğruluğunu başka medya araçlarında teyit etmeleri, bilginin güvenilirliği açısından önem taşımaktadır.

Bilginin sürekli yenilendiği çağımızda bireylerin medya araçları karşısında eleştirel düşünme becerilerini geliştirmeleri bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya tüketicilerinin medya iletileri karşısında bilişsel farkındalık düzeyine ulaşmaları, gerçek ve kurgu arasındaki ayrımın yapılması noktasında önem taşımaktadır. Medya kuruluşları haber verme ve bilgilendirme işlevlerini yerine getirirken, gerçekleri yansıtmaya özen göstermeli, kişisel inanç, değer ve çıkarlarının gerçeğin önüne geçmesine izin vermemelidir. Haberin veya bilginin kaynağını sorgulayarak, medyada karşılaşılan enformasyona eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmak, bilgilerin gerçeği yansıtmayı yansıtmadığını araştırmak bu noktada önem taşımaktadır. Bu enformasyonu kim, niçin üretmiş, yayınlanma amacı ne, medyanın ekonomi-politik yapısı bu haberin yayınlanmasında etkili olmuş mudur? vb. gibi soruların sorulması, medya metinlerinde sağlıklı enformasyona ulaşma noktasında katkı koyacaktır.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1984). *Felsefe Terimleri Sözlüğü, Gerçek Maddesi*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Arık, B. ve Solmaz, B. (2007). Kitle İletişim Araçlarında Gerçeğe Bürünen Kurgu: Orhan Pamuk Edebiyat Ödülü Örneği. (Editör): Bilgili, C. ve Akbulut, N.T. *Medya Eleştirileri 2007: Gerçeğin Dışındakiler* içinde (s. 233-257). İstanbul: Beta Yayın Dağıtım.
- Bagdikian, B. (2004). *New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bakan, İ. ve Kefe, İ. (2012). *Kurumsal Açından Algı ve Algı Yönetimi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 2(1): 19-34.
- Baudrillard, J. (2005). *Simülaklar ve Simülasyon* (Çeviren: Adanır, O.) İstanbul: Doğu- Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülaklar ve Simülasyon*, İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Baran, A. (1992). Sanayi Sonrası Enformasyon Toplumu Üzerine Tartışmalar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 9(1): 53-69.
- Barrett, M. (1996). *Marx'tan Foucault'a İdeoloji*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

- Başbüyük O. (2014). Algı Yönetimi ve Bilgi Savaşlarında Sosyal Medyanın Rolü. (Editör: Karabulut, B.). *Algı Yönetimi* içinde (s. 39-65). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Buckingham, D. (1993). *Watching Media Learning: Making Sense of Media Education*. London: Falmer.
- Callamari P. and D. Reveron (2003). China's Use of Perception Management. *International Journal of Intelligence and Counter Intelligence*, (16): 1-15.
- Chomsky, N. (2002). *Medya Gerçeği*. İstanbul: Everest Yayınları
- Dincer, M. ve Yılmazkol, Ö. (2009). Televizyon Çocuklara Gerçek Hayatı Şiddetle Öğreten Çağdaş Masal Anlatıcısı. (Editör: Akçalı, S.), *Çocuk ve Medya* içinde (189-211) Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Dorr, A. (1981). Television and affective development and functioning; maybe this decade. *Journal of Broadcasting*, (25): 335-345.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4): 51-58.
- Foucault, M. (2003). *İktidarın Gözü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Garfield, A. (2002). The Offence of Strategic Influence: Making the Case for Perception Management Operations. *Journal of Information Warfare*, 1(3): 30-39.
- Gezgin, S. (2002). *Medyada ve Eğitimde Birikimlerim*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gültekin, M. (2016). *Algı Yönetimi ve Manipülasyon*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Hawkins, R. P. (1977). The dimensional structure of children's perceptions of television reality. *Communication Research*, (7): 193-226.
- High, A.C. and D.H. Solomon (2011). Locating Computer-Mediated Social Support Within Online Communication Environments. *Computer-mediated communication in personal relationships*. 119-136, New York: Hampton Press.
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum Algı İletişim*. (6. bs.), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kars, N. (2010). *Radyo-Televizyon Haberciliği*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kellner, D. and Share, J. (2007). Critical Media Literacy, Democracy and the Reconstruction of Education. (Ed. Macedo D. and Steinberg S.R.). *Media Literacy: A Reader* içinde (s. 3-23). New York: Peter Lang
- Kepplinger, H.M. (2003). Etki Kavramının Sınırları. (Der. Çebi, M.), *Medya Etki Araştırmaları*, içinde (s.11-33), Ankara: Alternatif Yayınları.
- Kissenger, H. (2016). *Diplomasi*. (çev. Kurt, İ.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Koç, A. K. (2018). Gerçeklik, Dil, Medya ve Manipülasyon. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (56): 23-35.
- Le Bon, G. (2014). *Kitleler Psikolojisi*. (çeviren: Can, H.). Ankara: Tutku Yayınevi.
- Lilleker, D. G. (2013). *Siyasal İletişim: Temel Kavramlar*. (Çeviren: Ekşi, B.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Lippmann, W. (1998). Public Opinion: With a New Introduction by Micheal Curtis, New Brunswick and London: Transaction Publishers, (Original work published 1922)

- Livingstone, S. (2006). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, 7 (1): 3-14.
- Masterdam, L. (1985). *Teaching the Media*. London: Comedia Publication Group
- Mclaren, P. (2007). *Kapitalistler, İşgalciler: İmparatorluğa Karşı Eleştirel Bir Pedagoji*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- McLuhan, M. (2005). *Yaradığımız Medya*. (çev. Oskay Ü.), İstanbul: Merkez Kitaplar.
- McMahon, G. (2009). Critical Thinking and ICT Integration in a Western Australian Secondary School. *Educational Technology and Society*, 12 (4), 269–281
- Mora, N. (2008). *Medya Çalışmaları, Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. İstanbul: Alt Kitap.
- Morresi, E. (2003). *Haber Etiği*, (çev: Genç, F.), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Morris, C. G. (2002). *Psikolojiyi Anlamak*. (Çev. Ayvaşık, B.ve Sayıl, M.) Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Mutlu, E. (2000). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos Yayınları.
- Natharius, D. (2004). The more we know, the more we see: The role of visuality in media literacy. *American Behavioral Scientist*, (48): 238-247.
- Öksüz, H. (2013). *Algı Yönetimi ve Sosyal Medya İdarecinin Sesi*, 2013, /156.Sayı/3 erişim: 15-04-2018. www.tid.web.tr/ortak_icerik/tid.web
- Özer, M. A. (2012). Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri. *Karadeniz Araştırmaları*, (33): 147-180.
- Perception, Process and terminology. Erişim Tarihi: 07.07.2018. <http://encllopedia.thefreedictionary.com/Perception+management>.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun Yokluğu* (Çeviren: İnal, K.), Ankara, İmge Kitabevi.
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Potter, J. (1986). Perceived reality in the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting*, (30): 159-174
- Potter, J. (2005) *Media Literacy*. Third Edition. CA: Sage Publications.
- Sanders, B. (1999). *Öküzün A'sı- Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi*, (Çeviren: Şehnaz, T.), Ankara: Ayrıntı Yayınları.
- Saydam, A. (2012). *İletişimin Akıl ve Gönül Penceresi Algılama Yönetimi*. İstanbul: Remzi Yayınları.
- Saydam, A. (2014). *Algılama Yönetimi*. (6. bs.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Şahin, Ç. ve Tüzel S. (2011). Medya Dünyasının Gerçek Dünyayı Yansıtma Düzeyinin Öğretmen Adaylarının Görüşleri Doğrultusunda Belirlenmesi. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 36 (159): 127-140.
- Taşkıran, N.Ö. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*. İstanbul: Beta Basım Yayın
- Toylor, S. E and Howell R. J. (1973). The ability of three-four and five year –old to distinguish fantasy from reality. *Journal of Genereic Psychology*, (122): 315-318.
- Tutar, H. (1988). *Simetrik ve Asimetrik İletişim Bağlamında Örgütsel Algılama Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Türk, M.S. (2014). Medyanın Gerçeklik İnşası ve Gerçeklik Algısı. *Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 5(28): 9-33.

Tyner, K. (1993). *Media Literacy in a Digital Age*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Uğurlu, Ö. (2015). Gerçek Olanın İkame Alanı Olarak Twitter: Online Dünyada Yönetilen Algılar. (Editör: Karakulakoğlu, S.Ö ve Uğurlu, Ö.), *İletişim Çalışmalarında Digital Yaklaşımlar* içinde (s.295-307). Ankara: Heretik Yayınları.

Uysal, M. (2006). Medya ve Şiddet. *Toplumsal Bir Sorun Olarak Şiddet Sempozyumu*. 20-21 Mayıs Ankara: 121-129.

Ünüvar, N. (2013). *Dijital Siyaset*. İstanbul: Pozitif Yayıncılık.

Van der Voorti T. H. A. (1986). *Television Violence: A Child's View*. Amsterdam: North Holland.

Wright, J. C, Huston, A. C., Reitz A. L. and Piemyat, S. (1994). Young Children's Perceptions of Television reality: Determinants and Developmental Differences. *Development Psychology*, (30): 229-239.

Yazgan, A., Deniz, R. ve Kıncal (2009). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri, Demokrasi Algıları ve Dogmatik Düşünce Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İnternational Symposium on Democracy And Democracy Education in Europe*. 11-12 Haziran 2009: 516-530 Çanakkale.

Yeniçikti, N.F. (2014). İletişimsel Eylem ve Facebook: Gezi Parkı Olaylarında Sosyal Medyanın Gücü. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8 (2): 263-284.