İÇİNDEKİLER

Aggregate Consumption and the Risk Free Rates in Turkey: An Empirical Analysis
Murat TAŞDEMİR…….……..…….. 1

Rekabet Avantajı Sağlamada Stratejik Maliyet Yönetiminin Muhasebe Uygulamalarıyla İlişkileri
Selçuk YALÇIN……. 15

Kadro Hareketi ve Kadrocular
Fatih DEMİRCİ ……..…….……. 35

Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanışı Üzerine Bir Araştırma
B.Zafer ERDOĞAN, Kazım DEVELİOĞLU, Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU,
Hakan ÖZKAYA ……..….. 55

KOBİ Sahip ve Yöneticilerinin Rekabet Stratejilerini Farklı Performans Ölçütleri Açısından Değerlendirmesine Yönelik Bir Saha Araştırması
Mehmet AYTEKİN, Nihat KAYA, Bülent ÖZKAN…… 77

Bir Mekân Unsuru Olarak İstanbul'un Ahmed Midhat Efendinin Romanlarına Tesiri
Mehmet DOĞANAY……..…… 95

Kaynaklara Dayalı Rekabet Stratejisi Geliştirme
Ahmet SEVİÇİN……109

Türkiye'de Haber Verme İşlevinin Kişilik Hakları ve Etik Yaklaşımla Değerlendirilmesi
Seçil BANAR…….. 125

Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif
Ömer AYTAÇ…….. 139

Germiyanoğulları Dönemi Kütahya Medreseleri
İsmail ÇİFTCİOĞLU…….…….. 161

Electra Myth – The Myth of Inter-Human Determinism
Tatiana GOLBAN..... 181

Toplam Kalite Yönetimi Çerçevesinde Yöneticilerin İnsan Kaynakları Yönetimine Bakışları: Bursa (DORSAB)'da Bir Uygulama
Kazım DEVELİOĞLU, Gürkan HAŞİT, Üstün Güven BAĞCI……. 191

The Impact of International Trade on Union Behavior and Wage Rates
Ekrem GÜL..... 205

Avrupa Birliğinin Dil Öğretimine Karşı Tutumu ve Türkçe'nin Yabancı Dil Olarak Öğretilmesi
Suat UNGAN……... 217

Üniversitelerdeki Güzel Sanatlar Eğitim Programları Giriş Sınavı Sonuçlarının Değerlendirilmesi (Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Örneği)
Lale ALTINKURT……. 227

Atatürk Dönemi Türk-Yunan Siyasi İlişkileri
Esra SARIKOYUNCU DEĞERLİ……. 239

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Aggregate Consumption and the Risk Free Rates in Turkey: An Empirical Analysis

Murat TAŞDEMİR*

Abstract: The empirical work using the aggregate data from developed countries has been rejected the consumption based capital asset pricing model (C-CPAM). This paper attempts to test C-CPAM using Turkish aggregate data. The nonlinear Euler equation from C-CPAM with a single risk-free asset is estimated by GMM estimation procedure using different measures of consumption and rate of return. In all estimations, the overidentification restrictions are failed to reject, and the estimations of the preference parameters are significant.

Keywords: C-CPAM, Euler equation, consumption, risk-free rate, GMM.

Türkiye'de Toplam Tüketim ve Risksiz Faiz Oranları: Ampirik bir Analiz

Özet: Gelişmiş ülkelerin toplulaştırılmış verilerini kullanan ekonometrik çalışmalar tüketim temelli sermaye varlıkları fiyatlandırma (Consumption based Capital Asset Pricing - C-CAP) modelini reddetmişlerdir. Bu çalışma toplulaştırılmış veri kullanarak C-CAP modelini Türkiye için test etmeyi amaçlamaktadır. Sadece risksiz bir sermaye varlığının yer aldığı bir C-CAP modelinden elde edilen doğrusal olmayan Euler denklemi, farklı tüketim ve getiri oranları kullanılarak GMM yöntemi ile tahmin edilmiştir. Tahminlerin hiçbirinde aşırı belirlenme kısıtları reddedilmemiştir ve tercih parametreleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: C-CPAM, Euler denklemi, tüketim, faiz oranları, GMM.

Introduction

The aggregate consumption behavior with respect to changes in the expected rate of return on financial assets predicted by the consumption based capital asset pricing models (C-CAPM) has been rejected constantly by the data (e.g. Mankiw, 1981; Hansen and Singleton, 1982;1983;1996; Summers, 1984; Mankiw, Rosenberg and Summers,1985). This result has opened a new avenue of research on the possible causes of the failure of C-CPAM. Much of the work in this literature is on developed countries with sound financial systems. In developing countries with relatively weak and fragile financial systems, as in the case of Turkey, real rates of return on capital assets and the consumption volatility are, in general, higher than those of developed countries (Köse, Pradas and Terrones, 2003). Therefore, it may be of interest to see whether the predictions of C-CPAM would make sense for developing countries.

* Araş. Gör. Dr., Osmangazi Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü.

The early work of Hansen and Singleton (1982) attempted to test the implications of C-CAPM directly by means of the nonlinear Euler equations obtained from the first order conditions of the representative agent's optimization problem. Using monthly post-war U.S. aggregate data, the authors estimated the preference parameters using the generalized method of moments (GMM) estimator. They used the aggregate consumption expenditure, Treasury bills and stock market data, and rejected overidentifying restrictions, suggesting against the C-CPAM approach. Possible resolutions for this failure of C-CPAM suggested by the later work on the subject includes the modification of the model, alternative measures for consumption and more efficient techniques of estimation.

Following GMM approach of Hansen and Singleton (1982), this paper attempts to estimate the preference parameters, namely the coefficient of relative risk aversion (CRRA) and the coefficient of intertemporal elasticity of substitution (IES) using aggregate Turkish data for the period 1987-2005. The overidentification tests are also performed in order to see whether the data rejects the model.

GMM estimation procedure is particularly suitable for estimating the nonlinear Euler equations obtained from the first order conditions of the representative agent's optimization problem, and testing the overidenfying restrictions. This estimation procedure exploits the nonlinear moment conditions implied by the model to obtain the estimations of the structural parameters.

The paper is organized as follows. The next section describes the economic model and the moment condition used for estimation. Section three discusses some data issues and Section four presents the estimation results. The last section provides a brief summary of the results.

Economic Model and Methodology

The economic model considered is a standard representative agent C-CAPM of Hansen and Singleton (1982) with a single risk-free asset and time-separable preferences. The representative household aims to maximize the expected value of her lifetime utility by choosing a stochastic consumption plan $\{c_t\}_{t=0}^{\infty}$:

$$E_0\left[\sum_{t=0}^{\infty}\beta u(c_t)\right], \qquad 0<\beta<1 \tag{1}$$

In the above expression, β is the subjective discount factor, and E_t is the expectations operator conditioned on the information available at time *t*. The

period utility function $u(c_t)$ is assumed to have the following isoelastic form:

$$u(c_t) = \frac{c_t^{1-\gamma}}{1-\gamma}, \qquad \gamma > 0, \ \gamma \neq 1 \tag{2}$$

where c_t is the agent's period t consumption, and γ is the coefficient of relative risk aversion which is also the inverse of the coefficient of intertemporal elasticity of substitution σ. The representative household stores her wealth in the form of a single risk-free asset which pays only an interest, in the unit of the consumption good, in return for holding the asset for one period. Let a_t and r_t denote the risk-free asset holdings and the rate of return on the risk-free asset held for one period, from period (*t-1*) to period (*t*). The agent also earns a labor income y_t by supplying her one unit of labor at period *t* inelastically. Then the representative agent's budget constraint can be written as,

$$c_t + a_{t+1} \leq (1+r_t)a_t + y_t \tag{3}$$

The first order condition from maximizing (1) with respect to (3) gives the following Euler equation:

$$E_t\left[\beta\left(\frac{c_{t+1}}{c_t}\right)^{-\gamma}(1+r_{t+1})\right] = 1 \tag{4}$$

Hansen and Singleton (1982) showed that the structural parameters of the model given by Equations (1), (2) and (3) can be estimated from the nonlinear Euler equation (5) by GMM estimation technique. The main advantage of GMM estimation is that, unlike the maximum likelihood estimation, it does not require any distributional assumptions on the residual terms. This estimation technique makes use of the moment conditions (or orthogonality conditions) implied by an economic model to estimate the structural parameters. In our case the moment condition for the GMM estimator can be obtained by rearranging Equation (1):

$$E_t\left[\beta\left(\frac{c_{t+1}}{c_t}\right)^{-\gamma}(1+r_{t+1})-1\right] = 0 \tag{5}$$

The estimation procedure allows us to perform specification tests to assess whether the Turkish data rejects the model. This can be done by testing the overidentifying restrictions of the model. Hansen (1982) suggested a simple way of testing the overidentifying restrictions. For the

overidentifying restrictions to be valid, the inclusion of an additional instrument into the estimated model should not increase the value of so called '*J* statistic.' *J* statistic, under the null hypothesis, is asymptotically distributed as χ^2 with (*qm*-*r*) degrees of freedom, where *q* is the number of equations, *m* is the number of instruments, and *r* is the number of parameters estimated (Hansen, 1982). The null hypothesis for the *J*-test is that 'the moment conditions hold,' (i.e. overidentifying restrictions accepted by the data). The rejection of the null provides evidence for misspecification of the econometric model estimated, as well as the underlying economic model from which the Euler equation is obtained.

Data

Most of the previous work on U.S. data including Hansen and Singleton (1992;1984;1996) and Epstein and Zin (1991) employed monthly series, since it is more likely to capture the timing of agent's decisions. The choice of the data frequency is important for econometric practice. Using monthly or quarterly data instead of annual, for instance, could make a difference in terms of definitions of durable and non-durable goods. A consumption good defined as durable in quarterly data could be non-durable in the annual data, because it depreciates fully in a year rather than a quarter or a month. Another issue is related to the consumers' decision period and the data frequency used for estimation. If the decision period of consumers is shorter than the data frequency used in the study, one might expect measurement errors in the data. On the other hand, using a lower frequency model than the sampling period will introduce a moving average component to the data (Hall, 1988; Hansen and Singleton, 1996).

Using quarterly data was the only available option for the present study. The 3 month T-bill series are not available for the period before 1987. Consequently, the number of observations (18) in the annual series is not sufficient for the estimation. On the other hand, there is simply no monthly aggregate consumption expenditure series available for Turkey. Therefore the model is estimated using quarterly data covering the period 1987:1 to 2005:3.

The quarterly aggregate private consumption expenditure series have been extracted from the National Accounts tables of SIS (State Institute of Statistics). All series are quarterly, and in real terms (in 1987 prices). Most of the previous work on the field considered non-durable consumption expenditure plus services as the measure of consumption, and ignored the durable goods expenditure[1]. The idea behind this is that the representative

[1] Ogaki and Reinhart (1998) investigated the role of durable goods expenditure in intertemporal substitution.

consumer gains utility from the service flow provided by the durable goods, not from the purchase of them. Since it is difficult to account for the service flow generated by durable goods, following the previous studies, this paper considers only non-durable consumption and services. There are two different non-durable goods definitions in the national accounts of Turkey: food and beverages; semi and non-durable goods. Two different private consumption measures are considered for the empirical analysis:

CSN = semi and non-durables

CN = food and beverages + services + semi and non-durables

All consumption series are seasonally adjusted by TRAMO/SEATS method, and divided by population to obtain the per capita consumption. Some authors (Miron, 1986; English, Miron and Wilcox, 1989) argued against the seasonal adjustment of the consumption expenditure series. They suggest that the seasonal adjustment procedures such as X11 introduces spurious serial correlation into the error term which might be a potential cause for the rejection of the model. Ferson and Harvey (1992), however, report that the use of seasonally unadjusted data makes no difference regarding the rejection of the C-CPAM. Hence the present paper employs seasonally adjusted data in all estimations.

For the rate of return variable two different interest rates are considered: 3-month Treasury bills and 3-month deposits on banks. Both interest rate series are obtained from CBRT data dissemination system. The quarterly simple nominal interest rate series on the 3-month T-bills sold by auctions have been constructed from the original monthly series by taking the averages of three months where available. In some months there were more than one auction, while in some there was no auctions held. For the missing values in the monthly 3-month T-bills series, 6-month T-bills series have been regressed on 3-month T-bills, and the 3-month rates, if there is a corresponding 6-month rate available, computed by the estimated equation from the regression. The remaining values are interpolated using cubic spline method. The realized real rate of return figures for both return series are computed by Fisher's equation using the implicit deflator associated with the measure of consumption.[1]

It is widely accepted that capital taxes and intertemporal substitution are closely related (e.g. see Summers, 1984; King and Rebelo, 1990). Indeed much of the literature on estimating IES considers after-tax (net) real returns. In the sample period considered the effective marginal capital tax rate on T-bills is zero except for the period between the fourth quarter of 1996 and the

[1] Implicit deflators are also obtained from the seasonally adjusted consumption series.

third quarter of 1998. In this period several marginal tax rates were implemented. All taxes are subtracted from the original monthly series of T-bill rates, and then quarterly series are obtained. The data on bank deposits rates are already in after-tax terms, although nominal.

Estimation and Empirical Results

GMM estimation technique requires all variables be stationary. Hence, before getting to the estimation stage, the stationarity of the consumption growth and real return series need to be checked. Augmented Dickey Fuller (ADF) unit root tests reveal no indication of a stochastic trend in the variables of interest (Table 1).

Table 1. Augmented Dickey-Fuller Unit Root Test Results

Variable	Lags*	ADF test statistic	Critical value (1%)
CSN	0	-10.058***	-3.522
CN	0	-9.455***	-3.522
Return on T-bill	0	-8.218***	-3.522
Return on Deposits	1	-4.603***	-3.524

* Lag lengths are chosen by SIC.
'*******' denotes the rejection of the null at 1% significance level.

In the estimation procedure, three different instrument sets, consisting of a constant and the lagged values of consumption growth and real return measures, are considered. As suggested by Hall (1988), all instruments are lagged at least two periods to deal with possible time aggregation problems. Instrument sets utilized for the estimations are defined as follows:

Instrument Sets:

I1: constant, (c_{t+1}/c_t) lagged 2 to 3, r_{t+1} lagged 2 to 3.

I2: constant, (c_{t+1}/c_t) lagged 2 to 4, r_{t+1} lagged 2 to 4.

I3: constant, (c_{t+1}/c_t) lagged 2 to 5, r_{t+1} lagged 2 to 5.

Table 2. Semi and non-durable consumption and interest rate on deposits

Instrument	Lags	β	γ	σ	*J*-Stat
I1	1	**0.994*** **	**0.707*** **	**1.414**	**3.283**
		(0.006)	(0.297)		(0.350)
	2	**0.994*** **	**0.688*** **	**1.453**	**2.927**
		(0.007)	(0.258)		(0.403)
	4	**0.993*** **	**0.741*** **	**1.350**	**2.682**
		(0.007)	(0.201)		(0.443)
I2	1	**0.988*** **	**0.877*** **	**1.140**	**8.016**
		(0.006)	(0.308)		(0.155)
	2	**0.982*** **	**0.820*** **	**1.220**	**8.782**
		(0.006)	(0.271)		(0.118)
	4	**0.982*** **	**0.934*** **	**1.071**	**6.864**
		(0.006)	(0.194)		(0.231)
I3	1	**0.988*** **	**0.904*** **	**1.106**	**9.427**
		(0.006)	(0.280)		(0.223)
	2	**0.981*** **	**0.732*** **	**1.366**	**10.40**
		(0.006)	(0.234)		(0.167)
	4	**0.982*** **	**0.810*** **	**1.235**	**8.611**
		(0.006)	(0.179)		(0.282)

‘ * ’, **‘**’** and **‘***’** denote 10%, 5% and 1% significance levels respectively. The standard errors are given in parentheses. The numbers in parentheses at the last column are the significance levels.

The estimation results are reported in Tables 2-5. The second column in Tables 2-5 shows the lags allowed for serial correlation. Last column in Tables 2-5 reports *J*-statistics and corresponding P-values in parentheses. The column in Table 2-5 with σ reports the corresponding IES values ($\sigma = 1/\gamma$). All estimations are performed using Newey-West automatic bandwidth selection procedure.[1] First of all, it should be noted that the estimated parameters with the instrument set consisting of a constant, (c_{t+1}/c_t) and r_{t+1} lagged two periods are not significant at the conventional levels of significance, although they are not very different in magnitude from the estimations with I1. These estimations are not reported.

[1] See Hall (2005:82) and Matyas (1999:ch.3) for the details of wieghting matrix kernel.

Table 3. Semi and non-durable consumption and 3 month T-bill rate

Instrument Set	Lags	β	γ	σ	*J*-Stat
I1	1	**0.965*** **	**0.707*** **	**1.414**	**5.601**
		(0.007)	(0.29)		(0.133)
	2	**0.964*** **	**0.724*** **	**1.381**	**4.769**
		(0.007)	(0.262)		(0.190)
	4	**0.964*** **	**0.801*** **	**1.248**	**3.931**
		(0.008)	(0.198)		(0.269)
I2	1	**0.962*** **	**0.801*** **	**1.248**	**7.924**
		(0.007)	(0.295)		(0.16)
	2	**0.958*** **	**0.793*** **	**1.261**	**7.445**
		(0.007)	(0.267)		(0.19)
	4	**0.958*** **	**0.921*** **	**1.086**	**6.281**
		(0.008)	(0.196)		(0.280)
I3	1	**0.959*** **	**0.779*** **	**1.284**	**11.01**
		(0.007)	(0.254)		(0.138)
	2	**0.952*** **	**0.696*** **	**1.437**	**9.96**
		(0.007)	(0.223)		(0.191)
	4	**0.948*** **	**0.777*** **	**1.287**	**8.393**
		(0.007)	(0.180)		(0.299)

‘ * ’, **‘**’** and **‘***’** denote 10%, 5% and 1% significance levels respectively. The standard errors are given in parentheses. The numbers in parentheses at the last column are the significance levels.

All the parameter estimations with CSN are significant at 1% level, and the overidentifying restrictions are not rejected at the conventional levels of significance (Tables 3,4). The estimations for IES range from 1.07 to 1.45 with the median value of 1.27. They do not change substantially with the choice of the rate of return measure. The estimates for the subjective discount rate are smaller when T-bill rate is used for the measure of return. This is sensible because of the difference in the average returns on T-bills and on the average returns on term deposits. Notice that $\beta = (1+\rho)^{-1}$, where ρ is the rate of time preference. The economic model employed here requires the rate of time preference be equal to the rate of return in the steady state. The average real rate of return on T-bills is approximately 14% annually in the sample period. This requires the subjective discount rate be around 0.96, which is very close to the estimated values in Table 3. On the other hand the average real rate of return on term deposits is 2% annually in simple terms requiring a discount rate of around 0.99.

Table 4. Food, Services, Semi and Non-durable Consumption and Interest Rate on Term Deposits

Instrument	Lags	β	γ	σ	*J*-Stat
I1	1	**0.995*** ** (0.006)	**1.628*** (0.909)	**0.614**	**1.645** (0.649)
	2	**0.995*** ** (0.007)	**1.688*** (0.906)	**0.592**	**1.386** (0.709)
	4	**0.995*** ** (0.007)	**1.931*** ** (0.804)	**0.518**	**1.157** (0.763)
I2	1	**0.993*** ** (0.006)	**0.969** (0.682)	**1.032**	**4.619** (0.464)
	2	**0.993*** ** (0.006)	**1.009*** (0.643)	**0.991**	**3.959** (0.555)
	4	**0.992*** ** (0.006)	**1.539*** ** (0.571)	**0.650**	**3.512** (0.622)
I3	1	**0.991*** ** (0.006)	**1.247*** ** (0.522)	**0.802**	**7.851** (0.346)
	2	**0.990*** ** (0.006)	**1.189*** ** (0.470)	**0.841**	**6.240** (0.512)
	4	**0.989*** ** (0.006)	**1.484*** ** (0.406)	**0.674**	**4.647** (0.703)

‘ * ’, **‘**’** and **‘***’** denote 10%, 5% and 1% significance levels respectively. The standard errors are given in parentheses. The numbers in parentheses at the last column are the significance levels.

Table 4 and 5 reports the estimation results, when the CN variable is employed as the consumption measure. There is a notable difference in the IES estimations from the case where CSN is used. When food consumption and services are added to the semi and non-durable consumption, smaller parameter estimations are obtained for IES. The estimated values for IES range from 0.42 to 1.03 with the median value of 0.60. Moreover the standard errors are somewhat higher than in the CSN case. Even though both consumption measures are closely related, to the author, it is reasonable to think that semi and non-durable consumption are more sensitive than food and services consumption to expected changes in real interest rates. In Tables 4 and 5, the overidentifying restrictions are not rejected.

Table 5. Food, Services, Semi and Non-durable Consumption and 3 Month T-bill Rate

Instrument Set	Lags	β	γ	σ	*J*-Stat
I1	1	**0.967*** **	**1.870** **	**0.535**	**2.814**
		(0.007)	(0.899)		(0.421)
	2	**0.968*** **	**1.980** **	**0.505**	**2.467**
		(0.008)	(0.860)		(0.481)
	4	**0.969*** **	**2.360*** **	**0.424**	**1.864**
		(0.009)	(0.711)		(0.601)
I2	1	**0.961*** **	**1.448** **	**0.691**	**5.789**
		(0.006)	(0.725)		(0.327)
	2	**0.959*** **	**1.526** **	**0.655**	**5.326**
		(0.007)	(0.673)		(0.377)
	4	**0.955*** **	**2.170*** **	**0.461**	**4.268**
		(0.007)	(0.510)		(0.512)
I3	1	**0.961*** **	**1.690*** **	**0.592**	**7.721**
		(0.006)	(0.633)		(0.358)
	2	**0.961*** **	**1.760*** **	**0.568**	**6.532**
		(0.007)	(0.593)		(0.479)
	4	**0.956*** **	**2.067*** **	**0.484**	**5.167**
		(0.007)	(0.468)		(0.640)

' * ', **'**** and **'***'** denote 10%, 5% and 1% significance levels respectively. The standard errors are given in parentheses. The numbers in parentheses at the last column are significance levels.

Conclusion

Using the quarterly aggregate data of Turkey, this paper has attempted to estimate the preference parameters, and to test the overidenfying restrictions imposed by the standard C-CPAM with power utility. The estimations of the subjective discount rate, CRRA, and the coefficient of IES have turned out to be significant at 1% level except for a few cases. The estimated values of IES coefficient range from 0.42 to 1.45, and are definitely different from zero. Moreover, there has been no indication of the rejection of the overidentifying restrictions in contrast to the findings of the research on US and UK cases.

The estimation results seem to be more sensitive to the choice of consumption measure than the choice of instrument set. They are also robust to the choice of the rate of return measure. The estimated subjective discount rate parameters are within the expected range and have high significance levels as in previous studies in the literature.

The estimated IES coefficients may be enlightening about the link between the aggregate behavior of consumption and the interest rates in Turkey. The estimations of CRRA, on the other hand, require more cautious interpretation. As Hall (1988) argues, the CRRA estimations may not imply anything about the relative risk aversion of the consumers, since no risky asset has been included in the analysis.

References

Breeden, D. T., M. R. Gibbons and R. H. Litzenberger (1989) "Empirical Test of the Consumption-Oriented CAPM." *Journal of Finance.* Vol. 44, No. 2. pp. 231-262.

English, W. B., J. A. Miron and D. W. Wilcox (1989) "Seasonal Fluctuations and the Life Cycle-Permanent Income Model of Consumption: A Correction." *Journal of Political Economy.* Vol. 97, No. 4. pp. 988-991.

Epstein, L.G. and S.E. Zin (1991) "Substitution, Risk Aversion, and the Temporal Behavior of Consumption and Asset Returns: An Empirical Analysis." *Journal of Economic Theory.* Vol. 99, No. 2. pp. 263-286.

Ferson, W. E. and C. R.Harvey (1992) " Seasonality and Consumption-Based Asset Pricing." *Journal of Finance.* Vol. 47, No. 2. pp. 511-552.

Hall, A.R. (2005) *Generalized Method of Moments.* New York, USA: Oxford University Press.

Hall, R.E. (1988) "Intertemporal Substitution in Consumption." *Journal of Political Economy.* Vol. 96, No. 2. pp. 339-357.

Hansen, L.P. (1982) "Large Sample Properties of Generalized Method of Moments Estimators." *Econometrica.* Vol. 50, No. 4. pp. 1029-1054.

Hansen, L.P. and K.J. Singleton (1984) "Generalized Instrumental Variables Estimation of Nonlinear Rational Expectations Models: Errata." *Econometrica.* Vol. 52, No. 1. pp. 267-268.

Hansen, L.P. and K.J. Singleton (1982) "Generalized Instrumental Variables Estimation of Nonlinear Rational Expectations Models: Errata." *Econometrica.* Vol. 50, No. 5. pp. 1269-1286.

Hansen, L.P. and K.J. Singleton (1996) "Efficient Estimation of Linear Asset Pricing Models with Moving-Average Errors." *Journal of Business & Economic Statistics.* Vol. 14, No. 1. pp. 53-68.

Hansen, L.P. and K.J. Singleton (1983) "Stochastic Consumption, Risk Aversion, and the Temporal Behavior of Asset Returns." *Journal of Political Economy.* Vol. 91, No. 2. pp. 249-265.

Hyde, S. and M. Sherif (2005) "Consumption Asset Pricing Models: Evidence From The Uk." *Manchester School.* Vol. 73, No. 3. pp. 343-363.

King, R.G. and S. Rebelo (1990) "Public Policy and Economic Growth: Developing Neoclassical Implications." *Journal of Political Economy.* Vol. 98, No. 5. pp. S126-S150.

Kose, A., E. S. Prasad and M. E. Terrones (2003) "Financial Integration and Macroeconomic Volatility." International Monetary Fund IMF Working Papers No. 03/50.

Mankiw, N. G., J. J. Rotemberg and L. H. Summers (1985) "Intertemporal Substitution in Macroeconomics." *The Quarterly Journal of Economics.* Vol. 100, No. 1. pp. 225-251.

Matyas, L. (1999). *Generalized Method of Moments Estimation.* Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Miron, J. A. (1986) "Seasonal Fluctuations and the Life Cycle-Permanent Income Model of Consumption." *Journal of Political Economy.* Vol. 94, No. 6. pp. 1258-1279.

Ogaki, M. and C. M. Reinhart (1998) "Measuring Intertemporal Substitution: The Role of Durable Goods." *Journal of Political Economy.* Vol. 106, No. 5. pp. 1078-1098.

Summers, L. H. (1984) "The After Tax Rate of Return Affects Private Savings." *American Economic Review.* Vol. 74, No. 2. pp. 249-253.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Rekabet Avantajı Sağlamada Stratejik Maliyet Yönetiminin Muhasebe Uygulamalarıyla İlişkileri

Selçuk YALÇIN*

Özet:Küresel rekabet, sürekli teknolojik yenilenme ve iş süreçlerindeki değişimin büyüyen baskısı, işletmelerin ürün, kalite, fonksiyonellik ve satış fiyatı üzerindeki hâkimiyetini ortadan kaldırmıştır. Bunlar yöneticiler için veridir. Böylece geleneksel maliyet hesaplama yöntemleri günümüz işletmelerinin stratejik ve rekabet avantajı hedeflerine hizmet edemez hale gelmiştir. Bu yüzden stratejik maliyet yönetimi daha önceden olmadığı kadar önemli hale getirmiştir.Stratejik maliyet yönetimi (SMY), işletmelerin stratejik pozisyonlarını sürekli geliştirmek ve maliyetlerini düşürmek için maliyet yönetim tekniklerini uygulamasıdır. SMY, maliyetleri hem finansal amaçlar hem de maliyet avantajı sağlamak için kısa dönemli olduğu kadar, daha uzun dönemli yönetmektir.SMY kapsamında değer zinciri analizi, stratejik konum analizi ve maliyet etkenleri analizi yer alır. Çalışmamızda stratejik maliyet yönetimi kapsamındaki her bir analiz ve bunların herbirinde kullanılabilecek muhasebe konuları sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Stratejik maliyet yönetimi, değer zinciri analizi, stratejik konum analizi, maliyet etkenleri analizi

The Relationships Between Strategic Cost Management and Accounting Practices Over Competition Advantage

Abstract: Global rivalry, continual tecnological innovation and increasing pressure of change removed domination above quality, function and prices of products. These are datum for managers. Therefore, traditional cost accounting techniques couldn't serve business enterprises strategic and rivalvary advantage target of todays business enterprises. For this reason, strategic cost management have become important than ever before.Strategic cost management (SCM), is the application of cost management techniques so that they sumultaneously improve the strategic position of a firm and reduce costs. It is about managing costs for both financial and competitive advantage, longer-term as well as short-term.SCM includes value chain analysis, strategic position analysis and cost drivers analysis. In our study each analysis in SCM and useful accounting matters were presented.

Keywords: Strategic cost management, value chain analysis, strategic position analysis, cost driver analysis.

* Öğr.Gör.Dr., Dumlupınar Üniversitesi, Gediz Meslek Yüksekokulu.

GİRİŞ

İşletmelerin artan rekabet ve değişen müşteri ihtiyaçları doğrultusunda maliyetlerini ölçme ve faaliyetlerini belirli performans ölçüleriyle değerlemeleri zaman içinde yeterli olmamaya başlamıştır. Özellikle müşterilere eşsiz ürün ve hizmetler sunmaya odaklanmış olan işletmelerin ürünün kalite, fonksiyonellik ve fiyatını dengelemeleri önemli hale gelmiştir. Diğer taraftan ileri üretim teknik ve teknolojjlerini kullanan işletmelerin bilgi ihtiyaçları da değişmiştir.

Bu ihtiyaçlar doğrultusunda maliyetlerin hesaplanması yerine yönetilmesi gündeme gelmiştir. Maliyet yönetimi geniş bir kavramdır. Bir firmayı ya da kâr amacı gütmeyen bir organizasyonu etkili bir şekilde yönetmek için, gelirler ve maliyetler hakkında finansal bilgiler kadar, verimlilik, kalite ve firma için diğer anahtar başarı faktörlerinin de dahil olduğu, yöneticilerin ihtiyaç duyduğu bilgilerin (Blocker, Chen ve Lin, 2002, s.8) de sağlanması gereklidir. Maliyet yönetimi işletmeye bu tür bilgilerin sağlanmasında yardımcı olur. Maliyet yönetimi kavramı, işletme maliyetlerinin planlanması ve kontrolünde aktif bir yaklaşımı ön plana çıkarmaktadır. Maliyet yönetimi, stratejik maliyet yönetimi yaklaşımına öncülük eden, firma stratejisinin ön planda tutulması düşüncesiyle bütünleşmiştir (Şakrak, 1997, s.14).

Stratejik düşünme, değişimleri tahmin etmeyi, ürün ve üretim süreçlerini müşteri taleplerinde beklenen değişime uygun olarak tasarlamayı gerektirir. Pazar için hız, yalın üretim ve elektronik ticaret gibi yeni yönetim kavramlarının gereklerinin sonucu olarak, bu değişimi hızla gerçekleştirmek önemlidir (Blocker, Chen ve Lin, 2002, s.8).

1980'lerde akademisyenler, danışmanlar ve üst düzey yöneticiler, rekabetçi stratejiler geliştirme ve uygulama gereğine dikkat çekmişlerdir. Geleneksel yönetim muhasebesi genellikle içe dönük bir yapıya sahiptir. İşletmenin dış çevre ve pazar koşullarıyla ilgilenmez. Kısa vadeli kararların alınması plan ve bütçelerin hazırlanması ve başarının ölçümü ile ilgilidir (Ergin, 1997, s.21). Bu yüzden mevcut stratejileri izleme ve strateji geliştirmeyi desteklemede gerekli finansal bilgiyi sağlamazlar. Stratejik yönetim muhasebesi, başarılı rekabetçi stratejiler geliştirmede destekleyici finansal analizler sağlayarak (Drury, 1992, s.806) işletmelere bu tür bilgileri sağlar.

Yönetim muhasebesinin, firmanın pazarı ve rakipleri ile ilgili bilgileri raporlayarak stratejik bakış açısına daha fazla uyum sağlamasına ihtiyaç vardır. İşletme dışına odaklı bu yaklaşım, stratejik yönetim muhasebesi olarak bilinir (Drury, 1992, s. 806). Stratejik yönetim muhasebesi, çevredeki ve işletmenin iç yapısındaki hızlı değişimlere cevap verebilecek biçimde esnektir. Çevredeki gelişmeleri anında izleyebilecek, değerlendirebilecek ve raporlayabilecektir (Ergin ve Elmacı, 1999, s.44).

Stratejik yönetim muhasebesi, mevcut ürünlerin pazar başarı gücüne, ürün hayat seyrine ve işletmenin ürün karmasına odaklanmalıdır (Drury, 1992, s.806). Bu analizler, sadece işletmeye dayalı olarak yapılmamalı, işletmenin rakiplerine göre nispi rekabetçi avantajlarını da içermelidir. İşletme dışı karşılaştırmaları kullanmak, nakit, kâr ve satış gelirlerindeki nispi değişimleri açıklamada yardımcı olur ve finansal muhasebe sistemini destekleyip stratejik düşünceye değer kattığı düşünülebilir (Drury, 1992, s.806). Stratejik yönetim muhasebesince sağlanabilecek bilgilerin bazıları şu şekilde sıralanabilir: İşletmenin ve rakiplerin pazar payları ve büyüme hızları, nakit akış tahminleri, yatırım miktarları ve kârlılık oranları, göreceli maliyet analizleri, farklılaştırma maliyetleri, likidite durumu, kaynakların yeterliliği vb. bilgilerdir (Ergin ve Elmacı, 2001, s.214).

Yukarıda sıralanan bu değişimler, maliyet ve yönetim muhasebesi sistemlerinde yeni arayışlara öncülük ederken, maliyet yönetimi yaklaşımında önemli değişimler olmuştur. Bu çerçevede maliyetlerin stratejik olarak yönetilmesi işletmeler açısında önemli hale gelmiştir.

STRATEJİK MALİYET YÖNETİMİ

Serbest rekabet piyasası ortamında ürün fiyatları genellikle belirli bir işletmenin kontrolü dışında kalan toplam arz ve talebe göre oluşurken, ürünlerin maliyetlerini geniş ölçüde işletme içi koşullar ve etkenler belirlemektedir. Stratejik maliyet yönetimi böyle bir ortamda işletmenin uzun süreli kârlılığını sağlayabilecek önemli bir yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır (Bursal ve Ercan, 1999, s.487). Bugünün yüksek rekabetçi çevresinde maliyet yönetimi, pekçok firma için kritik hayatta kalma yeteneği olmuştur. Ancak sadece maliyetleri düşürmek yeterli değildir. Bunun yerine maliyetler stratejik olarak yönetilmelidir (Cooper ve Slagmulder, 2003, s.23).

Bu yüzden, maliyet yönetimi geleneksel ürün maliyetleme ve faaliyet kontrolü rolünden daha geniş stratejik bir odak olan stratejik maliyet yönetimine taşınmıştır (Blocker, Chen ve Lin 2002, s.8). Bu doğrultuda maliyet muhasebesi sisteminin alt sistemi olan maliyet ölçümleme sistemlerinde değişim yönündeki arayışlar, özellikle üretim sistemine yönelik uygulanacak alternatif bir maliyetleme yönteminin gelişimine öncülük etmiştir (Şakrak, 1997, s.18). Bu alternatif, stratejik maliyet yönetimidir.

Stratejik maliyet yönetimi (SMY) bilgisi, işletmenin dört temel yönetim fonksiyonu (planlama, karar alma, yönetim ve faaliyetlerin kontrolü); stratejik yönetim ve finansal tabloların hazırlanması fonksiyonlarının her birinden alınır. Stratejik yönetimin en önemli fonksiyonu olan, firmanın rekabet avantajında sürdürülebilir rekabetçi pozisyon geliştirmek, işletme için sürdürülebilir başarı sağlar (Blocker, Chen ve Lin 2002, s.6). Buna göre

SMY, stratejik yönetim fonksiyonunu kolaylaştırmak için maliyet yönetimi bilgisi geliştirmektir (Blocker, Chen ve Lin, 2002, s.8).

SMY, işletmelerin stratejik pozisyonlarını sürekli geliştirmek ve maliyetlerini düşürmek için maliyet yönetim tekniklerini uygulamasıdır (Cooper ve Slagmulder, 2003, s.23). SMY, maliyetleri kısa dönemli olduğu kadar daha uzun dönemli olarak ve hem finansal amaçlar hem de maliyet avantajı için yönetmektir (Grundy, 1995, s.36). Bir firmanın maliyet yapısının tam anlamıyla anlaşılması, sürdürülebilir rekabet avantajı aramada çok yararlı olur. Bu bizim stratejik maliyet yönetimi olarak bahsettiğimiz şeydir (Shank ve Govindarajan, 1993, s.6).

SMY'nin ilk sorumluluk alanı, stratejilerin oluşturulmasıdır. Strateji, eğer başarılırsa arzulanan rekabetçi avantajı sağlayan, özel faaliyet planları ve amaçlar dizisidir. Stratejik yönetim, bu amaç ve faaliyet planlarının tanımlanması ve uygulanmasını gerektirir. SMY'nin ikinci sorumluluk alanına göre yönetim, bütçeleme, kâr planlama ve firmanın faaliyetleriyle ilgili karar almada (bir tesis kiralanması veya satın alınması, donanımların bir parçasının yenilenmesi ya da tamiri, pazarlama planlarının değiştirilmesi ve yeni ürün tasarımına başlanması gibi), firma faaliyetlerinden sorumludur (Blocker, Chen ve Lin, 2002, s.6).

SMY'nin üçüncü sorumluluk alanı olan kontrol, faaliyetlerin kontrolü ve yönetimin kontrolü olmak üzere, üst ve orta seviye yöneticilerin dahil olduğu iki fonksiyondan ibarettir. Faaliyetlerin kontrolü, orta seviye yöneticiler (fabrika yöneticileri, ürün yöneticileri ve bölge yöneticileri gibi), faaliyet seviyesi yöneticiler ve çalışanları (üretim şefleri ve çeşitli bölüm başkanları gibi) izlenmesidir. Bunun tersine, yönetim kontrol, en üst seviye yöneticilere kadar orta seviye yöneticilerin değerlendirilmesidir (Blocker, Chen ve Lin, 2002, s.6).

SMY'nin dördüncü fonksiyonu olan finansal tabloların hazırlanmasında yönetim, ilgili grupların ve devletin raporlama gerekliliklerine uyar. Stratejik yönetim, kontrol ve stratejik planlama ile karar almanın önemli bir parçası olan finansal tablolama bilgisi, diğer üç yönetim fonksiyonuna da hizmet eder (Blocker, Chen ve Lin, 2002, s.7).

Stratejik maliyet yönetiminin beş adımı vardır ve her biri bir sonraki ile mantıksal olarak bağlantılıdır (Hosking, 1993, s.51).

- **Maliyet nedenleri ve işin gelir yapısını anlama.** Nedenlerin bilgisi, nedenlerin değiştirilmesinin yönetimini ve böylece maliyet yapısının değiştirilmesini mümkün hale getirir.

- **Fonksiyonlar arası karmaşıklığı çözme ve anlama.** Maliyet nedenleri fonksiyonlar arası ve karmaşıktır. Örneğin, depolama maliyetleri işletmenin dağıtım bölümlerine kolayca paylaştırılamaz.

Fakat işletmenin ürün karması ve müşteri hizmet kararları pazarlama ve satış bölümü tarafından alınır. SMY bu karmaşıklığı anlama ve çözmede yardımcıdır.

- **Ortak dil ve paylaşılan sorumluluk oluşturma.** Böylece maliyet nedenlerini yönetme yöntemleri ortaya çıkar. Yönetim takımının üyeleri birinci adımı tamamladıktan sonra, diğer üç adım boyunca, etkili yöneticiler olmak ve işletmenin maliyet yapısını biçimlendirmek için paylaşılan sorumluluk ve ortaya çıkan ortak dilden yararlanır.

- **Etkinliği arttırma.** İlk üç adım işletme kârlılığı unsurlarının açık bir resmini sunar. Dördüncü adım, belirlenmiş kârlı gelir akışlarını başarmak için bilinçli olarak seçilen yatırımların yapılması gibi kâr sağlayan maliyetleri seçerek, maliyet yapısını yeniden tanımlamayı içerir.

- **Rakiplerin maliyet yapılarını ölçme.** Bu, bir organizasyona etkinlik ve etkililik ölçüleri sağlar. Ayrıca bu adım maliyet yapısının rekabet avantajı sağlayıp sağlamadığını belirleyebilmesinin yoludur.

Bir işletmenin maliyet yönetim sisteminin amacı, şimdi ve gelecekte, kârlarını maksimize etmektir. İşletme bu amaca ulaşmak için rekabet şartlarını karşılamak ya da baş etmek zorundadır. Bunun için sadece bugün değil, gelecekte de kendini sürekli geliştirmelidir. Böylece iki temel amaç; global rekabet ve sürekli ilerlemede liderlik edecek bir maliyet yönetim sistemini geliştirmelidir. Ayrıca bir maliyet yönetim sistemi, üst yönetimin kârlılığını, tüm seviyedeki çalışanların katılımını ve değer katan faaliyetleri geliştirme ve değer katmayan faaliyetleri azaltmada yardımcı, kendi kendine sürdürülebilen bir yapı gerektirir (Agrawal ve Siegel, 1998, s.60).

SMY ile aşağıdakileri aynı anda başarmamız gerektirir (Grundy, 1995, s.36):

- Kısa dönemli öncelikler karşısında daha uzun dönemli finansal performansı dengelemek için maliyetleri yönetmek.

- İşletme içi ve dışı değer katan faaliyet ve ürünler ile bunların maliyetlerini açıklamak.

- Harcamaları ihtiyaç, tamamlamayıcı, stratejik ve finansal kriterlere göre önceliklendirmek.

- Anahtar maliyet etkenlerini anlamak, tanımlamak ve yönetmek.

STRATEJİK MALİYET YÖNETİMİNİN UNSURLARI

Stratejik maliyet yönetiminin anahtar unsurları (Grundy, 1995, s.37) şöyle sıralanabilir:

- Farklılaştırma odaklanma ve maliyet liderliği stratejileri arasında seçimi içeren ve aynı zamanda operasyonel ve organizasyonel başarı için maliyet programlarına odaklı rekabetçi strateji.

- Maliyet hedeflerini yükseltmede ve uygulamadaki farkları ortaya çıkarmada yardımcı rekabetçi analiz ve karşılaştırmalar. İşletmenin üretmesi yada üretmemesi gereken ürün/hizmetler ile gerçekleştireceği yada gerçekleştirmeyeceği faaliyet ve iş süreçlerinin ortaya konması ve analizi gereklidir. SMY bazen belirli iş alanlarında olmamayı ya da belirli iş fonksiyonlarında daralmayı da gerektirebilir.

- İşletmenin maliyet yapısında yumuşak ve sert maliyet etkenlerini belirleme. Böylece üzerinde değişiklik yapılabilecek veya yapılamayacak olan maliyet unsurlarının tespiti sağlanır.

- Finansal ve rekabetçi hedefler belirleme.

Ayrıca daha fazla geliri ve daha az maliyetle elde etmek için organizasyon ve faaliyetlerin yeniden tasarlanması amacıyla kullanılan senaryo metotları ile maliyetlerde mümkün iyileştirmeler hakkında görüşler elde etmek amacıyla endüstrinin ve işletmenin değer zincirinin analizi gibi araçlar (Grundy, 1995, s.37) da SMY'nin anahtar unsurları arasında sıralanabilir.

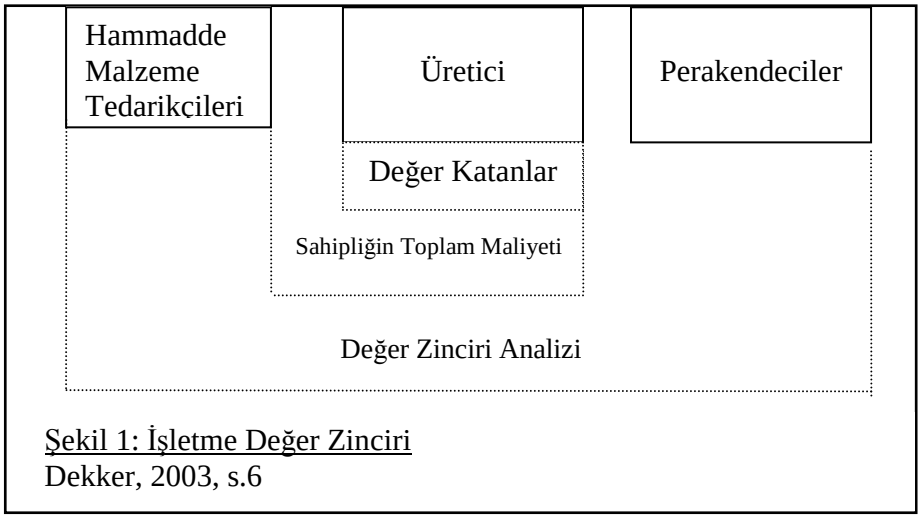
SMY'nin ortaya çıkışı, her biri stratejik yönetim literatüründen alınan üç ana unsurun harmanlanmasının sonucudur. Bunlar, değer zinciri analizi, stratejik konum analizi ve maliyet etkenleri analizidir (Shank ve Govindarajan 1993, s.13).

Değer Zinciri Analizi

SMY kapsamında, maliyetlerin etkin yönetimi firmaya dışarıdan açıdan geniş bir bakış gerektirir. Porter, bu bakışı değerler zinciri olarak adlandırmıştır. Porter'e (1985) göre stratejik maliyet analizinin önemli bir amacı, değer zincirinde satın alma ve tedarikçilerle ilişkileri daha iyi yönetmektir (Dekker, 2003,s.4). Değer zinciri, işletmenin müşterilerine sağladığı hizmet ya da ürünlere (yarar) değer katan ve ardı ardına gelen faaliyetleridir (Chang ve Hwang, 2002, s.124). Herhangi bir işte herhangi bir firma için değer zinciri, bileşen tedarikçileri için temel hammadde kaynaklarından, nihaî tüketicilerin eline ulaştırılacak tüketim malına kadar işletmeye değer katan faaliyetlerin hepsinin zinciridir (Shank ve Govindarajan, 1993, s.13). Bir değer zincirinde ilişki ya da bağlantılar, faaliyetler arasındaki ilişkiler, firmanın iş birimleri arasındaki ilişkiler ve onun alıcıları ve satıcıları ile ilişkileri şeklinde sınıflandırılabilir (Dekker,

2003, s.4). Bu çerçevede değer zinciri analizi; firmanın nerede müşteri değerini arttırabileceğini ya da maliyetleri düşürebileceğini açıklamada ve firmanın tedarikçileri, müşterileri ve endüstrideki diğer firmalarla ilişkilerini ve firmanın rekabet avantajını daha iyi anlamasında kullanılan analiz aracıdır. Bu faaliyetlere müşteri için rekabetçi ürün ve hizmetler sağlamak için gerekli olan tüm adımlar dahildir (Blocker vd., 2002, s.44).

Bir değer zinciri, hammadde kaynaklarından, nihaî tüketicilere son kullanım ürünlerinin dağıtımı dahil, tedarik unsurlarının birbiriyle ilişkilendirilmiş, değer katan tüm faaliyetlerden oluşur (Shank ve Govindarajan, 1993, s.40). İşletmenin değer zinciri Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1: İşletme Değer Zinciri
Dekker, 2003, s.6

Faaliyetlerini ve ürünlerini çeşitlendirilmiş firmalar için işletme düzeyinde strateji seçiminde en önemli konu; işletme çapında faaliyetlerin nasıl farklılaştırabileceği ya da belirlenmiş iş birimlerinin değer zinciri boyunca belirli başarıyı nasıl sağlayacağı konusunda kendi becerilerini nasıl paylaştıracağıdır (Porter, 1991, s.103).

Değer zinciri analizi, müşteri değerinin arttırılabileceği ve maliyetlerin düşürülebileceği alanları açıklamak ve işletmenin tedarikçiler, müşteriler ve endüstrideki diğer işletmelerle ilişkilerini daha iyi anlamak için, firmanın rekabetçi avantajlarını daha iyi anlamada kullanılan stratejik analiz yöntemidir (Blocker vd, 2002, s.44). Bir üretim işletmesi için değer zinciri, yeni ürün tasarımı ve yeni ürün testleriyle başlar ve daha sonra hammadde tedariki, üretim ve nihayet satış ve satış sonrası hizmetler yer alır. Bir hizmet işletmesi için bu faaliyetler, hizmet kavramı ve onun tasarımı, amaç ve taleplerin belirlenmesiyle başlar ve memnun edilmiş müşteriler sağlayacak hizmeti oluşturan faaliyetler bütününe taşınır (Blocker vd., 2002, s.45).

Değer Zinciri Analizi Süreci

Değer zinciri analizinin yapılandırılması ve kullanımı metodolojisinde aşağıdaki adımlar vardır (Shank ve Govindarajan, 1993, s.58):

- Endüstri değer zincirini tanımlama ve değer zinciri faaliyetlerine kaynak, gelir ve maliyetleri dağıtmak.

- Her bir değer zinciri faaliyetini düzenleyen maliyet etkenlerini tanımlamak.

- Değer zincirini yeniden düzenleyerek ya da maliyet etkenlerini rakiplerden daha iyi kontrol ederek, sürdürülebilir maliyet avantajları geliştirmek.

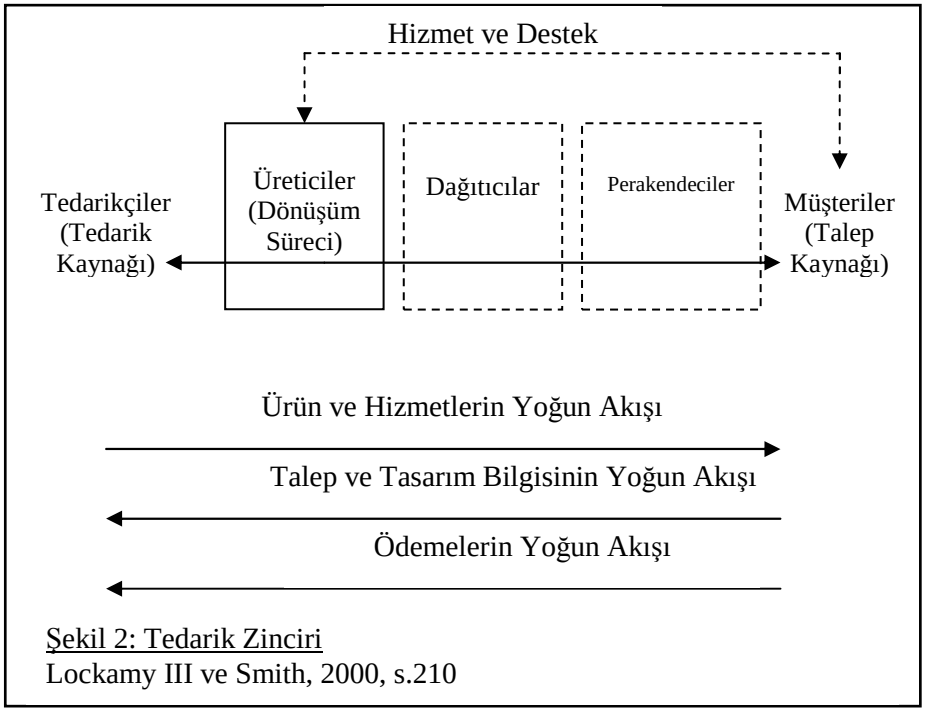
İşletmeler değer zinciri faaliyetlerini ve kârlarını iki yolla etkileyebilirler. İlk olarak bu faaliyetleri etkili şekilde yönetmek, firmanın maliyet ve kârlılık yapısını geliştirebilir. İkinci olarak firma tarafından sağlanan hizmet ve/veya ürünlerle sunulan değer zinciri faaliyetlerinin karması, müşteri memnuniyetini etkileyebilecek ve böylece firmanın kârları ve gelirleri dolaylı olarak artacaktır (Shank ve Govindarajan, 1993, s.58).

Bu yüzden, değer zinciri faaliyetlerini yönetmede ilk adım, firmanın kendi kaynaklarını değer zinciri faaliyetleri arasında nasıl dağıtacağını anlamasıdır. Bu bilgi, faaliyetler arasındaki değişim firmanın toplam gelir ve maliyetlerini etkilediğinden dolayı önemlidir. Örneğin tasarım ve araştırmaya daha fazla önem verilmesi, ürünün erken aşamalarındaki maliyetlerini arttıracaktır.Diğer taraftan yapılan bu çalışmalar, pazarlama ve müşteri hizmetleri gibi, daha sonraki faaliyetlerin maliyetlerini düşürebilecektir. Böylece farklı faaliyetler arasında maliyetlerini dağıtan yöneticiler, en uygun değer zinciri faaliyetleri karmasını belirleyerek, farklı ürün ve müşterileri desteklemek için uygun dağıtım yapıp yapmadıklarını değerlendirebileceklerdir.

Ayrıca değer zinciri boyunca iyi yönetilmiş bir maliyet yapısı, müşteri memnuniyetini de arttırabilecektir. İşletmenin önemli faaliyetlerini detaylı şekilde dile getiren değer zinciri analizi, yöneticilere işletmenin rekabetçi avantaj ve dezavantajları içinde değerlendirilebilecek bakış açıları sağlar ve müşteri memnuniyetini artıracak stratejiler geliştirmesini mümkün kılar (Chang ve Hwang, 2002, s.124).

Bu şartlar altında işletmenin başarısı, maliyet, dağıtım, kalite ve esnekliklerini geliştirmek için müşteri talepleri ile ürün ve süreçlerin akışını dengeleme yeteneklerine bağlıdır. Bu konuda pekçok işletme tedarik zinciri yönetimi ilkelerine adapte olmaya başlamıştır (Lockamy III ve Smith, 2000, s.210).

Tedarik Zinciri Yönetimi (TZY) ile alınan malzemeler, üretim süreçleri ve dağıtımın akışı fazladan stoklama oluşturmadan müşteri taleplerinde meydana gelen değişimlere cevap verme anlamında ayarlanır. Tedarik zinciri, nihaî tüketici için ürün veya hizmet sağlamada firmalara birbirini etkileyen koordine edilmiş bir ağ sağlar. Böylece organizasyon, işletme sınırları ve ulusal sınırlar içinde çapraz fonksiyonlar yürütür (Lockamy III ve Smith, 2000, s.210). Tedarik zincirinin temel bileşenleri Şekil 2'de gösterildiği gibidir.



Şekil 2: Tedarik Zinciri
Lockamy III ve Smith, 2000, s.210

İşletmeler değer zinciri maliyetlerini yöneterek, rekabet avantajı elde edebilir. Bu çerçevede maliyetleri düşürerek ya da ilâve değer sağlayarak rekabet avantajı elde etmenin adımlarını şöyle açıklayabiliriz (Blocker vd, 2002, s.44).

- Rekabet avantajının tanımlanması (maliyet liderliği ya da farklılaştırma). Bir işletmenin faaliyetlerinin değerlerini analiz etmesi, işletmenin stratejik rekabetçi avantajlarını daha iyi anlamasına ve endüstri değer zincirinde uygun bir pozisyon almasına yardım eder. Örneğin, bilgisayar endüstrisinde bazı firmalar (Hewlet-Packart gibi) öncelikli olarak yenilikçi tasarıma odaklanırken; diğerleri (Teksas Instruments and Compaq gibi) düşük maliyetli üretim üzerine odaklanırlar.

- İlave değer için fırsatları tanımlama. Bir değer zinciri analizi işletmelere müşterileri için önemli bir değer katabileceği faaliyetleri açıklamasında yardım eder. Örneğin, yiyecek işleme fabrikaları ve paketleme fabrikaları ucuz ve yaygın dağıtım yapmak için kendi müşterilerinin yoğun olarak bulundukları bölgelere yerleşirler.

- Maliyetleri azaltmak için fırsatları tanımlamak. Faaliyetlerin değerleri ve maliyet etkenlerinin araştırılması çalışması, değer zincirinin parçalarının hangilerinin rekabetçi olmadığını anlamalarında yardım eder. Rekabetçi olmayan parçaların analizi bunların maliyetlerinin azaltılması için önemli fırsatlar sunar.

- Değer zincirindeki faaliyetler arasındaki ilişkilerden yararlanma. Değer zincirinin bir parçasında yapılan bir iyileştirme bazen diğer parçalarda da dolaylı iyileştirmelere neden olabilir.

Değer Zinciri Analizinin Yararları

Değer zinciri bir kez tam olarak yapılandırılırsa, stratejik kararlar, zincirdeki faktörler tarafından gösterildiği için, firmanın rekabetçi avantajlarının açıkça anlaşılması anlamında, çok basit şekilde alınabilir (Chang ve Hwang, 2002, s.124). Değer zincirini yönetebilen bir firma iki tip rekabet avantajına sahip olabilir: (1) düşük maliyet ya da (2) farklılaştırma. Bunlar, rakiplerine göre firmanın değer zincirinde daha ucuz veya eşsiz yöntemlerle başarma yeteneğinden gelir.

Bir firmanın yarattığı toplam değer, firmanın sağladığı fiziksel ürünlerine ilâveten, daha zamanlı dağıtım ya da yardımcı tasarım ve tamir gibi fayda veya yardımcı herhangi bir hizmet için ödeme yapmaya gönüllü alıcılardır. Eğer gerekli faaliyetler boyunca yaratılan değer, onları başarmanın toplam maliyetini geçerse sonuç kârdır. Böylece sağlanan ilave değer, işletme ürün veya hizmetlerine ödeme yapmaya gönüllü alıcıların ve işletme kârlarının artmasına yardım eder.

Değer Zinciri Analizi ve Muhasebe Uygulamaları

Günümüzde esnek üretim sistemlerinde küçük partiler halinde, daha kaliteli ve daha fazla ürün çeşidini daha düşük maliyetle müşterilere sunma zorunluluğu içinde olan işletmelerde, birim maliyetleri ne kadar sağlıklı hesaplayabilirsek, işletme yönetiminin maliyet muhasebecilerinden istediği bilgilerin doğruluğu da o derece artacağı bir gerçektir (Kartal vd., 2004, s.122).

Bir değer zinciri, faaliyetler maliyet davranışlarının temel ölçüsü olduğundan, maliyet pozisyonunu anlamada bir şablon sunar. Faaliyet Tabanlı Maliyetleme'ye yöneliş, bu bakış açısının bir göstergesidir (Porter, 1991, s.103).

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM), işletmenin herhangi bir ürün, hizmet ya da işletme faaliyetiyle doğrudan ilişkilendirilemeyen genel üretim maliyetlerinin maliyetlere yansıtılmasında kullanılan bir yöntemdir. Özellikle üretimde ileri üretim tekniklerinin kullanılmasıyla birlikte, işletmelerin genel üretim maliyetlerinin toplam üretim maliyetleri içindeki payları artmıştır. Bununla birlikte, miktara dayalı dağıtım yöntemlerinde dağıtım anahtarı olarak kullanılan işçilik saatleri ve maliyetlerinde meydana gelen azalmalarla birlikte, geleneksel dağıtım yöntemlerinin yöneticileri yanıltabilecektir. Bu sebeplerle, değer zinciri faaliyetlerinde kaynak ve maliyetlerin dağıtımında, her bir değer zinciri faaliyetini düzenleyen maliyet etkenlerini tanımlamada ve sürdürülebilir maliyet avantajları sağlamada FTM'yi kullanabilirler.

Diğer taraftan işletmeler, değer zinciri yönetiminde rakiplerle eşit müşteri değerini rakiplerden daha verimli (düşük maliyet) şekilde elde edebilmek için Hedef Maliyetleme'yi kullanabilirler. Hedef Maliyetleme rekabetçi pazarlarda satış fiyatının müşteri tarafından belirlendiği ve fiyatın işletmeler tarafından veri olarak kabul edilmesi gerektiği varsayımından hareket eder. Özellikle standartlaştırılmış ürünlerde ve rekabetin yoğun yaşandığı ürün ve pazarlarda işletmeler Hedef Maliyetleme ile rakiplerle benzer ürün veya hizmetleri daha düşük maliyetlerle sunabilirler. Böylece elde edilen maliyet avantajı, rakiplerden daha düşük satış fiyatları önermek ya da birim başına daha yüksek kâr payı elde etmek için kullanılabilir.

Hedef Maliyetleme uygulamalarında işletme, kendi hedef maliyetlerini başarmak için kullanılacak araçları seçer. Bu araçlar sırasıyla değer zincirinin diğer elemanlarını etkiler. Örneğin, tedarik geliştirme, satın alma, tedarik yönetimi ve mühendislik gibi diğer işletme içi değer zinciri üyeleri arasında ilk tedarik sırası ile etkili ilişki gerektirecektir. Malzeme değişimleri tedarik zincirinin önem sırası ilişkisinin değiştirilmesini gerektirebilir. Böylece Hedef Maliyetleme işletmenin mevcut ve gelecek değer zincir tarafından etkilenir ve onu etkiler (Ellram, 2000, s.41).

İşletmenin değer zincirinde yer alan faaliyetlerin rakiplere göre durumu yeni ürün tasarımı tamamlandıktan sonra da önemlidir. Bir ürün piyasaya çıktıktan sonra zaman içinde üründen daha fazla performans, daha düşük maliyetler ve satış fiyatları talep edilme eğilimi vardır. Bu çerçevede işletmenin iş planları rekabetçi kalmak için (örneğin yıllık % 5) maliyet azalışı talep eder. Maliyet azaltma çabaları tasarım tamamlandığında sona ermez, yeni aşamaya taşınır (Williamson, 1997, s.23). Bu yüzden, ürün ve hizmetlerde piyasada kaldıkları sürece sürekli iyileştirmeler yapılmalıdır. Ürün üretim aşamasındayken üretim maliyetlerinde sürekli iyileştirmeler yapmanın yolu Kaizen Maliyetleme'dir.

Kaizen Maliyetleme, Japonya'da geliştirilen Kaizen Felsefesi'nin maliyet yönetimine uyarlanmasıyla ortaya konmuş bir stratejik maliyet yönetim

yaklaşımıdır. Kaizen Maliyetleme, işletmenin halihazırda üretim aşamasında bulunan ürünlerinin sürekli olarak yeniden değerlendirilmesi ve üzerinde sürekli olarak iyileştirmeler yapılması olarak tanımlanabilir.

İşletmenin pekçok üretim bölümünde maliyet azaltımı gerekli olabilir veya yapılabilir. Ancak maliyet hedefleme faaliyetleri kalite, fonksiyonellik ve hizmetleri geliştirme ile birlikte ortaklaşa planlanmalı ve başarılması gereken iş geliştirme sürecinin bir parçası olmalıdır (Williamson, 1997, s.23).

Bir işletmede maliyet analizine satın alma noktasından başlamak, işletmenin satıcıları ile ilişkilerin kullanabilmesine yönelik bütün fırsatların kaçırılmasına neden olur. Bu tür fırsatlar, firma için çok büyük öneme sahip olabilir (Şakrak, 1997, s.106). Diğer taraftan maliyet analizlerini satış noktasında kesmek, müşterilerle sağlanacak ilişkiler için gerekli bütün fırsatları kaçırtır. Müşterilerle sürekli bağlantılar, en az satıcılarla olan bağlantılar kadar önemli olabilir. Müşteri ilişkilerinden yararlanma aynı zamanda, hayat seyri maliyetleme yaklaşımının temelindeki anahtar fikirdir (Şakrak, 1997, s.107).

Kapsamlı stratejik maliyet yönetimi uygulamalarında ürünün piyasada kaldığı sürece maliyetlerini yönetebilmek için Hayat Seyri Maliyetleme yaklaşımı kullanılmalıdır. Hayat seyrine yönelik maliyet yönetimi yaklaşımı, maliyet ve kârlılık analizi temeline dayanmaktadır. Yaklaşımın özelliği, stratejik planlama dönemi olarak giriş, gelişme, olgunlaşma ve düşüşten oluşan ürünün beklenen ömrünün esas alınmasıdır. Bu yeni yaklaşımda amaç, sözkonusu değişik aşamalarda işletmenin alacağı en uygun pazarlama ve üretim kararlarıyla işletmeye en yüksek kârı sağlayabilmektir. Bunun için pazarlama yönetimi, yukarıda belirtilen dört ürün hayat seyri boyunca ürün çeşitliliğinin azaltılması veya çoğaltılması, ürün kalitesinin yükseltilmesi, fiyat farklılaştırması, satış sonrası hizmetlerin geliştirilmesi, reklam harcamalarının arttırılması gibi kararları alarak satış gelirlerini arttırmayı hedefler (Karcıoğlu, 2000, s.91). Pazarlama yönetiminin ürün hayat seyri boyunca ürünlerle ilgili bu kararları alabilmesi, maliyet yönetiminin ürün hayat seyri boyunca maliyetleri yönetmesi ile gerçekleştirilebilir.

İşletmeler açısından ürünün hayat seyri, giriş, gelişme, olgunluk ve gerileme olarak ifade edilirken, bir başka yaklaşıma göre tüketici açısından ürün hayat seyri tüketicinin onu kullandığı süreçtir. Bu anlayışa göre Hayat Seyri Maliyetleme ise, müşterinin ürün için ödediği ile ürünün kullanımı boyunca katlandığı maliyetler ve ekonomik ömrü sona eren ürünün elden çıkarılmasında müşterinin maruz kaldığı toplam maliyet arasındaki ilişki ile açıkça bağlantılıdır. Müşteri tarafından satın alma sonrası maliyetlere gösterilen dikkat, daha etkili pazar bölümleme ve ürün konumlandırmaya öncülük eder. Müşterinin satın alma sonrası maliyetlerini azaltan yeni ürün tasarımı rekabet avantajı elde etmede önemli bir tampon olabilir. Japon

otolarının daha düşük hayat seyri maliyetleri, onların ABD pazarındaki başarılarını pek çok şekilde açıklamaya yardım eder (Shank ve Govindarajan, 1993, s.15).

Ayrıca rekabetçi pazarlarda ürünün fiyatı yanında müşterinin üründen talep ettiği fonksiyonellik ve kalite seviyesi de önemlidir. Bu yüzden müşteri talepleri ve işletmenin bu talepleri karşılama yeteneğinin birbirine uygun hale getirilmesi gerekir. Bu, yeni ürün tasarımında müşteri istekleriyle işletme yeteneklerini birleştiren ve ikisinin buluştuğu noktada ürün özelliklerini verebilen Kalite Fonksiyon Yayılımı uygulanarak gerçekleştirilebilir. Böylece işletmeler Hedef Maliyetleme ile müşterinin istediği fiyatta ürün sunabilirken, Kalite Fonksiyon Yayılımı ile de müşterinin istediği özellikleri bu ürünlere yerleştirebilirler. Kalite Fonksiyon Yayılımı, hammadde, araştırma geliştirme, üretim, pazarlama, dağıtım ve satış sonrası hizmetleri kapsayan işletmenin değer zincirinde yer alan faaliyetlerin her birinde, müşteri beklentileri ve işletme yeteneklerinin birleştirilmesinde kullanılabilir. Örneğin, dağıtım konusunda müşterilere sunulacak anketlerle müşterilerin dağıtıma verdikleri önem, işletme faaliyetleri ile işletmenin bu faaliyetleri yerine getirirken maruz kaldığı maliyetler ve bunlarla ilgili yeteneklerinin önemleri karşılaştırılarak, müşteri beklentileri ve işletme yeteneklerine uygun bir dağıtım modeli oluşturulabilir.

Stratejik Konum Analizi

SMY'de maliyet analizlerinin rolü, işletmenin rekabet için seçtiği yollara bağlı olarak farklılaşır (Şakrak, 1997, s.109). İşletmelerin vizyon ve misyon tanımları doğrultusunda belirleyip uygulayabilecekleri stratejilerin tespit edilmesi ve gruplanmasıyla ilgili birçok çalışma bulunmaktadır. Stratejiler, işletmedeki hiyerarşik seviyelerine, rekabet durumuna, amaçlarına ve ürün/pazar yapısına göre değişik şekillerde sınıflandırılabilir.

Farklı Stratejik Konumlanmalar

Stratejileri işletmedeki hiyerarşik seviyelerine göre; şirket stratejileri, işletme stratejileri ve fonksiyonel (veya taktik) stratejiler şeklinde gruplandırılabilir. Böylece en üst seviyeden itibaren birbiriyle uyumlu işletme stratejileri tespit edilmiş olur.

Porter, verilen bir endüstride savunmacı pozisyon geliştirme ve rakiplerinden daha iyisini yapmak için potansiyel olarak başarılı rekabet stratejileri geliştirmiştir. İlki, kalite, hizmet ve diğer alanları ihmal etmeyen kapsamlı maliyet liderliğidir (Dess, 1984, s.469). Bu stratejinin odağı, rakiplerine göre nispeten daha düşük maliyeti başarmaktır. Maliyet liderliği, üretimin ölçek ekonomisi, sıkı maliyet kontrolü, öğrenme eğrilerinin etkisi ya da araştırma geliştirme, hizmet, satış gücü ya da reklam gibi alanlarda maliyeti en aza indirme gibi yaklaşımlarla elde edilebilir (Shank ve Govindarajan, 1993,

s.95). Maliyet liderliği stratejileri pazardan daha çok pay alma veya maliyete dayalı liderlik amaçlarına yönelik olarak seçilir. Bu stratejiyi benimseyen işletme, ürettiği mal ve hizmetlerin maliyetini rakiplerinden düşük tutarak, satışlarını arttırmaya ve -mümkünse- pazarda lider olmaya çalışır.

Porter'in ortaya attığı ikinci strateji, farklılaştırma, bir firmanın herhangi bir şeyi, ürün ya da hizmeti endüstride eşsiz olarak gerçekleştirmesini gerektirir (Dess, 1984, s.469). Bu stratejinin odağı iş ünitesinin önerdiği ürünün müşteriler tarafından eşsiz olarak algılanacak bir şekilde farklılaştırmaktır. Ürün farklılaştırma yaklaşımlarına örnek olarak; marka bağımlılığı (alkolsüz içeceklerde Coca Cola), üstün seviyede müşteri hizmetleri (bilgisayarda IBM), ağ sistemleriyle satış (yapı malzemelerinde Caterpiller Tractors), yeni ürün tasarımı ve ürün özellikleri (elektronikte HP) ve/veya ürün teknolojisi (kamp malzemelerinde Coleman) (Shank ve Govindarajan, 1993, s.95) gösterilebilir. Farklılaştırma stratejisi firmanın ortalama fiyatlardan daha yüksek satış fiyatları uygulayabilmesini sağlar. Farklılaştırma stratejileri kaliteye dayalı geliştirme çabalarını kapsar. İşletme ürettiği mal ve hizmetleri eşsiz ve ayrıcalıklı kılarak pazarda büyür.

Üçüncü strateji, firmanın belirli bir müşteri grubu, coğrafi pazar ya da ürün hattına odaklama stratejisidir (Dess, 1984, s.469). Bu strateji ise özel pazara sahip mal veya hizmetlere yönelik olarak kullanılır. İşletme bu stratejide pazarın belirli bir bölümünü seçer ve diğer kesimleri ihmal ederek, seçtiği bölümde yoğunlaşır.

Stratejik Konum Analizi ve Muhasebe Uygulamaları

Bir işletmede muhasebe bilgisinin rolü, işletme stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasını kolaylaştırmaktır. Stratejik yönetim muhasebesinin stratejik yönetim kavramına yoğunlaşması, stratejik yönetim muhasebesini yönetim muhasebesinden ayırmıştır.

Farklılaştırma ve maliyet liderliği farklı yönetim kaynakları olduğu için farklı maliyet analiz bakış açılarını gerektirir. Stratejik konumlanmanın şekli maliyet analizlerinin rolünü etkileyebildiğinden, ürün maliyetlerinin dikkatli şekilde planlanması konusu daha da önem kazanmıştır. Maliyet liderliği stratejisini uygulayan olgunluk aşamasında mamul üreten bir firma için, hedef maliyetlerin dikkatli şekilde planlanıp düzenlenmesi, çok önemli bir yönetim aracıdır. Ancak, ürün farklılaştırma stratejisini takip eden, pazar yönlü, hızla büyüyen ve hızla değişen iş ortamında üretim maliyetlerinin dikkatli şekilde planlanıp düzenlenmesi daha az önemli olabilecektir (Shank ve Govindarajan, 1993, s. 17).

Maliyet bilgisinin önemi tüm işletmelerde birinden diğerine farklı olmasına rağmen, farklı stratejiler farklı maliyet bakış açıları gerektirir (Shank ve Govindarajan, 1993, s.18). İşletmenin stratejik konumlanması ile farklı maliyet bilgilerine olan ihtiyacı arasındaki ilişkiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Stratejik Konumlanma Maliyet Bilgisi İhtiyacı İlişkisi

Maliyet Bilgisi	Birincil Stratejik Önem	
	Ürün Farklılaştırma	Maliyet Liderliği
Performans Değerlemede Ürün Maliyetlerinin Düzenlenmesinin Rolü	Çok Önemli Değil	Çok Önemli
Üretim Maliyetlerinin Kontrolü İçin Esnek Bütçeleme Gibi Kavramların Önemi	Orta Düşük	Çok Yüksek
Karşılanan Bütçelerin Algılanan Önemi	Orta Düşük	Çok Yüksek
Pazarlama Maliyet Analizinin Önemi	Başarı İçin Kritik	Biçimsel Önemde Çok Sık Yapılmaz
Fiyatlama Kararının Bir Girdisi Olarak Ürün Maliyetlerinin Önemi	Düşük	Yüksek
Rekabetçi Maliyet Analizlerinin Önemi	Düşük	Yüksek

Shank ve Govindarajan, 1993, s.18

Bir işletmenin ürün ve hizmetlerinin rekabetçi konumunu anlamak, Hedef Maliyetleme'de kritik ilk adımdır. Örneğin, bir işletme kalite lideri olarak pozisyon belirlemişse, geniş renk seçeneğinin çok önemli ve değer katan bir beklenti olduğunu müşteri geri bildirimlerine dayalı olarak bilir ve hedef maliyetleri başarmak için bu seçenekleri değiştirmeyi düşünmeyecektir. Böylece Hedef Maliyetleme süreci içinde rekabetçi konumlanma işletmenin genel rekabetçiliğine zarar vermesinden daha çok Hedef Maliyetleme sürecini desteklemek için odaklanmaya yardım edecektir (Ellram, 2000, s.4l).

Maliyet Etkenleri Analizi

Stratejik maliyet yönetiminin üçüncü temel elemanı maliyet etkenleri analizidir. SMY'de maliyetin karmaşık şekillerde pek çok faktörün birbirini ilgilendirdiği, bir neden ya da sürücü olduğu kabul edilmiştir. Maliyet davranışlarını anlamak demek, verilen herhangi bir durumda veya çalışmada, maliyet etkenlerinin karmaşık ve karşılıklı olarak birbirini etkilemesini anlamak demektir (Wong, 1996, s.31).

Geleneksel bakış açısına göre, yönetim muhasebesinde maliyet, esas olarak yalnızca tek bir maliyet etkeninin, çıktı düzeyinin (üretim hacminin) fonksiyonudur. Çıktı düzeyiyle ilişkili maliyet kavramları maliyet literatüründe yaygın olarak kullanılır. (Sabit ve değişken maliyet ayrımı, ortalama ve marjinal maliyet ayrımı, maliyet-hacim-kâr analizi, başabaş noktası analizi, esnek bütçeler, katkı payı vb.) SMY'de ise çıktı düzeyi, maliyet yapısının zenginliğini çok az yansıtan bir etken olarak görülür (Şakrak, 1997, s.111).

Stratejik Maliyet Yönetiminde Maliyet Etkenleri

Maliyet etkenleri konusunda çeşitli listeler sunulmuştur. Riley tarafından sunulan listede maliyet etkenleri yapısal maliyet etkenleri ve yönetsel etkenler olarak iki ayrı liste halinde sunulmuştur. Yapısal maliyet etkenleri, ölçek, kapsam, deneyim, teknoloji ve zorluktur (Şakrak, 1997, s.112).

Yönetsel etkenlerin başlıcaları (Şakrak, 1997, s.112):

- İşgücünün sürekli iyileştirme amacına katılımı.
- Toplam kalite yönetimi.
- Kapasite kullanımı.
- Fabrika yerleşim etkenliği.
- Ürün özellikleri.
- Firma değer zinciri içinde satıcılar ve/veya müşterilerle ilişkilerin yürütülmesi.

Yüksek bir düzeyde bulunmaları her zaman uygun olmamakla birlikte, yönetsel etkenler, firmanın maliyet konumunu iyileştirir. Yönetsel etkenlerin her biri, aynı zamanda belirli maliyet analizi konularını da kapsar (Şakrak, 1997, s.114).

Maliyet Etkenleri Analizinin Yararları

Stratejik maliyet yönetiminin maliyet etkenleri analizi yaklaşımı işletmelere önemli faydalar sağlar. Bunları şöyle sıralayabiliriz (Wong, 1996, s.31):

- İşletme ile kâr ve onun kaynaklarının anlaşılmasını geliştirmiştir.
- İşletmenin temel süreç ve faaliyetlerine dayalı olarak, işletmenin kaynaklarının stratejik dağıtımının yeniden gözden geçirilmesi için bir çatı geliştirmiştir.
- Maliyet anlamında stratejik planlarının tam olarak geliştirilmesine önderlik eden maliyet etkenlerinin işletme tarafından anlaşılmasını geliştirmiştir.
- İşletme süreç geliştirme ve bütçeleme gibi maliyet yönetimi süreçlerini geliştirmede farklı seviyelerde yüksek seviyeli FTM tekniklerinin nasıl kullanılabileceğini değerlendirmiştir.

Maliyet Etkenleri Analizi ve Muhasebe Uygulamaları

Geleneksel ürün maliyetleme sistemleri, genel üretim maliyetlerini ürün ya da işletme süreçlerine işçilik saatleri ya da para cinsinden maliyet etkenlerine dayalı olarak dağıtırlar. Oysa bir SMY aracı olan FTM, fabrika genel maliyetlerini çoklu maliyet havuzları ile sebep sonuç kriterlerini kullanarak, ürün ve hizmetlere yansıtmaktadır. Hacime dayalı olan ve

olmayan sürücülerin her ikisini de kullanmak, çeşitli faaliyetleri başarmada kaynak tüketimine bağlı olarak belirlenir. FTM, firmaların kendi stratejilerini başarmalarında yardımcı olur.

Maliyet etkenleri analizi Hedef Maliyetleme'nin de önemli bir parçasıdır. Hedef Maliyetlemenin dördüncü adımı maliyet elemanlarının kendi bileşenlerine ayrılmasıdır. Bu, maliyet etkenlerinin tanımlanmasına izin verir. Bir ürünün ya da sürecin maliyet etkenleri genellikle maliyet azaltımı ya da süreç geliştirme için büyük fırsatlar sağlar. Bu maliyet etkenleri, işletmede maliyet/süreç geliştirmenin odağı olmaya başlamıştır. Bununla birlikte, maliyet/süreç geliştirme sürecinin etkili olabilmesi ve pazar değerini düşürmemek için, Hedef Maliyetleme sürecinde anahtar ürün ya da hizmet karakteristiklerinden fedakârlık edilmemelidir (Ellram, 2000, s.4 l).

Diğer bir stratejik maliyet etkeni olan, deneyim (tecrübe) birikimi de, birim maliyetlerin belirleyicisi olarak, yönetim muhasebesi alanında belli bir dikkat toplamıştır. Öğrenme veya deneyim eğrisi, herhangi bir ürünün, üretilen bir biriminin işçilik veya maliyetinin, o ürünün toplam üretim miktarı ile karşılaştırılmasıyla elde edilen bir eğridir. Burada öğrenme (deneyim) kavramı, işletmenin üretim veya satışının artmasıyla elde edilen deneyimler ve dolayısıyla maliyetlerde ortaya çıkan azalmaları ifade etmektedir. Birim maliyetlerin düşmesinde, özellikle üretim deneyimleri, uzmanlaşma, büyük ölçek ekonomisi ve yatırımlardan daha az sermaye kullanmak gibi faktörler etkili olmaktadır (Şakrak, 1997, s.111-112).

SONUÇ

Serbest piyasa ekonomilerinde ürünün satış fiyatı ve fonksiyonları büyük oranda piyasa tarafından belirlenmektedir. Dolayısıyla işletmeler bunları veri olarak almak zorunda kalmakta ve sadece maliyetleri üzerinde değişiklik yapabilir hale gelmektedirler. Bu yüzden stratejik maliyet yönetimi işletmelerin rekabet avantajı sağlama ve bu avantajlarını sürdürebilmeleri için önemli hale gelmiştir. Stratejik maliyet yönetimi işletmelerin stratejik pozisyonlarını sürekli geliştirmek ve maliyetlerini düşürmek için maliyet yönetim tekniklerini uygulanmasıdır.

Geleneksel maliyet ve yönetim muhasebesi uygulamaları stratejik maliyet yönetiminin bilgi ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır. Bu çerçevede Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Hayat Seyri Maliyetleme, Hedef Maliyetleme, Kaizen Maliyetleme ve Kalite Fonksiyon Yayılımı gibi yöntemler stratejik maliyet yönetiminin değer zinciri analizi, stratejik konum analizi ve maliyet etkenleri analizlerinde yardımcı yöntemler olarak belirtilebilir.

Bilginin teknoloji olarak üretim ortamlarında kullanılması işletmelerin maliyet yapılarını da değiştirmiştir. Bunun sonucunda işletmelerin işçilik

giderlerinde önemli azalmalar yaşanırken, genel üretim giderleri önemli oranda artmıştır. Bu şartlar altında genel üretim giderlerinin maliyet muhasebesinin geleneksel yöntemleriyle işletme faaliyetleri ve üretilen ürünlere dağıtılması maliyetlerin tam olarak hesaplanamamasına neden olmaktadır. Bu yüzden Faaliyet Tabanlı Maliyetleme geliştirilmiştir.

Serbest piyasa ekonomilerinde işletmeler müşteri odaklı olmak, müşterilerin fiyat ve fonksiyon konusundaki talepleri doğrultusunda ürünler sunmak zorundadırlar. Bunu gerçekleştirmenin yolu Kalite Fonksiyon Yayılımı ile müşterilerin ürün fonksiyonları konusundaki taleplerini tasarlanan ürünlere ve işletme süreçlerine aktarırken, Hedef Maliyetleme ile talep edilen fiyatlarda ürün tasarlamaktır.

Diğer taraftan rekabet avantajı sağlama ve bunu sürdürmek için ürünlerin hayat seyri maliyetlerini ürünün tasarımı ve daha sonraki aşamalarında göz önünde bulundurmak gereklidir. Ayrıca maliyetlerin ürün üretime alındıktan sonra da düşürülmesinin yolu Kaizen Maliyetlemenin uygulanmasıdır.

Belirtilen yöntemlerin stratejik maliyet yönetimi uygulamaları çerçevesinde değerlendirilmesi ve işletmeler tarafından kullanılması işletmelerin rekabet avantajı sağlaması ve bunu sürdürebilmesinde yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

BLOCKER Edward J., CHEN Kung H., LIN Thomas W., (2002). *Cost Management, A Strategic Emphasis,* Boston, Mc Graw Hill.

BURSAL N., ERCAN Y., (1999). *Maliyet Muhasebesi İlkeler ve Uygulama*, İstanbul, Der Yayınları No: 103, 7. Tıpkı Basım.

DRURY Colin, (1992). *Management And Cost Accounting,* Londra, Chapman & Hall, 3. Basım.

ERGİN Hüseyin, (1997). *Stratejik Yönetim Muhasebesi,* Kütahya, 2. Baskı

GRUNDY Tony, (1996). Strategic Business Finance Using Finance For Strategic Advantage**,** Londra, Kogan Page.

KARCIOĞLU Reşat, (2000). *Stratejik Maliyet Yönetimi/Maliyet ve Yönetim Muhasebesinde Yeni Yaklaşımlar*, Erzurum, Aktif Yayınevi.

KARTAL Ali, SEVİM A., GÜNDÜZ H.E. (Edit: Kerim BANAR), (2004). *Maliyet Muhasebesi,* Eskişehir, TC. Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1524, 2. Baskı.

SHANK John K., GOVINDARAJAN Vijay, (1993). *Strategic Cost Management,* New York, The Free Press.

ŞAKRAK, Münir, (1997). *Maliyet Yönetimi,*İstanbul, Yasa Yayınları.

Makaleler

AGRAWAL S.P., SIEGEL P.H., (1998). "Cost Management System: An Operational Overview", *Managerial Finance,* Vol 24, No: 1, 60-78.

CHANG Janie C., HWANG Nen-Chen, (2002). "The Effects of Country And Industry On Implementing Value Chain Cost Analysis", *The International Journal Of Accounting,* 37, 123-140.

COOPER Robin, Regine SLAGMULDER, (2003). **"**Strategic Cost Management Cost Management Expanding Scope and Boundaries", *Cost Management,* Jan/Feb., 23-30.

DEKKER Henri, (2003). "Value Chain Analysis in Interfirm Relationships:a Field Study", *Management Accounting Research,* 14, 1-23.

DESS Gregory G., DAVIS Peter S., (1984), "Porter's (1980) Generic Strategies As Determinants Of Strategic Group Membership And Organizational Performance", *Academy Of Management Journal*, Vol: 27, No: 3, 467-488.

ELLRAM Lisa M., (2000). "Purchasing And Supply Management's Participation In The Target Costing Process", *The Journal Of Supply Chain Management***,** Spring, 39-48.

ERGİN Hüseyin, ELMACI Orhan, (1999). "Maliyet ve Yönetim Muhasebesinde Yeni Açılımlar: Stratejik Yönetim Muhasebesi", *DPÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.3, s.17-50.

ERGİN Hüseyin, ELMACI Orhan, (2001). "Maliyet ve Yönetim Muhasebesinde Yeni Açılımlar II: Stratejik Alternatiflerin Analizi ve Uygun Stratejinin Seçiminde Stratejik Yönetim Muhasebesinin Rolü", *DPÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.5, s.195-216.

HOSKING George, (1993), "Strategic Management Of Costs", *Planning Review*, Vol: 21, No: 5, 51-56.

LOCKAMY III Archie, SMİTH Wilbur I., (2000). "Target Costing For Supply Chain Management: Criteria And Selection", *Industrial Management & Data Systems*, Vol: 100, No: 5, 210-218.

PORTER Michael E., (1991). "Towards a Dynamic Theory of Strategy", *Strategic Management Journal*, 12, 95-117.

WILLIAMSON Andrew, (1997). "Target And Kaizen Costing", *Manufacturing Engineer*, February, 22-24.

WONG Martin, (1996). "Strategic Cost Management", *Management Accounting*, Vol: 74, No: 4, 30-31.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Kadro Hareketi ve Kadrocular

Fatih DEMİRCİ *

Özet: 1929 buhranı sonrasında dünyada devletçiliğin yükselişe geçtiği 1930'lu yıllarda, Yakup Kadri Karaosmanoğlu dışında Marksist bir geçmişe sahip olan bir kısım aydının çıkardığı bir dergi olan Kadro, çoğunlukla yeni kurulan rejimi entelektüel açıdan destekleyici bir çizgi izlemiştir. Bu nedenle Kadro hareketi, devletin başta ekonomi olmak üzere hemen her şeye müdahalesini savunan görüşleri dile getirmiş ve otoriter bir devlet sistemini benimsemiştir. Bunun için Kadrocular, Marksizm'in tarihsel materyalizm yöntemiyle otoriterizmi birleştiren görüşler ileri sürmüşlerdir. Buna rağmen, devletin üst yönetimindeki bazı kişiler Kadro'dan memnun kalmamış ve bunun sonucu olarak dergi, kendi yayın hayatına kendisi son vermiştir. Hem yakın dönem Türk tarihini anlamak hem de ana hatlarıyla Türk entelektüelini tahlil edebilmek için Kadro hareketini incelemek, bu nedenle hayati öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Kadro hareketi, Kadrocular, Şevket Süreyya Aydemir, Aydın, 1930'lu yıllar

Kadro Movement and Kadro Members

Abstarct: While statism arousing in 1930s after 1929 crisis, some intellectuals who had Marxixst background except Yakup Kadri Karaosmanoğlu, published Kadro journal that followed the line advocating the new regime intellectually. To reach this goal Kadro movement, addressed views that state's intervention into everything chiefly economics and adopted authoritarian state system. Due to these views, Kadro movement, propounded views that mixing Marxism's historical materialism and authoritarianism. Despite thier these views, some perons who has power at high level of state had not been pleased by Kadro movement's existance and finally this journal ended its publication by itself. Both especially to understand the close era of Turkish history and to analyze the Turkish intellectuals, to scrutinize the Kadro movement is crucial.

Keywords: Kadro Movement, Kadro Members, Şevket Süreyya Aydemir, Intellectual, 1930s.

GİRİŞ

1930'lu yılların aydın hareketine ve aydın hareketinden öte, çok önemli ölçüde siyasal yapısına damgasını vuran Kadro Hareketi'ni (Küçük, 1985: 140) incelemek, hem Türk siyasal yaşamını anlamak hem de o dönemin fikri yapısı ve bunun altyapısını irdelemek açısından bir zorunluluk taşımaktadır. Türkiye'nin iktisadi ve siyasi tarihini içeren ve Kadro hareketinden bahsetmeyen hiçbir çalışma yoktur denebilir (Türkeş, 1999:48). Dolayısıyla bu hareketi incelemek, Türkiye'nin iktisadi ve siyasi tarihinin bir fotoğrafını çekmek anlamına gelecektir.

* Yrd. Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İ.İ.B.F. Kamu Yönetimi Bölümü.

KADRO'NUN ORTAYA ÇIKTIĞI ORTAM

1932–1934 yılları arasında her sayısı ortalama 50 sayfa civarında olan ve 36 sayı olarak yayınlanan aylık fikir dergisi Kadro'nun ideologu Şevket Süreyya Aydemir, imtiyaz sahibi Yakup Kadri Karaosmanoğlu, yayın müdürü Vedat Nedim Tör'dür. İsmail Hüsrev Tökin ve Burhan Asaf Belge de kurucu yazarlar arasındadır (Türkeş, 1999:47). Dolayısıyla Kadro'yu çıkaran kadro, Şevket Süreyya Aydemir, Vedat Nedim Tör, İsmail Hüsrev Tökin, Burhan Asaf Belge, Yakup Kadri Karaosmanoğlu ve Mehmet Şevki Yazman'dır. Derginin başyazarı olan Şevket Süreyya Aydemir ve Vedat Nedim Tör, *"1927 Tevkifatı"*na kadar Türkiye Komünist Partisi üyesidirler. Hatta 1925–1927 yılları arasında partinin genel sekreteri Şefik Hüsnü'nün yurtdışında bulunması nedeniyle Vedat Nedim Tör, bu görevi (genel sekreterlik görevini) yürütmüştür. İsmail Hüsrev Tökin ise, Kurtuluş Savaşı yıllarında Ankara'da kurulan ve kendisini Marksist olarak tanımlayan Türkiye Halk İştirakiyyun Fırkası (THİF) üyesidir. Tökin, THİF adına delege olarak III. Enternasyonel 'in 4. Kongresine katılmıştır. Aynı kongrede İstanbul'daki Şefik Hüsnü grubunun temsilcisi olarak Vedat Nedim Tör de bulunmaktadır. Burhan Asaf Belge ise, İstanbul'da sosyalistler tarafından çıkarılan Aydınlık Dergisi'nde yazmaktadır. Şevki Yazman da yine Marksist bir geçmişe sahiptir. Bu kadro içinde yalnızca Yakup Kadri Karaosmanoğlu, geçmişinde Marksist bir hareket içinde bulunmamıştır (Yanardağ, 1988:14). Yani Kadrocuların büyük bir kısmının Marksist bir geçmişi vardır. Daha sonraki düşüncelerini büyük oranda etkilediği için geçmişlerini biraz daha ayrıntılı incelemekte fayda vardır.

Kadro hareketinin bir ölçüde yaratıcısı ve teorisyeni konumunda olan **Şevket Süreyya Aydemir,** bu hareketin fikir binasının mimarı ve önderi, hareketin dayandığı fikirlerin yaratıcısıdır. Aydemir'in 1897'de dünyaya geldiği Edirne, 1914'te bir sınır kenti durumuna düşmüş, şehrin bu denli hızlı çöküş sürecine girmesi ve Balkanlardaki milliyetçilik hareketleri, Şevket Süreyya'yı diğer aydınlar gibi Turancılık akımına yaklaştırmıştır. Şevket Süreyya, bu yıllarda Turan ideali ile Kafkas Cephesinde savaşmış, savaştan sonra da Azerbaycan'da öğretmenlik yapmıştır. Turan ideali ile Azerbaycan'a gelen Şevket Süreyya, bunun bir hayal olduğu kanısına varmış ve çağa damgasını vuracak yeni bir akım ile tanışmıştır ki, bu akım, o dönemde tüm ezilen uluslar için bir umut ışığı olan Bolşevizm'dir. 1920'den sonra artık o, genç bir Türk Komünistidir.

1921 yılında Nazım Hikmet ve Vala Nurettin'le birlikte Moskova'daki "Doğu Emekçileri Komünist Üniversitesi"nde öğrenimine başlayan Şevket Süreyya, burada Komünizm teorisi ve taktiğini kapsayan toplumsal bilim üzerine öğrenim görmüştür. Bu öğrenim sayesinde sadece ihtilalci değil, aynı zamanda Marksizm-Leninizm üzerine görüşler ortaya koyabilen bir

teorisyen konumuna ulaşmıştır. Daha sonraki yıllarda Kadro Dergisi'nde savunacağı ulusal kurtuluş hareketi ile ilgili olarak Sultan Galiyev'den bu dönemde etkilendiği söylenmektedir (Ertan, 35–36, Yanardağ, 179–181). İsmail Hüsrev Tökin'in kendisiyle yapılan bir röportajda söylediğine göre, Galiyev'le ne Şevket Süreyya ne de İsmail Hüsrev Tökin tanışmamıştır ve bir alakaları olmamıştır, olsa bile dolaylı yoldan olmuştur (Ertan, 296–297). Marksizmin ana fikrini oluşturan proleterya diktatörlüğü fikrine kuşku ile yaklaşan ve burjuvazi diktatörlüğü yerine diğer bir sınıf diktatörlüğünü ikame etmenin iyi bir sonuca ulaştırmayacağını öne süren, buna bağlı olarak Üçüncü Dünya İhtilallerinin babası sayılan Sultan Galiyev'in (Gizzatullin-Şarafutdinov, 1999: 167–168) Şevket Süreyya ve Kadrocular üzerinde en azından dolaylı bir etkisinden söz etmemiz mümkündür.

1922 yılı sonlarında İstanbul'a dönen Şevket Süreyya, bu yeni dönemde her zabıta vak'asını mutlaka bir sınıf kavgası sayan bir otomat duruma düştüğünü kendisi ifade etmektedir (Ertan, 1994: 36). Şevket Süreyya Aydemir ve Kadrocular için dönüm noktası sayılacak olay, 1925 ve 1927'de meydana gelen komünist tevkifatlarıdır. Bu açıdan Türkiye Komünist Partisi'ni (TKP) de incelemekte yarar vardır. Çünkü Kadro hareketini anlayabilmek, aynı zamanda TKP'nin ilk yıllarının bilinmesinden geçmektedir.

TKP, Kurtuluş Savaşı yıllarında yurtiçi ve yurtdışındaki Marksist çevrelerce kurulmuştur (10 Eylül 1920). TKP'yi oluşturan Marksist gruplar için "Aydınlık" ve "Kurtuluş" dergileri önemli yer tutar. Kurtuluş Dergisi çevresi örgütlenerek *"Türkiye İşçi ve Çiftçi Partisi"*ni kurmuştur. Dolayısıyla Kurtuluş dergisi, bu partinin yayın organıdır. 1919'da partiye Şefik Hüsnü de katılmıştır. Ayrıca, Komüntern'in 4. Kongresi'ne katılan üç kişilik temsil heyetinde yer alanlardan biri de Vedat Nedim'dir. 10 Eylül 1920'de Bakü Kızıl Ordu Merkezi'nin salonlarında Türkiye Komünist Partisi Kongresi yapılarak parti kurulmuştur.

1925 yılında Doğu'da Şeyh Sait isyanı çıkmış, isyan genişleyerek Doğu illerini sarmıştır. İsyanı bastırmakta yumuşak davrandığı öne sürülen Fethi Bey'in yerine geçen İsmet Paşa hükümeti, isyanı zor kullanarak bastırmış ve bu sırada *"Takrir-i Sükûn"* Kanunu'nun verdiği yetkiyi kullanarak bütün muhalefeti bastırma yoluna gitmiştir. TKP, Şeyh Sait isyanına karşı çıktığı halde, bu isyan gerekçe gösterilerek partinin bütün ileri gelenleri tutuklanmış ve Ankara'daki İstiklal Mahkemesi'ne gönderilmiştir. Aralarında Şevket Süreyya'nın da olduğu tutuklananlar, 7 ile 15 yıl arasında hapisle cezalandırılmışlardır (Yanardağ, 1988: 103). Şevket Süreyya ise, İstiklal Mahkemesi'nde yapılan yargılama sonunda 10 yıl hapis cezasına çarptırılmıştır. Bir buçuk yıl sonra, Cumhuriyet Bayramı nedeniyle çıkarılan aftan yararlanmış ve tekrar özgürlüğüne kavuşmuştur. Ancak Afyon

cezaevinde geçirdiği günler eski düşüncelerinden sıyrılmasına etkili olmuş ve artık kendi deyimiyle "otomat" ölmüştür (Ertan, 1994: 36). Aydemir, Afyon cezaevindeki fikri değişimi ile ilgili şunları söyler:

"Araştırmalarım ve düşüncelerim beni cezaevi duvarları arasında daha iyi değerlendirebildiğim çeşitli şartların ve gerçeklerin aydınlığı altında komünist bir nizamdan ve bu nizamı getirecek ve elbette ki bizim imkânlarımızla başarılamayacak komünist usullerden Devletçi bir iktisat nizamına götürmüştü, bir ihtilal bağlılığından ayırmıştı.Ama o kadar kolay olmadı. Nice tereddütler nice iç burkuntuları yaşadım.Evet, Türkiye'de başka bir devlet kurulmalıydı. Belki gene ***halka rağmen ama halk için bir devlet****. Belki güdümlü bir demokrasi. Artık devlet imam ve millet ve cemaat olmalıydı. Bu imamın da cemaate vereceği herhalde bir şeyler vardır."* Dikkat edilirse Aydemir, "komünist usullerden devletçi bir iktisat görüşüne" gittiğini belirtmektedir. Ayrıca bu cümlelerden, Kadrocu düşüncelerin, komünist bir nizamı getirmenin zorluğundan ve Türkiye gerçeklerinin buna müsait olmadığından kaynaklandığı hususu kuvvet kazanmaktadır. Ancak yine de Kadro Hareketi'ni sadece bu sebeplere bağlamak yanlış olur.

Şevket Süreyya Aydemir'in Afyon cezaevinde üzerinde durduğu iki önemli konu vardır. *Birincisi*, milli bir fikir gerekliliğidir. *İkincisi ise*, bu milli fikre dayanarak gelişen, büyüyen Türkiye'nin bütün az gelişmiş ve sömürge durumundaki ülkelere örnek olması meselesidir (Bostancı, 1990: 5–6). 1927 yılında yeni bir komünist tevkifatı daha gerçekleşmiş, Şevket Süreyya bu tevkifat (tutuklama) sırasında bir kere daha tutuklanmış ve yargılanmıştır. Ancak dört ay süren mahkeme sonunda beraat etmiştir.

1925–1927 komünist tevkifatı, gerek Şevket Süreyya gerekse Vedat Nedim açısından bir dönüm noktasıdır. Bu gelişmelerden sonra bu iki şahıs, Komünist Parti içinde Komüntern'in direktiflerine daha fazla direnmeye başlamışlar ve ayrıca milliyetçilik ideolojisinin etkisinde oldukları için bu ideolojiyi partiye egemen kılmak istemişlerdir. Sonuçta, parti içindeki mücadeleyi kaybetmişler ve partiden ihraç edilmişlerdir (Ertan, 1994: 37). 1925–1927 tevkifatları, gerçekten geleceğin Kadrosu'nu oluşturacak TKP üyeleri için de çok önemli bir olaydır. 1927'deki duruşmalarda hakkında idam istenen Şevket Süreyya'nın suçlamaları reddedip başka bir şey söylememesine karşılık, aynı mahkemede TKP genel sekreterliğini vekâleten sürdüren Vedat Nedim ise aynı tavrı göstermemiş, onun, eski arkadaşlarını yaptığı ihbar ve itiraflarla yakalatarak bütün parti belgelerini polise teslim ettiği kanaati egemen olmuştur. Sanık sayısının 40 (bazı rivayetlere göre 80) olduğu bu dava, önemli ölçüde bu itiraflar üzerine kurulmuştur. Vedat Nedim, eski arkadaşlarıyla bağını düşünce farklılığı sonucu Şevket Süreyya gibi doğal biçimde değil, örgütünü ve kader birliği ettiği insanları yıkarak koparma yolunu seçmiştir. Bu olaya siyasal görüşlerin ötesinde ahlaki bir sorun olarak bakan çeşitli çevreler ve Türk solu, Vedat Nedim Tör'ü hiçbir

zaman affetmemiştir (Yanardağ, 1988: 106). Sadece Vedat Nedim değil, bütün Kadrocular, eski düşünce ve eylem arkadaşları tarafından, kendilerinin yaptıkları bütün açıklamalara rağmen bağışlanmadı ve günümüzde de bu tavır, sosyalist çevrelerde hâlâ geçerlidir (Alemdar, 1978: 23). 1928 yılında Komünist Partisi ile ilgisini kesen Şevket Süreyya, artık yeni bir ideal ve hedef için Ankara'ya 1925'teki tutuklamadan farklı bir şekilde, Kemalist rejimin hizmetine girmek üzere gelmiştir. Şevket Süreyya Ankara'dayken, Moskova'dan hocası olan Ahmet Cevat'ın sayesinde Milli Eğitim Bakanlığı Yüksek ve Teknik Öğretim Genel Müdür Yardımcılığı'na getirilmiş, ardından da Ticaret Lisesi Müdürü olmuştur. Şevket Süreyya'nın böylesi görevlere getirilmiş olması, artık kendisinin Kemalist iktidar tarafından kesin olarak bağışlandığını ve aklandığını göstermesi bakımından önemlidir (Ertan, 1994: 38).

Kadro'nun diğer önemli kişilerinden biri olan **Yakup Kadri Karaosmanoğlu**, diğer kadroculardan farklı bir konuma sahiptir. Yakup Kadri, sol ve Marksizm kökenli olmayan tek Kadrocudur. Manisa'nın tanınmış ailelerinden Karaosmanoğulları'ndan olan Yakup Kadri, 1889'da Kahire'de doğmuş, daha sonra Manisa'ya gelmiştir. Asıl ağırlığını edebiyat çalışmalarına veren Yakup Kadri'deki asıl değişiklik, 1919'da olmuş ve 1921'de Anadolu'ya geçerek İstiklal Savaşı'na katılmış, savaş sonunda da Türk Devrimi'nin hizmetine girmiştir. Bir başka özelliği de, 1923 yılında diğer bir Kadrocu Burhan Asaf'ın kız kardeşi Leman Hanım'la evlenmiş olmasıdır. (Ertan, 1994: 40–41).

Vedat Nedim Tör, İstanbul'da doğmuş, Galatasaray Lisesi'nden mezun olduktan sonra Almanya'da iktisat öğrenimi görmüş, kendi ifadelerine göre onun siyasi görüşlerini şekillendiren şey, Berlin'deki yaşantısı ve gözlemleri olmuştur. Daha sonra çeşitli sol çevrelerle irtibat kuran ve dergilerde yazan Vedat Nedim'in Avrupa'da Marksizm'le tanıştığını ve bunun altında yatan nedenin de ulusçuluk olduğunu düşündüğün söyleyebiliriz (Yanardağ, 1988: 81–82). 1927 tevkifatındaki tutumundan dolayı Vedat Nedim *"muhbir"* olarak nitelendirilmiştir. Komünist Partisinden kopmasıyla *"ideolojik mihrabı"* yıkılan Vedat Nedim, diğer Kadrocular gibi iktidara yanaşmış ve Kemalizm'i benimsemiştir (Ertan, 1994: 43).

1902'de doğan **İsmail Hüsrev Tökin**, İstanbul'da orta öğrenimini yaptıktan sonra Tıp öğrenimi için Moskova'ya gitmiş, fakat ihtilal sonrası tesisler bozulduğu için Tıbbiye'ye girememiştir. Orada Şevket Süreyya, Vala Nurettin ve Nazım Hikmet'in tavsiyesiyle iktisat okumuştur. 1924'te Türkiye'ye dönen İsmail Hüsrev, bir müddet ticaret yapmış sonra da resmi görevlerde bulunmuştur. Milli ekonomi modeli yaratmaya çalışan İsmail Hüsrev, değişik gazetelerde ekonomi üzerine yazılar da yazmıştır (Ertan, 1994: 45).

Şam'da doğan **Burhan Asaf Belge**, mutasarrıf Asaf Bey'in oğludur. Almanya'da mimarlık eğitimi görmüş ve bu yıllarda Marksizm'le tanışmıştır. Türkiye'ye dönünce TKP'ye katılmıştır (Yanardağ, 1988: 85–86). Hâkimiyet-i Milliye'de Atatürk Devrimi lehindeki yazmış olduğu yazılara bağlanan üst düzey resmi görevler almıştır.

Bunların dışında daha seyrek olarak yazan **Şevki Yazman**, askeri ve sivil öğrenim görmüş, yüksek mühendis olmuş ve orduda albaylığa kadar yükselmiştir. Ayrıca, Ahmet Hamdi Başar, Falih Rıfkı Atay, Behçet Kemal Çağlar, Eflatun Cem Güney, Muhlis Etem Mate ve İbrahim Necmi Dilmen, Abdurrahman Şefik, Münir İriboz, Mümtaz Ziya, Şakir Hazım, Neşet Halil Atay, Hakkı Mahir, Mehmet İlhan, Tahir Hayrettin ve Mansur Tekin de (Türkeş, 1999: 48) Kadro'da yazanlardandır.

KADRO'NUN YAYINLANMASI

Kadro Dergisi'nin yayınlanmasında ve dolayısıyla Kadro Hareketi'nin ortaya çıkmasında Şevket Süreyya'nın **"İnkılâp ve Kadro"** konulu konferansı adeta bir katalizör rolü oynamıştır. Şevket Süreyya Aydemir, 5 Ocak 1931 tarihinde Türk Ocağı salonunda verdiği bu konferansta; Türk Devrimi'nin gelişmesi gerektiğini, devrimin tarafsız bir düzen olmadığını, içinde yaşayanlar taraftar olsa da olmasa da onu uygulamanın zorunluluğuna işaret etmiştir. (Aydemir, 1990: 74–75) Konferansın konusu *"İnkılabın İdeolojisi"*dir ve daha sonra Kadro dergilerinde ileri sürülecek görüşleri içeren bir konuşmadır (Yanardağ, 1988: 121). Konferansta çelişkiler (tezatlar) konusuna da değinilmiş, bu konuda temel çelişkinin sanayileşmiş emperyalist ülkelerle sömürge ve yarı sömürge ülkeler arasında olduğu vurgulanmıştır. Şevket Süreyya'ya göre bu çelişkinin ortadan kaldırılmasında temel görev Türkiye'nindi ve milli kurtuluş hareketleri arayan uluslara bu yönüyle Türkiye örnek olmalıydı (Ertan, 1994: 59).

Liberal kalkınma yolunun terk edildiği ve bu yolu savunan Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın kapatıldığı, yönetici kadrolar tarafından liberalizme karşı henüz sistemli bir hale getirilmemiş *"devletçilik"* ve *"halkçılık"* anlayışının geliştirilmeye çalışıldığı bu dönemde Kadro, bu boşluğu doldurmaya çalışmıştır. O günkü şartlar içinde, bütün geri kalmış ülkelerde gelişen siyasal düşünce akımlarının yaptığı gibi, iki sorunun cevabını aramıştır: *Birincisi*, geri kalmışlık zincirinin kırılarak gelişmenin nasıl sağlanacağı, *ikincisi ise*, bu gelişmenin ulusal özelliklerle nasıl uyum içinde gerçekleştirileceğidir. (Yanardağ, 1988: 119–121) Şevket Süreyya "Kadro" dergisini çıkarmadaki amacı, "Tek Adam" isimli yapıtında şöyle açıklamaktadır : *"Öyle görünüyor ki biz Türkiye'de bir inkılap gerçeği ile karşı karşıyayız ama, bir inkılap nazariyesi ve felsefesi ile karşı karşıya*

değiliz. Madem ki bir inkılâp vardır, o halde bu inkılâbın bir izahı olmalıdır... Nitekim bir aydın kadro, hem de Mustafa Kemal'in hayatında ve onun gözleri önünde, gene de Türk inkılâbının ideolojisini kendi açısından derlemek, aydınlatmak ve terkip etmek çabasına girmiştir. Bu hareket, Kadro hareketidir" (Çavdar, 1999: 308).

Bu ve benzeri çerçevede fikirler ileri süren Şevket Süreyya'nın konferansı, oldukça büyük bir sansasyon yaratmış, konferansın metni 21 adet basılmış ve önemli yerlere dağıtılmıştır. Dolayısıyla bir fikir akımı için gerekli olan kişiler, uygun ortam ve bu akımın dayanacağı temel fikirler çok net bir biçimde ortaya çıkmıştır. Tek eksik, bunu kitlelere yayacak bir yayın organıdır. Oysa o dönemde bir dergi çıkarmak için en azından üç şey gerekmektedir. Adına kayıt yaptırılacak bir dergi sorumlusu, Mustafa Kemal Atatürk'ün olurunun alınması ve bir miktar sermaye (Türkeş,1999: 92). Bu eksik(ler) de Şevket Süreyya'nın Yakup Kadri ve Burhan Belge ile konuşması ve Yakup Kadri'nin Atatürk ve İnönü'den izin almasıyla tamamlanmış oldu (Ertan, 1994: 59–60). Kadro Hareketi "inkılâbın ideolojisi"ni oluşturmaya girişirken, onun karşısına CHP Genel Sekreteri Recep Peker çıkmıştır. Kendisi de bir CHP milletvekili olan derginin imtiyaz sahibi Yakup Kadri Karaosmanoğlu, dergi çıkarmak için önce Recep Bey'den izin almak ister. Gerekçesi de *"mebuslara ve halka Halk Partisi'nin ilkelerini anlatmak"*tır. *"Ne işe yarayacak bu dergi sanki"* diyen Recep Bey'e karşı Y. Kadri *"Kadro demek, bir partinin fikir Kadrosu, öncü Kadrosudur"* yanıtını verirse de, Recep Bey, *"Bu vazife bizimdir, ben sana verememem"* der. Bunun üzerine konuyu Mustafa Kemal Atatürk'e açan Y. Kadri, **"Bir dergi çıkarmak istiyorum, Milli Mücadelenin ruhunu izah edebilmek için"** diyerek dergiyi çıkarma izni alır (Uyar, 1997:182). Önceden izin almak yasal bir zorunluluk değildi elbette ama yayının devamı için yararlı ve gerekliydi (Alemdar, 1978:25). Bu aşamada Yakup Kadri Karaosmanoğlu'nun anahtar bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Karaosmanoğlu'nun diğer Kadro yazarlarından konum ve geçmiş itibariyle oldukça farklı olduğu açıktır. Aristokrat Karaosmanoğulları ailesinden gelen Yakup Kadri, o dönemde milletvekiliydi ve derginin diğer öncü yazarları devlet memuru oldukları için imtiyaz sahibi olamıyorlardı. Karaosmanoğlu, bu konuda kendisine yapılan teklifi kabul etti ve imtiyaz sahibi oldu. Kendisi ulusçu olan Karaosmanoğlu, Aydemir'in Türk Ocakları'nda sunduğu konuşmayı ve daha sonra hazırladığı *İnkılâp ve Kadro* başlıklı raporu bu doğrultuda yorumlamış, rejimi durağanlıktan kurtaracak bir hareketliliğe ihtiyaç olduğuna inandığı için, bu teklifi kabul etmiştir. Karaosmanoğlu'nun katılımı, aynı zamanda Mustafa Kemal Atatürk'ün olurunu alma konusunu da garantiye bağlamıştır (Türkeş, 1999: 92–93).

İsmail Hüsrev Tökin kendisiyle yapılan bir röportajda Kadrocularla nasıl tanıştığını ve Kadro'nun nasıl ortaya çıktığını şöyle açıklıyor:

"Ben aynı zamanda Ankara Ticaret Okulu'nda hoca idim. Şevket müdürdü ve ben de işletme ekonomisi dersi okutuyordum... Mütemadiyen Türk Ocağı'ndaki toplantılara gidiyorduk. O esnada Yakup Kadri, Burhan Asaf, Şevket ve ben tanıştık, oturup konuşuyoruz. Şevket Süreyya Türk Ocağı'nda konferanslar vermeye başladı ve zaten biz de o tarihlerde Kadro'yu çıkarmaya başladık. Kadro'yu çıkarmaya karar verdik. Kadro fikriyatı, Kadro'nun temel fikri Şevket'indi... Parayı Yakup Kadri verdi." (Ertan, 1994: 293). Alınan izin ve parasal destekle Kadro Dergisi, 1932 Ocak ayında ilk sayısını yayınladı. Her sayısının eşit sayıda basılıp basılmadığını bilmemekle beraber Vedat Nedim Tör'ün bildirdiğine göre, ayda 3.000 adet basılmıştır (Alemdar, 1978: 23). Kadro'nun yayınlanmaya başladığı dönemde, hükümetin basın üzerinde etkin kontrolü de sözkonusudur. Bu kontrol, önce 1925–1929 yılları arasında Takrir-i Sükûn Yasası'yla başlamış, bu yasanın yürürlükten kalkmasıyla doğan boşluk da, 1931 yılında çıkan Matbuat Kanunu'yla doldurulmuştur. Cumhuriyet döneminin bu ilk basın yasası, gazete ve dergi yayınlama konusunda idareye önemli denetim olanakları vermişti. Gazete ve dergi yayını, 1909 Matbuat Kanunu'nda olduğu gibi beyanname esasına bağlandı (Madde 9). **"Memleketin umumi siyasetine dokunacak neşriyattan dolayı"** Bakanlar Kurulu'na gazete ve dergileri geçici kapatma yetkisi tanındı. (Madde 50)

Bütün bu şartlar altında ve bu ortamda Kadro Dergisi yayınlandı. Dergi, Ocak 1932 ile Aralık-Ocak 1934–1935 yılları arasında yayınlanmıştır. 35. ve 36. sayılar birlikte basılmıştır. (Türkeş, 1999: 47) Kadro dergisinin bu yayın süresince fonksiyonunun ne olduğu da tartışılmıştır. Tekeli ve İlkin'e göre Kadrocular, tek parti rejimine teorik çerçeve oluşturmayı hedefleyen bir grup aydını temsil etmişler ve bunu yaparken Kadro yazarları, iktidardaki CHP ile nadiren de olsa, kimi konularda anlaşmazlığa düşmüşlerdir. Bu mücadele süresinde Kadro başarılı olamamış ve rejim tarafından, Serbest Cumhuriyet Fırkası etrafında oluşan liberallerin bertaraf edilmesi sürecinde kullanılmıştır. Bu fırkanın ideolojisine karşı bir ideoloji geliştirmek ihtiyacı duyan Cumhuriyet yöneticileri için bu noktada Kadrocular önemli bir işlev görmektedirler. CHP'nin elitleriyle Kadroculların bir **"organizasyonel elit"** olarak yarışmaları bu işlev açısındandır. Yine başka bir yoruma göre Kadro Hareketi, radikal bir küçük burjuva hareketi olarak tanımlanmakta ve önerilerinin CHP bürokratlarınınkinden daha radikal olduğunu vurgulamaktadır. Küçük burjuva tanımlaması, Kadroculların geldikleri orta sınıf açısından anlamlı olmakla birlikte, savundukları görüş açısından yetersizdir. Hâlbuki bu, Kadroculların öncelikli ve temel sorunsalı değildir (Türkeş, 1999: 63).

Kadrocular, geçmişlerinde Marksizimle içli dışlı olmalarına rağmen, bu teorinin temel yasalarına zıt olan düşünceleri savunarak bir devrim ideolojisi yapmaya çalışmışlardır. Marksist düşünceden uzaklaşma sonucu ortaya

çıkan ideolojik boşluğu yepyeni bir dünya görüşü ile doldurmayı hedefleyen Kadrocular, Kemalizm'in bir taklit hareket olmadığını *"nev'i sahsına münhasır"* özgün bir ideoloji olarak işlenmesi gereken büyük bir tarihsel ve bilimsel olay olduğunu belgelemek için bir araya gelmişlerdir (Ertan, 1994: 87). Şevket Süreyya'ya göre Kadroculaların amacı şuydu: 1- Bir milli kurtuluş hareketi olarak Türk inkılâbının sosyal ve ekonomik karakterinin ve istikametlerinin izahı, **2-** Ortadoğu'da milli kurtuluş hareketlerimizin izahı (Uyar, 1997: 184). Şevket Süreyya *"İnkılâp ve Kadro"* (Kadro yazılarının toplandığı kitap) kitabında, Kadro'nun çıkış amacını açıklayarak bu konuda fikir veriyor.

"Türkiye bir inkılâp içindedir. Bu inkılâp durmadı... İhtilal bir inkılâbın gayesi değil vasıtasıdır. İnkılâbımız bir ihtilal safhasında dursaydı, kısır kalırdı. Halbuki o genişliyor, derinleşiyor. O henüz son sözünü söylemiş, son eserlerini vermiş değildir... İnkılâbın idare ve menfaati, inkılâbı duyan ve yürüten azınlık, fakat şuurlu bir Avangard'ın, azınlık fakat ileri ve disiplinli bir öncü "Kadro"nun iradesinde temsil olunur. Bu Kadro; inkılâbın realitesinden, gerçeklerinden çıkarılan ve onun akışına uygun bir düzende izah edildikçe, aydınlatıldıkça şekilleşen prensipleri kendine şuur edinir... İnkılâbımız, kendine prensip ve onu yaşatacaklara şuur olabilecek bütün fikir unsurlarına maliktir. Ancak bu nazariye ve fikir unsurları, inkılâba ideoloji olabilecek bir fikir sistemi içinde derlenmiş, düzenlenmiş değildir" (Aydemir, 1990: 73–74). Dolayısıyla Kadro Hareketi'nin görevi inkılâbın zatında mündemiç olan ileri fikir ve nazariyeleri derleyip, toparlamak ve bir *"ideoloji"* haline getirmektir. Bu aşamada ideoloji kavramına göz atmakta fayda var.

İdeoloji kavramı ilk olarak, Destutt de Tracy tarafından, Fransız İhtilali'nden sonraki süreçte (1796) kullanılır (Meriç, 1996: 261). Çok değişik anlamları içinde barındırmakla birlikte ideoloji, *"belli bir zamanda, belli bir cemiyette veya cemiyetlerde hâkim olan insan, hayat ve dünya hakkındaki görüş, duyuş ve inanışların sistemli bir bütünü"* (Çalık, 1993: 139) olarak tanımlanmıştır. Başka bir tanımda ise ideoloji, *"daha netleşmiş, insanları ve toplumu harekete geçirebilecek duruma gelmiş, bir takım araçları ve temelleri olan bazı eylemleri de içinde barındıran daha aktif, sistemli ve düzenli fikirler ve düşüncelerdir. Bu açıdan doktrinden farklılık gösterir. Doktrin ise, olaylar hakkında bilimsel ve somut araştırmalara dayanmadan, daha çok değer yargılarına dayanılarak hazırlanmış sistemli fikirlerdir."* (Öztekin, 2000: 243–244) Bu açıdan Kemalizmin bir doktrin mi yoksa bir ideoloji mi olduğu tartışması yapılagelmiştir. Ancak Kadroculara göre bu bir ideolojidir ve henüz bu ideoloji formülleştirilmemiştir. Bunu yapacak olan da Kadroculardır.

KADROCULAR VE DEVLETÇİLİK

Toplam 36 sayı çıkan Kadro dergisinde yaklaşık 360 dolayında makale vardır.[1] Bu makalelerin 150 kadarı ekonomik ağırlıktadır. Bu makaleler incelendiğinde, Kadrocuların ekonomik görüşlerini *"ekonomide devletçilik"* anlayışı çerçevesinde işledikleri görülür. 1923–1930 yılları arasında izlenen özel sektör ağırlıklı ekonomi politikası, özellikle 1929 Dünya Ekonomik Krizi'nin de etkisiyle 1930'lu yıllardan sonra, beklenenleri vermediği için terkedilmiştir. (Keskinkılıç, 1998: 35) 1929 Dünya Ekonomik bunalımı, bu açıdan sadece ekonomik değil, o dönemin siyasi eğilimlerini de kökten etkileyen ve değiştiren bir etki yapmıştır.

1929 Ekonomik Krizi, ABD'de ortaya çıkmış ve dünyaya yayılmıştı. Bu kriz, bütün dünyadaki tahıl fiyatlarına paralel olarak Türkiye'deki tahıl fiyatlarını da korkunç bir şekilde düşürünce, Türk köylüsü perişan olmuştur. Köylü, kilosu değil, okkası 2 kuruşa kadar düşen buğday satımından avucuna bir şey geçmediği için borçlanarak hapse bile girmiş, öküzü haczedilmiştir (Oran, 1981: 548). Bu kriz ve depresyonda gıda maddeleri toptan fiyatlarının düşüş oranı 1933'te % 61'i bulmuştur. Oysa 1927'de yapılan ilk nüfus sayımında nüfusun % 81,6'sı tarım kesimindedir (Yılmaz, 1999: 59–68). Buna bağlı olarak nüfusun büyük bir kısmı zor duruma düşmüş, bu da beraberinde kapitalizme karşı sert eleştiriler ortaya çıkarmıştır. Bu dönemde Kadrocular, sanayiyi, "kapitalist", "komünist", "devletçi" diye üçe ayırmıştı. Kadrocular, kapitalist sanayileşmenin millet içinde sınıf ayrılıklarını ve sınıf kavgalarını ortaya çıkaracağını belirtmekteydiler. Komünist sanayileşmeyi de, kapitalist sanayileşme gibi millet birliğini ve bütünlüğünü parçalayan bir siyaset olarak algılamışlardır. Kadrocular, yeni Türk Devleti'nin kendine özgü bir milliyetçilik anlayışından kaynaklanan devletçi bir sanayileşmeyi istemişlerdir. Onların milliyetçilik anlayışları *"bir ırka dayanmayan"* milliyetçilikti. Bu milliyetçilik, aynı zamanda sınıf milliyetçiliği de değildir (Keskinkılıç, 1998: 35).

[1] Kadro dergilerinin tıpkıbasımı Cem Alpar tarafından yayınlanmıştır. Bkz. Kadro, cilt 1.2.3, (Ankara, 1978, 1979, 1980)Tıpkıbasımlara eklenen dizinlerde kimi isim hataları yapılmıştır. Düzeltilmiş dizinler için bkz. Temuçin Faik Ertan, Kadrocular ve Kadro Hareketi, Doktora Tezi, (Hacettepe Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, 1992), ss.324–336.

Kadrocular, devletçilik prensibinin savunmasına inkılâp ile eşdeğer bir mana verirler. İnkılâba inanmak demek, aynı zamanda devlete, onun idare etme ve yapma kudretine de inanmak demektir. Ekonomik sahanın dışında inkılâp prensiplerine karşı gösterilen değişik bir tavır, derhal devletçe cezalandırılırken, ekonomik sahada devletçilik dışı fikirlerin ve tavırların niçin cezalandırılmadığını sormakta ve bu tür hareketlerin de cezalandırılmasını istemektedirler (Bostancı, 1994: 64).

Kadrocu felsefeye göre, Türk ulusal kurtuluş hareketinde devletçilik, bu hareketin doğrudan doğruya somut yapısından ve tarihsel yasallıklarından gelen bir şeydir. Devletçilik sadece ekonomik yaşama ve şu veya bu biçimde bir devlet müdahalesi değildir, yani yalnızca ekonomik bir kavram değildir. O bir ulusal toplumsal düzendir ki, bu düzende, ulusal yaşamın bütün alanları ve ulusal yapının iskeleti, ulusun genel ve yüksek çıkarlarını bireysel çıkarların ve eğilimlerin üstünde tutan örgütlü bir ulusal uyum içinde düzenlenir. (Kepkep,1983: 51)

Devletçiliği salt bir iktisadi kalkınma stratejisinden farklı olarak bir toplumsal-iktisadi ve siyasal örgütlenme sistemi olarak kavrayan Kadrocuların devletçilik görüşlerinin ana çizgileri şöyle sıralanabilir:

1- Kadrocuların devletçilikle ifade etmeyi amaçladıkları toplumsal sistem, Batı'nın, "muasır medeniyet"i temsil edici bir model olarak alınmasının karşısındadır. Kadrocularda devletçilik, bu bakımdan marksizimden esinlenmiş "anti-emperyalizm" fikrinin uzantısı niteliğinde olan ve liberalizmin aleyhtarlığı şeklinde dile getirilen Batı aleyhtarlığı niteliğindedir.
2- Kadrocular, devletçiliği halkçılık ilkesinde içerilen sınıfsız, imtiyazsız, dayanışmacı bir toplumun yaratılması amacıyla savunmaktadırlar. Devletçilikteki planlama ve buna bağlı işbölümü esasları, Türk toplumunun sınıfsızlığında temellendirilerek kalkınma sağlanacaktır.
3- İnkılâbın bitmediğine inanan Kadrocular, Kemalist halkçılık ilkesinin dayanışmacılık fikrini sürekli ve kalıcı bir tek-parti rejimini meşrulaştırmak için kullanmak istemektedirler.
4- Kadro'nun devletçilik anlayışı, *"ferdiyetçiliğin sadece iktisadi alanda değil, tüm toplum hayatında yadsınmasını"* ifade etmektedir. Anti-emperyalist ve anti-kapitalist bir Kurtuluş Savaşı'nı yaşayan ve ulusal sanayini kurma çabası içinde bulunan Cumhuriyet Türkiye'sinde devletçilik, *"milli vahdet içinde fertlerin ictimai ve iktisadi hareketlerinin milli menfaatler namına bir takım normlar, kaideler ve ölçülere bağlandığı"* bir sistem olacaktır.

Devletçilik bu şekilde, otoriterliği ağır basan, tek-partili bir siyasal örgütlenme çerçevesinde sosyalizan bir kalkınma yolu olarak düşünülmüştür (Köker, 2000: 194–195). Gerçekten de Kadro'nun genel felsefesi, Marksizm'in, milliyetçilik ve korporatizmin sathi derlenmiş bir karması idi. Kadroculara göre Türk Devrimi, kapitalizme ve emperyalizme karşı bir mücadele idi ve ekonomik kurtuluş için dünya çapında yürütülen mücadelenin bir parçası idi. Halkın ileri kısmını temsil eden bir grubun, yani aydın bir kadronun topluma önderlik edeceğine inanıyorlardı; bunlar, toplum meselelerini anlayan ve onların hal çarelerini bilen kimselerdi. Bu kadro, günün meselelerini anlamayan ama yumuşak başlı ve önderlerin ardından gitmeye hazır olan halk kitlelerine kılavuzluk etmekle görevliydi. Kadrocular, Türkiye'de sınıf mücadelesi ve birikmiş sermaye bulunmadığını kabul ediyorlardı. Bunun için de devletin sınıf mücadelesinden kaçınarak sermaye biriktirebileceğini ileri sürüyorlardı. Kadroculaların fikrince yeni bir ekonomik devlet tipi meydana gelmişti. Bu devlet tipi, ileri sosyal sınıfların bütün toplum hesabına ekonomik değerleri biriktirmesini sağlayacak ve bütün ekonomik faaliyetleri sistematik bir şekilde planlayacak ve yürütecekti. (Ağaoğlu, 1933: 13–15) Kadroculaların teorisi, aslında Türkiye'nin devletçiliğini izah maksadıyla ve bazı Marksist fikirleri totaliter devlet kavramı ile birleştirerek meydana getirilmiş sun'i bir teori idi. Halide Edip Adıvar, Kadro'nun bazı değişiklikleriyle, Ziya Gökalp'in *"fert yok toplum var, hak yok ödev var"* görüşünü benimsediğini ileri sürmektedir (Karpat, 1996: 76–77). Kadro dergisi, Türkiye açısından hedeflediği toplumun, bir elit kadro tarafından oluşturulacağı kanaatindedir. **"Halka rağmen halk için"** mantığı da bir anlamda bu oluşumun anahtarını vermektedir. Bir aydın kadronun toplumu düze çıkaracağı, **temel düşüncesidir** (Kayalı, 2000: 17).

KADROCULAR VE TARİHSEL MATERYALİZM YÖNTEMİ

Kadrocular, tarihi açıklamada tek bilimsel yöntemin *"tarihsel materyalizm"* olduğunu kabul etmelerine rağmen, Marksizmin, ulusal kurtuluş savasını açıklamada yetersiz olduğunu ileri sürmektedirler. Kadrocular, Marksizmin ekonomik ve siyasal tezlerini, onun felsefi temelinden koparark ele almakta ve bu yolla hem Marksizmi reddetmekte hem de tarihi materyalizmi savunma imkânı bulmaktadırlar. Tarihsel gelişmeyi ve toplumsal oluşumları açıklamada **tek bilimsel yöntem olarak tarihi materyalizmi** kabul etmektedirler. Felsefi açıdan çeşitli tartışmalar yapan Kadrocular, maddeci felsefeyi kabul ettiklerini belirtmişlerdir (Önce söz değil madde vardı). Marksizmi Avrupa'ya özgü bir ideoloji olarak gören Kadrocular için, tarihsel materyalist yöntem, sanayi devrimini yapmış ve sınıf mücadelelerinin olduğu Batı Avrupa'ya uygulandığı zaman Marksizme varılacak, aynı yöntem ulusal kurtuluş hareketlerinin geliştiği ülkelere uygulandığı zaman ise, kendilerinin teorisini kurduğu "Ulusal

Kurtuluşçuluk" ve "Devletçilik" anlayışına (Kemalizme) varılacaktır. Çünkü onlara göre, Marksizm, bütün dünya için geçerli olabilecek bir ideoloji değildir, tarihi materyalizmin yöntemini ise Marksizmin tekelinden kurtarmak gerekir (Yanardağ, 1988: 126–127). Ekonomik-politik anlayışlarında tarihsel materyalizmi tek bilimsel yöntem olarak kabul eden Kadrocular, ihtilal yöntemine ılımlı bakmayarak bu kavramdan uzaklaşmışlardır. Tarihsel materyalizmi yöntem olarak seçmeleri nedeniyle Marksitlikle suçlanmışlarsa da, tarihsel materyalizmi sadece bir yöntem olarak aldıklarını, bunu siyasal sistem veya dünya görüşü olarak savunmadıklarını ileri sürmüşlerdir. Çünkü Kadrocu düşüncenin *birinci temel dayanağı*, sınıfların ve sınıf mücadelelerinin reddi ve *ikinci dayanağı ise*, Türkiye gibi ülkeleri anlamada Marksizmin yetersizliği idi. (Ertan, 1994: 91) Kadro Hareketi, tarihsel materyalizme sahip çıkarken, kıvrak ve ince bir üslupla yeni ve orijinal bir ideolojik çizgi geliştirme çabasına girişmektedir. Kadroculara göre, Kemalist devrimin, kendisinden önce ortaya konmuş bir öğretisi, dayandığı bir düşünce akımı yoktur. Fakat onun ortaya çıkmasına neden olan tarihsel koşullar ve bu koşulların Türk toplumunda ve onun devrimi gerçekleştiren önderinde yarattığı bilinç vardır. Söz konusu Kemalist ideoloji işte bu bilinçtir ki, en yalın anlatımı ile amacı uluslararası sömürgeciliğin ortadan kaldırılması ve ülke içinde sınıf farklılığı yaratmayan gelişmedir. Türk ulusal kurtuluş hareketinin ortaya çıkmasına neden olan tarihsel koşulların en önemli öğesi emperyalizm ve dolayısıyla sömürgeciliktir. (Kepkep, 1983: 45)

Tarihsel maddecilikle birlikte *"tezatlar mantığı"*nı (diyalektik) da savunduklarını söyleyen Kadrocular, bu yöntemle tam bir uyum sağlayamamışlardır. Marksizmin temeli olan diyalektik yöntem ve tarihi materyalizm, zorunlu olarak sınıf çelişkilerini ve sınıf kavgalarını ortaya koyar. Kadrocular tarihi maddeciliği ve "tezatlar mantığını" benimsiyorlar, hem de Türkiye için sınıfların varlığını reddediyorlardı. Bu yöntemi kullanıp bu sonuca nasıl vardıklarının net bir cevabını hiçbir zaman vermemişlerdir. Bu durumda yaptıkları şey, eşyanın içsel yapısını çözmek için değil, dışsal yapısını çözmek için tarihsel materyalizmi kullanmak (bir anlamda çarpıtmışlar) ve reddettikleri iç çelişkilerin yerine uluslar arası çelişkileri koymak olmuştur. Böylece "sınıf" çelişkileri, "ulus" çelişkilerine dönüşmüştür. Kadrocular üzerine bir inceleme yapan Mercan Yanardağ'a göre, böylece hem diyalektik materyalizmin ünlü "çelişme" yasasını inkâr etmemiş oluyorlar, hem de bu felsefeyi ve yöntemi Marksizmin "tekelinden" kurtarmaya çalışıyorlardı. Oysa diyalektik çelişme yasasına göre, her fenomenin (görüngünün) gelişimini ve değişimini sağlayan asıl çelişki, şeylerin iç çelişkisi ve dinamiğidir. Yanardağ'a göre, gerçekten ustaca yapılan bu mantık oyunu, ancak Marksizmi iyi bilen insanların harcıdır. (Yanardağ, 1988: 128–130) Bütün bunlardan dolayı, Kadroculara sol nitelikli eleştiriler yönelmiş, tarihsel ve diyalektik materyalizmi yanlış

aldıkları, sınıf çelişkilerini doğru kavramadıkları, kapitalizm ve sosyalizmden başka bir ekonomik seçenek olduğunu düşünmedikleri ve bir aydın kadroya gerçekleştirebileceğinden ötesinde bir güç izafe ettikleri şeklindeki eleştiriler, gerçekçi görünmektedir. Bu açıdan Kadroculuğun, Kemalizm'le, Üçüncü Dünyacılık'la ve Narodnizm'le sıkı bir bağlantısı olduğu aşikârdır. (Kayalı, 2000: 19)

Kadroların bu yöntem anlayışları, demokrasiye karşı olumsuz tutum takınmalarına da yol açmıştır. Batı tarzı temsili, liberal demokrasiyi kastettikleri klasik demokrasi, ana ilkeleri ve müesseseleri ile Batı'da artık verebileceğini vermiş ve Batı ülkeleri dışındaki ülkelere ise artık bir şey vadetmemektedir. (Aydemir, 1990: 145) Burhan Asaf Belge'ye göre de demokrasi, *"kapitalizmin siyasi ve idari kılıfından ibarettir."* (Uyar, 1997: 189) Bu yönetim biçimini eleştiren Kadrocular, ulusal kurtuluş hareketlerinin yaratacağı devlet tipinin tümüyle farklı olacağına işaret eder *: "Şu halde milli kurtuluş hareketlerinin devlet anlayışında, ne Fransız ihtilalinden önceki düşünürlerin ideal bir fikir terkibi olan demokratik devlet anlayışından, ne harpten önceki devrin emperyalist entrikalarını maskeleyen liberal devlet nizamından ne de emperyalist maskeli bir devamı olan bir totaliter devlet teşebbüslerinden alacağı bir örnek yoktur... İnkılâbımızın devlet anlayışının esası, yeni toplumumuza, bir takım çelişmeleri, nizamların artık tefessüh etmiş müesseselerini nakletmek değildir... Bu oluşun nizamı elbette ki başıboş bir gelişme değil, planlı bir devlet düzeni, bir devletçiliktir"* (Aydemir, 1990: 175–176). Burada ifade edilen devlet düzeni, açıkça söylenmese de "otoriter" bir devlet düzenidir.

Aslında 1930'lar Türkiye'sinde devletçilik bir zorunluluk olarak addedilmiş, CHP programına girmiş ve tek parti özelliğinden dolayı herkes için kabul edilmesi gereken temel bir ilke haline gelmiştir. Nitekim, o dönemdeki siyasal görüşlerin hepsi devletçi olduklarını söylemiş, sadece niteliğini değiştirmiştir. Liberal devletçi, ılımlı devletçi, müfrit devletçi ya da sadece devletçi... vs. Kadrocular devletçiliği bu açıdan bir araç olarak değil, vazgeçilmez bir amaç olarak görmüşlerdir. Devletçilik kavramı ekonomi ile sınırlı değildir. Bundan dolayı Kadrocular, faşizmle de suçlanmışlardır. Oysa Kadrocular, faşizmi reddetmektedirler. Daha doğrusu, neredeyse adı konmuş bütün siyasal ideolojileri kavramsal düzeyde reddetme eğilimindedirler. Kadrocular ne faşizmi, ne Marksizmi, ne demokrasiyi, ne liberalizmi... vs. kabul ederler. Kuvvetle muhtemelen bunun temel nedeni, "özgün" olduklarını ispatlama gayreti içinde olmalarıdır. Ancak kadroların pek çok görüşü pek çok kavramla tam örtüşmese bile, pek çok kavrama da kısmen denk gelmektedir. Kadrocular faşizmin emperyalist özelliklerini ve ırkçılık boyutunu reddetmekle birlikte, faşizmle ortak paylaştığı özelliklerin mevcudiyetini yadsımak da mümkün değildir. Faşizm gibi Kadro da otoriteryan bir yaklaşımı benimsemiş ve milleti organik anlamda birlik

olmaya davet etmiştir. Kadrocuların ayrım noktası, onların otoriteryanizmi prensipte kabul etmiş olması ve parlamenter demokrasiyi iç karışıklık olarak niteleyerek tek parti yönetimini savunmuş olmasıdır. Aydemir, kendilerini faşizmden ayrıştırmak için, faşizmin organik millet yaratma hedefi ile kendilerininki arasında farklılık olduğunu zira, faşizmin amacının son tahlilde burjuvazinin çıkarlarını korumaya yönelmişken, kendilerinin burjuvaziye karşı bütün halkın çıkarlarını korumak olduğunu ileri sürmüştür. (Türkeş, 1999: 129-130) Anlaşıldığına göre Kadro'nun farkı araçsal farklılık değil amaçsal farklılıktır. Sonuçta bu, halkın iyiliğini amaç edinmiş bir "Kadro"nun her türlü aracı, otoriteyi, organizasyonu bu yolda kullanmasının meşru olduğunu gösterir ki, bu, bir anlamda faşizmdir.

KADRO'YA YÖNELİK ELEŞTİRİLER

Kadro'ya ilk eleştiri CHP Genel Sekreteri Recep Peker'den gelmiştir. Daha dergi çıkarken inkılâbın ideolojisini yapmanın kendi görevleri olduğunu öne süren Recep Peker, dergiye maddi açıdan destek olmadığı gibi, daha ilk sayıdan itibaren dergiye karşı mücadele bayrağı açmıştır. Mustafa Kemal ile İsmet İnönü'nün abone olduğu Kadro'yu Recep Bey, Parti genel sekreteri olarak Halkevlerine ve parti örgütlerine gönderdiği gizli yazılarda tavsiye etmemektedir. Ayrıca Peker, dergiye tepkisini de onu Mustafa Kemal'e şikayet etmek suretiyle gösteriyordu. Hatta Recep Bey, Kadro'nun oluşturmaya çalıştığı inkılabın ideolojisine karşı olarak, **Ülke Dergisi**'nde inkılabın ideolojisini oluşturmaya yöneldi (Uyar, 1997: 183). "Parti devleti" anlayışını benimseyen Recep Peker, Kadrocuların yaptıklarını adeta bir ukalalık olarak görmüştür (Yanardağ, 1988: 154). Yayınlandığı ilk zamanlar fazla olumsuz tepki çekmeyen Kadro, kendisini; ihtiyaç duyulan **inkılap matbuatının tek temsilcisi** olarak gören iddialı tavrı, keskin üslubu, geçmişe saldırması, ortaya attığı görüşlerin niteliği ve yayıncıların Marksist geçmişleri nedeniyle tepki çekmiştir. Aslında bir aydın hareketi olarak iktidara hiçbir zaman alternatif olmamasına rağmen, iktidar çevrelerinden, başta da Recep Peker'den tepki çekmiştir (Ertan, 1994: 66–67). Diğer bir eleştiri, iş çevrelerinden gelmiştir. İlk zamanlar Mustafa Kemal, iş çevrelerinin eleştirilerine karşı Kadro'yu korumuştur. Bu dönemde Serbest Cumhuriyet Fırkası deneyi ve benzer olaylarda Mustafa Kemal, kendine destek veren bu yayın organını desteklemiş, bu sorunlar ortadan kalkınca iş çevrelerinden gelen baskılara karşı ne Mustafa Kemal ne de diğer bürokratlar Kadro'yu korumamışlardır. (Alemdar, 1978: 40) Toplumsal tabanı olmayan bir yayın organı olarak Kadro, iktidar çevrelerinden de tepki çekince, kapanmaya doğru gitmesi mukadder olmuştur.

Diğer bir önemli etken de, İş Bankası çevresinin olumsuz propagandası olmuştur. Özel sektör destekli İş Bankası Grubu, Kadro'nun politik görüşlerinden rahatsız olmuştur. Kadro'nun kapanış gerekçesi olarak başka

bir sebep de, iktidarın Kadro'ya 1932'deki kadar ihtiyaç duymamasıdır. Son bir gerekçe olarak da, Kadro'nun, uyguladığı stratejinin kurbanı olduğu söylenmektedir. (Türkeş, 1999: 205–206)

Bu atmosfer içinde Kadro'ya karşı yapılan eleştirilerin dozu ve sesi yükselince konu, Gazi'nin sofrasında tartışmalara kadar gider. Yakup Kadri bu durumu söyle anlatır:

"İstanbul'da rastgeldiğim Vasıf Çınar, bana : "geçen akşam sarayda idim. Sofrada senin aleyhine epeyce şiddetli bir yaylım ateşine şahit oldum" demiş ve ilave etmişti "Güya sen çıkardığın Kadro mecmuasında iktisadi siyasetimizi baltalayan ve hatta Parti Umumi Kâtibi'nin iddiasına göre rejimin temellerini sarsan neşriyatta bulunuyormuşsun. Bu böyle giderseymiş, Ticaret Vekili tuttuğu yolda emniyetle ilerleyemezmiş. Öte yandan Cumhuriyet Halk Partisi de hizipleşmek tehlikesine maruz kalırmış... Gazi birdenbire öyle patladı ve Dâhiliye Vekili'ne : "Bu işi ne vakit halledeceksin?" diye öyle bir şiddetle çıkıştı ki, senden şikâyet edenlerin bile nutku tutuldu."

Bu emir üzerine harekete geçen Dâhiliye Vekili, Kadro'nun kapatılması konusunda dostu ve arkadaşı Yakup Kadri'ye konuyu anlatmaya çabalayacakken, Gazi'den gelen ikinci bir emirle Yakup Kadri Tiran Büyükelçiliği'ne atanır ve **"Zoraki Diplomat"**Tiran'a giderken Kadro da kendiliğinden kapanmış olacaktır. (Bostancı, 1990: 151–152) Kadro'nun bu sessiz sedasız "kapatılmasından" sonra Kadrocular, derginin kapanışı konusunda sonraki yıllarda adeta susmayı tercih etmişler ve hiçbir zaman derginin kapanış nedenlerini tam olarak açıklamamışlardır. Sadece zaman zaman farklı yerlerdeki yazı ve konuşmalarıyla ipucu vermeye çalışmışlardır. 1935 Ocak ayında 35–36 sayısını birlikte yayınlayarak kapanan Kadro, daha sonra etkisini bir hareket olarak göstermiş, bir yayın olarak bir daha çıkmamıştır.

SONUÇ

Cumhuriyet döneminin kısa bir zaman diliminde ortaya çıkmış ve kapanmış bir yayın organı olmasının ötesinde anlamlar içeren Kadro Hareketi, olumlu ve olumsuz yanlarıyla kendinden sonraki hemen bütün fikir hareketlerini etkilemiş, dahası Türk Siyasal hayatının önemli bir aşamasını ifade etmiştir.

1930'lu yılların buhranlı dönemi içinde Kadro Hareketi, temelde farklı versiyonları gözlenen Kemalizm'in kendine has bir yorumunu yapmış bir aydın grubunun hareketidir. Rasih Nuri İleri, Kadrocuların Marksist geçmişine atıf yaparak, onları **"barutları tükenince saf değiştirenler"** (İleri, 1988: 8) şeklinde tanımlamaktadır. Kadroculuk bir anlamda da, ulusal

kurtuluşçuluk temeline oturan bir **"üçüncü yol"** arayışının ideolojisidir. Kadrocu hareket, daha sonraki Yön'den farklı olarak, tek partili rejimde Kemalist iktidarı etkilemeye, onlarla bütünleşerek yönlendirmeye çalışmıştır. (Yanardağ, 1988: 14–16) Kadroculların kişisel tarihi açısından her koşulda olumlu işler gerçekleştirme endişesi, ufuklarını belli ölçüde daraltmışsa da, bu, onların işlevsel olma heveslerini kırmamıştır. Kadroculların somut kişisel tarihlerini kavramak, aslında **Türkiye'de aydının misyonunu ve özellikle psikolojisini** de anlamlandırmak demektir. Nitekim, Türk aydınının belirgin özelliklerinden biri, **"bürokratik bir rolün gereği olarak düşünmek"**tir. Bunun en bariz göstergesi de, Türk aydınının her dem yaşadığı siyasal pragmatizmdir (Kayalı, 2000: 21).

Kadro Hareketi de benzer bir tavrı sergilemiş ve kendi ayakları üstünde durmak yerine, kendini rejime eklemlendirmeyi tercih etmiştir. Bunun sonucu olarak tek partinin tek otoritesini benimsemiş ve tek ideolojisini üretmeye çalışmıştır. Ancak bu *"eklemlenme"* hiçbir zaman *"bütünleşme"* haline gelmemiş, bundan dolayı fonksiyonel olmadıkları düşünüldüğü zaman, dışlanmaları ciddi bir sorun teşkil etmemiştir.

Kadro Hareketi, aslında siyasal ve düşünsel anlamda bir arayışın ifadesidir. Nitekim derginin ideologu, yürütücüsü ve en önemli kişisi sayılan Şevket Süreyya Aydemir, otobiyografisine **"Suyu Arayan Adam"** adını vermiş, bundan dolayı da onu eleştirenler, bu adlandırmadan yola çıkarak onu eleştirmişlerdir. Örneğin, Mete Tuncay, Kadro'nun ideologuyla ilgili bir yazısında *"Şevket Süreyya Aydemir: Suyun Bulunması Galiba Yolun Yitirilmesi Pahasına Oldu, Demişti."* [2] başlığıyla bu arayışı anlatmaya çalışmıştır. Bize göre de, Aydemir'in ifadesinden yola çıkarak bu hareketi, "Suyu Arayan adamın serabı", Kadroculları da, felsefî ya da bilimsel bir arayış içinde olan kişilerden çok, bir ideolojiye bilimsel destek bulma çabası içinde olan ideologlar olarak nitelendirmek, çok yanlış bir tespit olmayacaktır.

[2] Milliyet Sanat Dergisi, S. 178, 2 Nisan 1976, ss. 3–4.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Aydemir, Şevket Süreyya (1990). *İnkılâp ve Kadro*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Bostancı, Naci (1990). Kadrocular ve Sosyo-Ekonomik Görüşleri, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Çavdar, Tevfik (1999). *Türkiye'nin Demokrasi Tarihi*, Ankara: İmge Kitabevi.

Ertan; Temuçin Faik (1994). *Kadroculuk ve Kadro Hareketi (Görüşler, Yorumlar, Değerlendirmeler)*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Karpat, Kemal H.(1996). *Türk Demokrasi Tarihi, Sosyal Ekonomik Kültürel Temeller*, İstanbul, Afa Yayınları.

Kayalı, Kurtuluş (1999). *Türk Düşünce Dünyasının Bunalımı*, İstanbul, İletişim Yayınları.

Köker, Levent (2000). *Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Meriç, Cemil (1996). *Umrandan Uygarlığa*, İstanbul: İletişim Yayınları.
Öztekin, Ali (2000). *Siyaset Bilimine Giriş*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
Türkeş, Mustafa (1999). *Kadro Hareketi, Ulusçu Sol Bir Akım*, Ankara: İmge Kitabevi.

Yanardağ, Mercan (1998). *Türk Siyasal Yaşamında Kadro Hareketi*, İstanbul: Yalçın Yayınları.

Makaleler

Alemdar, Korkmaz (1978), "Basında Kadro Dergisi ve Kadro Hareketi İle İlgili Bazı Görüşler", *Kadro Tıpkı Basım*, Cilt: 1, Yayına Hazırlayan: Cem Alpar, Ankara: Ankara İktisadi Ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 21–41.

Çalık, Etem (1993). "İdeoloji", *Türkiye Günlüğü*, 22: 139–144.

Gizzatullin, İ.–Sarafutdinov, D. (1999). "Mirsait Sultan Galiyev", *Türk Dünyası Araştırmaları*, 122: 157–170.

İleri, Rasih Nuri (1998) "Önsöz", içinde *Türk Siyasal Yaşamında Kadro Hareketi*, İstanbul: Yalçın Yayınları.

Kepkep, Naci (1983). "Kadro Hareketi Açısından Kemalist Ekonomi", *Prof. İbrahim Yasa'ya Armağan*, Ankara, 43–56.

Keskinkılıç, Erdoğan (1998)."Kadrocularda Devletçilik", *Toplumsal Tarih*, 58: 34–37.

Küçük, Yalçın (1985). "Cumhuriyet Döneminde Aydınlar ve Dergileri", *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, Cilt 1, İletişim Yayınları, İstanbul. 138–144.

Oran, Baskın (1981). "Uluslararası Düzen-İç Politika İlişkisi Açısından 1930'lar Devletçiliğinin Doğuşu", *SBF Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllığı*, Cilt VI, 1981. 545–551.

Uyar, Hakkı (1996). "Resmi İdeoloji Ya da Resmi İdeoloji Oluşturmaya Yönelik İki Dergi: Ülke ve Kadro Mecmualarının Karşılaştırmalı İçerik Analizi", *Toplum ve Bilim*, 74, Güz 1997.181–193.

Yılmaz, Faruk (1996). "Dünya Ekonomik Bunalımı Döneminde Türkiye'nin Ekonomi Politikaları ve Düyun-u Umumiye (1929–1934)", *Türk Dünyası Araştırmaları*, 122, Ekim 1999. 57–90.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanışı Üzerine Bir Araştırma

B.Zafer ERDOĞAN[*]
Kazım DEVELİĞLU[**]
Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU[***]
Hakan ÖZKAYA[****]

Özet:Kurumsal imaj, kurumsal kimlik sunumlarının ilgili hedef kitle üzerinde bıraktığı bütünsel algıdır. Günümüz rekabet koşullarında, şirketler paydaşları nezdinde olumlu bir imaj oluşturmanın, kurulacak olan uzun vadeli ilişkileri etkileyen önemli faktörlerden biri olarak gözönünde bulundurmak zorundadırlar. Bu nedenle, bu araştırmanın temel amacı, bir şirketin paydaşları tarafından algılanan imajının bileşenlerinin belirlenmesi ve bu algılanan imajın farklı paydaşlara göre farklılık gösterip göstermediğinin araştırılmasıdır. Araştırmanın değişkenlerini ölçmeye ve araştırmanın hipotezlerini test etmeye yönelik bir anket hazırlanmıştır. Elde edilen verileri analiz etmek üzere; güvenilirlik testi, faktör analizi, korelasyon analizleri, t-testleri ve Anova testleri uygulanmıştır. Yapılan güvenilirlik testi sonucunda ankette kullanılan ölçeğin güvenilirlik derecesi %96 bulunmuştur. Yapılan analizler sonucunda, şirketin imajını belirleyen faktörler; yenilikçilik, güvenilirlik, performans, sosyal sorumluluk, işveren imajı ve dağıtım kanalları şeklinde ortaya çıkmıştır. Ayrıca, şirketin algılanan imajının farklı paydaşlara göre farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: kurumsal imaj, algılanan imaj, paydaşlar.

A Study on Perceived Corporate Image by Different Stakeholders of Companies

Abstract: Corporate image is the aggregate perception of corporate identity presentations received by the related target groups. In today's competitive environment, companies have to consider creating a positively perceived image on stakeholders as it is one of the important factors in establishing long term relations. For this reason, the main goal of this research is to determine what the dimensions of perceived corporate image are and to investigate whether this perceived image varies according to different stakeholders or not. In order to measure the variables and to test the hypotheses, a questionnaire was structured. The data was analysed by performing; reliability test, factor analysis, correlation, t-tests and Anova tests. The reliability test resulted in a high reliability degree of 96 percent. Results of the factor analysis and correlations show that the dimensions of the corporate image are; 'innovativeness', 'reliability', 'performance', 'social responsibility', 'employer image' and 'distribution channels'. In addition, results indicate that the perceived corporate image varies among different stakeholders.

Keywords: corporate image, perceived image, stakeholders.

[*] Doç.Dr.,DPÜ, Bilecik İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
[**] Yrd.Doç.Dr, DPÜ, Bilecik İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
[***] Yrd.Doç.Dr, DPÜ, Bilecik İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
[****] Arş.Gör., DPÜ, Bilecik İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.

GİRİŞ

İmaj günümüzde sadece pazarlama alanının bir konusu olmaktan çıkmış ve üst yönetimin kullanması gereken stratejik bir araç haline gelmiştir. Olumlu bir kurumsal imaj, organizasyonun devamlılığı ve stratejik başarısı için bir gereklilik olmuştur. Pazarlama alanının belirli bir ürüne veya hizmete yönelik olumlu bir imaj oluşturma çabalarının ötesinde, güçlü bir kurumsal imaj ürün ve hizmetlerin satışını arttıran bir güdüleyicidir. Şirket olumlu kurumsal imajı sayesinde doğru çalışanları işe alabilir. Sadece çalışanları değil başarısı için ihtiyaç duyduğu analistleri, yatırımcıları, müşterileri ve ortakları da şirkete çekebilir. Güçlü bir kurumsal imaj şirketlere duygusal bir katma değer ekler, onları ayırt edilebilir ve inanılır kılar, bu da rakiplerinden bir adım öne geçmelerine olanak verir.

LİTERATÜR

İmaj; organizasyon ve diğer sosyal, tarihsel ve somut faktörler ve edinilmiş kişisel tecrübeler tarafından bireye planlı ya da plansız olarak gönderilen mesajların birey tarafından karmaşık ve çok yönlü bir sürece tabi tutulması sonucunda oluşur Kazoleas ve diğ., 2001). Başka bir ifade ile imaj kişi veya kurumların birbirleri üzerinde isteyerek ya da istemsiz olarak bırakmış oldukları izlenimlerdir. Kurumsal imaj ise kurumsal kimlik sunumlarının ilgili hedef kitle üzerinde bıraktığı bütünsel algıdır ve, kuruluşun en alt biriminden en üst birimine kadar bütün kuvvetlerin bileşimiyle oluşur (Dinçer, 2001). Kurumsal imaj bir organizasyonun realitesinin bir yansımasıdır. Bir şirketin paydaşları tarafından nasıl algılandığıdır. Yani bir şirketin değişik paydaşlarının gözüne değişik imajları olabilir. Kurumsal iletişim departmanları değişik paydaşların ihtiyaç ve tavırlarını anlamaya yönelik araştırmalar yaparlar ve şirketlerinin imajını geliştirmek amacıyla bu paydaşlarla daha iyi iletişim kurmaya çalışırlar (Argenti, 1996). Literatürde her ne kadar açık ve tutarlı bir imaj tanımı ve ideal imaj ölçüm metodu bulmak zor olsa da, imajı; "bir objenin insanlar tarafından bilinmesini, tanımlanmasını, hatırlanmasını sağlayan ve insanlar tarafından o obje ile ilişkilendirilen anlamlar setidir. İmaj insanların bir obje hakkındaki inanışlarının, fikirlerinin, duygularının ve izlenimlerinin etkileşiminin sonucudur" şeklinde tanımlamak mümkündür (Dowling, 1986).

İmaj hem imaj kaynağı (organizasyon) hem de imajın alıcısı (hedef kitleler) için son derecede önemlidir. Organizasyon hedef kitleler üzerinde olumlu bir imaj oluşturmanın, kurulacak olan ticari ilişkilerin önemli bir ön şartı olduğunu göz önünde bulundurur. Hedef kitleler için ise, bir obje hakkındaki 'gerçeklerin' (iyi-kötü, kullanışlı-kullanışsız, vb.) özetlenmesinin bir yoludur. Kurumsal imajın öneminin organizasyon ve hedef gruplarına göre

önemli olması arasında da bir ilişki vardır. Hedef gruplarının kararlarını verirken imaj kavramına verdikleri önem arttıkça, organizasyonların daha güçlü bir imaja sahip olmalarının önemi artmaktadır (Riel ve diğ., 1997). Hem tüketiciler pazarında hem de endüstriyel pazarda özellikle benzer kalite, fiyat ve fonksiyona sahip ürünlerde kurumsal imaj ürünlerin satışında büyük rol oynar (Christian, 1959). Kurumsal imaj algılanan kaliteyi etkiler ve müşteri memnuniyeti üzerinde çok güçlü bir etkisi vardır. Karmaşık ve çok sık satın alınmayan hizmetler için müşteri sadakatini oluşturmada müşteri memnuniyetinden çok daha önemlidir. Ayrıca kurumsal imaj aynı endüstri dalında bulunan şirketler arasındaki farkı oluşturur. Yöneticilerin marka oluşturma stratejilerini oluştururken bu durumu göz önünde bulundurmaları gerekmektedir (Andreassen ve Lindestad, 1998). İyi bir imaj ve itibar ve ikisi arasındaki etkileşim ise şirketin müşteri sadakati kazanmasını sağlar (Nguyen ve Leblanc, 2001). Ruyter ve Wetzels de kurumsal imaj ve hizmet markalarının yayılması üzerine yaptıkları çalışmada karmaşık ve çok sık satın alınmayan ürün ve hizmetlere yönelik verilen satın alma kararlarında kurumsal imajın oynadığı önemli role dikkat çekmektedirler (Ruyter ve Wetzels, 2000). Yaklaşık 25 yıl önce Amerikan şirketleri imaj reklamlarına toplam 50 milyon dolar ayırırken, bu rakam 1989'da 600 milyon dolaylarına çıkmıştır. Bu süratli artışın sebepleri arasında ise, şirketlerin birleşmesi, yönetim biçiminin değişmesi, kar yöntemlerinde farklılığın bir yandan iş dünyasının gerçeklerini diğer taraftan onun çeşitli kitleler tarafından algılanma biçimini etkilemesidir. İşletmelerin imajının eskimesi, işletmenin ürünü, karı ve geleceği hakkında kuşku duyması, işletmelerin günün gerçeklerini yakalamasını ve paydaşları tarafından bu şekilde algılanmasının gerekliliği imaj konusuna yatırımı kaçınılmaz kılmaktadır (Gregory ve Wicchman, 1993)].

Çok da uzak olmayan bir geçmişe kadar kurumsal imaj ve kurumsal itibar, en iyi ihtimalle orta kademe yönetimi ilgilendirdiği şeklinde algılanan belirsiz kavramlardı. Ya halkla ilişkiler departmanlarının ya da tasarım danışmanlarının bir alt fonksiyonu olarak görülüyorlardı. Halbuki bugün çok sayıda yönetici ve akademisyen bu kavramları stratejik bir kaldıraç olarak değerlendirmekte ve rekabet başarısıyla doğrudan ilişkili kritik bir şirket varlığı gözü ile bakmaktadırlar. Özellikle günümüz iş dünyasında gözlenen organizasyonlar ve onların çevreleri arasındaki sınırların kaybolmaya başlaması bu kavramların yönetilmesi gerekliliğini bir kez daha vurgulamıştır (Balmer ve Gray, 2000). Bu kavramların yönetilmesini kaçınılmaz kılan diğer etmenler şöyle sıralanabilir: Ürün yaşam döngülerinin hızlanması, deregülasyon, özelleştirme programları, kamu sektöründe ve kar amacı gütmeyen sektörlerde de artan rekabet, hizmet sektöründeki artan rekabet, küreselleşme ve serbest ticaret bölgelerinin kurulması, şirket birleşmeleri ve ele geçirmeler, yüksek kaliteli personel eksiği, şirketlerin sosyal sorumluluğu yönündeki halk beklentileri. Sıralanan bu eğilimler her

şirketi değişik yönde ve değişik derecelerde etkilemiş olsa da kurumsal iletişimin önemini arttırıcı etkileri göz ardı edilemez (Balmer ve Gray, 2000). Küreselleşmenin en yoğun olarak hissedildiği iş dünyasında işletmelerin atmış olduğu her adım, almış olduğu her karar hedef kitle üzerinde yadsınmaz bir etki yaratmaktadır. Tüketicilerin satın alma kararlarında ürünün ya da hizmetin fiyatından çok üretici firmanın çalışanlarına, müşterilerine, içinde bulundukları topluma karşı olan davranışları belirleyici olmaktadır. Bu belirleyicilik, dolaylı yoldan işletmelerin finansal kaynak teminini, ortakları ile olan ilişkilerini, vb etki altına almaktadır. Bu da işletmelerin hedef kitleye kendilerini tanıtabilmeleri için salt ismin ya da logonun yeterli olmadığını göstermektedir. Ayrıca gerekli olan hedef kitle üzerinde inandırıcılık, güven yaratmak ve bu güveni sürdürebilmektir. Çünkü hedef kitleler tarafından algılanacak işletme imajı, günümüzün rekabet ortamı göz önüne alındığında işletmelerin geleceğini belirleyecek çok önemli bir unsurdur. Yaratılmak istenen kurumsal imajın inandırıcılığı ve güvenilirliği gerçekle ne derece örtüştüğüne bağlıdır. Geçmişte salt grafik tasarımına indirgenmiş olan kurum imajı, küresel ekonominin hakim olduğu günümüz koşullarında yönetim ve pazarlama disiplini olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle kurum imajının yalnızca tasarlanması değil, aynı zamanda yönetilmesi de gerekmektedir. Kurum imajı kavramı işletmelerin varlık nedenlerinden, temel amaçlarına kadar uzanan çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu nedenlerdir ki, işletmelerin herhangi bir departmanında meydana gelen yapısal değişim (yönetim anlayışı, insan kaynakları yönetimi, vb.) kurum imajıyla yakından ilişkilidir. Bu da kurum imajı kavramının bir yönetim ve pazarlama disiplini olduğunun göstergesidir[1].

Kurumsal imajın oluşma sürecine ağırlık veren fayda yönelimli yazarlar, 'bir imaj, bir izlenimler silsilesi sonucu ortaya çıkar' ifadesine odaklanmışlardır. Kişisel izlenimler, insanlar arası iletişim ve kitle medyası iletişimi birlikte gerçek ve birbirine paralel bir izlenimler karması oluştururlar. Bu izlenimler karmasın toplamı ise imajı oluşturur. Kurumsal imajın gelişimine dair diğer bir daha ayrıntılı model ise Dowling tarafından geliştirilmiştir (Güzelcik, 1999). Bu modelde öne sürülen, imajın oluşmasında rol oynayan bir çok faktör olduğudur. Bu faktörler ise organizasyonun iç davranışları, medya tarafından dış dünyaya aktarılan resim ve kişisel deneyimler ve iletişimdir (Riel ve Cees, 1992).

Organizasyon dışındaki grupların imaj yargıları oluşurken; ürünler,fiyatlar ve kalite, hizmet, çalışanların tutumları, reklamlar gibi faktörler dayanak noktası olmaktadır. En önemli faktörler ise organizasyonun medya aracılığı ile insanlarla kurduğu iletişim, insanların ürünlerle alakalı geçmişte edindiği

tecrübeler, insanlar arası iletişim ve dağıtım sektörü çalışanlarının o organizasyona verdiği destek sayılabilir. Bir organizasyonun fark edilebilmesi ve insanların sözkonusu organizasyon hakkında bilgi sahibi olabilmeleri için en etkili faktörün medya olmasına rağmen, Dowling insanlar arası iletişimin insanların organizasyona karşı tutumlarının oluşmasında daha fazla etkili olduğunu savunmuştur. Kurumsal imajın en temel ve kritik faktörü organizasyon altyapısıdır. Organizasyonun altyapısını oluşturan faktörler ve organizasyonun güçlü yanları, imaj oluşturma sürecinde birincil hedef olmalıdır. Ne var ki kurumsal imaj, sadece organizasyon tarafından kontrol edilebilen bir olgu değildir. Organizasyonun yanı sıra hedef gruplardan kaynaklanan ve hedef gruplara özgü bazı belirleyici dış faktörler de imajın oluşmasında etkilidir. Ayrıca organizasyon ve hedef gruplarını etkileyen çevresel ve kültürel faktörler de imajın oluşma sürecine dahildir. Organizasyonun imajının oluşturulması, yönetilmesi ve hedef gruplar tarafından kabul edilmesini içeren bu karmaşık süreç; esnek, her an değişebilen ve çok faktörlü bir süreçtir (Kazoleas ve diğ., 2001). Cornelissen, kurumsal iletişim alanının fazlaca organizasyon merkezli olduğunu ileri sürmüş ve bu bakış gerçekliğinin ihmal edilmemesi koşuluyla, etkileşim noktalarının yönetilmesinin gerekliliği fikri, interaktif medyanın ortaya çıkışı ve paydaşların parçalı ve bölünmüş olmaları sebeplerinden dolayı, kurumsal imaj oluşması sürecinde hedef perspektifinin daha önemli olduğunu savunmuştur (Cornelissen, 2000). Van Herden, Cornelius ve Puth ’e göre (19995) kurumsal imaj oluşması süreci 3 bileşen grubundan oluşan kurum kişiliği tarafından düzenlenir. Bu bileşenler, müşteri hizmetleri gibi bilinçli davranışsal kimlik işaretleri; insanların ihtiyaçlarına cevap veren ürünler ve hizmetler; ve şirketin ismi, logosu ve sloganı gibi görsel işaretlerdir. Hatch ve Shultz (1997), kurumsal kültürün, imaj ve kimlik arasındaki ilişkinin birbirine karşılıklı bağımlılık içeren döngüsel süreçler oluşturduğunu öne sürmektedirler. Kurumsal kimlik, örgütsel kültürün dinamik süreçlerinin bir ürünüdür. Kültürel değerleri içerisinde barındıran kurumsal kimlik, kurumsal imajların oluşturulacağı ve iletileceği sembolik materyalleri sağlar. Sonra kurumsal imajlar dışarıya yansıtılır ve kültürel gerçeklerin ve kullanılan sembollerden kimliğin ne olduğunun anlaşılması için kültürel sisteme geri kabul edilir. Bu modele göre kurumsal kimlik, üst düzey yöneticilerin yönetim vizyonlarının ve çabaları ile kurumun iç üyelerinin günlük faaliyetleri sırasında organizasyon hakkında edindikleri fikirler ve inanışları arasındaki köprüdür. Bütün bu etkilenmeler seti, kurumsal kültür çerçevesinde gerçekleşmektedir. Bu arada kurumsal kimliğin birçok dış etkileri de ortaya çıkmaktadır. İmaj da kimliğin bu birçok etkilerinden birisidir. Dahili tecrübelerin ve etkileşimlerin imaj oluşması sürecinde güçlü bir etkisi vardır. Dahili üyelerin aynı zamanda dış üyeler olduğu düşünülürse, dahili üyelerin kurumsal imajlar ile hayatlarının bir parçası olarak karşılaşacakları ve imajdan kimliğe doğru bir geri bildirim sağlayacaklardır.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın temel amacı, bir şirketin (Altın Çini) paydaşları tarafından algılanan imajının bileşenlerinin belirlenmesi ve bu algılanan imajın paydaşlara göre farklılık gösterip göstermediğinin araştırılmasıdır. Araştırmada kurumsal imajın bileşenleri; yenilikçilik, ürünler, güvenilirlik, performans, sosyal sorumluluk, işveren imajı, dağıtım kanalları, çalışanlar ve müşteri sadakati şeklinde belirlenmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkeni Altın Çini firmasının algılanan Kurumsal İmajı oluşturmakta olup, bağımsız değişkenleri ise aşağıdaki gibidir.

- Demografik Özellikler: Cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu.
- Şirket hakkındaki tecrübeler ve şirkete aşinalık: Şirkete göre durum, çalışma tecrübesi, ürün tecrübesi, ürün satın alma sıklığı, sponsorluk faaliyetlerinden haberdar olma, şirket reklamlarıyla karşılaşma sıklığı.
- Yenilikçilik: Ürünlerini yenileme, kendini yenileme, modernlik, teknolojiyi takip etme, teknolojiyi geliştirme.
- Ürünler: Satış sonrası hizmetler, kalite, fiyat, kalite/fiyat dengesi.
- Güvenilirlik: Verdiği sözleri yerine getirme, ürünlerin güvenilirliği.
- Performans: Başarı, finansal yapı, yönetim, kurumsallaşma, coğrafi sınırlar, yatırım.
- Sosyal Sorumluluk: Hayır işleri, tüketici haklarına saygı, toplumu bilgilendirme, sosyal fayda içeren aktiviteleri destekleme, çevre, sanat/spor aktivitelerini destekleme.
- İşveren İmajı: Çalışma koşulları, kariyer imkanları, iş güvencesi, iş başvurusu.
- Dağıtım Kanalları: Bayilerin başarısı, satış elemanları.
- Çalışanların Eğitim düzeyi, konularında uzmanlık.
- Müşteri Sadakati: Şirketin başka sektörlere geçmesi halinde de ürünlerini/hizmetlerini tercih etme, ürünlerinin ilk olarak tercih edilmesi, başkalarına en iyi olarak önerilme.

Araştırmanın hipotezleri ise şöyledir;

H_1: Farklı paydaşların şirketin imajını oluşturan bileşenleri algılamalarında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır.

H_2: Şirketin algılanan genel imajı paydaşların demografik özelliklerine göre farklılıklar göstermektedir.

H_3: Şirketin algılanan imajı, paydaşların şirket ve/veya ürünleri hakkında geçmiş tecrübelerine ve şirkete aşinalık derecesine göre farklılıklar göstermektedir.

Anakütle ve Örneklem

Anket 29-31 Temmuz 2004 tarihleri arasında basit rassal örneklem yöntemiyle; Altın Çini Grafik ve Desen Atölyesindeki çalışanlarına; Kütahya ili sınırlarındaki Altın Çini ürünleri satıcılarına; halka ve esnafa olmak üzere toplam 154 kişiye uygulanmıştır. Örnek kütlenin özellikleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Cevaplayıcıların, yaklaşık üçte ikisi erkeklerden oluşmaktadır ve yarısı evlidir.

Tablo 1: Örneklem Özellikleri

Cinsiyet	**N**	**%**	**Altın Çini'de çalışma**	**N**	**%**
Erkek	99	64,3	Evet	31	20,1
Kadın	55	35,7	Hayır	120	77,9
Toplam	154	100	Toplam	151	98,1
Yaş Grupları	**N**	**%**	**Altın Çini ürün tecrübesi**	**N**	**%**
18-23	41	26,6	Evet	73	47,4
24-35	71	46,1	Hayır	78	50,6
36-50	38	24,7	Toplam	151	98,1
51-üstü	4	2,6	**Ürün Satın Alma Sıklığı**	**N**	**%**
Toplam	154	100	10 Yılda bir	20	13
Medeni Durum	**N**	**%**	5 Yılda bir	31	20,1
Bekar	54	35,1	2 Yılda bir	38	24,7
Sözlü veya Nişanlı	12	7,8	Yılda bir	38	24,7
Evli	77	50	Daha sık	19	12,3
Dul	7	4,5	Toplam	146	94,8
Toplam	150	97,4	**Sponsorluk faaliyetleri**	**N**	**%**
Eğitim Durumu	**N**	**%**	Evet	16	10,4
İlkokul	12	7,8	Hayır	138	89,6
Ortaokul	32	20,8	Toplam	154	100
Lise	68	44,2	**Reklamlarla Karşılaşma Sıklığı**	**N**	**%**
Üniversite	42	27,3	Hiç	57	37
Toplam	154	100	Yılda bir	65	42,2
Altın Çini'ye göre durum	**N**	**%**	Ayda bir	23	14,9
Müşteri	44	28,6	Haftada bir	3	1,9
Potansiyel Müşteri	59	38,3	Daha sık	3	1,9
Çalışanı	40	26	Toplam	151	98,1
Ürün Satıcısı	9	5,8			
Toplam	152	98,7			

Cevaplayıcıların yarısına yakını 24-35 yaş aralığında olup, dörtte birinden fazlası üniversite mezunudur. Her ne kadar firmanın aracılarının sayısı, örneklem grubu içerisinde az olsa da, diğer firma paydaşları birbirine yakın bir şekilde örneklemde temsil edilmektedir. Cevaplayıcıların yaklaşık yarısı, firma ürünlerini satın almış kişilerden oluşmaktadır. Örneklem grubunun Altın Çini'nin iletişim faaliyetlerine ilişkin bilgileri ise firmanın isteyebileceği düzeylerin çok altındadır.

Değişkenlerin Ölçülmesi

Araştırmanın değişkenlerini ölçmek amacıyla hem bu araştırma için geliştirilen, hem de daha önce başka araştırmalarda da yer almış olan kapalı uçlu sorulardan oluşan bir anket kullanılmıştır. Anketteki ölçekler Karaosmanoğlu (2001) ve Nguyen ve Leblanc (2001)'den uyarlanmıştır. Anketin birinci bölümünde cevap verenlerin demografik özellikleri ve şirket ve ürünleri hakkındaki tecrübeleri ve şirkete ve ürünlere olan aşinalık dereceleri araştırılmıştır. Anketin ikinci bölümünde ise cevap verenlerin; yenilikçilik, ürünler, güvenilirlik, performans, sosyal sorumluluk, işveren imajı, dağıtım kanalları, çalışanlar ve müşteri sadakati değişkenlerine ilişkin görüşleri, bu değişkenler hakkında sunulan önermelere verdikleri cevaplar aracılığı ile araştırılmıştır. Anketin ikinci bölümünde cevap verenlerin görüşleri; 1- Kesinlikle Katılmıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum olmak üzere 5'li Likert ölçeğinde ölçülmüştür. Ankette kullanılan ölçeğe uygulanan güvenilirlik analizinin sonucunda alpha katsayısı 0,96 bulunmuştur.

Uygulanan anketlerden elde edilen verilerden frekans, ortalama ve yüzde tabloları elde edilmesi, ölçeğin güvenilirlik analizinin, faktör analizinin ve korelasyon analizlerinin yapılması, hipotezlerin t-testleri ve Anova testleri aracılığı ile sınanması için "SPSS for Windows, 11.0 sürümü" paket programı kullanılmıştır.

BULGULAR

Anket soruları ve tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de gösterilmiştir. Altın Çini'nin imajının ankete cevap verenler tarafından olumlu olarak algılandığını söyleyebiliriz. Cevap verenler Altın Çini'yi; ürünlerini ve kendini yenileyen, sektöründeki teknolojiyi yakından takip eden, yenilikçi bir şirket olarak algılamaktadırlar. Cevap verenler Altın Çini ürünlerinin kaliteli ve fiyat/kalite dengesinin iyi olduğunu düşünmektedirler. Altın Çini hakkında her zaman iyi izlenimleri olduğunu belirten paydaşları, Altın Çini'nin müşterilere verdiği sözleri yerine getirdiğine, ürünlerinin güvenilir olduğuna inanmaktadırlar. Altın Çini paydaşlarınca; başarılı, finansal açıdan güçlü, güçlü ve başarılı bir yönetime sahip, kurumsallaşmış, ülke ve dünya

çapında bir şirket olarak algılanmaktadır. Şirketin paydaşları, Altın Çini'yi tüketici haklarına saygılı, konusunda uzman çalışanlara sahip ve konularında başarılı bayilere sahip bir şirket olarak görmektedirler. Ayrıca cevap verenler, şu an bir porselen veya çini ürünü alma istekleri olsa, Altın Çini'nin ilk tercihleri olacağını, Altın Çini başka iş kollarına yayılsa yine ürünlerini/hizmetlerini kullanacaklarını ve çevresindekilere Altın Çini'yi en iyi çini/porselen markası olarak önerdiklerini belirtmişlerdir.

Bunun yanında araştırmaya katılanlar, Altın Çini'nin kendi sektöründeki teknolojiyi geliştirmesi, satış sonrası hizmetleri ve yatırımları hakkında karasız olduklarını ya da fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Yine cevap verenler, Altın Çini'nin hayır işleri, çevreye duyarlı olması, sosyal fayda içeren sempozyum, TV programı, vb. faaliyetleri desteklemesi konusunda fikir sahibi değildirler.

Paydaşlarının çalışanlarına iyi koşullar sağlayan bir şirket olması, iyi kariyer imkanlarının bulunması, çalışanlarına iş güvencesi sağlaması konusunda kararsız olmaları, Altın Çini'nin personel politikaları hakkında paydaşları ile yeterli iletişim kuramamasının bir göstergesidir. Bu yüzden de cevap verenler uygun bir pozisyon olursa Altın Çini'ye iş başvurusunda bulunma konusunda da kararsız olduklarını belirtmişlerdir.

Son olarak araştırmaya katılanların, Altın Çini'nin iyi yetişmiş satış elemanlarına sahip bir şirket olması ve eğitim düzeyi yüksek çalışanlarla sahip bir şirket olması konusunda da kararsızdırlar. Araştırmaya katılanlar, kendilerine yöneltilen önermelerden sadece üç tanesine olumsuz yanıtlar vermişlerdir. Birincisi; Altın Çini'nin fiyatlarının rakiplerine göre düşük olmasıdır. Yani araştırmaya katılanlar Altın Çini'nin fiyatlarının rakiplerininkine göre daha yüksek olduğunu düşünmektedirler. Olumsuz cevaplar alınan diğer önermeler ise Altın Çini'nin faaliyetleri konusunda toplumu bilgilendirmesi ve sanat/spor aktivitelerini desteklemesidir.

Tablo 2: Araştırmanın Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişkenler	N	Ort.	Std.Sapma
Altın Çini ürünlerini yenileyen bir şirkettir.	152	3,60	1,18
Altın Çini modern bir şirkettir.	153	3,27	1,22
Altın Çini yenilikçi bir şirkettir.	154	3,40	1,14
Altın Çini kendini yenileyen bir şirkettir.	154	3,34	1,15
Altın Çini kendi sektöründeki teknolojiyi geliştirir.	152	3,24	1,23
Altın Çini kendi sektöründeki teknolojiyi yakından takip eder.	153	3,42	1,15
Altın Çini satış sonrası hizmetleri iyi olan bir şirkettir.	153	3,29	1,12
Altın Çini'nin ürünleri kalitelidir.	154	4,01	1,07
Altın Çini'nin ürün fiyatları rakiplerine göre düşüktür.	153	2,18	1,03
Altın Çini ürünlerinin fiyat/kalite dengesi iyidir.	152	3,39	1,14
Altın Çini hakkında her zaman iyi izlenimlerim olmuştur.	153	3,50	1,12
Altın Çini'nin rakiplerinden daha iyi bir imajı vardır.	153	3,80	1,08
Altın Çini yatırım yapan bir şirkettir.	153	3,10	1,12
Altın Çini müşterilere verdiği sözleri yerine getirir.	151	3,47	0,95
Altın Çini güvenilir ürünlere sahip bir şirkettir.	152	3,76	1,00
Altın Çini başarılı bir şirkettir.	152	3,75	1,02
Altın Çini finansal açıdan güçlü bir şirkettir	153	3,56	1,04
Altın Çini'nin başarılı ve güçlü bir yönetimi vardır.	153	3,35	1,17
Altın Çini kurumsallaşmış bir şirkettir.	153	3,34	1,05
Altın Çini dünya çapında bir şirkettir.	152	3,62	1,14
Altın Çini ülke çapında bir şirkettir.	151	3,72	1,01
Altın Çini yerel bir şirkettir.	150	2,70	1,30
Altın Çini hayır işlerinde bulunan bir şirkettir.	151	3,22	1,19
Altın Çini tüketici haklarına saygılı bir şirkettir.	151	3,38	0,90
Altın Çini şirket faaliyetleri konusunda toplumu bilgilendirir.	153	2,65	1,16
Altın Çini sosyal fayda içeren sempozyum, TV programı,vb. destekleyen bir şirkettir.	154	2,76	1,11
Altın Çini çevreye duyarlı bir şirkettir.	153	3,15	1,09
Altın Çini sanat/spor aktivitelerini destekleyen bir şirkettir.	153	2,69	1,18
Altın Çini çalışanlarına iyi koşullar sağlayan bir şirkettir	148	2,71	1,24
Altın Çini iyi kariyer imkanları bulunan bir şirkettir.	151	2,94	1,15
Altın Çini çalışanlarına iş güvencesi sağlayan bir şirkettir.	151	3,09	1,31
Uygun bir pozisyon olursa Altın Çini'ye iş başvurusunda bulunurum.	144	2,89	1,29
Altın Çini bayileri konularında başarılı firmalardır.	151	3,32	0,93
Altın Çini iyi yetişmiş satış elemanlarına sahip bir şirkettir.	152	3,06	1,15
Altın Çini eğitim düzeyi yüksek çalışanları olan bir şirkettir.	154	3,19	1,10
Altın Çini konusunda uzman çalışanlara sahip bir şirkettir.	152	3,35	1,05
Altın Çini başka iş kollarına yayılsa yine ürününü/hizmetini kullanırım.	152	3,40	1,09
Eğer şu an porselen/çini almaya ihtiyacım olsa Altın Çini ilk tercihim olacaktır	153	3,53	1,22
Çevremdekilere Altın Çini'yi en iyi porselen markası olarak öneririm.	153	3,58	1,24

Tablo 3: Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yükleri	Eigenvalue	Varyans
1. Yenilikçilik		**14,60**	**41,72**
Altın Çini kendini yenileyen bir şirkettir.	,844		
Altın Çini ürünlerini yenileyen bir şirkettir.	,811		
Altın Çini kendi sektöründeki teknolojiyi geliştirir.	,797		
Altın Çini yenilikçi bir şirkettir.	,762		
Altın Çini kendi sektöründeki teknolojiyi yakından takip eder.	,760		
Altın Çini'nin ürünleri kalitelidir.	,588		
Altın Çini modern bir şirkettir.	,538		
2. Güvenilirlik		**2,52**	**7,20**
Altın Çini güvenilir ürünlere sahip bir şirkettir.	,800		
Altın Çini ürünlerinin fiyat/kalite dengesi iyidir.	,790		
Altın Çini müşterilere verdiği sözleri yerine getirir.	,763		
Altın Çini başka iş kollarına yayılsa yine ürününü/hizmetini kullanırım.	,620		
Altın Çini hakkında her zaman iyi izlenimlerim olmuştur.	,587		
Altın Çini tüketici haklarına saygılı bir şirkettir.	,541		
Altın Çini konusunda uzman çalışanlara sahip bir şirkettir.	,526		
Çevremdekilere Altın Çini'yi en iyi porselen markası olarak öneririm.	,520		
Eğer şu an porselen/çini almaya ihtiyacım olsa Altın Çini ilk tercihim olacaktır	,474		
3. Performans		**2,24**	**6,39**
Altın Çini finansal açıdan güçlü bir şirkettir	,843		
Altın Çini yatırım yapan bir şirkettir.	,724		
Altın Çini başarılı bir şirkettir.	,683		
Altın Çini kurumsallaşmış bir şirkettir.	,660		
Altın Çini'nin başarılı ve güçlü bir yönetimi vardır.	,498		
4. Sosyal Sorumluluk		**1,79**	**5,12**
Altın Çini sanat/spor aktivitelerini destekleyen bir şirkettir.	,791		
Altın Çini sosyal fayda içeren sempozyum, TV programı,vb. destekleyen bir şirkettir.	,781		
Altın Çini şirket faaliyetleri konusunda toplumu bilgilendirir.	,730		
Altın Çini çevreye duyarlı bir şirkettir.	,628		
Altın Çini hayır işlerinde bulunan bir şirkettir.	,539		

5. İşveren İmajı		**1,32**	**3,78**
Uygun bir pozisyon olursa Altın Çini'ye iş başvurusunda bulunurum.	,959		
Altın Çini çalışanlarına iş güvencesi sağlayan bir şirkettir.	,803		
Altın Çini çalışanlarına iyi koşullar sağlayan bir şirkettir	,716		
Altın Çini iyi kariyer imkanları bulunan bir şirkettir.	,574		
6. Dağıtım Kanalları		**1,19**	**3,41**
Altın Çini iyi yetişmiş satış elemanlarına sahip bir şirkettir.	,934		
Altın Çini eğitim düzeyi yüksek çalışanları olan bir şirkettir.	,638		
Altın Çini bayileri konularında başarılı firmalardır.	,509		
7. Coğrafi Sınırlar		**1,04**	**2,98**
Altın Çini ülke çapında bir şirkettir.	,814		
Altın Çini dünya çapında bir şirkettir.	,418		
Toplam Açıklanan Varyans (%)		**70,6**	
Cronbach Alpha (%)		**96**	
KMO Test		**0,88**	
Bartlett's Test of Sphericity		**X^2 : 3154, Sig. 0,001**	

Yapılan faktör analizinin sonucu Tablo 3'te gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre; 7 alt faktör belirlenmiş ve alt faktörler öncelikle faktör yükü büyük olan sorular olmak üzere içerdikleri sorular doğrultusunda adlandırılarak araştırmanın ileriki analizlerinde kullanılacak ana boyutlar elde edilmiştir. Bu boyutlar; "yenilikçilik", "güvenilirlik", "performans", "sosyal sorumluluk", "işveren imajı", "dağıtım kanalları" ve "coğrafi sınırlar" olarak adlandırılmıştır.

Altın Çini şirketine ilişkin imajın oluşmasını sağlayan bileşenlerin belirlenmesi amacıyla, bağımlı değişken olan, "Altın Çini'nin rakiplerinden daha iyi bir imajı vardır" ile alt faktörler arasında yapılan korelasyon testleri sonucunda yenilikçilik, güvenilirlik, performans, sosyal sorumluluk, işveren imajı ve dağıtım kanalları faktörleri ile imaj değişkeni arasında aynı yönlü ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Tablo-4).

Tablo 4:Alt Faktörler ile İmaj Değişkeni Arasındaki Korelasyon Testi

		Yenilikçilik	Güvenilirlik	Performans	Sosyal Sorumluluk	İşveren İmajı	Dağıtım Kanalları	Şehir Sınırlarını Aşma
Altın Çini'nin rakiplerinden daha iyi bir imajı vardır	Pearson R	0,472	0,750	0,314	0,272	0,605	0,328	0,065
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,001	0,001	0,003	0,001	0,001	0,481

Araştırmanın birinci hipotezi olan, "**H_1:** Farklı paydaşların şirketin imajını oluşturan bileşenleri algılamalarında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır." Hipotezi test edebilmek için yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen alt faktörler ve algılanan genel imajın bileşenlerinin belirlenmesi ile elde edilen birinci hipoteze ilişkin altı adet alt hipotez geliştirilmiştir.

Birinci hipotezin ilk alt hipotezi olan, "**H_{1a}:** Altın Çini'nin yenilikçilik kriterine göre algılanan imajı; müşteriler, potansiyel müşteriler, çalışanlar ve bayilere göre farklıdır." Hipotezi test edilebilmek için "paydaş" değişkeni ile "yenilikçilik" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda, birinci alt hipotez kabul edilmiştir. Gruplar arasındaki farklılıklara baktığımızda müşteriler; potansiyel müşteriler ve çalışanlardan farklı düşünmektedirler. Müşteriler potansiyel müşterilerden daha olumlu cevaplar verirken, çalışanlara göre daha olumsuzdurlar. Ayrıca çalışanlar hem potansiyel müşterilerden, hem de bayilerden farklı cevaplar vermişler ve her iki gruba göre daha olumlu cevaplar vermişlerdir. Müşteriler bayilerden daha olumlu cevaplar vermişlerdir, fakat iki grup arasında anlamlı farklılıklar bulunamamıştır. Yine bayiler, potansiyel müşterilerden daha olumlu cevaplar vermişler, fakat bu iki grup arasında da anlamlı farklılıklar bulunamamıştır.

Birinci hipotezin ikinci alt hipotezi olan, "**H_{1b}:** Altın Çini'nin güvenilirlik kriterine göre algılanan imajı; müşteriler, potansiyel müşteriler, çalışanlar ve bayilere göre farklıdır." Hipotezin test edilebilmesi için "paydaş" değişkeni ile "güvenilirlik" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda ikinci alt hipotez kabul edilmiştir. Gruplar arası farklılıklara baktığımızda, müşteriler; potansiyel müşterilerden ve çalışanlardan farklı düşünmektedirler. Müşteriler; potansiyel müşterilere göre daha olumlu düşünürken, çalışanlara göre daha olumsuzdurlar. Ayrıca potansiyel müşterilerin de çalışanlardan farklı ve onlara göre daha olumsuz düşündükleri anlaşılmaktadır. Müşteriler ve bayilerin güvenilirlik bileşenine verdikleri cevapların ortalamaları eşittir ve

bu iki grubun algılaması arasında anlamlı farklılıklar yoktur. Bayiler potansiyel müşterilere göre daha olumlu cevaplar vermişler, fakat bu iki grup arasında farklılıklar bulunamamıştır. Bayilerin cevapları, çalışanlara göre daha olumsuzdur, fakat yine bu iki grup arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Birinci hipotezin üçüncü alt hipotezi olan, "**H_{1c}:** Altın Çini'nin performans kriterine göre algılanan imajı; müşteriler, potansiyel müşteriler, çalışanlar ve bayilere göre farklıdır." Hipotezin test edilebilmesi için "paydaş" değişkeni ile "performans" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda üçüncü alt hipotez kabul edilmiştir. Gruplar arası farklılıklara baktığımızda, müşteriler, potansiyel müşterilerden anlamlı biçimde farklıdırlar ve onlardan daha olumlu düşünmektedirler. Potansiyel müşteriler ise çalışanlardan farklı ve onlardan daha olumsuz düşünmektedirler. Bayiler potansiyel müşteriler ve müşterilerden daha olumlu, çalışanlardan daha olumsuz düşünmekteler, fakat bu paydaş grubu ile diğer gruplar arasında anlamlı farklar bulunamamıştır.

Birinci hipotezin dördüncü alt hipotezi olan, "**H_{1d}:** Altın Çini'nin sosyal sorumluluk kriterine göre algılanan imajı; müşteriler, potansiyel müşteriler, çalışanlar ve bayilere göre farklıdır." Hipotezin test edilebilmesi için "paydaş" değişkeni ile "sosyal sorumluluk" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda dördüncü alt hipotez kabul edilmiştir. Gruplar arası farklılıklara baktığımızda, potansiyel müşteriler çalışanlardan farklı ve onlardan daha olumsuz düşünmektedirler. Çalışanlar ise bayilerden anlamlı derecede farklı ve onlardan daha olumlu cevaplar vermişlerdir. Ayrıca, müşteriler potansiyel müşterilerden daha olumlu cevap vermelerine karşın bu iki grup arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Çalışanlar da müşterilerden daha olumlu cevaplar vermişler, ancak bu iki grubun da birbirinden anlamlı bir farklılığı bulunamamıştır. Müşteriler bayilerden daha olumlu cevaplar vermişler fakat bu gruplar arasında farklılık bulunamamıştır. Potansiyel müşteriler, bayilerden daha olumlu cevaplar vermişler, fakat yine bu gruplar arasında anlamlı farklar bulunamamıştır.

Birinci hipotezin beşinci alt hipotezi olan, "**H_{1e}:** Altın Çini'nin işveren imajı kriterine göre algılanan imajı; müşteriler, potansiyel müşteriler, çalışanlar ve bayilere göre farklıdır." Hipotezin test edilebilmesi için "paydaş" değişkeni ile "işveren imajı" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda beşinci alt hipotez kabul edilmiştir. Gruplar arası farklılıklara baktığımızda, çalışanlar ile müşteriler ve potansiyel müşteriler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çalışanlar her iki gruba göre de daha olumlu cevaplar vermişlerdir. Ayrıca, müşteriler; potansiyel müşterilere göre daha olumlu, bayilere göre daha olumsuz

cevaplar vermişlerdir, ancak bu gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Çalışanlar bayilere göre daha olumlu cevaplar vermelerine karşın bu iki grup arasında da anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Birinci hipotezin altıncı alt hipotezi olan, "**H_{1f}:** Altın Çini'nin dağıtım kanalları kriterine göre algılanan imajı; müşteriler, potansiyel müşteriler, çalışanlar ve bayilere göre farklıdır." Hipotezin test edilebilmesi için "paydaş" değişkeni ile "dağıtım kanalları" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda altıncı alt hipotez de kabul edilmiştir. Gruplar arası farklılıklara baktığımızda, sadece potansiyel müşteriler ve çalışanlar grupları arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. Çalışanlar potansiyel müşterilere göre anlamlı derecede daha olumlu cevaplar vermişlerdir. Ayrıca, müşteriler; potansiyel müşterilerden daha olumlu, çalışanlardan ve bayilerden daha olumsuz cevaplar vermişler, fakat müşteriler ve bu gruplar arasında anlamlı farklılıklara rastlanmamıştır. Bayiler ise potansiyel müşterilere göre daha olumlu cevaplar vermişler, ancak yine bu iki grup arasında anlamlı farklılıklar bulunamamıştır.
Araştırmanın birinci hipotezinin alt hipotezlerine ilişkin yapılan hipotez testlerinin sonucunda araştırmanın birinci hipotezin tüm alt hipotezleri kabul edilmiştir. Dolayısı ile birinci hipotez de kabul edilmiştir. Birinci hipotez için yapılan Anova testinin sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: Birinci Hipoteze İlişkin Anova Testinin Sonuçları

Bağımlı Değişken: Yenilikçilik				**F**	**Sig.**
Gruplar arası				25,76	0,01
(I) Altın Çini'ye göre durum	**(J) Altın Çini'ye göre durum**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Stn. Hata**	**Sig.**	
Müşterisiyim	Potansiyel Müşterisiyim	0,84	0,16	0,01	
	Çalışanıyım	-0,58	0,18	0,01	
Potansiyel Müşterisiyim	Çalışanıyım	-1,42	0,17	0,01	
Çalışanıyım	Ürünlerini Satıyorum	0,89	0,29	0,02	
Bağımlı Değişken: Güvenilirlik				**F**	**Sig.**
Gruplar arası				16,51	0,01
(I) Altın Çini'ye göre durum	**(J) Altın Çini'ye göre durum**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Stn. Hata**	**Sig.**	
Müşterisiyim	Potansiyel Müşterisiyim	0,49	0,14	0,01	
	Çalışanıyım	-0,53	0,16	0,01	
Potansiyel Müşterisiyim	Çalışanıyım	-1,03	0,15	0,01	
Bağımlı Değişken: Performans				**F**	**Sig.**
Gruplar arası				9,15	0,01
(I) Altın Çini'ye göre Durum	**(J) Altın Çini'ye göre durum**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Stn. Hata**	**Sig.**	
Müşterisiyim	Potansiyel Müşterisiyim	0,53	0,15	0,01	
Potansiyel Müşterisiyim	Çalışanıyım	-0,80	0,16	0,01	
Bağımlı Değişken: Sosyal Sorumluluk				**F**	**Sig.**
Gruplar arası				8,04	0,01
(I) Altın Çini'ye göre Durum	**(J) Altın Çini'ye göre durum**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Stn. Hata**	**Sig.**	
Potansiyel Müşterisiyim	Çalışanıyım	-0,80	0,17	0,01	
Çalışanıyım	Ürünlerini Satıyorum	0,90	0,31	0,02	
Bağımlı Değişken: İşveren İmajı				**F**	**Sig.**
Gruplar arası				11,19	0,01
(I) Altın Çini'ye göre Durum	**(J) Altın Çini'ye göre durum**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Stn. Hata**	**Sig.**	
Çalışanıyım	Müşterisiyim	0,70	0,23	0,02	
	Potansiyel Müşterisiyim	1,20	0,21	0,01	
Bağımlı Değişken: Dağıtım Kanalları				**F**	**Sig.**
Gruplar arası				3,80	0,01
(I) Altın Çini'ye göre Durum	**(J) Altın Çini'ye göre durum**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Stn. Hata**	**Sig.**	
Potansiyel Müşterisiyim	Çalışanıyım	-0,56	0,18	0,02	
** Ortalama farkı .05 seviyesinde anlamlıdır.					

○

Yatay olan örnek gelecek !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Araştırmanın ikinci hipotezi olan, "**H_2:** Şirketin algılanan genel imajı paydaşların demografik özelliklerine göre farklılıklar göstermektedir." Hipotezi test edebilmek için bu hipoteze ilişkin dört adet alt hipotez geliştirilmiştir.

İkinci hipotezin ilk alt hipotezi olan, "**H_{2a}:** Altın Çini'nin algılanan genel imajı paydaşların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir." Hipotezi test edilebilmek için "cinsiyet" değişkeni ile "algılanan genel imaj" değişkeni arasında yapılan t-testi sonucunda ilk alt hipotez reddedilmiştir ($t=-0,41$, $p>0,70$). Kadınlar şirket imajını algılama konusunda erkeklerden daha olumlu düşünmektedirler. Fakat, kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

İkinci hipotezin ikinci alt hipotezi olan, "**H_{2b}:** Altın Çini'nin algılanan genel imajı paydaşların yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir." Hipotezin test edilebilmesi için "yaş" değişkeni ile "genel imaj" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda ikinci alt hipotez kabul edilmiştir ($F=4,10$, $p<0,02$). Gruplar arası farklılıklara baktığımızda, 18-23 yaş grubundakiler, 24-35 yaş grubundakilere göre daha olumsuz cevaplar vermişler ve bu iki grup istatistiki olarak farklıdır. 24-35 yaş grubundakiler ise 36-üstü yaş grubundakilere göre daha olumlu cevaplar vermişler ve bu iki yaş grubu da birbirinden farklıdırlar. Ayrıca, 36-üstü yaş grubundakiler, 18-23 yaş grubundakilere göre daha olumlu fikirler beyan etmelerine rağmen, bu iki grup arasında anlamlı farklılıklar bulunamamıştır.

İkinci hipotezin üçüncü alt hipotezi olan, "**H_{2c}:** Altın Çini'nin algılanan genel imajı paydaşların medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir." Hipotezin test edilebilmesi için "medeni durum" değişkeni ile "genel imaj" değişkeni arasında yapılan t-testi sonucunda üçüncü alt hipotez reddedilmiştir ($t=0,40$, $p>0,69$). Evlilerin genel imajı algılaması bekarlara göre daha olumlu olmasına rağmen, iki grup arasında istatistiksel anlamda bir fark bulunamamıştır.

İkinci hipotezin dördüncü alt hipotezi olan, "**H_{2d}:** Altın Çini'nin algılanan genel imajı paydaşların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir." Hipotezin test edilebilmesi için "eğitim durumu" değişkeni ile "genel imaj" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda dördüncü alt hipotez de reddedilmiştir ($F=0,04$, $p>0,96$). Orta eğitim seviyesindekiler; lise ve üniversite seviyesindekiler, üniversite seviyesindekiler de lise seviyesindekilere göre daha olumlu cevaplar vermiş olmalarına karşın, bu gruplar arasında farklılıklar bulunamamıştır.

Araştırmanın ikinci hipotezinin alt hipotezlerine ilişkin yapılan hipotez testleri sonucunda, araştırmanın ikinci hipotezinin sadece ikinci alt hipotezi kabul edilmiş, diğer alt hipotezleri ise reddedilmiştir. Dolayısı ile ikinci hipotez de reddedilmiştir.

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan, "**H_3:** Şirketin algılanan imajı, paydaşların şirket ve/veya ürünleri hakkında geçmiş tecrübelerine ve şirkete aşinalık derecesine göre farklılıklar göstermektedir." Hipotezi test edebilmek için bu hipoteze ilişkin 4 adet alt hipotez geliştirilmiştir.

Üçüncü hipotezin ilk alt hipotezi olan, "**H_{3a}:** Altın Çini'nin algılanan imajı, paydaşların daha önceden herhangi bir Altın Çini ürünü satın alıp almamasına göre farklılık göstermektedir." Hipotezin test edilebilmesi için "ürün tecrübesi" değişkeni ile "algılanan genel imaj" değişkeni arasında yapılan t-testi sonucunda ilk alt hipotez kabul edilmiştir ($t=3,59$, $p<0,01$).

Üçüncü hipotezin ikinci alt hipotezi olan, "**H_{3b}:** Altın Çini'nin algılanan imajı, paydaşların porselen ürünü satın alma sıklıklarına göre farklılık göstermektedir." Hipotezin test edilebilmesi için "ürün satın alma sıklığı" değişkeni ile "genel imaj" değişkeni arasında Bonferroni çoklu karşılaştırma kriteri kullanılarak yapılan ANOVA testi sonucunda ikinci alt hipotez reddedilmiştir ($F=1,51$, $p>0,21$). Ürün satın alma sıklığı, 5-yılda birden daha sık satın almaya doğru gittikçe cevaplar daha olumlu hale geldiği halde, bu gruplar arasında anlamlı farklar bulunamamıştır.

Üçüncü hipotezin üçüncü alt hipotezi olan, "**H_{3c}:** Altın Çini'nin algılanan imajı, paydaşların şirketin sponsorluk faaliyetlerinden haberdar olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir." Hipotezin test edilebilmesi için "sponsorluk" değişkeni ile "algılanan genel imaj" değişkeni arasında yapılan t-testi sonucunda üçüncü alt hipotez de reddedilmiştir ($t=1,01$, $p>0,32$). Altın Çini'nin sponsorluk faaliyetlerinden haberdar olduklarını söyleyenlerin haberdar olmadıklarını söyleyenlere göre, şirketin imajını algılamalarında daha olumlu bir bakış açısı söz konusu olsa da bu iki grup arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Üçüncü hipotezin dördüncü alt hipotezi olan, "**H_{3d}:** Altın Çini'nin algılanan imajı, paydaşların Altın Çini reklamlarıyla karşılaşıp karşılaşmadıklarına göre farklılık göstermektedir." Hipotezin test edilebilmesi için "reklamlarla karşılaşma" değişkeni ile "genel imaj" değişkeni arasında yapılan t-testi sonucunda dördüncü alt hipotez kabul edilmiştir ($t=-3,24$, $p<0,01$). Altın Çini reklamlarıyla karşılaştıklarını söyleyenler, karşılaşmadıklarını söyleyenlere göre daha olumlu bir imaj algılamasına sahiptirler ve bu iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Araştırmanın üçüncü hipotezinin bir ve dördüncü alt hipotezleri kabul edilmiş ve ikinci ve üçüncü alt hipotezleri reddedilmiştir. Buna göre araştırmanın üçüncü hipotezinin kısmen kabul edildiğini söyleyebiliriz.

SONUÇLAR

Araştırmanın ilk sonucu olarak kurumsal imajın bileşenleri yenilikçilik, güvenilirlik, performans, sosyal sorumluluk, işveren imajı, dağıtım kanalları şeklinde belirlenmiştir. Kurumsal imaj ile en güçlü ilişki güvenilirlik faktörü arasında ortaya çıkmıştır. Güvenilirliği sırasıyla; işveren imajı, yenilikçilik, dağıtım kanalları, performans ve sosyal sorumluluk izlemektedir. Değişkenlerin literatürde saptanmış 9 faktör yerine 7 alt faktöre yüklendiği görülmüştür. Literatürde belirlendiği halde bu araştırma sonucunda rastlanmayan faktörlerden ilki 'ürünler' faktörüdür. Paydaşların şirketin imajını algılamalarında ürünlerin ayrı bir faktör olarak temel oluşturmamasının sebebi;

-Uygulama yapılan şirketin; paydaşlarının günlük kullanımına yönelik fonksiyonel ürünler yerine (yemek takımı, fincan-bardak takımı, vb.) paydaşları tarafından sıkça kullanılmayan ve fonksiyonlarının beyinlerinde yer etmeme ihtimali bulunan ürünlerin (çini vazo, süs eşyaları, hediyelik eşyalar, vb.) üretimine ağırlık vermesi,

-Şirketin ürünleri arasında önemli bir yere sahip olan sivil mimari ve dini mimari ürünlerinin satın alınmasında şirket paydaşlarının etkisinin az olması ve insanlar tarafından mimari ürünlerinin üreticilerinin kim olduğu konusuna daha az dikkat edilmesinden dolayı paydaşlar tarafından bu ürünlerin, şirkete ait olduğunun bilinememesi,

-Şirketin ürünlerini şehir ve ülke çapında bayilerinin çok az olmasından dolayı paydaşlarına yeterince ulaştıramaması, olduğu düşünülmektedir. Üçüncü sebebin araştırma sonucunda ortaya çıkan 'dağıtım kanalları' faktörünün belirleyici olmasıyla bir tezat teşkil edebileceği akla gelse de az olan bayilerin paydaşlar tarafından daha çok dikkat çektiği, hatırlandığı ve paydaşlar üzerinde tutarlı izlenimler bıraktığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Literatürde belirlendiği halde araştırma sonuçlarınca desteklenmeyen ikinci belirleyici faktör ise müşteri sadakati faktörüdür. Bu faktöründe belirleyici olmamasında yine ürünler faktörünün belirleyici olmamasında rol oynayan sebeplerin geçerli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın ikinci sonucunda ise farklı paydaşların şirketin imajını algılamasında farklılıklar bulunduğu ortaya konmuştur. Şirketin; müşterileri,

potansiyel müşterileri, çalışanları ve bayileri şirketin imajının; yenilikçilik, güvenilirlik, performans, sosyal sorumluluk, işveren imajı ve dağıtım kanalları bileşenlerini birbirlerinden farklı algılamaktadırlar. Her paydaş grubunun şirketin belirli özellikleriyle ve faaliyetleriyle daha fazla ilgili olmalarından dolayı şirketin imajının bileşenlerinin farklı algılanacağı literatürde savunulan bir noktadır. Bu sonucuyla literatürü desteklemek suretiyle literatüre katkı sağlamaktadır. Ne var ki şirketlerin tek bir kimliği vardır ve paydaşlarına bu kimliğini yansıtmak istemektedirler. Dolayısı ile farklı paydaşlarının gözünde tek kimliklerinin yansıması olan tek bir imajlarının olmasını arzu etmektedirler. Altın Çini şirketinin de sahip olduğu kimliğinin tüm paydaş gruplarınca aynı şekilde algılanmasını sağlamak veya algılama farklılıklarını en aza indirmek için tüm paydaşlarına yönelik kurumsal iletişim çabalarını bütünleşik bir şekilde yürütmesi gerekmektedir.

Araştırmanın üçüncü sonucu ise; şirketin kurumsal imajının paydaşların şirket ve/veya ürünleri hakkındaki tecrübelerine ve şirkete aşinalıklarına göre de farklılıklar göstermesidir ki, bu sonuç da literatürle paralellik göstermektedir ve literatürü destekler mahiyettedir. Ayrıca kurumsal imajın cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu gibi farklı demografik özelliklere sahip paydaşları tarafından algılanışı arasında farklılıkların bulunmaması da literatür ile paralellik göstermektedir.

KAYNAKÇA

ANDREASSEN, Tor Wallin, LINDESTAD, Bodil, "Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise", **International Journal of Service Industry Management**, Vol:9, Ocak 1998.

ARGENTI, Paul A., " Corporate Communication as a Discipline: Toward a Definition", **Corporate Communication Quarterly,** Vol:10, Ağustos 1996.

BALMER, John M.T., GRAY, Edmund R., "Corporate Identity and Corporate Communications: Creating a Competitive Advantage", **Industrial and Commercial Training**, Vol:32, 2000, s:256. , Van Riel ve Balmer 1997.

CHRISTIAN, Richard C., " Industrial Marketing", **Journal of Marketing**, Vol: 1, Temmuz 1959.

CORNELISSEN, Joep, "Corporate Image: An Audience Centered Model", **Corporate Communication**, Vol:5, Nisan 2000.

DINÇER, Müjde Ker, **İş Yaşamında ve Özel Yaşamda Kişisel İmaj**, Üçüncü Basım, İstanbul, 2001.

DOWLING, G.R. "Managing Your Corporate Image", **Industrial Marketing Management**, Vol 15, 1986.

GÜZELCİK, Ebru, **Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı**, Birinci Basım, İstanbul, Sistem Yayıncılık, 1999.

KAZOLEAS, Dean, KIM Yungwook, MOFFIT, Mary Annet, "Institutional Image: A Case Study", **Corporate Communications**, Vol: 6, Eylül 2001.

GREGORY, James R., WICCHMAN, Jack G., **Marketing Corporate Images**, Lincolnwood, Illinois, 1993.

HATCH, Mary Jo, SCHULTZ, Majken, "Relations Between Organizational Culture, Identity and Image", **European Journal of Marketing**, Vol:31, Eylül 1997.

NGUYEN, Nha, LEBLANC, Gaston, "Corporate Image and Corporate Reputation in Customers' Retention Decisions in Services", **Journal of Retailing and Consumer Services**, Vol:8, 2001.

RUYTER, Ko de, WETZELS, Martin, "The Role of Corporate Image and Extension Similarity in Service Brand Extensions", **Journal of Economic Psychology**, Vol: 21, 2000.

VAN HERDEN, Cornelius H., PUTH Gustav, "Factors That Determine the Corporate Image of South African Banking Institutions: An Exploratory Investigation", **The International Journal of Bank Marketing**, Vol:13, Temmuz 1995.

VAN RIEL, Cees B. M., **Principles of Corporate Communication**, Essex, Academic Service and Prentice Hall, 1992.

VAN RIEL, Cees B.M., BALMER John M.T., "Corporate Identity: the Concept, Its Measurement and Management", **European Journal of Marketing**, Vol:31, Eylül 1997.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

KOBİ Sahip ve Yöneticilerinin Rekabet Stratejilerini Farklı Performans Ölçütleri Açısından Değerlendirmesine Yönelik Bir Saha Araştırması

Mehmet AYTEKİN[*]
Nihat KAYA[**]
Bülent ÖZKAN[***]

Özet: Son yıllarda büyük işletmelerce uygulanan rekabet stratejileri işletme literatüründe önemli oranda inceleme konusu olurken, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler açısından bu alanda daha az araştırma yapılmıştır. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, büyük işletmelerle kıyaslandığında birçok yönden farklı yapı ve anlayışa sahiptirler. Bu farklı anlayışlara rağmen, büyük işletmelerde başarı ile uygulanan stratejilerin aynen KOBİ'lerde uygulanması olumsuz sonuçlara neden olabilir. Bu nedenle özellikle stratejik yaklaşımlar yönünden KOBİ'lerin daha detaylı incelenmesinde yarar vardır. Bu araştırmamızda makine ve ekipmanları sektörü ile metal sanayi sektöründe Gebze ve civarında faaliyet gösteren KOBİ'lerde uygulanan rekabet stratejileri çeşitli performans ölçütlerine göre değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucu; Toplam kaliteyi gerçekleştirmeye yönelik programları uygulama, Özel ürün yada hizmetlerin üretimine önem verme, Kapsamlı kontrol prosedürleri uygulama ve Yüksek nitelikli personel istihdam etme stratejileri ile incelenen tüm performans kriterleri arasında ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, rekabet stratejisi, performans,kalite

A Field Study of the Evaluation of Competitive Strategies of SME's Owners and Managers with Different Performance Measurements

Abstract: Although strategies implemented by large firms have long been a primary subject in the literature and concern of practitioners, not as much studies and research have been done on the strategic dimension of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs). Since SMEs differ from large firms in terms of their structure and approaches in many respects, strategies implemented successfully by the large firms may not become effective for the SMEs. For this reason it's especially important to analyze SMEs in terms of strategies they follow. In this research, strategies implemented by the SMEs in metal and machine and equipment sector operating in the Marmara and Gebze region have been analyzed against a variety of performance criteria. In this study, a relationship is found between all the performance criteria considered and the following variables: the applications of programs to improve TQM, giving importance to the production of special products and services, application of comprehensive control procedures, and employing highly skilled personnel strategies.

Keywords: SME, competitive strategy, performance,quality

[*] Yrd. Doç.Dr., Gaziantep Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü.
[**] Doç.Dr., Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi.
[***] Dr. Gaziantep Üniversitesi, Nizip M.Y.O.

GİRİŞ

Ulusal ve Küresel pazarların genişlemesi ve bu pazarların hacim olarak artması, büyük işletmelere olduğu kadar Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere de önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlar artık sadece seri üretimden kaynaklanan düşük maliyet avantajından ziyade, farklı, kaliteli ve müşterinin birçok beklentisini karşılayabilen kısaca müşteri istek ve beklentilerinin temel alındığı bir üretim anlayışının yerleşmesine neden olmaktadır. Müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayabilme kapasiteleri işletme performansı üzerinde önemli etkiler yapmakta, bu kapasiteyi artıran işletmeler sürekli gelişmekte ve büyümektedirler. Araştırmacılar yüksek performans gösteren işletmelerin şu özellikleri gösterdiğini tesbit etmişlerdir *(Long ve Vickers-Koch, 1995)*:

* İşletmenin temel kabiliyetlerini (yetenek, bilgi, tutum ve know-how) geliştirip destekleyen, ortak değer ve uygulamalarla güçlüdürler. Bu ortak değer ve uygulamalar, müşteri memnuniyetini artırmaya yöneliktir.

* İşletmenin temel kabiliyetleri, temel hedeflere etkin bir biçimde bağlıdır.

* İşletmenin başarısına ve gelişimine kendisini adamış güçlü liderlere sahiptirler.

Başarılı işletmelerin belirlenen bu temel özellikleri gerçekte kabiliyetlerin stratejik olarak kullanılması anlamındadır. Kabiliyetlerin kullanımı KOBİ'ler açısından değerlendirildiğinde, esnek uzmanlığa doğru götüren bir stratejik özellik arz etmektedir. Düşük ve yüksek performans gösteren KOBİ'ler arasındaki temel ayrılık, işte bu stratejik yaklaşımlar arasındaki farklılıklardır. KOBİ'lerin hem küçük ölçek ve çok amaçlı ekipmanın verdiği esneklikten, hem de büyük işletmelerin göstermiş olduğu uzmanlıktan yararlanabilmesinin en önemli sonucu, stratejik bakış açılarının üretim hattına yansıtılmasıdır. Stratejik bakış açılarının KOBİ'ler açısından önemi son derece artmaktadır. Rekabet açısından stratejik tercihleri yapan, uygulayan ve sonuçlarını değerlendiren, KOBİ sahip ya da yöneticileridir. KOBİ sahip ya da yöneticilerinin rekabet stratejilerinin ne tür performansa yol açtığına dair kanaatleri, bu açıdan büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmayı çeşitli rekabet stratejilerinin KOBİ sahip ya da yöneticilerinin değerlendirmelerine bağlı olarak, belirlemiş olduğumuz performans ölçütlerinden hangisine yol açtığını tesbit etmeye yönelik olarak yapılandırdık.

1. KOBİ'LERDE REKABET STRATEJİLERİ

KOBİ'ler tarafından uygulanacak rekabet stratejileri KOBİ'lere özel ve özgü olmalıdır. KOBİ'ler sahip oldukları nitelik ve kabiliyetleri, doğru stratejiler uygulayarak rekabet avantajına dönüştürebilirler. Ancak her şeyden önemli olarak KOBİ'ler; kendi pazar şartlarını, güçlü ve zayıf yönlerini, kabiliyetlerini, kaynaklarını, tecrübelerini, pazarın işleyiş biçimi ile rekabet yeteneklerini iyi bilmelidirler. Tüm bu olgu ve süreçlerin iyi bir analizinden sonra, kendi üretim ve pazarlama stratejilerini geliştirmeleri gereklidir.

Tablo 1. KOBİ Stratejileri

	Ürün stratejisi	**Pazar stratejisi**
Pazara cevap verme stratejileri	* Yeni ürün ya da hizmet sunma * Kaliteli ürün/hizmetler sunma * Ürün çeşitlendirme * Esneklik	* Reklam ve özendirme * Müşteri etkinleştirme * Pazar çeşitlendirme
Ölçek stratejileri	* Niş (odak) stratejisi * Uzmanlaşma * Düşük maliyet * Dikey entegrasyon	* Niş (odak) stratejisi * Dağıtım kanallarına girme * Fiyatlama stratejileri * İşbirliği ve ittifaklar
Faaliyet stratejileri	* Ürüne odaklanma ya da üretim stratejisinde katma değer ekleme	* Pazara odaklanma ya da pazarlama stratejisinde katma değer ekleme

Kaynak: Curtis'in 1983 yılında yayınlamış olduğu *"Strategic Planning for Small Businesses"* isimli eserinden yararlanılarak geliştirilmiştir

Tablo 1'de de görüldüğü gibi iki ana noktada stratejiler geliştirilebilir. Bunlar ürüne ve pazara yönelik stratejilerdir. KOBİ'lerin ürüne yönelik stratejiler geliştirme bakımından, pazara yönelik stratejiler geliştirmeden daha iyi durumda oldukları söylenebilir. Diğer bir deyişle KOBİ'leri, ürün odaklı işletmeler olarak da nitelendirebiliriz. Diğer yandan büyük işletmelerin pazara yönelik stratejilerde daha iyi oldukları açıktır.

1.1. Ürün Stratejileri

Ürün stratejileri genel olarak bir işletmenin müşteri ihtiyaçlarını üstün bir şekilde karşılamak ve müşteriye değer ekleyen ürün/ürünleri üretmek için kullanmış olduğu kalite, yenilik, esneklik, dikey entegrasyon, ürün çeşitlendirme ve uzmanlaşma stratejileridir. KOBİ'ler genelde bu stratejileri belli dönemler için kullanabildiği gibi, birden fazla stratejiyi aynı anda da kullanabilirler.

Ürün yenilikleri, yeterli pazar payı elde etmek ve sürdürmek için önemliyken, süreç yenilikleri düşük maliyetle üretim yapmak açısından önemlidir. KOBİ'lerin düşük sermaye yoğunluğu, düşük yoğunlaşma ve

yüksek seviyede yenilik içeren endüstrilerdeki büyük firmalara oranla yenilikte daha üretken oldukları bulunmuştur *(Noteboom, 1994; Karlsson ve Olsson, 1998)*. Heunks (1998), ürün yeniliklerinin 10-50 arası çalışana sahip küçük firmalarda gelişmeyi hızlandırdığını, süreç yeniliklerinin ise verimliliği artırdığını, öte yandan orta ölçekli firmalarda (50-200) yeniliğin başarı için çok önemli olmadığını, ar-ge neticesinde elde edilen yenilikler hariç, yenilik faaliyetlerinin çoğunlukla düşük karlılığa neden olduğunu ileri sürer *(Heunks, 1998)*. KOBİ'ler temel teknolojilerin küçük ölçekli uygulamalarında, yeni teknoloji-ürün-pazar kombinasyonlarında, mevcut ürün iyileştirmelerinde, yeni ürün-hizmet kombinasyonlarında vb. daha iyidirler. Yani diğer bir deyişle KOBİ'ler geliştirme ve pazara tanıtım uygulamalarında daha iyidirler. Daha düşük maliyetli ve daha orijinal yeniliklerin KOBİ'ler tarafından daha çok yapıldığını, diğer yandan daha yüksek geliştirme maliyetlerini içeren ancak daha az radikal yeniliklerin de büyük işletmeler tarafından çoğunlukla yapıldığı çeşitli araştırmalar neticesinde bulunmuştur *(Noteboom, 1994).*

Yüksek kalite düzeylerinde ürün tasarlama ve üretim yapmayı başarabilen bir işletme önemli bir rekabet avantajına sahip olur *(Ma, 2000).* Kalite anlayışının tüm üretim sürecine uygulanması kayıp ve hata oranının asgari düzeye indirilmesine neden olur *(Shafer ve Oswald, 1996)*. Nihai kullanıcılı pazarlarda faaliyet gösteren firmalarla, endüstriyel pazarlarda faaliyet gösteren firmalar arasında fark olmadığını varsayarak KOBİ'ler için iki tipik durum belirtilebilir *(Azzone ve Cainarca, 1993)*. Bunlar hatırı sayılır pazarlık gücü olan müşterilere sahip KOBİ'ler ile sınırlı pazarlık gücüne sahip müşterileri olan KOBİ'lerdir. Birinci durumda kalite düzeyinin iyileştirilmesi genellikle müşterilerin ihtiyaçlarını karşılama yükümlülüğünü temsil eder ve bazen müşterilerin direkt kontrolleri vasıtasıyla belgelendirilir. Kalite, talep sürekliliğinin bir garantisidir ve KOBİ'ler müşteriler nezdinde en iyi olmak için her yıl kalite standartlarını iyileştirmek zorundadırlar. Kalitenin rekabetçi kullanımı bu tür KOBİ'ler için sınırlıdır ve onların kalite maliyetlerinden dolayı, fiyatlarında artış yapması kabul edilmez. İkinci durumda müşteriler ile işletme arasında genellikle bire bir ilişki yoktur. Bu nedenle KOBİ'lerin işletmenin ürünlerinin "artılarını" tanıtmak için müşterilerini ikna edebilmesi önemlidir. Bu durumdaki KOBİ'lerin, işletmelerinin ve ürünlerinin güvenlik ve performans kalitesini sertifika süreci ile desteklemeleri gereklidir. İkinci durumdaki KOBİ'lerin dışsal kalite iyileştirmelerini, güvenlik düzenlemelerinin var olduğu ve müşterilerin sınırlı pazarlık gücünün olduğu durumlarda kullanabileceğini belirtebiliriz.

KOBİ'ler yeni ürün geliştirme için sınırlı kaynaklara sahip olduklarından, ürettikleri ürünlerinin eskimesinden özellikle etkilenmektedirler. KOBİ'ler, anahtar ürünlerin kaybının etkisini azaltmak için gerekli ürün çeşitliliğinden yoksundurlar. Onların bu zayıf yönleri, çeşitlendirme yapan büyük

rakiplerince çok iyi değerlendirilir. Çeşitlendirmeye gitmemiş KOBİ'ler, pazarları zayıflamaya başladığında çok az alternatife sahiptirler. Ya yeni pazarlarda çeşitlendirmeye gidecekler ya da işten çekileceklerdir *(Sandvig ve Coakley, 1998)*. Çeşitlendirmeye giden KOBİ'ler, meydana getirdikleri gerçek sinerjiyi yönetimsel koordinasyona, kar iyileşmelerine yol açan yeniliklere ya da yeni pazar kazanımlarına dönüştürünce ve maliyet tasarrufları elde edince, sinerjilerden yararlanmaya başlarlar *(Caron ve Harrison, 1999)*. Bir KOBİ sinerji ve alan ekonomilerinden yararlanmak için ürün hattını uzatır ve mevcut ürünleriyle bağlantılı ürün ya da ürünler geliştirirse, yeteneklerini yeni piyasalarda kullanabilir *(Oster, 1994)*. Dikey entegrasyon, bir endüstri zincirinin farklı safhalarını koordine etme anlamında olup, rekabet gücünü artırmak için üretim sürecinin birden fazla safhasında faaliyette bulunmayı içerir *(Dean ve diğerleri, 1998)*. Faaliyet gösterilen endüstrilerin ilk safhalarında pazarlık problemlerinin bulunması, tedarik temin etmedeki güven eksikliği ve özel ihtiyaçlar KOBİ'leri dikey entegrasyona götüren diğer nedenlerdir. Endüstri olgunlaşıp ürünler daha standardize olduğu zaman, işletmelerin dış kaynaklara bağımlılığı artar. Bundan dolayı, daha olgun endüstrilerdeki büyük ölçekli işletmeler daha az entegre olma eğilimindedirler. Daha genç endüstrilerdeki daha küçük işletmeler ve gelişmekte olan KOBİ'lerin birçoğu, dikey entegrasyona gitmeye daha fazla eğilimlidir *(Levy 1993)*.

Stratejik esneklik; bir işletmenin hedeflerini, sahip olduğu bilgi ve yeteneklerinin desteği ile düzenleyerek ya da ayarlayarak belirsizliklere cevap verebilme yeteneğidir. Stratejik esneklik; üretim stratejilerinin gelişimini destekleyerek değişen dış koşullara işletmenin hızlı cevap vermesini sağlar. Esneklik; kalite, maliyet ve yenilikle beraber rekabetçi üstünlüklerden biri olarak kabul edilir. Yüksek kalite ve düşük maliyet pazara girmek için bir zorunluluk olurken esneklik; bir işletmenin rekabetçi kabiliyetini artırma açısından anahtar konumdadır. Belirsizlik esnek olmayan işletmeler için tehdit olabilirken, yüksek düzeyde esnek işletmeler için fırsatlar sağlayabilir *(Sackett ve diğerleri, 1997)*. Başarılı üreticilerin değişen talep modelleri ve üretim hacimlerinden ziyade, belirsizliklerle başa çıkmak için stratejik esneklik sağlamaları gereklidir. Stratejik esneklik, sadece bir esneklik gücünü tarif etmez, müşteri taleplerini tahmin etmek için ileri düzeyde süreç ve bilgi teknolojisine sahip çalışanların istihdamının artışını da ifade eder *(Lau, 1996)*. Yüksek oranda esnek olan işletmeler aynı zamanda pazar talebini de (rakiplerin karşılamasının mümkün olmadığı müşteri beklentilerini karşılama yoluyla) etkileyebilir. Başarılı işletmeler esnekliğin özel bir boyutu üzerine odaklanma yerine, yeni iş şartlarını karşılayabilmek için rekabetçi hedeflerini hızlı bir şekilde ayarlama kabiliyeti veren stratejik bir esneklik anlayışına ihtiyaç duyarlar *(Sackett ve diğerleri, 1997)*. Stratejik esneklik bir iyileştirme programı değildir, aksine uyum sağlayabilme yeteneği ve değişime hazır olabilmedir. Stratejik

esnekliğin amacı, daha fazla tercih imkanı sağlamaktır. Doğru stratejik esneklik, yalnızca nihayetinde tam bir organizasyonel değişimi sağlayan yetenek ve üretim kabiliyetinin gelişimi ile başarılabilir *(Lau, 1996)*. KOBİ'lerin büyük işletmelere göre daha esnek olmalarının önemli bir nedeni, müşteri ihtiyaçlarına hızlı bir biçimde cevap verebilmeleridir. KOBİ'lerde esnekliğin diğer nedenleri şunlardır: Birinci olarak KOBİ sahipleri işletmelerinin kabiliyetleri hakkında çok önemli bilgilere sahiptirler. İkinci olarak, bu tür işletmelerin yönetim yapıları basit ve küçüktür. Yönetim takımlarının küçük olması ve yöneticilerin her gün çok yakın olarak birbirleriyle çalışması bürokrasiyi ortadan kaldırır. Üçüncüsü ise, yönetimin faaliyetlere ve çalışanlara yakınlığı nedeniyle üretim sistemlerinde sıkı bir kontrolün olmasıdır. Son olarak, KOBİ'lerin üretim sistemleri küçük ölçekte üretim yapmaya yönelik olduğu için, talepteki değişimlere daha hızlı cevap verebilirler *(Levy ve Powell, 1998)*.

Uzmanlaşma; farklı beklenti ve ihtiyaçlara cevap vermek yerine, sadece az sayıda dikkatle seçilmiş ürün-müşteri bölümüne odaklanmadır *(Thompson ve Strickland, 1984)*. Küçük işletmelerin büyük işletmeler karşısındaki en önemli dezavantajlarından birisi düşük uzmanlaşma seviyesidir. Orta Büyüklükteki işletmelerin, uzmanlaşma açısından büyük işletmelere yaklaştıkları söylenebilir. Bu uzmanlaşma üretim ölçeğini de destekleyerek, ölçek ekonomisinden yararlanmayı mümkün hale getirir. Esnek uzmanlık müşteri ihtiyaçlarının sürekli değiştiği pazarlarda ürün üretme yeteneğine ve yetenekli çalışanlar tarafından genel amaçlı makinaların esnek kullanımına dayanır *(Dijk, 1995)*: OBİ'lerde (Orta Büyüklükteki işletmelerde) esnek uzmanlaşma, küçük işletmeler için geçerli olan esneklikten ziyade daha çok büyük işletmelerde karşılaşılan esnekliğe benzer. Diğer bir deyişle büyük işletmeler kadar karmaşık olmamakla birlikte optimal yapının getirdiği esneksizlikten bahsedilebilir. Ancak bu durum tüm sektörler için değil bazı sektörler için geçerlidir. Burada esnek uzmanlaşmayı KOBİ'ler açısından sağlayan, çok amaçlı ekipmanın ve uzmanlaşmış insan kaynağının işletme bünyesinde bulunmasıdır. Ancak uzmanlaşma ölçek ekonomilerinden yararlanmayı ve güçlü bir pazar konumu edinmeyi sağlasa da diğer yandan, uzmanlaşma işletmeyi kolayca tek kültürlü bir duruma dönüştürebilir. Bu da istikrarsızlık dönemlerinde işletmenin zarar görmesine neden olabilir. Uzmanlaşma ile çalışan faaliyetlerinin işletmede daha fazla düzenlenme ihtiyacı ortaya çıkar. İşletme günlük rutin işlere ve tecrübeye daha fazla bağımlı hale gelir *(Heunks, 1998)*.

KOBİ'lerin maliyet liderliği stratejisini geniş Pazar hedefinde uygulamaları çok zordur. Bu nedenle daha dar bir pazarda düşük maliyeti uygulamaları daha olasıdır. Bu strateji, dar bir pazar bölümüne odaklanma ile tüm maliyetleri düşük düzeyde tutma üzerine kurulmuştur *(Wright,ve diğerleri, 1996)*.

1.2. Pazar Stratejileri

Pazar stratejileri KOBİ'lerin pazara yönelik olarak geliştirdikleri stratejilerdir. Bu stratejilerin en önemlileri fiyatlama stratejileri, pazarlama kanalı stratejileri ve reklam-özendirme stratejileridir.

Büyük işletmelerle direkt olarak fiyat rekabetine girmek, KOBİ'ler için oldukça zordur. Aşırı kapasite bulunan endüstrilerde genelde önemli fiyat rekabetleriyle karşılaşılır. KOBİ'ler, böyle endüstrilerde büyük ölçeğe sahip işletmeler karşısında zayıf bir konumdadır. Ölçek ekonomilerinin verdiği düşük maliyeti, büyük işletmeler fiyat rekabetinde yıpratıcı bir biçimde genelde kullanırlar *(Dean ve diğerleri, 1998)*. Bu nedenle Fiyatlama stratejileri birçok üreticinin olduğu ve direkt olarak büyük rakiplerin hedeflenmediği pazarlarda genelde KOBİ'ler tarafından kullanılmaktadır.

Reklam ve özendirme stratejileri ise KOBİ'lerin sahip olduğu kaynak yapısı ile doğrudan alakalıdır. Direk özendirme metotlarından reklamın maliyeti, KOBİ'ler açısından son derece önemlidir. Bir çok KOBİ, yüksek maliyetli reklamlardan özellikle kaçınır. Bu eksikliklerini genelde ihtisas fuarlarında yer alarak gidermeye çalışırlar. KOBİ'lerin genel yapısına bakıldığında çoğunlukla dar bir pazar ve müşteri kitlesine hitap ettikleri ya da büyük işletmelerin tamamlayıcısı oldukları görülür. Daha dar ve odaklanmış bir reklam stratejisi izledikleri veya hiç reklam yapmadıkları söylenebilir. Dolaylı satış özendirmeleri son yıllarda oldukça öne çıkan konulardan birisidir. Müşteri hizmetleri; halkla ilişkiler ve iyi müşteri ilişkilerinin her ikisinin bir parçasıdır. Endüstriyel ürün üreten KOBİ'ler için en iyi müşteri hizmetleri; zamanında teslim, istenilen ürün niteliklerine uygunluk ve etkili muhasebe metotlarıdır *(Steinhoff ve Burgess, 1993)*. Bunlara müşteri etkinleştirme stratejisini ilave edebiliriz. Müşteri etkinleştirmede ana hedef; müşterinin işini tümüyle anlamak ve müşterinin faaliyetlerinin etkinliğini iyileştiren ürün ve hizmetleri sunmaktır *(Curtis, 1983)*. KOBİ'lerin müşterilere yakınlığı ve onlarla daha sıkı ilişkileri nedeniyle bu stratejide başarılı olma ihtimalleri oldukça yüksektir. KOBİ'lerin bu amaç doğrultusunda hizmet verecek özel bir birimi yapılarında kurmaları ve uzmanlaştırmaları gereklidir.

Pazarlama kanalı stratejilerini oluşturmak KOBİ'ler için önemli zorluklar içermesine rağmen, bunu başaran işletmeler önemli rekabet avantajı elde etmektedirler. Pazarlama kanalının üyeleri bir çok fonksiyonu yerine getirir: planlama için ihtiyaç duyulan bilgiyi toplarlar, sunulan ürün hakkında ikna edici iletişimi kurar ve geliştirirler, alıcılarla ilişki ve iletişim kurarlar, alıcıların ihtiyaçlarına ürünleri uyumlama ve şekillendirme çalışmalarında bulunurlar, fiyat üzerinde bir uzlaşma sağlarlar, taşıma ve depolama faaliyetlerinde bulunurlar, kanalın maliyetleri için fon bulurlar, dağıtımla ilgili riskleri alırlar *(Kotler ve Armstrong, 1987)*. Pazarlama kanalının

oluşturulması önemli kaynak ihtiyacı gerektirir. KOBİ'ler, bu zayıflıklarını diğer şirketlerle oluşturacakları şebeke ilişkileri vasıtasıyla giderebilirler.

İşletmeler arası işbirliği, uzun vadeli olarak yapılan sözleşmeleri ya da sahiplik anlaşmalarına dayalı ilişkileri içerebilir. Özellikle istikrarsız endüstrilerde faaliyet gösteren KOBİ'ler, işbirliği stratejilerine daha fazla önem verirler. KOBİ'ler, yaptıkları bu işbirliği sayesinde çevresel belirsizlikleri azaltır ve böylece performanslarını iyileştirebilir *(Golden ve Dollinger, 1993)*, önemli avantajlar elde edebilirler. İşbirliği ile küçük ölçekten kaynaklanan yüksek maliyetlerini düşürebilir *(Noteboom, 1992)*, alan ekonomisinden yararlanabilir *(Gomes-Casseres, 1996)*, üretim, pazarlama ve yönetimde mevcut bulunan zayıf uzmanlık durumunun veya zayıf finansal konumun getirdiği problemlerin bir kısmını çözmede yararlanabilir, yenilikçi kabiliyet ve teknolojik yeteneği oluşturmak için kullanabilirler *(Jarratt, 1998)*.

KOBİ'ler niş (odak)'lerde faaliyet göstererek karlılıklarını artırabilirler. Böyle bir stratejiyi büyük işletmelerin hakim olduğu endüstrilerde ölçekten kaynaklanan dezavantajlarını telafi etmek üzere uygularlar *(Audretsch ve diğerleri, 1999)*. KOBİ'ler, büyük işletmelerin genelde atladığı veya ihmal ettiği alanlara girebilirler. Diğer bir deyişle, büyük işletmelerin ilgilenmediği şeye KOBİ'ler odaklanabilirler *(Thompson ve Stricland III, 1984)*. Niş fırsatları, KOBİ'ler için gelişmeyi beraberinde getirir. Bu nedenle KOBİ'ler Niş fırsatlarına daha iyi tepki verirler. Bu gelişmeyi sürdürmek için ise önemli finansal ve insan kaynaklarına ihtiyaç vardır *(Dean ve diğerleri, 1998)*.

2. Araştırma Metodu

Araştırma Marmara Bölgesinde makine ve ekipmanları endüstrisi ile metal endüstrisinde faaliyet gösteren 70 KOBİ sahip ve yöneticisi üzerinde yapılmıştır. Araştırma bir fabrika organizasyonuna ve 10 ila 250 arası çalışana sahip KOBİ'lerin sahip ve yöneticileri üzerinde, anket yöntemi ile yapılmıştır. Araştırmada incelenen performans ölçütleri; karlılık ya da finansal performans, nakit akışı, yatırımların geri dönüşü ve tüm firma performansıdır. Belirlemiş olduğumuz farklı performans ölçütlerine göre KOBİ sahip/yöneticilerine işletmelerini, aynı endüstride faaliyet gösteren diğer işletmelerle kıyasladığında düşük, orta, iyi ve çok iyi olarak ne kadar başarılı buldukları sorulmuştur. Performans ölçütleri Brews ve Hunt'un 1999 yılında yayınlanan makalesinden yararlanılarak geliştirilmiştir. KOBİ sahip ve yöneticilerinin işletme başarısını etkilediğini düşündüğü 27 farklı stratejiden oluşan sorular Miller, Burke ve Glick'in 1998 yılında yayınlanan makalesinden yararlanılarak geliştirilmiştir. Performans ölçütünün Alfa güvenilirlik katsayısı 0,90'dır. Rekabet stratejilerine ait Alfa güvenilirlik katsayısı 0,92'dir. Araştırmada analizler bilgisayar ortamında SPSS for

Windows 9.0 istatistik programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırma bulguları, korelasyon ve regresyon analizleri ile değerlendirilmiştir.

2.1. Araştırma Bulguları

Araştırmada öncelikli olarak KOBİ sahip/ yöneticilerinin başarılarını etkilediğini düşündükleri 27 farklı rekabet stratejisi ile performans ölçütleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Performans ölçütleri ve stratejiler arasındaki korelasyon değerleri

Stratejiler	**P1**	**P2**	**P3**	**P4**
Rakiplerin aşağısında fiyat belirleme	.26*	.29*	.30*	.36**
Mevcut ürünleri iyileştirme				.25*
Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma				.27*
Yaygın müşteri hizmeti sağlama	.44**			
Firmanın tanınmasını sağlama ve bunu sürdürme	.29*			
Ürün/hizmet pazarları için kullanılan tekniklerde yenilikçilik	.35**			
Ürün/hizmetleri üretim biçiminde yenilikler yapma		.25*		.32*
Yüksek nitelikli personel istihdam etme		.25*	.32*	.27*
** p< .01 ; * p< .05				
P1= Karlılık / finansal performans, P2= Yatırımın geri dönüşü, P3= Nakit akışı, P4= Tüm firma performansı				

Daha detaylı sonuçların elde edilmesi amacıyla, işletme performans ölçütleri ile belirlenen 27 ayrı strateji arasında regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 3. İşletme Stratejilerinin, Karlılık/Finansal Performans İle Regresyon Analizi.

İşletme Stratejileri	**Beta**	**Sig.**
T1 Rakiplerin aşağısında fiyat belirleme	-.28	.154
T2 Yüksek fiyatlı Pazar bölümlerini hedefleme	.11	.533
T3 Sık sık yeni ürün ve hizmetler geliştirme	-.56	.021
T4 Mevcut ürünleri iyileştirme	-.02	.918
T5 Yaygın müşteri hizmeti sağlama	-.67	.017
T6 En düşük birim maliyetini arama ya da sürdürme	-.36	.079
T7 Endüstrideki firmalardan daha fazla reklam yapma	-.21	.185
T8 Geniş bir ürün hizmet dizisi sunma	.19	.359
T9 Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma	.59	.016
T10 Sürekli olarak daha yüksek eğitimli işgücü istihdam etme	-1.5	.002
T11 Firmanın tanınmasını sağlama ve bunu sürdürme	.05	.840
T12 Ürün/hizmet pazarları için kullanılan tekniklerde yenilikçi olma	.34	.134
T13 İşletmenin ürün/hizmet dağıtımını kontrol etme	.20	.396
T14 Hammadde tedarikini iyileştirme stratejilerine yatırım yapma	.35	.064
T15 Dışarıdan finansal kaynak temin etmeyi en asgari düzeye indirme	-.10	.579
T16 Özel coğrafi alanlara hizmet etme	-.28	.087
T17 Endüstride iyi bir ün geliştirme ve devam ettirme	1.03	.002
T18 Pazar gelişimini tahmin etme	-.30	.177
T19 Özel ürün/hizmetlere önem verme	-.77	.006
T20 Ürün/hizmetleri üretim biçiminde yenilikler yapma	.39	.060
T21 Yüksek nitelikli personel istihdam etme	1.44	.001
T22 Etkili envanter yönetimi	.52	.057
T23 Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama	-1.08	.000
T24 Çekici tasarım ya da ambalajlama	-.38	.134
T25 Diğer firmalarla işbirliği yapma ittifaklar kurma	.56	.039
T26 Hızlı teslim için, firmaya sipariş verilmesini kolaylaştırma	.51	.071
T27 Üretimde esnekliği sağlama ve siparişten teslime kısa işleme süreleri oluşturma	-.02	.931
Bağımlı değişken= Karlılık ya da finansal performans		
R^2 = .401 F = 2.263p< .05 (.023)		

Firma karlılığı ya da finansal performans bağımlı değişkeni ile regresyon yapıldığında; "T3=Sık sık yeni ürün ve hizmetler geliştirme, T5=Yaygın müşteri hizmeti sağlama, T9=Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma, T22=Etkili envanter yönetimi, T25=Diğer firmalarla işbirliği yapma ittifaklar kurma" stratejileri p< ,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. "T10=Sürekli olarak daha yüksek eğitimli işgücü istihdam etme, T17=Endüstride iyi bir ün geliştirme ve devam ettirme, T19=Özel ürün/hizmetlere önem verme, T21=Yüksek nitelikli personel istihdam etme,

T23=Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama" stratejileri p< ,01 düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Tablo 4. İşletme stratejilerinin, yatırımın geri dönüşü ile regresyon analizi.

İşletme Stratejileri	**Beta**	**Sig.**
T1 Rakiplerin aşağısında fiyat belirleme	-.09	.002
T2 Yüksek fiyatlı Pazar bölümlerini hedefleme	-.00	.632
T3 Sık sık yeni ürün ve hizmetler geliştirme	-.17	.979
T4 Mevcut ürünleri iyileştirme	-.33	.442
T5 Yaygın müşteri hizmeti sağlama	-.60	.205
T6 En düşük birim maliyetini arama ya da sürdürme	-.09	.050
T7 Endüstrideki firmalardan daha fazla reklam yapma	-.00	.665
T8 Geniş bir ürün hizmet dizisi sunma	.26	.955
T9 Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma	.55	.233
T10 Sürekli olarak daha yüksek eğitimli işgücü istihdam etme	-.57	.021
T11 Firmanın tanınmasını sağlama ve bunu sürdürme	.10	.128
T12 Ürün/hizmet pazarları için kullanılan tekniklerde yenilikçi olma	-.02	.680
T13 İşletmenin ürün/hizmet dağıtımını kontrol etme	.09	.911
T14 Hammadde tedarikini iyileştirme stratejilerine yatırım yapma	.04	.716
T15 Dışarıdan finansal kaynak temin etmeyi en asgari düzeye indirme	.02	.817
T16 Özel coğrafi alanlara hizmet etme	-.29	.897
T17 Endüstride iyi bir ün geliştirme ve devam ettirme	.58	.104
T18 Pazar gelişimini tahmin etme	.26	.078
T19 Özel ürün/hizmetlere önem verme	-.65	.277
T20 Ürün/hizmetleri üretim biçiminde yenilikler yapma	.38	.027
T21 Yüksek nitelikli personel istihdam etme	1.27	.071
T22 Etkili envanter yönetimi	-.11	.001
T23 Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama	-.84	.685
T24 Çekici tasarım ya da ambalajlama	-.29	.004
T25 Diğer firmalarla işbirliği yapma ittifaklar kurma	.42	.278
T26 Hızlı teslim için, firmaya sipariş verilmesini kolaylaştırma	.54	.127
T27 Üretimde esnekliği sağlama ve siparişten teslime kısa işleme süreleri oluşturma	-.41	.104
Bağımlı değişken= Yatırımın Geri Dönüşü		
R^2 = .306 F = 1.834 p < .10 (0.069)		

Yöneticilerin işletme karlılığını etkilediğini düşündükleri işletme stratejileri, Yatırımın Geri Dönüşü bağımlı değişkeni ile regresyon analizine tabi tutulduğunda;T5 = Yaygın müşteri hizmeti sağlama, T9 = Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma, T19 = Özel ürün/hizmetlere önem verme" stratejileri p< ,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. "T21 = Yüksek nitelikli personel istihdam etme, T23 = Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama" stratejileri ise, p< , 01 düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Tablo 5. İşletme stratejilerinin, nakit akışı ile regresyon analizi

İşletme Stratejileri	**Beta**	**Sig.**
T1 Rakiplerin aşağısında fiyat belirleme	.11	.562
T2 Yüksek fiyatlı Pazar bölümlerini hedefleme	.36	.855
T3 Sık sık yeni ürün ve hizmetler geliştirme	-.00	.980
T4 Mevcut ürünleri iyileştirme	-.36	.178
T5 Yaygın müşteri hizmeti sağlama	-.48	.117
T6 En düşük birim maliyetini arama ya da sürdürme	-.22	.323
T7 Endüstrideki firmalardan daha fazla reklam yapma	-.24	.155
T8 Geniş bir ürün hizmet dizisi sunma	.14	.522
T9 Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma	.64	.009
T10 Sürekli olarak daha yüksek eğitimli işgücü istihdam etme	-.33	.368
T11 Firmanın tanınmasını sağlama ve bunu sürdürme	.08	.739
T12 Ürün/hizmet pazarları için kullanılan tekniklerde yenilikçi olma	-.08	.734
T13 İşletmenin ürün/hizmet dağıtımını kontrol etme	.28	.272
T14 Hammadde tedarikini iyileştirme stratejilerine yatırım yapma	.05	.759
T15 Dışarıdan finansal kaynak temin etmeyi en asgari düzeye indirme	.12	.541
T16 Özel coğrafi alanlara hizmet etme	-.14	.433
T17 Endüstride iyi bir ün geliştirme ve devam ettirme	.54	.103
T18 Pazar gelişimini tahmin etme	.03	.901
T19 Özel ürün/hizmetlere önem verme	-.62	.036
T20 Ürün/hizmetlerin üretim biçiminde yenilikler yapma	.45	.039
T21 Yüksek nitelikli personel istihdam etme	1.05	.005
T22 Etkili envanter yönetimi	-.12	.661
T23 Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama	-.73	.012
T24 Çekici tasarım ya da ambalajlama	-.43	.115
T25 Diğer firmalarla işbirliği yapma ittifaklar kurma	.23	.402
T26 Hızlı teslim için, firmaya sipariş verilmesini kolaylaştırma	.55	.076
T27 Üretimde esnekliği sağlama ve siparişten teslime kısa işleme süreleri oluşturma	-.33	.197
Bağımlı değişken= Nakit Akışı		
R^2 = .286 F = 1.757 p< .10 (.084)		

Yöneticilerin işletme karlılığını etkilediğini düşündükleri işletme stratejileri, Nakit akışı bağımlı değişkeni ile regresyon analizine tabi tutulduğunda; “T19=Özel ürün/hizmetlere önem verme, T20=Ürün/hizmetlerin üretim biçiminde yenilikler yapma, T23=Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama” stratejileri ile, p< ,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. "T9=Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma, T21=Yüksek nitelikli personel istihdam etme, T23=Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama” stratejileri ile p<,01 düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Tablo 6. İşletme stratejilerinin, tüm firma performansı ile regresyon analizi.

İşletme Stratejileri	**Beta**	**Sig.**
T1 Rakiplerin aşağısında fiyat belirleme	-.11	.457
T2 Yüksek fiyatlı Pazar bölümlerini hedefleme	.00	.986
T3 Sık sık yeni ürün ve hizmetler geliştirme	-.32	.105
T4 Mevcut ürünleri iyileştirme	-.15	.479
T5 Yaygın müşteri hizmeti sağlama	.52	.044
T6 En düşük birim maliyetini arama ya da sürdürme	.03	.832
T7 Endüstrideki firmalardan daha fazla reklam yapma	-.05	.680
T8 Geniş bir ürün hizmet dizisi sunma	.09	.616
T9 Kapsamlı kontrol prosedürleri kullanma	.58	.005
T10 Sürekli olarak daha yüksek eğitimli işgücü istihdam etme	-.66	.040
T11 Firmanın tanınmasını sağlama ve bunu sürdürme	.05	.801
T12 Ürün/hizmet pazarları için kullanılan tekniklerde yenilikçi olma	.07	.723
T13 İşletmenin ürün/hizmet dağıtımını kontrol etme	-.09	.653
T14 Hammadde tedarikini iyileştirme stratejilerine yatırım yapma	.08	.613
T15 Dışarıdan finansal kaynak temin etmeyi en asgari düzeye indirme	-.03	.818
T16 Özel coğrafi alanlara hizmet etme	-.24	.108
T17 Endüstride iyi bir ün geliştirme ve devam ettirme	.91	.002
T18 Pazar gelişimini tahmin etme	.09	.658
T19 Özel ürün/hizmetlere önem verme	-.87	.001
T20 Ürün/hizmetleri üretim biçiminde yenilikler yapma	.58	.003
T21 Yüksek nitelikli personel istihdam etme	.99	.002
T22 Etkili envanter yönetimi	.21	.359
T23 Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama	-1.04	.000
T24 Çekici tasarım ya da ambalajlama	-.28	.208
T25 Diğer firmalarla işbirliği yapma ittifaklar kurma	.61	.011
T26 Hızlı teslim için, firmaya sipariş verilmesini kolaylaştırma	.69	.009
T27 Üretimde esnekliği sağlama ve siparişten teslime kısa işleme süreleri oluşturma	-.55	.013
Bağımlı değişken= Tüm firma performansı		
R^2=.508 F= 2.947 p< .01 (.005)		

Yöneticilerin işletme karlılığını etkilediğini düşündükleri işletme stratejileri, tüm firma performansı bağımlı değişkeni ile regresyon analizine tabi tutulduğunda; "T5=Yaygın müşteri hizmeti sağlama, T10=Sürekli olarak yüksek nitelikli işgücünü işletmede istihdam etme, T25=Diğer firmalarla işbirliği yapma ittifaklar kurma, T27=Üretimde esnekliği sağlama ve siparişten teslime kısa işleme süreleri oluşturma" stratejileri, $p <$,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. " T9=Kapsamlı kontrol prosedürlerinin işletmede kullanımı, T17=Endüstride iyi bir ün geliştirme, T19=Özel ürün/hizmetlere önem verme, T20 = Ürün/hizmetleri üretim biçiminde

yenilikler yapma, T21=Yüksek nitelikli personel istihdam etme, T23=Toplam Kalite geliştirme programlarını uygulama, T26=Hızlı teslim için, firmaya sipariş verilmesini kolaylaştırma" stratejileri p< ,01 düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Tablo 7. Analiz neticesinde elde edilen bulguların genel gösterimi.

Karlılık ya da finansal performans	Yatırımın geri Dönüşü	Nakit akışı	Tüm firma performansı
p< ,05 anlamlılık düzeyinde			
Yaygın müşteri hizmeti sağlama	Yaygın müşteri hizmeti sağlama	Özel ürün/ hizmetlere önem verme	Yaygın müşteri hizmeti sağlama
Sık sık yeni ürün ve hizmetler geliştirme	Özel ürün/hizmetlere önem verme	Ürün/ hizmetlerin üretim biçiminde yenilikler yapma	Diğer firmalarla işbirliği yapma ve ittifaklar kurma
Kapsamlı kontrol prosedürlerini kullanma	Kapsamlı kontrol prosedürlerini kullanma	Toplam Kaliteyi geliştirme programlarını uygulama	Üretimde esnekliği sağlama ve siparişten teslime kısa işleme süreleri oluşturma
Etkili envanter yönetimi			
Diğer firmalarla İşbirliği yapma ve ittifaklar kurma			
p< ,01 anlamlılık düzeyinde			
Toplam Kaliteyi geliştirme programlarını uygulama	Toplam Kaliteyi geliştirme programlarını uygulama	Kapsamlı kontrol prosedürlerini kullanma	Toplam Kaliteyi geliştirme programlarını uygulama
Sürekli olarak yüksek nitelikli işgücü istihdam etme	Sürekli olarak yüksek nitelikli işgücü istihdam etme	Sürekli olarak yüksek nitelikli işgücü istihdam etme	Sürekli olarak yüksek nitelikli işgücü istihdam etme
Özel ürün/ hizmetlere önem verme			Özel ürün/ hizmetlere önem verme
Endüstride iyi bir ün geliştirme ve devam ettirme			Endüstride iyi bir ün geliştirme ve devam ettirme
Sürekli olarak daha yüksek eğitimli işgücü istihdam etme			Kapsamlı kontrol prosedürlerini kullanma
			Ürün/ hizmetlerin üretim biçiminde yenilikler yapma
			Firmaya sipariş verilmesini kolaylaştırma

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

KOBİ'ler rekabet açısından sahip oldukları kısıtların ve yetersizliklerin üstesinden gelebilecek çok az kaynağa sahiptirler. Bu nedenle rekabet ederken yapacakları yanlış stratejik seçimlerin önüne geçebilmeye yardımcı olması bakımından, araştırma bulguları önemli ipuçları vermektedir. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar, yöneticilerin farklı işletme stratejilerini farklı performans ölçütlerine göre nasıl değerlendirdiklerini göstermektedir. Araştırmada uygulanan analizler neticesinde, toplam kaliteyi gerçekleştirmeye yönelik programları uygulama, özel ürün ya da hizmetlerin üretimine önem verme, Kapsamlı kontrol prosedürlerini uygulama ve yüksek nitelikli personel istihdam etme stratejileri ile araştırmada incelenen tüm performans ölçütleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir deyişle araştırmada incelenen işletmelerin sahip/yöneticilerine göre bu işletme taktikleri, belirtilen performans ölçütlerinin tümünde firma başarısını olumlu etkilemektedir. Burada belirtmemiz gereken diğer önemli nokta, araştırmada çeşitli ölçütlere göre ayırdığımız performansın, bu ölçütlerin bir birleşimi olduğudur. Firma karlılığı ya da finansal performans açısından yeni ürün geliştirme ve diğer firmalarla ittifaklar ve işbirliği yapmanın gelir artırma yönünden önemi vardır. Rakipler karşısında, rekabet avantajı temin edilerek karlılık artırılmaktadır. Etkili envanter yönetimi ve kapsamlı kontrol prosedürlerinin kullanımı ile, firma giderleri azaltılarak karlılık düzeyi yükseltilmektedir. Diğer bir deyişle firma dışına nakit akışı azaltılarak, karlılık artırılmaktadır. Bu aynı zamanda yatırımın geri dönüş oranını artırmaktadır. Yaygın müşteri hizmeti sağlama ile müşteri bağlılığı artırılarak, gelirlerin sürekliliği ve yatırımın geri dönüşü temin edilmektedir. Firma ünü oluşturma ve koruma ile, müşterilerin güven duygusu artırılmaktadır. Özel ürünlere önem verilerek (belli bir müşteri kütlesi hedef alınarak odak oluşturulmakta), karlılık düzeyi, nakit akışı ve yatırımların geri dönüş hızı iyileştirilmektedir. İyi eğitilmiş ve yüksek nitelikli personel istihdam etme ile toplam kaliteyi geliştirmeye yönelik programlar daha başarılı uygulanmakta, kaliteli çıktılar elde edilebilmektedir. Yaygın müşteri hizmeti sağlama ile, müşteri bağlılığı geliştirilebilmekte ve firmaya olan nakit akışı iyileştirilmektedir. Diğer firmalarla işbirliği ve ittifaklar yaparak, firmaya nakit girişi artırılmakta, karlılık iyileştirilmektedir. Üretimde esnekliğin sağlanması ile, KOBİ'ler önemli performans avantajları elde edebilmektedirler. İyi eğitilmiş ve iyi niteliklere sahip çalışanların işletmede istihdamının sağlanması, işletmenin finansal ve finansal olmayan performansına olumlu etki yapmaktadır. Araştırma bulguları KOBİ sahip/yöneticilerinin stratejik uygulamalarla ilgili kanaatlerinin, hangi tür performansa yol açtığı ve genel olarak tüm firma performansına nasıl etkilerde bulunduğu hususunda bilgiler vermektedir. KOBİ sahip ya da yöneticilerinin bu

değerlendirmeleri önemlidir. Çünkü onların kanaatleri, uygulamaya yansımaktadır ve uygulamaya geçirilen rekabet stratejileri, firma performanslarını belirlemektedir.

KAYNAKÇA

Audretsch D.B. Prince, Y. M. Thurik, A. R. (1999). "Do Small Firms Compete with Large Firms?", *Atlantic Economic Journal*, 61 (2), 201-209.

Azzone, G. and Cainarca, G. C. (1993). "The Strategic Role of Quality in Small Size Firms", *Small Business Economics*, 5 (1), 63-76.

Brews, P. J. and Hunt, M.R. (1999). "Learning To Plan And Planning To Learn: Resolving The Planning School / Learning Scholl Debate", *Strategic Management Journal*, 20, 889-913.

Caron H. and Harrison, J.S. (1999). "Manufacturing-based Relatedness, Synergy, and Coordination", Strategic *Management Journal*, 20, 129-145.

Curtis, D.A. (1983). *Strategic Planning for Smaller Businesses*, Newyork.

Dean, T.J. Brown, R.L. Bamford, C.E. (1997). "Differences in Large and Small Firm Responses to Environmental Context: Strategic Implications from a Comparative Analysis of Business Formations", *Strategic Management Journal*, 19(7), 709-728.

Dijk, M.P.V. (1995). "Flexible specialization, The New Competition and Industrial Districts", *Small Business Economics*, 7.

Golden, P.A. and Dollinger, M. (1993). "Cooperative Alliances and Competitive Strategies in Small Manufacturing Firms", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 17 (6), 43-56.

Gomes-Casseres, B. (1997). "Alliance Strategies of Small Firms", *Small Business Economics*. 9, 33-44.

Heunks, F. J. (1998). "Innovation, Creativity and Success", *Small Business Economics*, 10 (3), 263-272.

Jarratt, D.G. (1998). "A Strategic Classification of Business Alliances: a Qualitative Perspective Built from A Study of Small and Medium-sized Enterprises", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 1(1), 39-49.

Karlsson, C. and Olsson, O. (1998). "Product Innovation in Small and Large Enterprises", *Small Business Economics*, 10 (1), 31-46.

Kotler, P. and Armstrong, G. (1994). *Principles of Marketing*, Prentice Hall, London.

Lau, R.S.M. (1996). "Strategic Flexibility: A New Realty for World-Class Manufacturing", *S.A.M. Advanced Management Journal*, Spring.

Levy, D.T. (1993). "Comment on Small Firms and Merger Mania", *Small Business Economics*, 5 (4), 319-322.

Levy, M. and Powell, P. (1998). "SME fleexiblity and the Role of Information Systems", *Small Business Economics*, 11, 183-196.

Long, C. and Vickers-Koch, M. *(*1995). "Using Core Capabilities to Create Competitive Advantage", *Organizational Dynamics*, 24 (1), 7-22.

Ma, H. (2000). "Of Competitive Advantage. Kinetic and Positional", *Business Horizons*, 43, 53-64.

Miller, C.C., Burke, L.M., Glick, W.H. (1998). "Cognitive Diversity Among Upper-Echelon Executives; Implications for Strategic Decision Processes", *Strategic Management Journal*, 19 (1), 39-58.

Noteboom, B. (1994). "Innovation and Diffusion in Small Firms: Theory and Evidence", *Small Business Economics*, 6 (5), 327-347.

Oster, M. S. (1994). *Modern Competitive Analysis*, Oxford University Press, Newyork.

Sackett, P.J. Maxwell, D.J. Lowenthal, P.A. (1997). "Customizing Manufacturing Strategy", Integrated *Manufactured Systems*, 8/6.

Steinhoff, D. and Burgess, J.F. (1993). *Small Business Management Fundamentals*, McGraw Hill International Editions, Newyork,.

Sandvig, J.C. and Coakley, L. *(*1998). "Best Practices in Small Firm Diversification", *Business Horizons*, 41 (3), 33-40.

Shafer, S.M. and Oswald, S.L. (1996). "Product-focused Manufacturing for Strategic Advantage", Business *Horizons*, November-December. 24-29.

Thompson, A.A., and Strickland III, A.J. (1984). *Strategic Management*, McGraw-Hill.

Wright, P., Kroll, M., Parnell, J. (1996). *Strategic Management Concepts and Cases*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Bir Mekân Unsuru Olarak İstanbul'un Ahmed Midhat Efendinin Romanlarına Tesiri

Mehmet DOĞANAY*

Özet:Tanzimat Dönemi Türk Edebiyatının önde gelen isimlerinden ve ilk romancılarımızdan olan Ahmed Midhat Efendi, romanlarında vak'aları çok geniş bir mekân yelpazesinde cereyan ettirir. Romanlarını, halkın kültür seviyesini yükseltmek için bir eğitim aracı olarak gören yazar bu amaçla, okuyucuya bilgi vermek düşüncesiyle roman kahramanlarını dünyanın değişik coğrafyalarında dolaştırır. Bu mekânlar içinde İstanbul, en çok karşımıza çıkanıdır. Zaten ilk romancılarımızın genellikle mekânda İstanbul'a lokalize oldukları görülür. Bununla birlikte Türk edebiyatının en çok roman yazan yazarları arasında yer alan Ahmed Midhat, romanlarında mekân olarak İstanbul'u en çok kullanan yazarların başında gelir. İstanbul, onun romanlarına bir mekân unsuru olarak bir çok yönüyle aksetmiştir.

Anahtar Kelimeler : Ahmed Midhat Efendi, roman, İstanbul, mekân.

Effect of İstanbul to Ahmed Midhat Efendi's Novels as A Place Factor

Abstract: Ahmed Midhat, one of the first novelist of Turkish literature and the foremast literature in Tanzimat preiod of Turkish literature, gives the events in a very wide range of settings in his novels. For he considers his novels as a medium to culvivate people, to inform them he makes his characters travel in different parts of the world. Among these places, Istanbul is the one that we mostly come across. It's even clearly seen that our first novelists generally choose Istanbul as a setting.Also, being among the Turkish novelists that wrote many novels, Ahmed Midhat is the first of the writers who used Istanbul as a setting in their novels. Istanbul, as a setting is reflected in his novels almost with ıts all characteristics.

Keywords: Ahmed Midhat Efendi, novel, Istanbul, setting.

GİRİŞ

Türk edebiyatı, 19. yüzyıldan itibaren Batı edebiyatının tesiri altında kalmaya başlamıştır. Bunun bir sonucu olarak, edebiyatımızda bazı yeni edebî türler ortaya çıkmıştır. Bunların içinde, muhtevasındaki teferruat dolayısıyla, gerçek hayata daha yakın olan roman türü özel bir yere sahiptir.

Türk edebiyatında ilk romanların vak'aları genellikle İstanbul'da geçmektedir. Şemseddin Sâmî'nin Taaşşuk-ı Tal'ât ve Fıtnat'ı (1872), Nâmık Kemal'in İntibah'ı (1876) ile Ahmed Midhat Efendi (1844-1912) nin pek çok romanında İstanbul, mekân olarak önemli yer tutar.

İstanbul, ilk romancılarımız içinde, eserlerinin çokluğuyla dikkati çeken Ahmed Midhat Efendinin romanlarında çok daha yoğun olarak

* Türk Dili Okutmanı, Dumlupınar Üniversitesi.

işlenmektedir. Onun romanlarında İstanbul, bir mekân olarak bir çok yönüyle karşımıza çıkar. Bunun sebeplerinden birisi ve belki de en önemlisi, onun eserleriyle hayatı arasında sıkı bir münâsebetin var oluşudur. (Tanpınar, 1985:445; Uğurcan, 1986:185-189; Ülgen, 1994:3-18) Zira Ahmed Midhat'ın hayatında, İstanbul dışında geçen dönemler de bulunmakla birlikte, onun yazarlık bakımından asıl verimli yılları İstanbul'da geçmiştir. Bu açıdan, İstanbul'un onun hayatında ve romanlarında tuttuğu yer oldukça geniştir.

Şehir portreleri ve mekân incelemelerinin edebiyat, sosyal tarih, kültür tarihi ve sosyoloji gibi sahalar açısından şüphesiz büyük önemi vardır. Bu türden incelemeler bakımından, Ahmed Midhat Efendinin romanlarının dikkate değer unsurlar ihtiva ettiği görülmektedir. Onun, zaman zaman konu dışına çıkarak verdiği bilgiler de romanlarını söz konusu unsurlar açısından daha zengin hâle getirmektedir.

Ahmed Midhat Efendinin romanlarındaki bu zenginliği incelemenin, edebiyat tarihimize ve bilhassa bizde roman türünün gelişmesine katkıda bulunacağı düşüncesi, böyle bir konuyu araştırmamızı sağlamıştır. Bu düşünceden hareketle, bu makalemizde Ahmed Midhat Efendinin romanlarında bir mekân olarak İstanbul'un yerini ana hatlarıyla incelemeye çalışacağız.

İSTANBUL'UN BİR MEKÂN OLARAK AHMED MİDHAT EFENDİNİN ROMANLARINDAKİ YERİ

Ahmed Midhat Efendinin, araştırmamız sırasında sayıları altmışı bulan hikâye ve romanlarından sadece "telif romanları" incelenmiştir ki bunların sayısı otuz altıdır.*

Bu romanların yirmi dördünde, İstanbul mekân olarak sık sık yer alır. On ikisinde ise, başka şehirler söz konusudur. Bu durum onun romanlarında İstanbul'a ait yansımaların az olmadığını ve ağırlığı teşkil ettiğini göstermektedir. (Ketene, 1987:22)

*Ahmed Midhat Efendinin bazı romanları, Lâtin harfleriyle muhtelif zamanlarda yayımlanmıştır. 2000 yılından itibaren de Türk Dil Kurumu tarafından yazarın romanlarının tamamı Lâtin harfleriyle yayımlanmaya başlanmıştır. Biz çalışmamız esnasında romanların Osmanlı Türkçesiyle basılan orijinal nüshalarını esas aldık.

Ayrıca, çalışma boyunca yazarın romanları referans olarak verildiğinde, 'Ahmed Midhat Efendi' adı tekrar edilmemiş, sadece roman adları ve sayfa numaraları zikredilmiştir. Kaynakça kısmında, incelenen romanların hepsinin değil, alıntı yapılanların künyeleri verilmiştir.

İstanbul'un, Ahmed Midhat'ın romanlarındaki yerini şu başlıklar altında incelemek mümkündür : İstanbul tarihi, İstanbul'un tabiî ve mimarî güzellikleri, İstanbul'un semtleri, İstanbul'da sosyal hayat.

İstanbul Tarihi

Ahmed Midhat Efendinin romanlarında, İstanbul tarihinin muhtelif devirlerine ait bilgiler bulunmaktadır. Yazar, şehrin miladın 395. senesinde Doğu Roma İmparatorluğu'nun başkenti olmasından başlayarak, kendi yaşadığı zamana kadar olan safahatının muhtelif devirlerinden çeşitli vesilelerle bahseder. Bunların içinde İstanbul'un Türkler tarafından fethine dâir kuvvetli yansımalara rastlanmaz.

Yazarın, içinde İstanbul tarihinden akisler bulunan romanları şunlardır: Süleyman Muslî, Gönüllü, Hüseyin Fellah, Dünyaya İkinci Geliş yahut İstanbul'da Neler Olmuş, Hasan Mellah.

Bir örnek olmak üzere zikredecek olursak, bunlardan Süleyman Muslî adlı romanda Ahmed Midhat, İstanbul'un 1204'te Lâtin'ler tarafından istilâsıyla ilgili bilgiler verir. Bu bilgilerin arasında, İstanbul'un Fâtih Sultan Mehmed tarafından fethedilmesinden sonra şehirde mimarî ve ahlâkî olarak çok olumlu değişiklikler olduğunu belirttikten sonra şöyle bir soru sorar: "Acaba Rum İmparatorluğu'nun Lâtin İmparatorluğu'na tahavvülü esnasında dahi böyle bir intizam ve inzibat hâsıl olup olmadığı şu aralık hatırınıza hutûr eder mi?" (Süleyman Muslî:142)

Midhat Efendi, bu sorunun cevabını vermeden önce, bizde tarihî araştırmalara önem verilmediğini belirtir. Osmanlı tarihinin de yeterince araştırılmadığından yakınır. Ayrıca Bizans tarihi araştırmalarının hiç yapılmadığını söyler. Bizans tarihi için yabancı kaynaklara gitmenin gerekli olduğunu, bu kaynaklara gitmeyen insanların da böyle bir soruyu cevaplamak bir yana, akıllarına bile getirmeyeceğini ifade eder. Yazar bundan sonra, romandaki vak'anın cereyanının kolay anlaşılması için zaten bu bilgilere ihtiyaç olduğunu söyleyerek, İstanbul'un 1204'te Lâtin'lerce istilâsından önceki durumuna ait bilgiler içeren cevabını verir:

> "Mâlûmdur ki İstanbul'da birkaç asır devam eden hükûmete Rum-i Şarkî imparatorluğu denilmesi o tarafta yani Roma'da bir de Rum-i Garbî İmparatorluğu bulunmasından ne'şet eylemiş ve bu iki imparatorluk an-asıl cism-i vahid iken miladın 395 tarihinde Theodosius nam imparatorun vefatı esnasında oğulları Honorius ile Arcadius'un Roma mülkünü Şarkî ve Garbî diye iki kısma ayırıp her kısmı birer müstakil imparatorluk olmak üzere teşkil etmelerinden vücûda gelmiştir." (Süleyman Muslî:143)

Bu sırada İstanbul'da, yani Doğu Roma'da ahlâksızlık son sınırındadır. Bu durumu yazar şöyle ifade etmektedir :

> "Sevdalısını imparatorluk makamına kadar is'ad için kocasına kasd eden imparatoriçeler mi istersiniz? Kezalik müntehabını bu belâlı mevki'e çıkarmak için o mevki'in varisi kendi ciğerparesi evladını kurban eden imparatoriçe valideleri mi istersiniz? Zevcesine malik olmak için karındaşına kasd eden birader mi istersiniz? Hâsılı hayal ve tasavvura bile sığmayacak bir hâl ki maazallah!" (Süleyman Muslî:144-145)

İstanbul'un Tabiî ve Mimarî Güzellikleri

Ahmed Midhat'ın romanlarındaki İstanbul, tabiî ve mimarî güzellikleri açısından son derece güzel ve herkesi kendisine hayran bırakan bir şehirdir. Özellikle Marmara Denizi üzerinden şehre giren roman kahramanlarının hayranlıklarını yazar bazen kendisi dile getirirken, bazen de roman kahramanlarının dilinden verir.

Demir Bey yahut İnkişaf-ı Esrar adlı romanda, Marsilya'dan kalkan bir vapurla bir sabah İstanbul önlerine gelen roman kahramanları Polini ile Mustafa Kamereddin, şehrin görünüşüne hayran olurlar :

> "Hele bir sabah Polini ile Mustafa Kamereddin uykudan uyanarak kendilerini Ayastefanos önlerinde bulup da oradan İstanbul ve Adalar ve Kadıköy ve Üsküdar ve Boğaziçi ve derûn-ı Haliç'in döne döne enzâr-ı temâşâları önünde güya her biri başka bir memleket imiş gibi şayan-ı hayret levhalar tasvir etmesi, yalnız Polini'yi değil Mustafa Kamereddin'i dahi çıldırtmak derecelerine getirmiş idi. İstanbul'a bu suret-i duhûlün enzâr-ı erbâb-ı temâşâda tasvir eylediği acayip kalemle tarif edilmez. Görmeye muhtaç şeylerdendir. Bu tesir, yalnız İstanbul'u ilk defa olarak gören ecnebîlerde vaki' olmakla dahi kalmayıp, an-asıl İstanbullu oldukları hâlde bir müddet gaybûbet etmiş bulunanlarda dahi hâsıldır ki bunu tecrübe eyleyenler de nevâdirden değildir." (Demir Bey yahut İnkişaf-ı Esrâr:239)

İstanbul'un mimarî güzelliklerine ait olarak Taaffüf adlı romanda, Râsih tarihî mekânları ve eski mimarî yapıları ziyaretten hoşlanan birisi olarak anlatılırken şehrin muhtelif tarihî ve mimarî mekânlarından ismen de olsa söz edilir :

> "Gezmeye gidecek mi? Önüne açılan yollar kendisini İstanbul'un birkaç yerinde kâin Çukurbostan'lara, ya Kadırga'ya, Yedikule'ye, Tekfur Sarayı'na, Binbirdirek, Kıztaşı'na, Dikilitaş'a, Çemberlitaş'a, filân götürür veyahut haricen İstanbul surunu boylanırdı. Galata'da Arap Camii, Yeraltı Camii, Boğaziçi'nde Anadolu ve Rumeli Hisarları, Kavak'da Yoros Harabesi gibi yerler Râsih'in mesire yerleri idi. Kâğıthane, Göksu, Veliefendi, Fener filân bu delikanlıyı hiç de mütelezziz edemeyen yerlerden idi." (Taaffüf: 175)

Ahmed Midhat Efendi, İstanbul'a Anadolu'dan, Rumeli'den ve dünyanın hemen her tarafından insanlar geldiğini, bu yüzden şehire "nev-i beşerin sergi-i umûmîsi"denilse doğru olacağını belirtir. Gelenlerin bu şöhretli şehre

hayran olduklarını, dünyada emsali bulunmadığına hükmettiklerini ve bunları gazetelerinde ve seyahatnamelerinde yazdıklarını anlattıktan sonra, "Fakat hakka'l-insaf bir düşünelim . Acaba bunca seyyahlar İstanbul'umuzun letafet-i sun'îsine mi hayran kalırlar?" sorusunu sorar. Sorunun cevabını verirken, İstanbul'da pek çok mimarı hayrette bırakacak nice güzel cami ve minareler olduğunu da belirtir :

> "Saraylar ve kışlalar gibi birtakım enbiye-i cesîmemiz dahi şehrimiz için ziynetten addolunabilir. Lâkin bunlar şehrimizin cesametine nisbetle yüzde ancak yarım derekesinde dahi kalmazlar. Enbiye-i aliyye ve muntazaması bu kadar az olan ve sahil-i bahrde olduğu hâlde henüz bir muntazam rıhtımı bile bulunmayan şehrin letafet-i sun'iyesi hiçbir kimseye hayret-bahş olamayacağını kemâl-i tevazu'la teslim etmeliyiz." (Süleyman Muslî:138-139)

Yazar burada, İstanbul'u süsleyen muhtelif mimarî eserlerin sanat değerlerine ve şehri güzelleştirmek hususundaki kıymetlerine bir diyeceği bulunmadığını, ancak bu tür eserlerin şehrin büyüklüğüyle mütenasip bulunacak kadar fazla olmadığını anlatmaktadır.

Midhat Efendinin, İstanbul'un tabiî ve mimarî güzelliklerine değindiği başlıca romanları şunlardır: Acâib-i Âlem, Demir Bey yahut İnkişaf-ı Esrâr, Eski Mektuplar, Hasan Mellah, Süleyman Muslî, Jön Türk, Paris'te Bir Türk, Vah, Taafüf, Bahtiyarlık.

İstanbul'un Semtleri

Ahmed Midhat Efendinin romanlarında, İstanbul'un hemen bütün semtleri çeşitli vesilelerle okuyucunun karşısına çıkar. Romanların çoğunda bu semtler fonksiyonel bir mekân unsuru olmamakla birlikte onun romanlarının ana mekânının İstanbul olduğunu göstermektedir.

Bunların içinde Beyoğlu, dönemin eğlence merkezi olarak tebârüz etmekte ve diğer semtlere göre kendisinden daha çok bahsettirmektedir. Mehmet Kaplan, İstanbul'un Türk edebiyatındaki etkilerini değerlendirdiği makalesinde, Midhat Efendinin, romanlarının çoğunda İstanbul'u dekor olarak aldığını ve kahramanlarını şehrin pek çok semtinde dolaştırdığını söyleyerek, onun alafranga hayatın temerküz ettiği mekân olması hasebiyle Beyoğlu'nun üzerinde çok durduğunu ifade eder. (Kaplan, 1987 :37-59)
Ahmed Midhat Efendinin alafranga hayatın merkezi olarak gördüğü Beyoğlu, onun romanlarına Karnaval, Henüz On Yedi Yaşında, Bahtiyarlık, Müşâhedât ve Felâtun Bey ile Râkım Efendi adlı romanlarda bütün tafsilâtıyla girer. Adı geçen romanlarda semtin eğlence mahallerini her yönüyle tasvir eden yazarın amacı, buralarda gördüğü çirkinlikleri gözler önüne sermektir.

Ahmed Midhat Efendinin romanlarında "asıl İstanbul" kısmında yer alan semtlerden en çok karşımıza çıkanlar Eminönü, Sirkeci ve Bahçekapısı'dır. Bunlardan başka Aksaray, Langa, Şehzadebaşı, Süleymaniye, Mahmutpaşa, Tahtakale, Davutpaşa, Ayvansaray, Yedikule, Ayastefanos ve Eyüp semtleri çok yoğun olmasalar da ara sıra görünürler. Ahmed Midhat Efendi şehrin "asıl İstanbul" kısmını medenîleşme bakımından yetersiz bulur. Şehrin bu kısmında beşerî ihtiyaçların karşılanması konusunda güçlükler vardır, dolayısıyla yazar, bu konuda şu hükmü verir: "Hakikat payitahtımızın İstanbul cihetini bir şehir addetmekten ise, azîm ve cesîm bir köy addetmek daha münasip olur."(Hayret:6)

Paris'te Bir Türk adlı romanda Nasuh'a, Paris'le şehrin İstanbul cihetini mukayese ettirir:

> "Paris'te herhangi tarafta olsanız gecenizi geçirebilirsiniz. Öyle İstanbul'da olduğu gibi maazallahu Teala geceyi Fâtih'te geçirmeye mecburiyet elverip de bir ahbabhanesi dahi bulunmasa, bakkal dükkânında zeytin ekmek yiyerek, kahvehane peykesinde (o da kahveci razı olursa, çünkü sizi kabule hiçbir mecburiyeti yoktur.) beytute muhtaç kalmazsınız." (Paris'te Bir Türk:122)

Gayr-i ahlâkî bir hayat tarzı yaşandığını düşündüğü için Beyoğlu'na iyi gözle bakmayan Ahmed Midhat Efendi, "asıl İstanbul" kısmındaki olumsuzluklar dolayısıyla, sosyal imkânlar bakımından Beyoğlu'nun üstünlüğünü sürekli dile getirir.

Şehrin "asıl İstanbul" kısmı Ahmed Midhat Efendinin romanlarında daha çok ikamet ve iş yeri merkezi olarak görünmektedir.
Anadolu yakası da ikamet mahalli olarak romanlarda yer almakla birlikte, burada bulunan Bağlarbaşı, bir eğlence ve tenezzüh yeri olarak tasvir edilmektedir. Millet Bahçesi de roman kahramanlarının çokça uğradıkları mekânlardandır.
Köprü şehrin ortasında İstanbul ve Beyoğlu'nu birbirine bağlayan bir unsur olduğu kadar, üzerinde tezahür eden İstanbul hayatına ait manzaralar ile renkli tablolar oluşturur.

Boğaziçi ve Adalar konuyla ilgili kaynaklarda mesire oluşlarıyla tanıtılırken Ahmed Midhat Efendinin romanlarında bu yönleri pek görünmez. Adalar, onun romanlarında zaten fazla yer tutmazken Boğaziçi daha çok tasvir cihetiyle ele alınmaktadır.

İstanbul'da Sosyal Hayat

İstanbul'daki sosyal hayata dâir Ahmed Midhat Efendinin romanlarında oldukça teferruatlı bilgiler olduğunu görüyoruz. Midhat Efendinin çalışmamıza konu olan romanlarında, aslî kahramanların çoğu, konak veya

yalılarda oturur. Felâtun Bey ile Râkım Efendi adlı romanda Râkım, Çengi adlı romanda Canberd Bey gibi bazı kahramanlar ise, nisbeten kötü evlerde kalırlar. Gerek bu evlerin gerekse konak ve yalıların etrafında teşekkül eden günlük hayat unsurlarının ayrıntısına Ahmed Midhat Efendinin romanlarında rastlayabilmekteyiz.

Konak ve yalılarda ev sahiplerinden daha çok onlara hizmet eden arabacılar, kayıkçılar, cariyeler, bahçıvanlar, aşçılar vb. vardır. Tanzimat'tan sonra hızlanan Avrupalılaşma, konak ve yalıların mimarîsinden başlayarak ev içi düzenine kadar her şeyini etkilemiştir. Yazar bu etkilenme sonucu ortaya çıkan zevksiz mimarîyi ve düzeni tenkit etmekte, Batılı da olsa estetik olana karşı çıkmamaktadır.

Taaffüf'te, hemen bütün konaklar için geçerli olan konak hayatının belli çizgileri vardır. Bu konak, halk arasında Dâniş Bey konağı diye bilinen bir konaktır. O dönemde konaklar sahibinin adı ile bilinmektedir ve konağa mensup olmak ayrıcalıktır.

> "Bu konak halkı eski konaklar gibi öyle pek kalabalık değildir. Asıl familya halkı bir hanım, bir efendi, bir hanımın vâlidesi bir de küçük oğlundan ibarettir. Bunlardan sonra haremde bir kethüda kadın ve birisi hanıma ve diğeri efendiye mahsûs iki hizmet câriyesi, bir çocuk dadısı, bir büyük hanımın halayığı vardır. Selâmlıkta bir vekil harç, bir harem kethüdası, bir ayvaz, birisi gündüzleri efendiyle birlikte gider, diğeri konakta kalır iki uşak, bir arabacı, bir muâvini bulunup bahçe tarafında dahi bir aşçı, bir yama, bir seyis, bir külhancı, bir de bahçıvan vardır." (Taaffüf: 5)

Yazar bu duruma göre, bu insan kalabalığının hesabını yapar. Buna göre, "familya halkı cem'an dört nüfus", "haremdekilerin mecmûu beş ve selâmlık halkının mecmûu on iki kişidir." Yazar bu kalabalığın "eski zamanlara göre pek muhtasar bir heyet" olduğunu söyler.

Eski Mektuplar adlı romanın ikinci derece kahramanlarından Fâiz Beyin yalısı da bize yalı hayatının genel çizgilerini vermektedir.

İzmirli Mekteb-i Mülkiye öğrencisi Kenan'ın Fâiz Beyi yalısında ziyaret etmesi üzerine yazar bu yalıyı ayrıntılı biçimde anlatır. Kenan, "Yalının misafir kabulüne mahsûs odasında yarım saat kadar bekledikten sonra, Fâiz Bey entarisiyle uzaktan" (Eski Mektuplar:82) görünür. Kenan "bir misafiri bu kıyafette kabul etmek nezâketine muhalif olduğunu bildiğinden bunu nefsine büyük bir tahkir" addeyler. "Hâlbuki Fâiz Beyin bunda bir kabahati yoktur. Çünkü uşaklar 'taşralı bir çocuk geldi. Beyefendiyi görmek istiyormuş' diye hareme haber göndermişler"dir. Burada uşakları, misafir bekleme odası ve haremiyle bir yalı tanıtılmaktadır.

Şehir içi ulaşımının o dönemde vazgeçilmez vasıtalarından olan vapurlar, Ahmed Midhat Efendinin romanlarında yer almışlardır. O dönemdeki üç vapur işletmesine bağlı olarak Boğaziçi ile "asıl İstanbul" arasında çalışan bu vapurlar, sahne oldukları çeşitli hayat tezahürleri ve özellikle kadın-erkek ilişkileri açısından oynadıkları olumsuz rol itibariyle Ahmed Midhat Efendinin romanlarında ele alınan mekân unsurlarındandır.

İstanbul, Boğaz'ın ve Haliç'in tabiî olarak üçe böldüğü bir büyük şehirdir. Şirket-i Hayriyye'nin 1855'te faaliyete geçmesine kadar, deniz ulaşımı kayıklarla sağlanmaktadır. Zenginlerin yalılarında zaten özel kayıkları ve kayıkçılar vardı. "Orta hâlli sınıf ise 'pazar kayığı' denilen ve içine karşılıklı kırk elli kişi" nin bindiği vasıtalarla gelip gider. (Musahipzâde Celâl:181) Şirket-i Hayriyye vapurları seferlerine başlayınca, hem Boğaziçi şenlenmiş, hem de vapurlar İstanbul hayatının renkli tezahürlerine sahne olan mekânlar hâline gelmiştir. Kendisi de Beykoz'da ikamet ettiği sürece bu vapurlardan istifade eden, bunları çalışma odası gibi kullanan yazar, bazen bir mahalle gibi, İstanbul hayatının belli yönlerini yansıtan vapurları en çok ölçüsüz kadın-erkek münasebetlerine sebep oluşları yönüyle tenkit ederek söz konusu eder. Meselâ, vapurların özellikle kış tarafında kadınlara mahsus olan yere gidebilmek için, kadınların erkeklerin önünden geçirilmesini tasvip etmez.

Vah adlı romanın çapkın kahramanı Behçet'in, vapurda gözüne kestirdiği Ferdâne Hanım'ı takip etmesinin üzerine yazar, bütün bir romanın vak'asını kurar. Müşâhedât adlı romanda, vapurda konuşmalarına şahit olduğu Ermeni kadınlarının takibi yine bir roman doğurur. Vapurlar o dönem hayatının bir aynası durumundadır.

Ahmed Midhat Efendinin romanlarında, sosyal hayatla ilgili olarak Beyoğlu'ndaki alafranga eğlencelerin yanında, geleneksel eğlencelerimize de rastlanmaktadır. Bunun en önemli ve tafsilâtlı örneği helva sohbetleridir. Yazar bunu folklor kitapları kadar ayrıntılı vermekten başka, millî bulduğu bu tür oyun ve eğlencelerin kaybolmasından dolayı üzülür. Hasan Mellah yahut Sır İçinde Esrâr adlı romanda "O zamanın muhabbetleri içinde helva sohbetleri dahi var idi." diyerek bu sohbetleri anlatmaya başlar. Buna göre,"Helva sohbeti demek, içtimâ eden ahbaba bir gaziler helvası ziyafeti çekmek olup, iştiha açmak için bu helva ile beraber bir de lahana turşusu arz olunur." Bazen de Frenklerin supesi gibi yatsılık yemek olarak, helvanın yanına birkaç sahan yemek ilâve edilir. "Hele yapılacak helva keten helvası olur ise, ahbâbı bunu kendileri çevirip, bu arada gayet lâtif helva şarkıları çağırılır." Yapılan gaziler helvası olursa, tellenip pullanan helva topu, bundan sonra helva sohbetleri düzenleyecek kişiye helva şarkılarıyla takdim edilir. Bu gibi toplantılarda her zaman helva olacak diye bir kaide yoktur. "Helva yoksa hane sahibinin mürüvvetine göre, yatsıdan sonra bir

tabla yemiş çıkarılıp ahbaba arz olunur." (Hasan Mellah yahut Sır İçinde Esrâr: 356)

Helva sohbetlerini böyle ayrıntılı bir biçimde anlatan Ahmed Midhat Efendi, bu eğlencelerin zamanla kaybolması karşısında, "Bu eğlenceler fena eğlenceler değil idi. Hem millî şeyler idi hem pek lâtif idi. Ama sonra halkın mizacına ârız olan inkılâb, bunların esâmisini bile unutturdu ." (Hasan Mellah yahut Sır İçinde Esrâr:356) diyerek üzüntüsünü dile getirir. Ahmed Midhat Efendi Jön Türk adlı romanda uzun dokümanter bilgi şeklinde verdiği kına gecesi gibi eğlencelere Avrupaî unsurlar karışmasından rahatsız olmaz . Eski ve yeniyi mukayese eden yazar, adı geçen romanda yapılan modern kına gecesini beğenir.

Ahmed Midhat'ın romanlarında, İstanbul'un tenüzzüh mekânları olan mesirelere ait yansımalar da görülür. Mesirelerde, İstanbul'un sosyal hayat tabloları vardır. İstanbul halkının yaz aylarında rağbet ettikleri pek çok mesire bulunmakla birlikte, bunların içinde Kâğıthane ve Göksu'nun öteden beri ayrı bir yeri olagelmiştir. Bu mesirelerin her birinin ayrı husûsiyetleri ve âdetleri olduğunu söyleyen Refik Ahmed, bunların kimisine suları, kimisine de mevki'i ve manzarası için gidildiğini kaydeder. (Refik Ahmed, 1927: 185) Her mesirenin ayrı saatleri vardır ve belirli vakitlerinden ve husûsiyetlerinden istifade için, aynı gün içinde birbirine yakın birkaç mesireyi dolaşanlar bile vardır.

Bununla birlikte Ahmed Midhat Efendi, mesireleri tabiî güzelliklerinden çok buralara gelen insan unsuru açısından ele alır ve mesirelerdeki seviyesiz kadın-erkek ilişkilerini eleştirir. Mesireler yazarın bu tür eleştirileri için bir zemin teşkil eder.

Mesirelerin, özellikle 19. yüzyılda, kadın-erkek ilişkilerinde, aile yapısına kadar uzanan bir toplumsal bozulmaya yol açtıklarını belirten M. Fâtih Andı, bu durumun devrin yazarlarından özellikle romancıların dikkatini çektiğini söylemektedir. Andı, ilk romancılarımız Şemseddin Sâmî ve Ahmed Midhat'tan, devrinde Batıcı olmakla suçlanan Halit Ziya'ya kadar dönemin hemen bütün romancılarının mesirelerin seviyesizliğini tenkit ettiklerini belirtir. (Andı, 1995: 136-138)

Ahmed Midhat Efendinin romanlarında, İstanbul'un en gözde mesiresi olan Kâğıthane'ye ait en çok tafsilât, Felâtun Bey ile Râkım Efendi adlı romandadır. Buradaki kahramanların bir kısmı, birkaç defa Kâğıthane'ye giderler. Bir defasında Râkım, kızlarına ders verdiği İngiliz Ziklas ailesiyle buraya gider. Hakkında fazla tafsilât verilmeyen bu gidişte, Ziklas ailesi "Râkım'ın sûret-i refakatinden" memnun kalırlar. (Felâtun Bey ile Râkım Efendi, s. 34) Râkım'ın gayr-i meşru ilişki kurduğu ve câriyesi Canan'a ders

verdirdiği Jozefino bir ara Kâğıthane'ye gitmiş, ama buradan zevk alamamıştır. Romanda adı verilmeyen bir ailenin de kız ve câriyelerine ders veren Jozefino, bu aileyle mezkûr mesireye gitmiş ancak, bu gidiş "pazar gününe müsadif olduğundan, arabalar içinde mahpus kalınıp kıra çıkıldığına göre, kır" görülememiştir. (Felâtun Bey ile Râkım Efendi, s. 79) Bunun sebebi arabaların etrafında "hırsız gibi dolaşmakta bulunan zen-perestân"dır. Herkes bunları da bir eğlence olarak görüp aldırmazken Jozefino bundan zevk alamamıştır. Aralarındaki bir konuşmada bu durumu öğrenen Râkım, ona zevk alabileceği bir Kâğıthane gezisi yaptırmaya karar verir. Râkım, oranın zevkinin, kalabalık günler olan cuma ve pazar günleri çıkarılamayacağını söyler. Râkım Jozefino'ya, "Bir salı veyahut çarşamba günü gideriz. O güzel sahralar, çayırlar tenhadır. Bize her güzelliklerini arz ederler. Başka günlerse oraları at ve araba panayırına döner." (Felâtun Bey ile Râkım Efendi: 79) der.

Jozefino ile yaptığı bu konuşmadan sonra, yapacakları Kâğıthane gezisi kararını câriyesi Canan'a ve dadısı Fedaî'ye açıklamak için zemin arayan Râkım ile bunlar arasında bir konuşma geçer. Bu konuşmada Râkım Fedaî'ye, Canan'ı gezmeye götürüp götürmediğini sorar. Fedaî'nin Canan'ı ancak oturdukları semt olan Salıpazarı ile az ötesi olan Tophane'ye kadar gezdirdiği anlaşılır. Bunun üzerine Râkım, "Yok a dadıcığım, şöyle seyir yerine, meselâ Ihlamur'a filâna" der. Bu ara söze karışan Canan'ın söyledikleri, onun kişiliği kadar, mesirelerin durumunu da açıklar : "Oraları fena efendim. Kadınlar erkekler çok fena. İnsan rahatsız oluyor. Evimiz daha iyi." (Felâtun Bey ile Râkım Efendi:80)

Bununla birlikte, verilen karar üzerine, Kâğıthane'nin tenha olduğu bir gün Râkım, Kayıkçı Osman Amca, Canan, Fedaî Dadı ve Jozefino Salıpazarı iskelesinden Kâğıthane'ye doğru açılırlar. Haliç boyunca Kâğıthane'ye varırlar. "Eşyayı karaya çıkarıp bir ağacın altına şilteleri" yayarlar. (Felâtun Bey ile Râkım Efendi:95) Akşama kadar tenhalıktan istifade ile burada nezih ve güzel bir gün geçirirler. Râkım ve Jozefino, Canan'ın eğlenmesi amacıyla ağaç altlarında, çayırlıklarda birbirlerinin peşinden koşarlar. Sofraya oturdukları zaman, buraya gelmekle iyi ettiklerinden ve Kâğıthane'nin tabiî güzelliklerinden bahsederler. Akşama doğru şehre dönerler.

Ahmed Midhat Efendi, ideal tiplerinden olan Râkım'ın bu gezisi münasebetiyle mesirelerin umûmî durumu hakkında değerlendirmeler yapar. Ona göre, "Umum indinde seyrangâha gitmekten maksat kırı, sahrayı, açıklığı, çimenleri, çiçekleri görmekten ziyade halkı görmek yahut daha doğrusu, halka kendisini göstermek"tir. (Felâtun Bey ile Râkım Efendi:98) Yazar, Râkım ve çevresindekilerin yaptığı gibi, bir ağaç altında oturup güzel vakit geçirmek yerine, binlerce insan ve araba arasında, toz toprak içinde

vakit öldürenleri düşününce, "İnsanın seyir mahallerine buğz edeceği gelir." der.

Ahmed Midhat Efendi, alafrangalığı tenkit etmek için, adı geçen tipin temsilcisi Felâtun Bey'e de bir Kâğıthane gezisi yaptırır. Yazarın amacı Râkım ile aralarındaki farkı gözler önüne sermektir. Felâtun, ahlâken düşük metresi Polini'yi küstürmüş ve ona kendisini affettirmek için bir Kâğıthane âlemi vaad etmiştir. Okuyucuyla diyaloğa giren yazar, Râkım'ın gezisini kastederek, "Eğer onu beğenmedinizse, şu sûretle icra edilmiş olan bir Kâğıthane âlemini olsun bakalım beğenir misiniz?" diyerek Felâtun 'un gezisini anlatmaya başlar.

> "Bir cuma günü hem de Kâğıthane'nin en kalabalık olduğu cuma günlerinden birisi idi ki Kâğıthane Çayırı üzerinde birkaç bin gözün eşîa-i enzârı bir nokta üzerinde cem' olmuştu. O noktada ne vardı ? Gayet mükellef iki atlı bir kupa, içinde de gayet mükellef bir madam. Ama mükellef dediğimize dikkat lazımdır. Öyle sâir madamlar gibi mükellef değil. Sair madamlarda inci, elmas filân gibi ziynetler biraz seyrekçe görülür. Bu madam ise, elmas ve inci içinde gark olmuştur." (Felâtun Bey ile Râkım Efendi: 99)

Felâtun'u aldatarak elde ettiği mücevherler içinde boğulan Polini, arabası içinde oturmakta ve herkese gülücükler dağıtmaktadır. Poli'nin etrafında bir sürü erkek ve bir de çalgı takımı vardır.

SONUÇ

Araştırmamız esnasında incelediğimiz, Dünyaya İkinci Geliş yahut İstanbul'da Neler Olmuş, Felâtun Bey ile Râkım Efendi, Karı Koca Masalı, Çengi, Yeryüzünde Bir Melek, Henüz On Yedi Yaşında, Karnaval, Dürdane Hanım, Vah, Esrâr-ı Cinâyet, Bahtiyarlık, Demir Bey yahut İnkişaf-ı Esrâr, Müşâhedât, Taaffüf ve Jön Türk adlı romanlarda vak'aların hemen tamamı İstanbul'da geçmekle beraber, bazılarında kimi kahramanların şehir dışına çıkmaları dolayısıyla vak'anın bir bölümü onların gittiği yerlerde geçer. Bu arada İstanbul'daki vak'alar da devam eder. Bu tür romanlarda, aynı anda, İstanbul'u da içine alan birkaç değişik mekân söz konusudur. Bu gruba giren romanlarda yazar, okuyucuyu İstanbul'un çok değişik mekânlarında dolaştırır.

Hasan Mellah yahut Sır İçinde Esrâr, Hüseyin Fellah, Paris'te Bir Türk, Süleyman Muslî, Acâib-i Âlem, Hayret, Ahmet Metin ve Şirzat yahut Roman İçinde Roman, Eski Mektuplar ve Mesâil-i Muğlaka adlı romanlarda vak'alar bazen İstanbul'da başlayıp sonra başka mekânlara kaydığı gibi, bazen da başka mekânlarda başlayıp İstanbul'a kaymaktadır. Ancak mekânın sonradan İstanbul'a kaydığı durumlarda da vak'anın İstanbul'da cereyanı sürekli olmamaktadır.

Zeyl-i Hasan Mellah, Kafkas, Cellâd, Cinli Han, Arnavutlar ve Solyotlar, Fennî Bir Roman yahut Amerika Doktorları, Haydut Montari, Gürcü Kızı yahut İntikam, Diplomalı Kız, Rikalda yahut Amerika'da Vahşet Âlemi, Gönüllü ve Altın Âşıkları adlı romanlarda İstanbul hiç söz konusu edilmez. Bu romanların bazılarında İstanbul çeşitli sebeplerle ismen geçse de şehrin romanlara mekân açısından bir tesiri yoktur.

Diyebiliriz ki İstanbul Ahmed Midhat Efendinin romanlarında bir mekân olarak -çok fonksiyonel olmasa da- tarihi, folkloru, semtleri, denizi, yalısı ve konağı ile hâsılı bir çok yönüyle yer almıştır.

KAYNAKÇA

Ahmed Midhat Efendi. (1291/1874). *Hasan Mellah yahut Sır İçinde Esrâr*. İstanbul: Şark.

Ahmed Midhat Efendi. (1292/1875). *Felâtun Bey ile Râkım Efendi*. İstanbul: Kırkanbar.

Ahmed Midhat Efendi. (1293/1876). *Paris'te Bir Türk.* İstanbul: Kırkanbar.

Ahmed Midhat Efendi. (1294/1877). *Süleyman Muslî*. İstanbul: Kırkanbar.

Ahmed Midhat Efendi. (1305/1885).*Demir Bey yahut İnkişâf-ı Esrâr*. İstanbul: Kırkanbar.

Ahmed Midhat Efendi. (1313/1895).*Taafüf*. İstanbul: İkdam.

Ahmed Midhat Efendi. (1315/1897).*Eski Mektuplar*. İstanbul: Kırkanbar.

Andı, M. Fâtih. (1995). "Tenezzühün Alafrangası", *İnsan Toplum Edebiyat*, s.136-138. İstanbul: Kitabevi.

Doğanay, Mehmet. (1998). *Ahmed Midhat Efendinin Romanlarında İstanbul.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul: İstanbul Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaplan, Mehmet. (1987). "Türk Edebiyatında İstanbul", *Türk Edebiyatı Üzerinde Araştırmalar-2*, s. 37-59. İstanbul : Dergâh.

Ketene, Cengiz. (1987). *Ahmed Midhat Efendinin Romanlarında Mekân.* (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Erzurum: Atatürk Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Musahipzâde Celâl. (1946). *Eski İstanbul Yaşayışı*. İstanbul: Türkiye.

Ortaç, Şükran. (1954). *Ahmed Midhat Efendinin Romanlarında ve Letâif-i Rivâyât Serisi Hikâyelerinde Beyoğlu*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul: İstanbul Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Refik Ahmed. (1927). *İstanbul Nasıl Eğleniyordu?*. İstanbul: Sühûlet.

Tanpınar, A. Hamdi. (1985). *19'uncu Asır Türk Edebiyatı Tarihi*. İstanbul: Çağlayan.

Uğurcan, Sema. (1986). "Ahmed Midhat Efendinin Hatıratı ile Romanları Arasındaki Münasebet", *Marmara Ü. Türklük Araştırmaları Dergisi*, 2: s. 185-199.

Ülgen, Erol. (1994). *Ahmed Midhat Efendi'de Çalışma Fikri*. İstanbul: Ahilik Araştırma ve Kültür Vakfı.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Kaynaklara Dayalı Rekabet Stratejisi Geliştirme

Ahmet SEVİÇİN*

Özet:Sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün (SRÜ) kaynaklarını anlamak, stratejik yönetimin belki de en önemli konusudur. 1980'li yırlardan sonra gelişmeye başlayan kaynaklara dayalı işletme modeli (KDİM), bu konuda önemli görüşler ileri sürmektedir ve bugün SRÜ'yü açıklamada en etkili model haline gelmiştir. Modelin stratejik yönetime en önemli katkısı, SRÜ elde etmede işletmenin önemini yeniden gündeme getirmesi olmuştur. Bu model SRÜ'nün kaynaklarını dış çevreden çok işletme kaynaklarında görür. Model teorik ve ampirik olarak gelişmesine rağmen, onun rekabet stratejisi geliştirme açısından yöneticiler için sonuçları literatürde yeterince incelenmemiştir. Bu eksikliğin giderilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bu çalışmada, KDİM'nin temel görüşleri kısaca açıklandıktan sonra, onun uygulamadaki yöneticiler için sonuçları incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: sürdürülebilir rekabet üstünlüğü, kaynaklar, rekabet stratejisi.

Resource-Based Competitive Strategy Formulation

Abstract:Understanding sources of sustainable competitive advantage (SCA) is perhaps the most important topic in strategic management. A resource-based view of the firm (RBV), which has began to develop after 1980s, presents substantial insights in this topic and has become a dominant model in explaining sources of SCA. A major contribution of this model to strategic management has been to emphaisize again the importance of the firm in gaining SCA. This model views the firm resources rather than external environment as sources of SCA. While the model is developing both teheoretically and amprically, its implications for practicing managers in terms of formulating competitive strategy were not sufficiently examined in the literature. To contribute to remedy this neglect, after summarizin main points of RBV, its implications for managers were examined.

Keywords: sustainable competitive advantage, resources, competitive strategy.

GİRİŞ

Neden aynı endüstrideki bazı işletmelerin diğer işletmelerden sistematik olarak daha iyi performans gösterdiği stratejik yönetimin belki de en önemli sorusudur. Aynı endüstrideki işletmeler arasındaki performans farklılıklarının nedenlerini açıklamaya çalışan başlıca iki model bulunmaktadır. Bunlardan birincisi "beş rekabetçi güç modeli-BRGM (five competitive forces model)", ikicisi de "kaynaklara dayalı işletme modeli-KDİM (resource-based view of the firm)"dir. Bu modeller arasındaki temel fark, BRGM rekabet üstünlüğünün kaynağı olarak işletmenin dış çevresini

*Araştırma Görevlisi Dr. ,Mersin Üniversitesi, İ.İ.B.F.,İşletme Bölümü.

(endüstri yapısı ve rekabetçi pozisyon) görürken; KDİM işletmenin iç çevresini (kaynak ve yeteneklerini) görür. Ancak, 1980'li yıllardan sonra, KDİM hem teorik hem de ampirik olarak önemli gelişmeler göstermiş ve bugün rekabet üstünlüğünü açıklamada en etkili model haline gelmiştir. Buna karşılık, literatürde, bu modelin yöneticiler için rekabet stratejisi geliştirme açısından sonuçları üzerinde yeterince durulmamıştır.

Bu çalışmada, rekabet üstünlüğü elde etmenin ve bu üstünlüğü sürdürülebilmenin teorik temellerinden birini oluşturan KDİM, kısaca açıklandıktan sonra, modelin yöneticiler için rekabet stratejisi geliştirme açısından sonuçları üzerinde durulacaktır. Böylece, işletme kaynakları ile sürdürülebilir rekabet üstünlüğü arasındaki ilişkiler ortaya konularak, yöneticilerinin sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etme çabalarında hangi faktörlere önem vermeleri gerektiği ve dolayısıyla rekabet stratejisi geliştirme sürecinde yapacakları iç çevre analizlerinin kapsam ve içeriği açıklanacaktır.

KAYNAKLARA DAYALI İŞLETME MODELİ

"Kaynaklara dayalı işletme modeli (KDİM)", özellikle 1980'li yıllardan sonra gelişen ve tek bir endüstride tek bir işletmenin "sürdürülebilir rekabet üstünlüğü (SRÜ)" elde etmesini işletme kaynaklarına dayanarak açıklamaya çalışan bir modeldir. KDİM, SRÜ'nün temel belirleyicisi olarak dış çevredeki fırsatlardan çok, iç çevredeki güçlü tarafları, başka bir deyişle işletmenin kaynaklarını görür. Bu model analiz birimini endüstriden işletmeye kaydırdığı için "beş rekabetçi güç modeli (BRGM)"nden farklı, ancak SRÜ'yü açıklamaya çalıştığı için de BRGM'yi tamamlayıcı bir model olarak düşünülebilir. Buna göre, bir işletmenin ne yapabileceği sadece karşılaştığı fırsatların değil, aynı zamanda kontrolündeki kaynakların bir fonksiyonudur (Tecee, Pisano ve Shuen, 1997). Bu bölümde, KDİM'nin temel kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişkiler kısaca açıklanacaktır. Burada amaç, kapsamlı bir literatür taraması yapmak yerine, sonraki bölümde incelenecek olan modelin uygulama sonuçlarına temel oluşturacak şekilde, onun ana düşüncelerini ortaya koymaktır.

Kaynaklar

İşletme kaynakları değişik şekillerde tanımlanabilmektedir. Kaynaklar, bir işletmenin güçlü veya zayıf tarafı olarak düşünülebilecek her şeydir veya işletmeye kısmen bağlı olan somut ve soyut varlıklardır (Wernerfelt, 1984). Kaynaklar, üretim sürecine katılan girdilerdir (Grant, 1991b). Kaynaklar, işletmenin sahip olduğu veya kontrol ettiği mevcut faktörler stokudur (Amit ve Schoemaker, 1993). Kaynaklar, bir işletmenin strateji geliştirmek ve uygulamak için kullandığı somut ve soyut varlıklardır (Barney, 2001).

Kaynaklar; somut varlıklar, soyut varlıklar ve örgütsel yetenekler olmak üzere üç temel gruba ayrılabilir (Collis ve Montgomery, 1998).

1) Somut varlıklar; varlıkları fiziksel olarak gözlemlenebilen varlıklardır. Bu tür varlıkları belirlemek ve değerlemek kolay olduğu için, genellikle ticarete konu olan ve bilançoda gözüken varlıklardır (Grant, 1991a). Somut varlıklara örnek olarak; binalar, üretim tesisleri, nakit para miktarı gösterilebilir. Somut varlıkların rakipler tarafından taklit edilmeleri göreceli olarak daha kolay olduğu için, SRÜ potansiyelleri oldukça düşüktür (Collis ve Montgomery, 1998).

2) Soyut varlıklar; varlıkları fiziksel olarak gözlemlemeyen varlıklardır. Bu tür varlıkları belirlemek ve değerlemek nispeten zor olduğu için, daha az ticarete konu olan ve genellikle bilançoda gözükmeyen varlıklardır. Soyut varlıklara örnek olarak; marka adı, işletme ünü, patentler, lisanslar gösterilebilir. Soyut varlıkların rakipler tarafından taklit edilmeleri göreceli olarak daha zor olduğu için, SRÜ potansiyelleri kısa dönemlidir (Fahey, 2000).

3) Örgütsel yetenekler; bir işletmenin belirli faaliyetleri rakiplerinden daha iyi yerine getirebilme veya kaynaklarını daha iyi kullanabilme kapasitesidir (Collis, 1994). Yetenekleri belirlemek ve değerlemek oldukça zor olduğu için, ticarete konu olmaları ve bilançoda gözükmeleri de oldukça zordur (Hopes, Madsen ve Walker, 2003). Örgütsel yeteneklere örnek olarak; hızlı yeni ürün geliştirme, yönetim kapasitesi, örgüt kültürü gösterilebilir. Yeteneklerin rakipler tarafından taklit edilmesi çok zor olduğu için, SRÜ potansiyeli en yüksek kaynaklardır (Collis, 1994).

.

KDİM'nin Varsayımları

KDİM'nin işletmelerin kontrollerinde bulunan kaynaklarına ilişkin olarak iki temel varsayımı vardır (Barney, 1991):

1) Endüstrideki işletmeler kontrollerinde bulunan stratejik kaynaklar açısından
farklı olabilirler (resource heterogeneity).

2) Bu kaynaklar işletmeler arasında tam bir hareketliliğe sahip olmayabilir (imperfect mobility), dolayısıyla işletmeler arasındaki kaynak farklılıkları uzun sürebilir.

Burada, kaynak farklılığı, bir kaynağın benzer üretim süreçlerinde kullanılan diğer kaynaklardan göreceli olarak farklı özellikler taşımasına işaret ederken; kaynak farklılığı varsayımı, benzer üretim süreçlerinde kullanılan farklı kaynakların farklı verimliliklere yol açacağı ve farklı verimliliklerin de farklı performanslara yol açacağına işaret eder (Foss ve Knudsen, 2003). Kaynak hareketsizliği ise, bir kaynağın göreceli olarak işletmeye özgü olmasına işaret ederken; kaynak hareketsizliği varsayımı, işletmeye özgü kaynakların işletme dışında diğer kullanım alanlarının olmadığına veya olsa

bile işletme içinde kullanımlarının daha değerli olduğuna işaret eder. Böylece, özgü kaynakların üreteceği karlar da rekabet yoluyla yok olmak yerine işletmede kalacaktır (Peteraf, 1993). Yukarıdaki varsayımlardan birincisi, RÜ'nün kaynağına işaret ederken; ikincisi, SRÜ'nün kaynağına işaret eder.

Kaynakların Özellikleri

İşletmelerin kontrolünde bulunan bütün kaynaklar SRÜ üretme potansiyeline sahip değildir. Bir kaynağın bu potansiyele sahip olabilmesi için değerli, kıt, tam olarak taklit edilemez ve ikamesiz olma özelliklerine sahip olması gerekir (Barney, 1991). Kaynakların rekabet üstünlüğü (RÜ) üretebilmesi için değerli ve kıt olması gerekirken, SRÜ üretebilmesi için bu kaynakların aynı zamanda tam olarak taklit edilemez ve ikamesiz olması gerekir (Barney, 1991). Bu özelliklerin tamamına sahip olan kaynaklar "stratejik kaynaklar" olarak adlandırılır (Combs ve Ketchen, 1999). Stratejik kaynakların taşıması gereken özellikler aşağıda kısaca açıklanmıştır:

1) Değerli Olma: Kaynaklar, değer yarattıkları ölçüde değerlidir (Fahy, 2000). Başka bir tanımla, kaynaklar, maliyetleri düşürdükleri veya ürünü farklılaştırdıkları ölçüde değerlidirler (Bowman ve Ambrosini, 2003). Kaynaklar sadece değerli oldukları zaman RÜ kaynağı olabilirler (Barney, 1991).

2) Kıt Olma: Kıtlık, bir kaynağın rakip işletmelerde yaygın olarak bulunmaması anlamındadır (Barney, 1991). Başka bir tanımla, kıtlık, bir kaynağın arzının o kaynağın talebinden daha az olması durumudur (Hoopes, Madsen ve Walker, 2003). Bir kaynağın RÜ üretme potansiyeli olabilmesi için, hem değerli hem de kıt olması gerekir (Barney, 1991).

3) Taklitsiz olma: Taklitsiz olma veya taklit edilememe, işletmenin kontrolünde bulunan bir kaynağın, bu kaynağa sahip olmayan işletmeler tarafından kolayca edinilememesi anlamındadır. Değerli ve kıt kaynaklar ancak rakipler tarafından taklit edilemedikleri sürece SRÜ'ye yol açabilirler (Barney, 1991). İşletmeleri rakiplerin taklitçiliğinden koruyan mekanizmalar "izolasyon mekanizmaları (isolating mechanisms)" olarak adlandırılmaktadır (Peteraf,1993). Önemli izolasyon mekanizmalarından bazıları "nedensel bulanıklık", "tarihsel özgülük" ve "sosyal karmaşıklık"dır. Bir işletme kaynağının bu üç özellikten en az birini taşıması durumunda, bu kaynak tam olarak taklit edilemezdir (Barney, 1991).

d) İkamesiz Olma: İkamesiz olma, bir kaynağın yerine kolayca aynı etkileri yaratabilen farklı bir kaynağın konulamaması anlamındadır (Bowman ve Ambrosini, 2003). Başka bir tanımla, eğer bir strateji iki değişik kaynaktan herhangi birisiyle uygulanabiliyorsa, bu kaynaklar birbirinin ikamesidir. Bir kaynağın SRÜ üretme potansiyeli olabilmesi için, değerli, kıt ve taklit edilemez olma özelliklerinin yanında ayrıca ikamesiz olması gerekir (Barney, 1991).

KAYNAKLARA DAYALI REKABET STRATEJİSİ GELİŞTİRME

Rekabet stratejisi geliştirmenin amacı SRÜ elde etmektir. KDİM açısından SRÜ elde etmenin teorik temelleri önceki bölümde kısaca açıklanmıştır. Bu bölümde söz konusu teorik temellerin, SRÜ elde etmeyi amaçlayan yöneticiler için, rekabet stratejisi geliştirme açısından sonuçları üzerinde durulacaktır. Başka bir deyişle, yöneticiler için "rekabette nasıl başarılı olabilirim" sorusu cevaplandırılmaya çalışılacaktır. KDİM şirket stratejisi (corporate strategy) ile ilgili konulara da işaret etmekle birlikte, temel olarak rekabet stratejisiyle (competitive strategy) ilgilidir (Bowman ve Ambrosini, 2003). Bu nedenle, "rekabet stratejisi teorisi" olarak da adlandırılabilir. Dolayısıyla, KDİM, daha çok, belirli bir endüstride bireysel bir işletmenin nasıl başarılı olacağını açıklamaya çalışır ve bu konuda yöneticilere önemli görüşler sunar. Bu model SRÜ'nün kaynağını temel olarak işletme içerisinde gördüğü için, rekabet stratejisi geliştirmeye "içerden-dışarıya (inside-out)" bir yaklaşım sunar (Connor, 2002). Ayrıca, strateji geliştirme sürecinde verimlilikle ilgili faktörleri, rakiplerin seçimini etkilemeye yönelik taktiklerden (strategizing) daha önemli gördüğü için, aynı zamanda strateji geliştirmeye ekonomik bir yaklaşım (economizing) sunar (Peteraf ve Barney, 2003).

KDİM'nin yöneticiler için önemli sonuçları olmakla birlikte, bazı uygulama sınırlılıkları da vardır. Bunlardan birisi, "zenginlik için kural (rule for riches)" paradoksudur. Bu kurala göre, RÜ yaratmaya yönelik herhangi bir tavsiye mecburen bütün işletmelere yayılacak ve RÜ üretme yeteneğini kaybedecektir (Mosakowski, 1998). Diğer taraftan, KDİM, temel olarak, bir işletmenin SRÜ kazanması için stratejik kaynaklarını belirlemesi, kullanması, koruması ve geliştirmesi gerektiğini ileri sürer (Amit ve Schoemaker, 1993). Ancak, kaynakların nasıl stratejik hale geldiği veya belirli bir kaynağın gelecekte stratejik hale gelip gelmeyeceği, başka bir deyişle yöneticilere stratejik kaynakların nasıl yaratılacağı konusunda çok az şey söyler (Connor, 2002). Bu nedenle, modelin uygulama açısından sonuçları halen stratejik kaynaklara sahip işletmelerle sınırlıdır. Başka bir deyişle, model, stratejik kaynaklara dolayısıyla SRÜ potansiyeline sahip olan, ancak bu potansiyeli tam olarak kullanamayan işletmelerin yöneticilerine bu potansiyeli daha iyi kullanmaları için yardımcı olabilir (Barney, 2001). Eğer işletmenin hali hazırda bu tür kaynakları dolayısıyla SRÜ potansiyeli yoksa, modelinin uygulanması SRÜ kazanmak için çok yararlı olmayacaktır. Bilindiği gibi zengin olmak için genel kurallar yoktur ve KDİM böyle bir kural önermez (Barney, 2001). Ancak, stratejik olarak dezavantajlı durumda olan işletmeler, stratejik denklik kazanmak için kontrollerinde bulunmayan değerli ve kıt kaynakları belirleyerek, bu kaynakları taklit veya ikame yoluyla elde edebilirler. Böylece, KDİM işletmelerin girişebileceği kıyaslama sürecine teorik bir alt yapı oluşturabilir

(Barney, 2001). Sonuç olarak, model herkese açık olmakla birlikte, onun stratejik sonuçları işletmenin spesifik kaynak temeline bağlıdır (Peteraf, 1993). KDİM'nin uygulandığı her koşulda SRÜ'ye yol açmasını beklemek boşunadır.

Bu modelin bir diğer önemli uygulama sınırlılığı da kaynakların nedensel bulanıklık özelliği taşıması durumudur. SRÜ nedensel bulanıklık taşıyan kaynaklara dayandığı ölçüde, hem rakip işletmelerin hem de işletmenin kendi yöneticilerinin hangi kaynakların SRÜ ürettiğini tam olarak bilmeleri zorlaşacaktır (Barney, 2001). Bu durumda, yöneticilerin tam olarak bilmedikleri bir kaynağı belirlemeleri, değerlemeleri ve yönetmeleri de zorlaşacaktır. Bu tür kaynaklar SRÜ üretebilirler, ancak strateji açısından yapacak çok şey yoktur (Peteraf, 1993). Eğer bu düşünce doğru kabul edilirse, başarılı yöneticilerin ne yaptığını bilmiyor olması gerekir ve bu durum modelden çıkarılacak sonuçları önemli ölçüde sınırlandırır (Barney, 2001). Diğer taraftan, tarihsel özgülük veya sosyal karmaşıklık özellikleri taşıyan kaynaklar kolayca belirlenebilir, fakat bunların yeniden üretilmeleri oldukça zor olabilir. Ancak, bu tür kaynakları rakiplerin taklit etmeleri zor olacağı için, bu kaynaklara sahip olmak SRÜ için önemli bir temel oluşturur. Yöneticilerin bu tür kaynakların önemini görmeleri ve zorluklarına rağmen bu kaynaklardan daha fazla yararlanmanın yollarını araştırmaları gerekir (Peteraf, 1993).

KDİM, yöneticilerin SRÜ elde etme çabalarına yardımcı olacak şekilde, "kaynak-strateji-SRÜ" ilişkilerini açıklamaya çalışır. Strateji, genel olarak, işletmenin dış çevresindeki fırsat ve tehditler ile iç çevresindeki güçlü ve zayıf taraflarının rekabet üstünlüğü yaratacak şekilde uyumlaştırılması olarak tanımlanır. KDİM'ye dayanan strateji anlayışı, SWOT yaklaşımını kabul etmekle birlikte, SRÜ'nün kaynağı olarak dış çevredeki fırsatlardan ziyade, iç çevredeki güçlü tarafları görür. Başka bir deyişle**,** işletmenin dış çevredeki fırsatlardan yararlanma potansiyelini belirleyen en önemli faktörün işletme kaynakları olduğunu ileri sürer. Buna göre, KDİM'ye dayanan strateji anlayışının özünü, işletmenin kaynaklarına dayanarak neler yapabileceği oluştururken (Juga, 1999), strateji seçiminin özünü de, mevcut kaynakların en iyi kullanım şeklini belirlemek oluşturur (Grant, 1991b).

KDİM'ye göre, kaynaklar bir şey yapmada kullanılmadıkları sürece, kendiliğinden SRÜ üretmezler. Bu nedenle, stratejik kaynakların SRÜ potansiyellerini tam olarak gerçekleştirebilmeleri için bunların; belirlenmesi, kullanılması, korunması ve geliştirilmesi konularında yöneticiler çok önemli bir role sahiptir. Başka bir deyişle, işletmenin çevresiyle uyumu kendiliğinden değil, yöneticilerin bilinçli ve tutarlı seçimleri sonucu gerçekleşir. Dolayısıyla, işletmenin yönetim yeteneğinin kendisi de bir SRÜ kaynağı olabilir (Fahy, 2000). Ancak, KDİM açısından, yöneticilerin

yapacakları bütün değerlemelerin ve seçimlerin temel belirleyicisi onların endüstriyi nasıl gördükleri değil, işletmeyi nasıl gördükleridir (Connor, 2002).

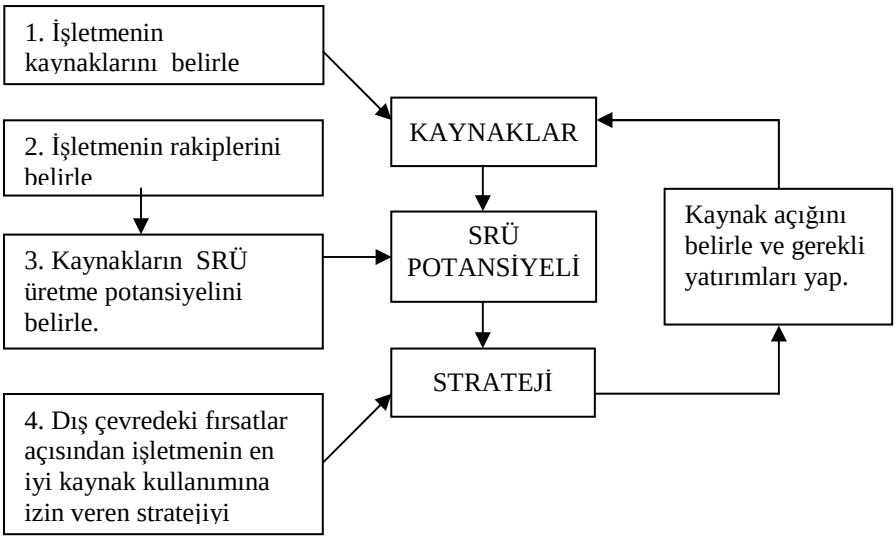
Stratejinin temeli olarak işletme kaynaklarını görmek iki varsayım üzerine dayanır (Grant, 1991b): Bunlardan birincisi, stratejinin temel yönünü işletme kaynakları belirler. Strateji geliştirmenin başlangıç noktası olarak kabul edilen ve misyon bildirgesinde somutlaşan "bizim işimiz nedir" sorusuna tüketicileri göz önüne alarak değil, işletme kaynaklarını göz önüne alarak cevap verilmelidir. Tüketicilerin ve tercihlerinin hızla değiştiği dinamik bir ortamda bunlar strateji için kalıcı bir temel oluşturmazlar. Dolayısıyla, misyonun işletme kaynakları, başka bir deyişle işletmenin neler yapabileceği açısından tanımlanması gerekir. İkincisi, işletme karlılığının temel belirleyicisi, endüstriden çok işletme kaynaklarıdır. Başka bir deyişle, strateji bir rant arayışı olarak kabul edildiği zaman, rekabet stratejisi monopol rantlardan çok, Rikardiyan rant arayışıdır. Monopol rantlara yol açan pazar gücü son tahlilde işletme kaynaklarına dayanır. Örneğin, monopolistik fiyat belirleme gücü pazar payına, pazar payı da maliyet verimliliği, finansal güç vb. diğer işletme kaynaklarına bağlıdır.

KDİM'yi esas alan bir strateji geliştirme süreci aşağıda şekil 1'de gösterilmiştir. Bu sürecin başlıca aşamaları kaynakları belirleme, rakipleri belirleme, kaynakları değerleme, strateji geliştirme ve kaynak açığını kapatmadır (Grant, 1991b). Şimdi bu aşamalara daha yakından bakalım:

Kaynakları Belirleme

KDİM'ye göre, bir işletmenin rekabet üstünlüğü kazanma potansiyelini değerleyebilmek için öncelikle işletmenin kaynaklarına bakmak gerekir. İşletme kaynaklarının analizine, kaynakların bir sınıflamasını yapmakla başlamak yararlı olur. Literatürde kaynakların çok çeşitli sınıflamaları ileri sürülmüştür, bu konuyla ilgili olarak önceki bölümde açıklama yapıldığı için burada tekrar edilmeyecektir. Ancak, işletmeler kendi özelliklerine göre daha değişik sınıflamalar da yapabilirler. Sınıflandırmanın derinliği isteğe bağlı olmakla birlikte, SRÜ'nün daha net görülmesine izin verecek derinlikte olması gerektiği söylenebilir. Kaynaklar sınıflandırıldıktan sonra, bu sınıflamaya dayanarak kaynakların bir envanteri çıkartılabilir. Ancak, envanter çıkartmak burada nihai bir amaç olmayıp, kaynakların SRÜ potansiyelinin değerlenebilmesine olanak sağlayacak bir temel oluşturmaktır.

Şekil 1: Kaynaklara Dayalı Strateji Geliştirme Süreci



Kaynak: Grant, 1991b'den uyarlanmıştır.

Kaynaklar bir şey yapmak için kullanılmadıkları sürece, kendi başlarına SRÜ kaynağı olamazlar. Kaynakların kullanıldıkları yer ise işletme faaliyetleridir. Bir faaliyetin yerine getirilmesi çoğunlukla değişik kaynakların birlikte ve uyum içerisinde kullanılmasını gerektirir. Bu durum aynı zamanda kaynakların işletme performansına olan bireysel katkılarının belirlenmesini güçleştirir. Kaynakların SRÜ potansiyelinin tam olarak gerçekleştirilebilmesi için, faaliyetlerin verimli bir şekilde organize edilmesi gerekir. Bu sağlandığında stratejik kaynakların kullanıldığı faaliyetler SRÜ yaratacaktır (Ray, Barney ve Muhanna, 2004). Ancak, bir işletmenin belirli faaliyetleri yerine getirme yeteneği onun mevcut kaynakları tarafından sınırlandırabileceği gibi, yerine getirdiği faaliyetler de onun mevcut kaynak temelinin önemli bir belirleyicisi olabilir. Buna göre, mevcut kaynak temelini değiştirmek veya faaliyetleri yeniden organize etmek farklı seçenekler olarak ortaya çıkabilir. Dolayısıyla, hem "kaynak" hem de "faaliyet" perspektiflerinin birleştirilmesi, başka bir deyişle hem faaliyetlerin hem de bu faaliyetlerde kullanılan kaynakların incelenmesi, yöneticilerin daha sağlıklı değerlemeler yapmasını kolaylaştırabilir (Ray, Barney ve Muhanna, 2004). İşletme faaliyetlerinin incelenmesinde sistematik bir yaklaşım olarak "değer zinciri analizi" kullanılabilir. Değer zincirindeki faaliyetler ve bu faaliyetlerin birbiriyle bağlantıları stratejik özellikler (değerli, kıt, tam olarak taklit edilemez ve ikamesiz olma) açısından incelenebilir ve temel yeteneklerin olduğu faaliyet alanları belirlenebilir (Barney, 1997).

Rakipleri Belirleme

Rakip işletmeleri incelemeden rekabet stratejisi geliştirmek zordur. Bu nedenle, rakipleri belirlemek rekabet stratejisi geliştirme sürecinin önemli bir aşamasını oluşturur. KDİM açısından, işletmenin mevcut kaynaklarının SRÜ potansiyelini değerleyebilmek için, bu kaynakların özelliklerinin rakip işletmelerin kaynaklarının özellikleri ile karşılaştırılması gerekir. Daha spesifik olarak, eğer SRÜ'nün kaynağı değerli ve özgün kaynaklar ise, herhangi bir kaynağın önemi sadece rakiplerin kaynaklarıyla karşılaştırılarak değerlenebilir (Collis, 1991). Yöneticilerin kaynaklarını değerlerken yaptıkları en büyük hata, onları rakiplerin kaynaklarına göre değerlemedeki başarısızlıklarıdır (Collis ve Montgomery, 1995). Bunun için öncelikle işletmenin yakın ve uzak rakiplerinin belirlenmesi gerekir. Ancak, rakip adaylarının hem çeşitli hem de değişken olması bu süreci bir ölçüde zorlaştırır.

KDİM'nin temel varsayımlarından birisi işletmeler arasındaki rekabetin kaynaklara dayalı olduğudur (Collis ve Montgomery, 1995). Dolayısıyla, rakip işletmeler sadece ürün benzerliklerine göre değil, kaynak ve kaynak kullanım unsurlarının benzerliklerine göre de belirlenebilir. Bu amaçla, "kaynaklara dayalı stratejik grup analizi" kullanılabilir. KDİM'ye göre, stratejik grup, bir endüstride benzer kaynaklar demeti kullanarak rekabet eden işletmelerin oluşturduğu gruptur (Mehra, 1994). Buna göre, grup içerisindeki rekabet gruplar arası rekabetten daha yoğundur (Noel ve Aime, 2002). Dolayısıyla, aynı grupta yer alan işletmeler birbirinin yakın rakibi, farklı gruplardaki işletmeler ise uzak rakipleridir. Yöneticilerin kaynaklarını değerlerken yakın rakiplerine uzak rakiplerinden daha çok dikkat etmesi gerekir.

Kaynakları Değerleme

İşletmenin kaynakları ve rakipleri belirlendikten sonra, sıra mevcut kaynakların SRÜ yaratma potansiyelleri açısından değerlemesine gelir. Bu değerlemede kaynakların; değerli, kıt, tam olarak taklit edilemez ve ikamesiz olma özelliklerini ne ölçüde taşıdıklarını belirlemek gerekir (Barney, 1997). Kaynaklar bu özellikleri taşıdıkları ölçüde işletmenin güçlü taraflarını, taşımadıkları ölçüde de zayıf taraflarını oluştururlar. Bu dört özelliği aynı anda taşıyan kaynaklar işletmenin en önemli varlıklarıdır ve SRÜ'ye temel oluştururlar. Ayrıca, kaynaklar kullanılmadıkları sürece kendiliğinden SRÜ üretmeyecekleri için, onların işletme tarafından kullanım düzeyleri bir ayarlama faktörü olarak kullanılabilir (Barney, 1997). Örneğin, kötü bir organizasyon, SRÜ potansiyeli olan bir kaynağın bu potansiyelinden tam olarak kullanılamamasına yol açabilir. Yöneticiler, bu değerlemeye dayalı olarak, işletmelerinin ne tür stratejik ve stratejik olmayan kaynaklara sahip

olduklarına, dolayısıyla SRÜ için gerekli koşulları taşıyıp taşımadıklarına daha kolay karar verebilirler (Peteraf, 1993) Kaynakların SRÜ potansiyelinin değerlemesi yapılırken sorulacak başlıca sorular şunlardır (Barney, 1997):

1) Değer sorusu: Kaynak işletmenin değer yaratmasına ne ölçüde katkıda bulunuyor?
2) Kıtlık sorusu: Belirli bir değerli kaynağa şimdiden kaç rakip işletme sahiptir?
3) Taklit ve ikame sorusu: Belirli bir kaynağı, bu kaynağa sahip olmayan rakipler o kaynağı taklit veya ikame etmeye çalıştığında, işletmeye göre, bir maliyet dezavantajıyla karşılaşıyor mu?
4) Organizasyon sorusu: İşletme, kaynaklarının rekabet potansiyelini tam olarak kullanabilecek şekilde örgütlenmiş midir?

Aşağıda, işletme kaynaklarının değerlemesi sonucu ortaya çıkabilecek muhtemel durumlardan bazıları SWOT çerçevesi ile ilişkilendirilerek örnek olarak verilmiştir: Eğer bir kaynak değerli değilse, o kaynağı kullanmak işletmenin maliyetlerini arttıracağı için işletme için bir zayıflık oluşturacaktır. Eğer bir kaynak değerli ancak kıt değilse, bu kaynağı kullanmak rekabetçi eşitliğe, kullanmamak da rekabetçi dezavantaja yol açar. Bu kaynakları kullanmak işletme için güçlü, kullanmamak da zayıf taraf oluşturur. Eğer bir kaynak değerli ve kıt ancak taklidi zor değilse, bu kaynağı kullanmak rakipler taklit edinceye kadar geçici RÜ'ye yol açar ve işletmenin güçlü tarafını oluşturur. Eğer bir kaynak değerli, kıt, taklidi zor ve ikamesiz ise, bu kaynağı kullanmak SRÜ'ye yol açar. Rakiplerin bu tür kaynakları taklit etmeleri ya çok zor ya da çok maliyetlidir. Bu kaynakların işletmenin en önemli kaynaklarıdır ve işletmenin güçlü yanlarını oluşturur (Barney, 1997). İşletmenin kontrolünde bulunan kaynaklarının bu şekilde bir değerlemesinin yapılması, işletme kaynakların daha iyi kullanım alanlarına rehberlik etmesi açısından önemlidir ve kaynak kullanımı açısından daha az stratejik hata yapılmasına yardımcı olur.

Strateji Geliştirme

Kaynaklar SRÜ yaratma potansiyeli açısından değerlendirildikten sonra, sıra bu değerlendirmeye dayalı olarak bir strateji geliştirmeye gelir. Ancak, KDİM'ye göre, stratejik seçeneklerin temel belirleyicisi, dış çevredeki değişiklikler değil, işletmenin kaynak temelidir (Connor, 2002). Strateji, bir değer yaratma arayışı olarak kabul edildiği zaman, stratejinin değer yaratma kapasitesi dayandığı kaynakların değer yaratma kapasitesine bağlı olacaktır (Spanos ve Lioukas, 2001). İşletmenin değer yaratma kapasitesi en yüksek kaynakları ise stratejik kaynaklarıdır. Daha önce de belirtildiği gibi, kaynaklar soyutlaştıkça taklit edilmeleri zorlaşacağı için, SRÜ potansiyelleri de artacaktır. Dolayısıyla, örgütsel yeteneklerin strateji seçimini etkileme potansiyeli oldukça yüksektir. Son tahlilde, strateji, SRÜ yaratma

potansiyeline sahip stratejik kaynaklar üzerine inşa edilir ve bu kaynakların en verimli kullanım şekillerine işaret eder (Grant, 1991b).

KDİM açısından strateji geliştirmenin esasını stratejik kaynakların en iyi kullanım şekillerini belirlemek oluşturmakla birlikte, bu amaca hizmet etmek üzere, model, strateji geliştirme aşamasında yöneticilerin göz önünde bulundurması gereken üç önemli noktaya işaret eder, bunlar (Grant, 1991a):

1) İşletmenin stratejik kaynaklarını kullanan stratejileri seç.
2) İşletmenin stratejik kaynaklarının potansiyelinin tam olarak kullanılmasını sağla.
3) Gelecek için, işletmenin stratejik kaynak temelini geliştir.

İşletmenin mevcut kaynak temeli onun strateji seçimini önemli ölçüde etkiler. Seçilen strateji ise, işletmenin mevcut kaynak temelini iyileştirerek veya kötüleştirerek gelecekteki strateji seçimi için bir temel oluşturur. Bugünün etkili stratejileri bir taraftan İşletmenin mevcut kaynak temelini geliştirirken, diğer taraftan da gelişen bu kaynak temeli gelecekte izlenecek stratejinin gerektireceği kaynak temelinin gelişmesini sağlar. Gelecekteki stratejin de gelişen kaynak temelinin en verimli kullanım şeklini sağlaması gerekir. Dolayısıyla, işletmenin mevcut kaynak temeli bir taraftan strateji seçimini etkilerken, diğer taraftan da strateji seçimi işletmenin mevcut kaynak temelini etkiler. Bu durum "dinamik kaynak uyumu" olarak adlandırılır (Grant, 1991b).

Diğer taraftan, strateji geliştirmeden önce yapılacak analizler hazır stratejik seçenekler üretmediği gibi, belirli bir strateji türüne de işaret etmezler. Başka bir deyişle, işletmenin kontrolünde bulunan stratejik kaynaklar ile stratejik seçenekler arasında her zaman açık bir ilişki yoktur. Çoğunlukla işletmenin kaynakları aynı anda birden fazla farklı stratejik seçenekle uyumlu olabilir. Kaynaklar belirli bir stratejiyle uyumlu olsa bile, işletme aynı kaynakları çok farklı şekilde kullanarak farklı bir strateji izleyebilir. Bu nedenle strateji seçimi yaratıcı hatta girişimci bir eylemdir (Barney, 2001). Eğer stratejinin temelleri konusunda gerçekten bir görüş birliği olsaydı, stratejik kararlar almak bu kadar zor olmazdı (Herbane, 1997). Strateji geliştirmeyi zorlaştıran onun algoritmalara indirilemeyecek kadar karmaşık bir süreç olmasıdır. Stratejik analizlerin rasyonellik temelinde yapılmasına rağmen, örgütlerdeki davranışsal, sosyal ve politik faktörler strateji seçimini önemli ölçüde etkilemektedir (Connor, 2002). KDİM, işletmenin güçlü ve zayıf yanların daha iyi anlaşılmasına yardımcı olarak, işletmenin karşılaşabileceği farklı stratejik seçeneklerin daha sağlıklı değerlemesinde kullanılabilecek genel bir çerçeve sunmaktadır.

Kaynak Açığını Kapatma

Strateji, yöneticilerin geleceğe bakmasını gerektirir. KDİM'yi esas alarak geliştirilen stratejiler bir taraftan mevcut kaynakların etkin kullanımını gerektirirken, diğer taraftan da işletmenin uzun dönemdeki başarısını güvence altına almak için kaynak temelini geliştirmesini gerektirir. Kaynak temelini geliştirme ise, hem mevcut kaynakların korunmasını hem de yeni kaynakların eklenmesini gerektirir (Grant, 1991b). Çünkü, işletmelerin geçmişte yaptıklarını yapmaya devam etmeleri, gelecekteki başarıyı yakalayabilmeleri için büyük olasılıkla yeterli olmayacaktır. Gelecekteki rekabet mevcut kaynakların önemlerini yitirmelerine ve/veya yeni kaynakların edinilmesi gerekliliğine yol açabilir (Collis ve Montgomery, 1998). Bu durumda kapatılması gereken bir kaynak açığı ve yapılması gereken önemli yatırımlar oluşur.

Zaman içerisinde bütün kaynaklar yıpranacağından, kaynak açıklığı sürekli olacak ve SRÜ'yü korumak için sürekli yatırım yapmak gerekecektir. Aksi taktirde işletme hayatta kalmak için mücadele ediyor olacaktır. Yatırımların temel olarak stratejik kaynakların güçlendirilmesi ve yenilerinin eklenmesi, başka bir deyişle taklidi zor kaynaklar üzerine yoğunlaşması gerekir. Taklidi zor kaynaklar çoğunlukla soyut kaynaklardır ve işletme içerisinden geliştirilir. Ancak, yatırımların sadece stratejik kaynaklara değil, bu kaynakların etkin kullanımı için gerekli ve stratejik eşitlik sağlayan tamamlayıcı kaynaklara da yapılması da önemlidir (Collis ve Montgomery, 1998). Ayrıca, işletmenin kaynak temelini geliştirmek için yapacağı yatırımlarda; içinde bulunduğu endüstrideki rekabetçi dinamikleri, bu endüstrideki rekabetçi pozisyonunu ve rakiplerinin muhtemel kaynak yatırımlarını göz önünde bulundurması gerekir (Collis ve Montgomery, 1998).

SONUÇ

Sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün (SRÜ) kaynakları stratejik yönetimde belki de en önemli araştırma konusudur. Kaynaklara dayalı işletme modeli (KDİM) bu konuda önemli görüşler ileri sürmektedir. Bu model, SRÜ'nün temel belirleyicisi olarak işletme kaynaklarını görür ve işletme kaynakları ile SRÜ arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışır. Bu haliyle model, SRÜ'nün kaynaklarını endüstri yapısıyla açıklamaya çalışan beş rekabetçi güç modelinin (BRGM) bir ikamesi değil, tamamlayıcısı görünümündedir. KDİM'nin stratejik yönetim alanına en önemli katkısı, SRÜ elde etmede sürecinde işletmenin önemini yeniden gündeme getirerek, SRÜ'nün kaynakları konusundaki anlayışımızı zenginleştirmiş olmasıdır. KDİM son yirmi yılda, bazı eleştirilere rağmen, teorik olarak önemli gelişmeler göstermiş ve çok sayıda ampirik araştırmaya rehberlik etmiştir. Bugün,

modelin, SRÜ'nün ve stratejik yönetimin doğasını anlamada en etkili çerçeve olduğu söylenebilir.

Model teorik ve ampirik olarak gelişirken, onun rekabet stratejisi geliştirme açısından yöneticiler için sonuçları üzerinde literatürde yeterince durulmamıştır. Bu çalışmada bu konudaki eksikliğin giderilmesine katkıda bulunmak amaçlanmıştır. Modelin yöneticiler açısından sonuçları şu şekilde özetlenebilir: SRÜ'nün temel belirleyicisi işletmenin kaynaklarıdır. Ancak, işletmenin bütün kaynakları SRÜ üretme potansiyeline sahip değildir. Bir kaynağın bu potansiyele sahip olabilmesi için; değerli, kıt, tam olarak taklit edilemez ve ikamesiz olma özelliklerini taşıması gerekir. SRÜ elde etmeyi amaçlayan bir rekabet stratejisinin bu özellikleri taşıyan kaynaklar (stratejik kaynaklar) üzerine dayanması, başka bir deyişle bu tür kaynakların en verimli şekilde kullanımlarını sağlaması gerekir. Stratejik kaynaklar belirli bir faaliyeti yerine getirmede kullanılmadıkları sürece, kendiliğinden SRÜ üretmeyecekleri için, yöneticilerin işletmenin kontrolünde bulunan bu tür kaynakları belirlemeleri, kullanmaları, korumaları ve geliştirmeleri gerekir. KDİM'ye dayan rekabet stratejisi geliştirme süreci, yöneticilerin daha az stratejik hata yapmalarına yardımcı olmak amacıyla, onların bu görevlerini yerine getirmelerinde izleyebilecekleri sistematik bir çerçeveyi tanımlar.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Barney, J. B. 1997. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, Addison- Wesley Pub.: Reading, Massachusetts.

Collis, D. ve Montgomery, C. A. 1998. *Corporate Strategy: A Resource-Based Approach,* McGraw-Hill: Boston, Massachusetts.

Grant, R. M. 1991a. Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications. Cambridge, Massachusetts: Blackwell Publishers.

Makaleler

Amit, P. ve Schoemaker, P.J.H. 1993. Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, 14: 33-46.

Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17 (1): 99-120.

Barney, J. B. 2001. Is the Resource-Based "View" a Useful Perspective For Strategic Management Research? Yes. *The Academy of Management Review,* 26 (1): 41-56.

Bowman, C. ve Ambrosini, V. 2003. How the Resource-based and Dynamic Capability Views of the Firm Inform Corporate-level Strategy. *British Journal of Management,* 14: 289-303.

Collis, D. 1991. A Resource-based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry. *Strategic Management Journal*, 12:49-68.

Collis, D. J. 1994. Research Note: How Valuable are Organizational Capabilities?. *Strategic Management Journal*, 15:143-152.

Collis, D. ve Montgomery, C. 1995. Competing on Resources: Strategy in the 1990s, *Harvard Business Review*, July-August: 118-128.

Combs, J.G. ve Ketchen, D.J. 1999. Explaining Interfirm Cooperatıon and Performance: Toward a Reconciliation of Predictions from the Resource-based Vıew and Organızatıonal Economics. *Strategic Management Journal*, 20: 867–888.

Connor, T. 2002. The Resource-based View of Strategy and Its Value to Practicing Managers, *strategic Change*, 11: 307-316.

Fahy, J. 2000. The Resource-based View of the Firm: Some Stumbling-blocks on the Road to Understanding Sustainable Competitive Advantage. *Journal of European Industrial Training*, 24 (2/3/4): 94 (article-html).

Foss, N.J. ve Knudsen,T. 2003. The Resource-based Tangle: Towards a Sustainable Explanation of Competitive Advantage. *Managerial and Decision Economics*, 24: 291–307

Grant, R. M. 1991b. The Resource-based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation, *California Management Review*, Spring: 114-134.

Herbane, B. 1997. The Resource-based View: Using Strategy Unorthodoxy to Identify Uniqueness. *Management Research News*, 20 (2/3): 57-58.

Hoopes, D. G., Madsenz, T. ve Walker, G. 2003. Guest Edıtors' Introductıon to the Specıal Issue: Why ıs There a Resource-based Vıew? Toward a Theory of Competitive Heterogeneity. *Strategic Management Journal*, 24: 889–902.

Juga, J. 1999. Generic Capabilities: Combining Positional and Resource-based Views for Strategic Advantage. *Journal of Strategic Marketing*, 7: 3-18.

Mosakowskı, E. 1998. Managerıal Prescrıptıons Under the Resource-based Vıew of Strategy: The Example of Motıvatıonal Technıques. *Strategic management journal*, 19: 1169–1182.

Mehra, A. 1994. Resource-Based View of Strategic Groups, *Journal of Socio-Economics*, 23 (4): 425-439 (article-html).

Noel, H. ve Aime H. 2002. The Analysis of Strategic Groups and Its Contribution to Competence Theory and Practice. www.cbm.net/papers_2002/(article-pdf).

Peteraf, M. A. 1993. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View. *Strategic Management Journal*. 14: 179-191.

Peteraf, M. A. ve Barney, J.B. 2003. Unraveling the Resource-based Tangle. *Managerial and Decision Economics*, 24: 309-323.

Ray, G., Barney, J.B. ve Muhanna, W. A. 2004. Capabilities, Business Process, and Competitive Advantage: Choosing The Dependent Variable in Empirical Tests of the Resource-based View. *Strategic Management Journal*, 25: 23-37.

Spanos, Y. E. ve Lioukas, S. 2001. An Examination into the Causal Logic of Rent Generation: Contrasting Porter's Competitive Strategy Framework and the Resource-based Perspective, *Strategic Management Journal*, 22: 907-934.

Tecee, D. J., Pisano, G. ve Shuen, A .1997. Dynamic Capabilities and Strategic Management, *Strategic Management Journal*, 18 (7):509-533.

Wernerfelt, B. 1984. A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5: 171-180.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Türkiye'de Haber Verme İşlevinin Kişilik Hakları ve Etik Yaklaşımla Değerlendirilmesi

Seçil BANAR*

Özet: Globalleşme ile birlikte dünyadaki her şey gibi ülkelerin enformasyonu yayma sistemleri de değişime ayak uydurmak durumunda kalmış, bireylerin eğlence, eğitim, boş zamanları değerlendirme yanında bilgiyi yayma ve aktarma görevini de üstlenmiş olan medyanın, ülke ve toplum gelişimine katkı aşamasındaki etik sorumluluklarının da gözden geçirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır.Ülkelerin çıkarları ve toplumsal gelişim için bu gün etik gelişme ve değişimler gereklidir ve önemlidir. Artık 20. yüzyılda layık olduğu değeri göremeyen etik 21. yüzyılın getirileri karşısında yeterli kalmamaktadır. Medya sektöründekiler de ticaret, spor, sağlık gibi diğer iş alanlarında çalışanlar kadar hatta fazlasıyla her gün etik sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Yeni teknolojilerin, medyanın gündemi belirleme gücü de her gün artmaktadır. Bu sektörde çalışanların aldıkları kararlar, yaptıkları haberler, yazdıkları metinler toplumu yönlendirip şekillendirmektedir. Gündem belirlenip basın ifade özgürlüğünü kullanırken kişilik hakları ihlalleri de gündeme gelmektedir

Anahtar Kelimeler: medya, etik, gündem belirleme, kişilik hakkı, kamuoyu

The Evaluation of Writing News Function In Terms of Personal Rights and Ethical Approach in Turkey

Abstract: With the emergence of globalization, the systems through which countries disseminate information, like many other things in the world, have had to keep up with the change. Consequently, in terms of contributing to the development of country and society, a new need has emerged for the revision of ethical responsibilities of the media, which has already undertaken the task of entertaining and educating individuals and utilizing their free time as well as disseminating and transmitting information.Today ethical developments and changes are crucial and significant for the sake of the benefits of the countries and for the social development. Ethics, which could not get the proper value it deserved during the 20th century, is no longer be able to be efficient against what 21st century has brought about . Those in media sector face ethical problems everyday as much as, perhaps more than, other staff in other sectors such as commercial, sports and medical sectors. The power of new technologies, of the media to determine the public agenda is increasing day by day. The decisions, news and texts performed by the people in this sector are directing and shaping the society.

Keywords: media, ethics, formulating an agenda, personal rights, public opinion

* Yrd.Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi.

GİRİŞ

Toplumu şekillendirmede böylesine etkili olanların temel çıkış noktalarından ya da güçlerini dayandırdıkları unsurlardan birisi ve en temeli de iletişim, kitle iletişim kavramları olmaktadır.

İletişimin en temel tanımı Ersan İlal tarafından "bilgi, düşünce ve davranışların aktarılması süreci" olarak yapılmıştır.(Bülbül, 2001:2; İlal, 1991: 9). İletişimin yapısı gereği insanlar arasında meydana geldiğini ve onları toplumdan soyutlamanın mümkün olmadığını söyleyen Haluk Yüksel ve Uğur Demiray'a göre bu olgu içerisinde, önemli toplumsal ilişkilendirmeler de içermektedir. (Yüksel ve Demiray, 1998:43)

I. İLETİŞİMİN TANIMI, İŞLEVLERİ, KAPSAMI

Sürekli bir hareket ve dinamizm gerektiren iletişim olgusu kişiler ve toplumlar arasında haberlerin, duyu, düşünce ve fikirlerin iki yönlü olarak değişim sürecini kapsamaktadır. Buradan hareketle iletişim süreci geniş kitleler bazında ele alındığında karşımıza kitle olgusu ve kitle iletişim kavramı çıkmaktadır.

Yazılı, sesli veya görsel unsurların dağıtılıp, yayımlanmasına yardımcı olan her türlü teknik iletişim aracına kitle iletişim aracı denilmektedir. Bu süreç boyunca izleyiciyi, okuru, çeşitli yollardan etkilemek için ileti tasarlayan profesyonel iletişimciler, bu amaç doğrultusunda kitle iletişim araçları olarak anılan televizyon, radyo, gazete, internet, bilgisayar, sinemayı kullanmaktadır. (Yüksel, 2001:4)

II. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE MEDYANIN GÜCÜ

Kitle iletişim araçları olarak adlandırılan medyanın gerçekleştirdiği iletişim sürecinin toplumda yarattığı sonuçlar ve etkiler önemli hale gelmektedir. Geniş halk kitleleri üzerinde; ilgi çekici, güncel, ulusal, gerçek olaylarla etki yaratmakta, farklı fikirler ve görüş ayrılıkları, davranış değişikliklerine neden olmaktadır. Toplum üzerinde bu kadar etkili olan medya gündemi belirleyerek, kitlesel, geniş davranış, tutum değişikliklerine neden olmakta böylece istendik yönde kamuoyu oluşumuna imkan vermektedir.

Kitle iletişim süreci medyada yaşanırken, bu süreci anlamlı hale getiren kaynak, hedef kitle yani alıcı, kullanılan araçlar, iletilen mesajlar gibi

unsurlar vardır ki bu unsurlar kamuoyunu olumlu veya olumsuz yönde oluşturabilmektedir. Amaç kamuoyunu etkilemekse, hedef kitlenin gönüllü katılımını sağlamak gerekmektedir. Kaynak gücü elinde tutanlar, muhabirler, editörler, teknolojik araçlar olabilmektedir. Özel bir telefon konuşmasının bant kayıtlarının mahkemeye verilmesi, bir memur tarafından kayıtların gazeteye aktarılması, olayların bundan dolayı olumsuz etkilenmesi durumunda iletiyi ve ideolojisini; telefonda konuşan mı, bantı mahkemeye veren mi, hakim mi, gazete mi, yoksa okur, izleyici yani hedef kitle mi üretmiştir? (Rigel, 1995:148-151)

Farklı yapıdaki, farklı görüşteki kitlelere mekan ve zaman sınırı olmaksızın ulaşabilen kitle iletişim araçları olayları ilginç, anlık olarak aktarabilmektedir. Gönderilen iletiler alıcı, toplum tarafından yeniden üretilerek yeni anlamlar çıkarılabilmekte, mesaj reddedilmekte, mesaja olumlu veya olumsuz geri bildirim anında gönderilemeyebilmektedir. (Yüksek, 2001:6)

III. KAMUOYU OLUŞUMU VE KAMUNUN DOĞRU BİLGİLENDİRİLMESİ

Kamuoyunu bilgilendirirken, toplumsal tutum ve davranışla kitlesel görüşler oluşturma becerisine sahip medyanın gücü; UNESCO Komisyonu'nca hazırlanan McBride Raporu'na göre birkaç temel işlevi yerine getirmesinden kaynaklanmaktadır.

Haber verme, bilgi aktararak kamuoyu oluşması yönünde çaba göstermek, toplumsal değerleri aktarma, toplumu yine onun belirlediği değerler açısından özendirme, güdüleme, tartışma ortamı yaratarak kültürün ve eğitimin geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Halkın eğlence ihtiyacını giderirken aynı zamanda da eğitime destek olmak ve hem ulusal hem de uluslararası ilişkiler ve bütünleştirme medyanın önemli işlevlerini oluşturmaktadır.(Yüksel, 2001: 7-8; İçel, 2001: 12-14)

Kitle iletişim araçları tüm bu görevleri yerine getirirken kamuyu doğru bilgilendirmeli hem de demokratik sistem gereği, devleti gözlemleyen kamu gözcüsü olarak hareket etmelidir. Devlet otoritelerinin yetki kullanımında aksayan kötü uygulamaları açığa çıkarma rolü medyanın diğer işlevlerine göre daha önde gelmekte ve medyanın örgütlenme şeklini bile belirleme hakkını elinde tutmaktadır. Medya kamusal düzenlemelerle sıkıştırıldığı takdirde gözcülük görevi bitecek hükümetler hizmete girme tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır.(İrvan, 2002: 186)

Böylesine geniş kitleleri etkileyip, kamuoyu oluşturma, gündem belirleme gücüne sahip kitle iletişim araçlarının maddi veya siyasi güç odaklarının etkisine girmesi bir tehlike oluştururken, etki altına girdikleri güçleri de etkileme becerisine sahip olması çifte tehlike gibi görünmektedir.

A) HABER KAVRAMI VE GAZETECİ SORUMLULUĞU

Eğlendirme, haber verme, denetim, eleştiri, kamuoyunu oluşturma ve devlet örgütü ve anayasal toplum yapısı içindeki görevlerini yerine getirirken önemli bir detay olarak haber kavramı ile karşı karşıya kalmaktadır. Kimilerine göre haber, yeni, gerçeklerle ilgili doğru, anlaşılır veya ilginç bilgilerdir.(Paul ve Rauge, 2000:40)

Haberde var olması beklenen temel özellikler ve habere değer katan unsurlar; Önem (Başbakan'ın ölümü / Savaş) İlginçlik (İki başlı bebek) Zamanlama (Ay tutulması) Yakınlık-ilinti (Komşu kentte işlenen seri cinayetler) Duygusallık (Yeni doğmuş bebeğin cami avlusuna bırakılması/ölüm/evlenme) Tekrarlanma (Kentte sık sık meydana gelen araba hırsızlıkları) Çok sayıda kişiyi ilgilendirme (Seçim sonuçları / Askere alınacak gençler ile ilgili duyurular / Okulların tatil edilmesi / Kentte inşa edilecek yeni kültür merkezinin yeri üzerine tartışmalar / Televizyondaki bazı programların çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri / Kentin içme sularının kirlenmiş olması / Fırtınanın, karın yaklaşıyor olması) En büyük olmak (Kentin en yaşlı insanı) İlk olmak (Yılın ilk bebeği) Tek olmak (Bölgedeki tek doktor) Meşhur olmak (Ajda Pekkan'ın kente gelişi) Merak uyandırmak (Yeniden deprem olur mu?) olayları, durum ve davranışları anlamlı hale getirmektedir. Haber yeni oluşan veya tekrar oluşan olaylar hakkında olabilir. Haber sistematik değildir ve yorum haberde yer almaz. Haber çabuk eskir, dayanıksızdır. Haber ilginç, beklenmeyen türden olandır. Haber olaydan önce verilebilir.(Yüksel ve Gürcan, 2001:60)

Kamuoyunu oluşturup, kamuyu bilgilendiren medya, haberi sunarken habere birtakım değerler yüklemelidir ki haber okunsun, izlensin. Haberciliğin dayandığı temel ilkeler olmaksızın haberin hedef kitleye ulaştırılması ve kabul görmesi mümkün görünmemektedir. Haberin unsurları olan bu ilkeler yardımıyla muhabir, haberini gerçek olaylar, durumlar ve açıklamalar üzerine kurmak zorundadır. Olayları, durumları ve açıklamaları bir araya getirirken bazı sorular sorar. Bu sorular gazetecilikte 5N+1K olarak nitelendirilir. Ne? Nerede? Ne zaman? Nasıl? Neden? Kim? (http://www.bianet.org/diger/egitim1466.htm Haber ve Habercilik 30.03.2001)

Genelde bir kurum veya organizasyon tarafından uzaktaki, geniş kitlelere iletileri ulaştırmaya çalışan kitle iletişim araçlarının topluluklarla, aynı anda iletişim kurabilmesi, bu amaca uygun teknolojik ortamlara sahip olabilmekle mümkün olmaktadır.(Yüksel, 2001:5) Bu amaç doğrultusunda habere değer katan unsurlar gerçeklik (doğruluk), yenilik (güncellik), ilginçlik (ilgi uyandırma), önemlilik, anlaşılırlık, kamu yararı, kanıyla anlatım arasındaki düşünsel bağ, eleştiri, haber ve yorumda tarafsızlık, yansızlık, bağımsızlık, kişilik hakları ve özel yaşama saygıdır.(Girgin, 2004: 68-69)

B) KİŞİLİK HAKLARI VE BASINDA SORUMLULUK

Kişilik haklarına saldırı bugün çoğu demokratik ülkelerin ortak noktası durumuna gelmiştir. T.C. Anayasası'nın 26.maddesinde basının görevi özgür ortamlarda yukarıdaki gibi sıralanmakla birlikte, aynı yasanın 28. maddesinde kişilik hak ve şeref-haysiyetinin korunması amaçlı olarak da haber verme özgürlüklerine sınırlamalar getirilmektedir.(Dural, 1995: 127-130)

Bilgilenmenin en üst düzeyde bir kişilik hakkı olduğunu söyleyen Çetin Özek'e göre; bugün basın, maddi çıkarlar, siyasi güç ve reyting amacıyla kişilik haklarına saldırmakta, haber değerini ortadan kaldırarak bilgilenme sürecini olumsuz yönde etkilemektedir. Kışkırtma, gizli dinleme ve görüntüleme yöntemleriyle verilen haberler insan haklarına ve özel hayata müdahaleyi gündeme getirmektedir. Haber verilmeyip haber yaratılmaktadır.(Özek, 1996: 61)

Görevi toplum çıkarlarını ilgilendiren konularda halkı bilgilendirip kamuoyu oluşturmak olan medya haberi verirken eleştiri de yapmak durumundadır. Ancak bu yorumlar kişinin şeref ve haysiyetine, özel hayatına, gizlilik alanına, mesleki itibarına zarar verebilir. Bu durumda, kişilik hakları basın özgürlüğü ile karşı karşıya kalmaktadır. Medyada açıklanan olayın gerçek olması, uygun bir amaca, uygun araçla hizmet etmesi, haberin her yönüyle aktarılması gibi durumlarda basın sorumlu tutulmamaktadır. Kitle iletişim araçlarının fiziksel ve kar amaçlı durdurulamayan yükselişi ve etkileri karşısında güçsüz kalan kişinin korunması gereği daha çok benimsenmektedir.(Öngören, 1996: 26-27)

Medya haberlerinde eleştiri sınırlarını saldırı değil de tüm metinde haberi yazanın fikirlerinin verilmesi şeklinde belirlerse, kitle iletişim aracı amaca uygun ve uygun araçla hizmet ettiği, kamu yararı taşıdığı için kişi haklarına saldırdığı eleştirilerinden kurtulabilecektir.(Dural, 1995: 128-130)

Medya da kişilik haklarına saldırı, kamu yararı kitle iletişim araçlarının haber verme, kamuoyunu bilgilendirme gibi kavramların gündeme taşınmasındaki temel nokta; güç noktaları haline gelmiş, maddi ve siyasi yönden gündemi elinde tutan medya patronları veya tekeller olmaktadır. Kapitalist sistemlerin var olduğu toplumlarda her endüstri alanında olduğu gibi iletişim endüstrisinde de bulunan rekabet ortamı, kâr amacı kitle iletişim araçları ve sahiplerinde; gündemi elinde tutma, belirleme ve kâr etme amaçlı olarak tirajları yükseltme hedefini de yaratmıştır. Amaç para, ekonomik ve siyasi gücü de etkisi altına almak olunca aynı zihniyet çalışanlara da aktarılarak medya çalışanlarından benzer davranışlarla habere yaklaşmaları istenmektedir. Böylece günlük, dikkat çekici, sansasyon, haberlerle kamuoyunu istedikleri yönde etkileme ve tirajlarını yükseltme hedeflerine ulaşmaktadırlar.

Kamu yararı, doğru haber, kişilik hakları, özel hayat, tiraj, ekonomik, siyasi güç gibi kavramlardan hareketle var olan aksaklıkların giderilmesi için hukuk düzeninin kurallarının yanısıra meslek örgütleri ve etik ilkelerle, kınama gibi birtakım mesleki yaptırımlar gündeme gelmektedir.

C) BASINDA TEKELLEŞME VE TİRAJA BAKIŞ

Cumhuriyet döneminde basının gelişimini belirleyen siyasal otorite denetimleri 1931 basın yasası ile hükümete ters düşen yayınları yasaklama yetkisi, gazete kağıdı üzerindeki denetim basını bağımlı kılmıştır. Bununla birlikte ancak II. Dünya Savaşından sonra değişime uğrayan, tekel durumundaki ajansların, uluslar arası haber örgütlerinin haberlerini istediği biçimde ülkeye yansıtması, genel ekonomik sıkıntılar, ulaşım sorunları, okur yazarlık oranının azlığı, gazete sahipliği ile başyazar kimliği ikilemleri, gazeteci haklarının henüz önemsenmemesi basının diğer bağımlılıkları olmuştur. 1946 ve 50 sonrası durum basın lehinde değişmeden, yeni siyasi partinin değişmesiyle basına baskılar, gazeteci yargılamaları, hapis vakaları ile devam etmiştir. 1960 sonrası en önemli yenilik ve basının , var olan hukuk düzeni ve kuralları dışındaki bir güç unsuru olarak Basın İlan Kurumu kurulmuştur. Böylece siyasi iktidarların reklam ve ilan pastasından pay almadaki keyfiliğe bir ölçüt getirilmiştir.(Topuz, 1989: 58-59)

Bugün ülke basınında ve her alanda karşılaşılan genel tekelleşme eğilimlerinde olduğu gibi medya ve basın alanında yaşanan ve ekonomik şartların ortaya çıkardığı tekeller; düşünme, düşündüğünü ifade etme özgürlüğüne sınırlamalar getirmektedir. Kamuyu etkileme ve kamuoyu yaratma, gündem belirleme, tek sesliliği önerme, düşünceyi sınırlama gibi

sorunlarla baş edebilmek için meslek örgütleri ve sendikalar ulusal ve uluslar arası boyutta birtakım düzenlemeler getirmektedir.

IV) BASINDA HUKUKİ DÜZENLEMELER VE MESLEK ÖRGÜTLERİ

İletişim alanı düzenleyen hukuk alanındaki yasalar; Basın Kanunu, Radyo ve Televizyon Kuruluşları ile Yayınları Hakkında Kanun, TRT Kanunu, Türk Ceza Kanunundaki kimi ilgili hükümlerinden oluşmaktadır. 2004 yılında kabul edilen ve Avrupa Birliği Uyum Sürecindeki önemli düzenlemelerden birisi de yeni Bası Kanunudur. 1950 yılından bu yana yürürlükte olan eski basın kanunu yeni kanunla değişikliğe uğramış,1882 Anayasasında yer alan Basın Özgürlüğü Kavramı ilk defa medya alanını düzenleyen bir yasada ele alınmıştır.

Bununla birlikte uluslararası platformda düşünceyi açıklayıp yayma hakkı; Birleşik Devletler Bağımsızlık Bildirgesi, İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ile Medeni ve Siyasal Haklara İlişkin sözleşmelerde de yer almaktadır. Avrupa İnsan Hakları ve Temel Özgürlükleri Koruma Sözleşmesinde AİHS olduğu gibi Birleşmiş Milletlerce de kabul edilen Medeni ve Siyasi Haklar veya Anayasamızdaki kişi hakları ve siyasi haklar ile de iletişim özgürlüğünün sağlanması ihtiyacı, ortaya konulurken aynı zamanda da bu özgürlüğün kullanımının da sınırsız olmadığı bu düzenlemeler içinde yer almaktadır.

AİHS 10. maddesine göre de herkes düşünme ve düşündüğünü ifade etme özgürlüğüne sahiptir. Bu hak; fikir ve bilgi sahibi olma, herhangi bir kısıtlama olmaksızın her tür bilgiye ulaşma, elde etme, elde edilen bilginin yorumlanması, başkasına aktarılması gibi özgürlükleri içermektedir.(Banar ve Günaydın, 2005: 49-60) Bunların yanı sıra ifade özgürlüğü kapsamında ulusal düzeyde bu hakkın kullanımı ve doğabilecek kişilik hakları ihlallerine hukuksal olmayan çözümler ve yaptırımlar getirebilecek olan örgütleri ise; Basın Konseyi, Türkiye Gazeteciler Sendikası, Çağdaş Gazeteciler Derneği, Ekonomi Muhabirleri Derneği, Foto Muhabirleri Derneği, Güneydoğu Gazeteciler Cemiyeti, Gazeteciler Meclisi Girişimi, Uğur Mumcu Araştırma Gazetecilik Vakfı, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti olarak sıralamak mümkündür.

A) BASIN İLAN KURUMU

Ulusal düzeyde alana birtakım düzenlemeler getirmeyi amaçlayan Basın İlan Kurumu 7 maddeden oluşan Bası Ahlak Esasları Hakkındaki Genel Kurul Kararını 1994 de uygulamaya sokmuştur. Gazeteciliği bir kamu görevi olarak tanımlayan kurulun temel ilkeleri arasında gazeteciğin kişisel çıkar ve ahlaka aykırı amaçlar için kullanılamayacağı, haberde çarpıtma, doğruluğu kanıtlanmamış haberi yayınlayamayacağı gibi maddeler yer almaktadır.

Bu hizmetin görülmesinde Basın Ahlâk Esasları'na uyulması ilkesi kabul edilmiştir. Bu ilkeler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır: Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğü ve Atatürk ilke ve inkılâpları ve aleyhine yayın yapılamaz, haberler hukuka aykırı yollardan elde edilemez ve yayınlanamaz, hiç kimse, suçlu olduğu kesin yargı kararıyla belirtilmedikçe suçlu olarak ilân edilemez; suça tahrik veya teşvik edecek ve suç ile mücadeleyi etkisiz kılacak yayın yapılamaz, şiddet ve terörü özendirecek; uyuşturucu maddeler ve her türlü örgüt suçları ile mücadeleyi etkisiz kılacak yayın yapılamaz, küçüklerin ve gençlerin toplum içinde, kişiliklerinin gelişmesini ve korunmasını olumsuz etkileyecek veya onlara yönelik cinsel tacize teşvik eden ve şiddeti özendiren yayın yapılamaz, kadın-erkek ayrımcılığını öngören, kadını sadece bir "cinsel nesne" olarak gösteren yayınlar yapılamaz, cevap ve düzeltme metinlerini, geniş şekilde, en kısa zamanda yayınlar, gazete veya dergiler kadro, baskı, dağıtım veya fiili satış miktarı konusunda yanlış veya yanıltıcı bilgi veremez, ahlâka aykırı yayın yapılamaz, yayınlarda, eleştiri sınırlarını aşan aşağılayıcı sözcükler kullanılamaz; hakaret, iftira edilemez, kamu yararını yoksa bireylerin özel hayatlarının gizliliği ve din ihlal edilemez, yayınlarda hiç kimse ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları sebebiyle kınanamaz, aşağılanamaz, vicdan, düşünce ve anlatım özgürlüklerini hukuka aykırı şekilde sınırlayıcı, sarsıcı veya incitici yayın yapılamaz, haber başlıklarında, haberin içeriği saptırılamaz ve çelişki yaratılamaz, gazeteci, kaynaklarının sırların gizliliğini korur ve ilan veya reklam niteliğindeki haber, resim ve yazıların, tereddüte yer bırakmayacak şekilde ilan veya reklam olduğunu belirtir .(30 Kasım 1994 tarihli Resmi Gazete)

B) ULUSLARARASI GAZETECİLER FEDERASYONU (FIJ-IFJ)

Haber ve bilgiyi toplayan, yayımlayan, dağıtan ve yorum yapan ve olayları açıklayan gazetecilerin mesleki tavırlarının standartlarını belirleyen uluslararası bir deklarasyon da, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (FIJ-IFJ) tarafından onaylanmıştır. Gazetecinin ilk görevi doğruya ve kamunun doğruyu bilmesine saygılı olmaktır. Görev sırasında tarafsız yorum ve

eleştiri hakkını ve haberin dürüst toplanması ve basımında özgürlük ilkesini her zaman savunmak durumundadır. Gazeteci sadece gerçeklere uygun haber vermek temel bilgiyi saklamamak ve belgeyi tahrif etmemekle yükümlüdür. Haber ve belge toplamakta dürüst yöntemler kullanmak durumundadır. Gazeteci, güvence vererek elde edilmiş bilginin kaynağına ilişkin mesleki gizliliğe uyarak iletişim araçları ile artırılan ayrımcılık tehlikesinin farkında olmalı ve toplumsal, ulusal, siyasi ve diğer görüşlere, din, dil, ırk, cinsiyete dayalı ayrımcılığa olanak sağlanmasından kaçınmakla sorumlu kılınmıştır. Basın çalışanı haber çalma (intihal), -Kötü niyetli yanlış açıklamalar, -İftira, onur kırıcı yayın, temelsiz suçlama, -Yayın ya da baskı yapma bağlamında herhangi bir biçimde rüşvet kabul etme fiillerini ciddi mesleki hatalar olarak ele almalıdır.Bu ada layık olan gazeteciler, yukarıda belirtilen ilkelere sadık kalmayı görev bilirler. Her ülkenin genel kanunları çerçevesinde, gazeteciler profesyonel konularda sadece meslektaşlarının yargılarını kabul ederler ve yönetim veya diğer yerlerden gelecek müdahaleleri kabul etmezler.

C) EKONOMİ MUHABİRLERİ DERNEĞİ (EMD)

Ekonomi Muhabirleri Derneği tarafından EMD etik ilkeleri kabul edilmiş ve insan evrensel bir varlık, gerçek bir gazeteci ise barış, demokrasi, insan hakları, toplumsal gelişme ve ulusal kurtuluş mücadeleleri gibi evrensel insani değerleri savunan ve herbir kültürün değerlerine saygı gösteren bir çalışan olarak ele alınmıştır. Evrensel insani değerlere etik bağlılık; gazetecilerin savaş kışkırtıcılığı yapma, silahlanma yarışını destekleme, şiddeti övme, ırkçılık yapma, baskıcı rejimleri destekleme ve benzeri etkinliklerden kaçınmalarını gerektirmektedir. Gazetecinin sağladığı enformasyon toplumsal bir değerdir. Gazetecinin toplumsal sorumluluğu etik bilince uygun hareket etmesini gerektirmektedir. Gazetecinin en önemli görevi, gerçeklere bağlı kalarak, olguları, olayları dürüstçe aktararak, olayları çarpıtmadan vererek, insanların doğru ve gerçek bilgi edinme hakkına hizmet etmektir. Bir gazetecinin görevini yaparken uluslararası anlaşmalarda, bildirgelerde ve kararlarda yer alan hükümlerden haberdar olması, meslek etiğinin bir gereğidir.

EMD üyeleri mesleğini yaparken hem bu ilkelere uymakla ayrıca FIJ IFJ tarafından da benzer maddelerin benimsendiği şu ahlaki hataları yapmamakla sorumlu tutulmaktadır: EMD üyesi haber hırsızlığı yapamaz, borsalarda portföy yönetemez, hediye kabul edemez, kamu yararı gerektirmedikçe, yayınlanması istenmeyen haberleri yayınlayamaz, gazeteci kimliği ile iş takibi yapamaz, ilan ve reklam niteliğinde haber yaparsa işin niteliğini belirtir, haberinde hiçbir görüşünü empoze etmez, gerçeği çarpıtamaz, haber ve yorumlarda, kişi ve kurumları hedef alan çirkin, kaba

ve onur kırıcı kelime ve ifadeler kullanamaz, cevap ve düzeltme hakkına sahip çıkar, meslektaşının kötü muamele, haksız yere gözaltı, yargılanma vb. olaylarla karşı karşıya kalması halinde onu destekler. (htp://www.emd.org.tr/etik.htm. Profesyonel Gazetecilikte Etiğin…1983)

D) YENİ EVRENSEL HABERCİLİK VE İLETİŞİM DÜZENİ (YEHİD)

YEHİD, ne hukuki bir yaptırımı olan bir anlaşmadır, ne de doğrudan UNESCO'nun resmi organlarının ortaya attığı bir yaklaşımdır. 1970'li yıllarda iletişim olgusunun önem kazanmasıyla Üçüncü Dünya ülkelerinin tepkileri sonucu oluşan bir bütündür. Bu bakımdan, Mayıs1974'te Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda ortaya atılmış olan "Uluslararası Yeni Ekonomik Düzen" kavramı ile bir bağı bulunmaktadır. YEHİD'e ilişkin en önemli dönemeç noktalarından biri de McBride Komisyonu Raporu'dur. Sean McBride'ın başkanlığındaki bu komisyon 1979'da yeni bir uluslararası iletişim düzenine gerek olduğunu vurgulayan bir rapor hazırlamış McBride Raporu, gelişmiş ülkelerin iletişim çevrelerinde olumsuz yankılar uyandırırken, azgelişmiş ülkelerden tam bir destek bulmuştur. UNESCO Genel Müdürüne yeni bir evrensel iletişim düzeninin kurulması için pratik öneriler formüle edecek araştırmaları başlatması için yetki vermiştir. Bu kararla, YEHİD kavramının içeriğinin belirginleşmesi yolunda önemli bir adım atılmış olmuştur. Kararda, yeni iletişim düzeninin ilkeleri kısaca şöyle belirlenmiştir: İletişim araçlarında ve haber dolaşımındaki eşitsizliklerin kaldırılması, tekellerin olumsuz etkilerinin kaldırılması, fikirlerin geniş ve dengeli yayımını engelleyecek öğelerin yok edilmesi, Öğrenme kaynak ve kanallarında çoğulculuk, basın ve öğrenme özgürlüğü, medya çalışanlarının sorumluluklarından ve özgürlükleri, gelişen ülkelerin iletişim araçlarının ülke ihtiyaçlarını karşılayacak duruma getirilmesi, Gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan ülkelere yardım etme iteğinde olmaları, her ulusun dünya kamuoyunu kendileri konusunda aydınlatabilmesi hakkına saygı, tüm halkların eşitlik, adalet kapsamında uluslararası bilgi alışverişine katılma hakkına saygı ve kamunun bilgi kaynaklarına ulaşma ve iletişim sürecine katılma hakkına saygı.

Bu ilkelere karşın batıdaki medya da Körfez savaşı sırasında ve sonrasında tek yönlü ve taraflı haber bombardımanına giderken batı'da olduğu gibi bizim ülkemizde de her şeyi eleştirenler suskun kalmışlardır. Batılı medyaların Körfez savaşında ortaya koydukları üstünlük, öncelik tartışmaları aynı zamanda insanlığın ortak ahlaki değerleri ile ilgili üzerinde durulması gereken bir sorunu olduğu gerçeğini de ortaya çıkarmıştır.

Genel olarak medyaların işleyişlerine yön veren anlayıştan kaynaklanabilecek çok ciddi ahlaki sorunları Körfez savaşı haberciliğinin oluşturduğu etkili örneğe rağmen kimilerimiz görmüyor ya da görsek de sessiz kalıyorsak; tavır alınmasının temelinde yalnızca siyasal taktik ve stratejileri koymamızdan ileri geliyor olsa gerektir. Tepkimiz insanlığın ortak ahlaki değerlerinden yola çıkıyorsa; "gerçeğe saygı" ile "insanlık onuru"muzu eşleştirdiysek, herhangi bir siyaset adına ya da yüzünden değil, salt insanlık onurumuz adına suskunlaşmamalıyız. (http://www.medyakronik.com/akademi/makaleler/makaleler23.htm.Medyakronik Akademi Makaleler)

SONUÇ

Sonuç olarak bugünkü anlamına yakın unsurlar taşıyan kapsamdaki medya var olma çabaları ile başlayan serüvenine ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü ve yüzyıla damgasını vuran ve her alanda olduğu gibi basın sektöründe de yaşanan etik sorunlarla mücadele ederek devam etmektedir.

Günümüz medyasında önemli yere sahip basın sektörü bireysel anlamda olduğu kadar küçükten büyüğe kadar toplumsal anlamda da geniş kitleler üzerinde etkili rol oynamaktadır. İster toplumsal bir uğraş isterse kar amaçlı kuruluşlar gibi görünseler bile basın sektörü, iletişim şemasındaki yerini çok farklı ihtiyaçlara cevap olabilecek güçde almış durumdadır. Kişilere her uzaklıktaki mesafelerden bilgi aktaran, çevrede olup bitenden haberdar eden, sorunları aktaran, bu sorunlara cevaplar üretmeye çalışan, eğiten, eğlendiren medya asli görevini aksatmamak durumundadır. Kamuoyunu ulusal çıkarlar ve ilgili konularda bilgilendirerek bilinçli, eğitimli, ayakları sıkıca yere basan bir kamuoyu yaratmak, halkın bilgilendirilmesinde fayda olan konularda kitlelerin gözü kulağı olmak, doğru habere legal yollardan ulaşıp yorum yapmadan aktarmak basının en temel görevleri arasında bulunmaktadır.

Ancak daha önce de bahsedilen ve günümüz medyasının en temel sorunlarından olan ifade özgürlüğü; basın sektöründe yaşanan patron merkezli yönetim tarzı, yüksek kar hedefleri, tiraj arttırma çabaları, tekelleşme, ekonomik, dolayısıyla siyasi gücü elinde bulundurarak gündem belirleme politikaları ile basın özgürlüğü kavramları etik düşünme yaklaşımlarıyla çatışmaktadır. Medya ve bir alt dalı olarak basın sektöründe yapılan haberlerde, habere konu olan kişlerin özel hayatlarına müdehale, kişilik haklarına saldırı, yalan haber, şeref ve haysiyeti küçük düşürücü durumlar söz konusu olduğunda konu adalete intikal etmektedir. Kişilik hakları ile ifade özgürlüğünün karşı karşıya kaldığı durumlarda hukuk

kuralları işlerlik kazansa bile kimi zaman kurum içi yaptırımlar daha da etkili olabilmektedir. Ancak var olan basın meslek ilkelerinin yaptırım gücü ile mevcut sistemde başta bulunan patronlar, yöneticiler ve yönetim felsefesi arasında ölçülebilir ve anlamlı bir orantı bulmak mümkün görünmemektedir. Patron baskıları, işten çıkarılma kaygıları bir tarafa bırakıldığında basın çalışanı; mesleğin gereklerine uygun şekilde, kitlelerin gözü kulağı olmak, var olan basın meslek ilkelerini göz önünde bulundurmak, halkın doğru, gerçek haber alma hakkının bulunduğunu unutmamak durumundadır. Basın çalışanı bir doktor veya hukukçu gibi okuldan mezun olurken şerefleri üzerine yemin etmeseler bile, hukuki yaptırımlardan korkarak değil kendi özgür iradeleri ve etik kodların kendilerinde hissedecekleri manevi boyuttaki yaptırımlarını dikkate almalıdırlar. Aslında ister basın mesleğinin okulunda okumuş olsunlar isterse alaylı olsunlar doğru haber, habercilik ilkelerine uygun haber yapılması durumunda ne kişilik hakları ile ifade özgürlüğü ve etik karşı karşıya kalacak ne de olaylar hukukun ve meslek ilkelerinin çözümünü bekleyen sorunsal adli olaylar haline gelecektir.

KAYNAKÇA

BANAR Seçil, Barış GÜNAYDIN, "The Evaluation of The New Turkish Pres Law ın Terms of The Freedom Expressıon" ("İfade Özgürlüğü Açısından Yeni Türk Basın Kanunun Değerlendirilmesi"), *Communication in the Millennium*, *3rd.International Symposium*, In Cooperation with University of Texas Austin (U.S.A), Anadolu University (Turkey), İstanbul Univrsity (Turkey), May 11-13 2005 s.49-60

BÜLBÜL A.Rıdvan, *İletişim ve Etik*, İletişim Kitapları 2.Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Yayın No:114, Ankara 2001, sf.2; Ersan İLAL, Yığınsal İletişim Araçları, Der yayınları, İstanbul 1991, s.9

DURAL, Mustafa, *Türk Medeni Hukukunda Gerçek Kişiler* , Dördüncü Basım, İstanbul; Filiz Kitabevi, 2995, s.128-130

GİRGİN Atilla, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, İnkılap Kitapevi, Ankara, Ekim 2004, s.78-79

İÇEL Kayıhan, *Kitle İletişim Haberleşme Hukuku*, Basın Radyo-Televizyon Sinema İnternet 5.Baskı, Beta Basım yayın No:256, Hukuk Dizisi:125, İstanbul, Kasım 2001, s.12-14

İRVAN Süleyman, *Medya Kültür Siyaset*, Der:2.Baskı, Alp yayınevi, Ankara 2002, s.186.

ÖZEK Çetin, "Bireyin Kişilik Hakkı", *Basın Kendini Sorguluyor*, *Paneller Dizisi-Medya ve Kişilik Haklar,ı* Türk Gazeteciler Cemiyeti Yayınları:43, **,** 10 Nisan 1995 Pazartesi, İstanbul 1996, s.61

ÖNGÖREN Gürsel, *Televizyon ve Radyoda Kişilik Haklarına Saldırılara Karşı Hukuki Başvuru Yolları*, İstanbul: Der Yayınları no: 179, 1996 s.26-27

PAUL Wolf Schneider, Josef RAUE, *Gazetecinin El Kitabı***,** Konrad Adenaver Vakfı, Çev.:Işık Aygün, Ofset Baskı, Ankara 2000, s.40

RİGEL Nurdağon, *Haber, Çocuk ve Şiddet***,** Üretim Kitle İletişimi ve Tüketim Sürecinde Haberin İncelenmesi, Der Yayınları, Eren Ofset, İstanbul 1995, s.148-151

TOPUZ Hıfzı, Korkmaz ALEMDAR, Raşit KAYA, Oktay KURTBÖKE ve Nalan ÖRKİ *Basında Tekelleşmeler* İLAD İletişim Araştırmaları Derneği

TÜSES VE İLAD ortak yayını Mozaik Basım İstanbul 1989 sf 58-59

YÜKSEL Erkan, *Medyanın Gündem Belirleme Gücü***,** Çizgi Kitabevi Yayınları, 40, Çizgi İletişim Bilim 4, 1.Baskı, Aralık 2001, Konya, s.4

YÜKSEL Erkan, Halil İbrahim GÜRCAN, *Habercinin El Rehberi Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri*, T.C. A.Ü. Yayınları, No:1263, İ.B.F. yayınları No:42, Eskişehir 2001, s.60

YÜKSEL Haluk, Uğur DEMİRAY; *Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 1998, s.43

http://www.medyakronik.com/akademi/makaleler/makaleler23.htm *Medyakronik Akademi Makaleler,* "Zihinlerin Yeni Efendileri: Medyalar" Aydın Uğur, Birikim Dergisi, Mayıs 1991, Sayı 25'te.

http://www.emd.org.tr/etik.htm. 1983 yılında yayımlanan *Profesyonel Gazetecilikte Etiğin Uluslararası İlkeleri* Metni'nden.

http://www.bianet.org/diger/egitim1466.htm *Haber ve Habercilik 30.03.2001 Alper GÖRMÜŞ* BİA Haber nedir?

Resmi Gazete'nin 30 Kasım 1994 tarihli sayısında yayımlanarak yürürlüğe giren Basın İlan Kurumu Genel Kurulu'nun 18 Kasım 1994 tarihinde aldığı 129 numaralı karar

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif

Ömer AYTAÇ*

Özet: Bazı toplumlar girişimcilik konusunda yüksek performans gösterirken diğerlerinde aynı performans görülmemektedir. Sosyal bilimciler bu farkın oluşmasında kültürün oynadığı rol üzerinde durmaktadırlar. Toplumun hakim değer ve zihniyet ölçüleri olarak kültürel unsurlar, belli tutum ve davranışların oluşmasını doğrudan etkilemektedir. Girişimci edimler için kültürün verileri büyük önem taşımaktadır. Girişimciler de üyesi oldukları kültürden bağımsız, ondan ayrı bir konumda değildirler. Yaşadıkları kültürden etkilenerek, bir takım etkinlikler içine girerler. Bu çalışmada, girişimciliği çevreleyen sosyo-kültürel bağlam irdelenmekte ve girişimciliğin sosyolojik evrenine ışık tutulmaktadır. Bu çerçevede, girişimcilik-sosyal yapı ilişkisi, belirleyici faktörler ve kültürün girişimci kişilik/benlik oluşumuna etkisi açımlanmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, girişimcilik, girişimci kültür, sosyo-kültürel yapı

Entrepreneurship: A Socio-Cultural Perspective

Abstract:While some societies exhibit great performance on entrepreneurship, it is not seen the same performance in others. Social scientist insist on the role of culture in occuring this difference. Cultural elements as a socity's dominant value and mentality criterions effect directly to form certain attitude and behaviours. Contents of culture have great importance for entrepreneur activities. Entrepreneurists also are not in a situation that independent or apart from the culture to which they belong. They fulfill some activities to be influenced by the culture in which they live. In this study the socio-cultural context surrounding entrepreneurship. In this frame, such facts as the relation of entrepreneurship-social structure, determining factors and effect to constitute of entrepreneur character of culture are tried to be expounded.

Keywords: Entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneur culture, socio-cultural structure

GİRİŞ

Girişimcilikle toplumsal/kültürel yapılar arasında yakın bir ilişki vardır. Bazı toplumlar girişimcilik konusunda yüksek performans gösterirken diğerlerinde aynı performans görülmemektedir. Sosyal bilimciler bu farkın oluşmasında kültürün oynadığı rol üzerinde durmaktadırlar. Toplumun yapısal koşulları, değer ve norm sistemleri, her hangi bir davranışın/ hareketin oluşmasını doğrudan etkileyebilmektedir.

* Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü.

Girişimcilik iktisadi bir değer üretimi olmanın ötesinde, hem gerçekleştiği ortam hem de ortaya çıkardığı değişimci hareketlilik itibariyle, toplumsal, kültürel ve politik dinamiklerle yakından ilişkilidir. Bundan dolayı, son yıllarda girişimcilik araştırmalarında toplumsal/kültürel boyut öne çıkmakta ve girişimciliğin giderek sosyolojik bir muhteva kazandığı dikkati çekmektedir. Ekonomi, işletme, yönetim, finans ve eğitim gibi disiplinlerin girişimciliğe yönelik ilgisi devam etmekle birlikte, davranış bilimleri ve özellikle de sosyoloji biliminin, girişimcilik araştırmalarına farklı bir boyut getirdiği gözden kaçmamaktadır.

Sosyolojik teoride girişimciliğe yönelik ilgi özellikle 80' sonrası artış göstermiştir. Özellikle, ABD, İngiltere, İskandinav ülkeleri, Japonya, G. Kore ve Çin gibi girişimci ekonomiye geçen ülkelerde, sosyolojik girişimcilik araştırmalarında büyük bir artışa tanık olunmaktadır. Yine, gelişmekte olan ülkelerde de, girişimci performansı yüksek ekonomiye geçişin değer kazanmasıyla birlikte, girişimciliğe ilginin arttığı göze çarpmaktadır (TÜSİAD, 2002; Özcan, l995). Bu ilginin temelinde, girişimciliğin artık klasik üretim araçlarından biri belki de en önemlisi olarak görülmesi, girişimciliğin refah yaratan ve sosyal yapıyı/ ilişkileri dönüştüren bir güç olarak addedilmesi ve girişimci sınıfın toplumsal bir kategori olarak artan öneminin yattığını söylemek mümkündür.

Sosyoloji bilimi; girişimci kişiliğin/benliğin oluştuğu sosyal ortamı, girişimciliği etkileyen ve girişimciliğin etkilediği sosyal süreçleri, girişimci bireyin yetiştiği sosyal aura, grup etkileşimi, toplumsal etkiler, kültürel meşruiyet sistemleri ile girişimciliğin sosyal yapıda farklaşma yaratıcı yönüne odaklanmakta, böylelikle de, girişimciliği sosyal, kültürel ve politik olarak boyutlandırma yoluna gitmektedir.

Sosyolojik girişimcilik araştırmaları, büyük ölçüde girişimciliğin sosyal yapı ile olan bağından hareket ederek; sosyal ve kültürel yapı ile girişimcilik arasındaki ilişkiler, toplumda gözlenen yapısal farklaşmalar, sınıfsal ve mesleki tabakalanmada girişimcilerin rolü ve girişimci sınıfın toplumsal ve politik gücü üzerinde durmaktadırlar. Bu araştırmalarda, girişimciliğin temellendiği sosyal ortam önemli bir hareket noktasıdır. Zira, girişimciler sahip oldukları özellikler itibariyle bütün toplumlarda sıra dışı bir tip olarak görülmekte ve sayıca çoğunluk oluşturmamaktadırlar (bkz. Chell vd., l99l). Bu tiplerin ortaya çıktığı ailevi, grupsal ve toplumsal ortam ve dinamikler kuşkusuz sosyolojik irdelemenin odak noktalarını oluşturmaktadır. Hangi toplumlar, hangi grup yapıları ve inanç/değer sistemleri, bu sıra dışı tiplerin belirmesini mümkün kılmakta, hangi toplumlar bu tipleri perdelemektedir. Bunun dışında, toplum kültürü, gelenek ve değer sistemleri, sosyal kontrolün niteliği, devlet veya kolektif yapıların gücü vs. de girişimcilik araştırmalarında dikkate alınan hususlardır. Ayrıca, girişimcilik, yenikçilik ve değişimcilikten beslenen ve toplumda da değişimci/yenilikçi hareket

başlatan bir eylem biçimi olduğundan, toplumsal değişmeye ivme kazandırıcı bir güç/bir değişme ajanı olarak da kabul edilmektedir. Girişimcilik, toplumsal refahı ve kaynak üretimini mümkün kıldığından toplumsal gelişme için de hayati bir önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, girişimci(lik) olgusunu ortaya çıkaran sosyal yapı unsurlarına temas edilmekte, kültürün girişimcilik üzerindeki etkisi ve girişimci kişilik/benlik oluşumunda kültürün rolü üzerinde durulmaktadır.

GİRİŞİMCİ(LİK) KAVRAMI

Girişimci(lik) kavramı esasta iktisadi bir çerçeve içinde ele alınmaktadır. İktisadi açıdan girişimci, arz ve talebi yönlendiren, pazar arayan kişi; girişimcilik ise, daha çok kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyeti olarak anlaşılmaktadır.

Girişimcilik (entrepreneurship) kavramının bugünkü anlamda kullanılması, kapitalist üretim tarzının egemen hale gelmesiyle ilişkilidir. Zaten kavramın iktisat literatürüne girişi de, l9. ve 20.yüzyıllarda başlar. Kavramı ekonomiye, Fransız ekonomist Cantillon kazandırmıştır. J.Babtiste Say ile de bu kavram bugün kullandığımız anlama kavuşmuştur. Say'a göre girişimci kavramı, bütün üretim faktörlerini biraraya getirerek kıymetli olduğu sanılan bir malı üreten ve elde edeceği kâr için riski göze alan kişidir. Say'ın girişimci tanımı, risk üstlenme ile yöneticilik kabiliyetinin her ikisine birden sahip olma esasına dayanmaktadır (Binks-Vale, l990:ll9).

Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Peters (2001:9)'e göre de girişimci; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/imkan yaratacak şekilde bir araya getiren kişidir. Girişimci, aynı zamanda, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzenin yaratıcısıdır. Bu çerçevede girişimcilik ise, yeterli emek ve zaman ayırarak, mali, fiziksel ve sosyal riskleri göze alarak, parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde ederek yeni bir değer yaratma süreci olarak görülmektedir.

Casson ve Foss-Klein'a göre de girişimcilik, risk alma, fırsat kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tamamını ifade eder. Bu çerçevede, hem şirket açma süreci, hem de yenilik yapma süreci girişimciliğin kapsamına girer (Casson, l995; Foss-Klein, 2002; TÜSİAD, 2002:34). Bu bağlamda Bridge ve arkadaşları da, girişimciliğin daha öz olarak, bir işe başlamak, iş sahibi olmak ve işi geliştirme ve büyütmeyi kapsadığını belirtirler (Bridge vd., l998:35).

GİRİŞİMCİLİĞİN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Girişimciliğin ortaya çıkışında kişilik mi yoksa sosyal çevrenin mi daha etkili olduğu uzun süre tartışılmıştır. Kişilik üzerinde duranlar, girişimcilerin sahip oldukları psikolojik özelliklere ağırlık vermişlerdir. Kişilik yapısında girişimci ögeler arama çabaları en fazla, "risk alma", "başarma ihtiyacı" ve "denetim odağı"na sahip olma üzerinde yoğunlaşmıştır. Girişimciliğin ortaya çıkışında çevreyi öne çıkaranlar ise, grup yapısının, toplumsal gelenek ve kültürel özelliklerin etkisini vurgulamışlardır. Ayrıca, devlet ve piyasa gibi dış sosyal çevre koşullarının elverişli olup olmaması da üzerinde durulan bir başka hususdur. Gelişmiş ülkelerde girişimciliğin ortaya çıkmasında pazar mekanizmaları etkili iken, gelişmekte olan ülkelerde, hükümet politikalarının belirlediği ekonomik güdüler daha baskındır (Naffziger, l995:32).

Girişimci edimleri sırtlayan aktör ve nitelikleri, hem psikolojik hem de sosyolojik kuramda etraflı bir şekilde irdelenmiştir. Bazı bireylerin diğerlerine kıyasla niçin daha girişimci olduklarını izaha çalışan yaklaşımlar arasında; kişilik kuramları (psikodinamik, sosyal psikolojik), davranışsal kuramlar ve sosyolojik yaklaşımlar büyük ağırlığa sahiptirler.

Psikolojik Kuramda Girişimcilik

Girişimciliğe yönelik psikolojik kuramlar, kişisel ögelerden hareketle girişimci kişiliği açıklamaya çalışırlar. Bu yaklaşımlara göre, kişisel niteliklerimiz bizim kim olduğumuz, hangi psikolojik ve sosyal situasyonda bulunduğumuzu önemli ölçüde açıklar. Kişilik kuramları içerisinde, psikodinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımlar, girişimci bireyi, sahip olduğu tutum ve tavır kombinasyonu, bakış ve yenilikçi/değişimci performansı ile farklı/ayırıcı bir tip olarak resmederler. Büyük ölçüde, Freud'un kişilik kuramından türetilen bu yaklaşımlar, insanı yönlendiren bilinçaltı güdülerin kişiliğin oluşmasında temel rol oynadığı gerçeğine vurgu yaparlar. Bu bilinçaltı güdülerle, toplumsal önkabullerin kimi zaman çatıştığı, kişinin genel yargılarla ters düşmeyecek tutum ve tavırlar içine girmeye zorlandığı ileri sürülmektedir. Gerek toplumsal düzlemde gerekse de bir organizasyon çatısı altında, kişinin genel düzen ve yargılarla ters düşmesi halinde, tepki görmesi, reddedilmesi ve sonuçta "marjinal" ya da "sapan" bir kişi olarak görülmesi söz konusu olmaktadır. Girişimciler de, çoğu zaman, kurulu/yerleşik değerlerle ters düşen bir kişilik yapısına sahiptirler (Bridge vd., l998: 42-48).

Kets de Vries de, girişimcilerin ilk çocukluk döneminde aykırı deneyimlerle kışkırtılmış sapkın ya da marjinal niteliklere sahip olduklarını belirtmektedir. Girişimci bireyler, başkasının otoritesini kabul etmede, bir örgüte angaje olmada başarısızdırlar. Gergin, güvensiz ve tatminsizdirler ve bu durum,

onları yeni arayışlara, maceracı tavırlara ve kaderlerini kontrol arzularını maksimize etmeye yöneltir (Chell vd., l991:55-56). Bu bağlamda, girişimci birey, kişisel karakteristikleri itibariyle, ortalama insandan farklı, daha çok "sapan" bir kişiliği temsil etmektedir denebilir.

Girişimciliğe psikolojik ve davranışsal yaklaşımlar, girişimcilerin ekonomik değer üretmeye yönelik tercihlerinin yöneldiği tutum ve davranışlara odaklanırlar. Örneğin McKenna, kişisel nitelikleri itibariyle girişimcilerin bir kısım tutum, mizaç, üslup (tarz), kabiliyet vs. itibariyle diğer insanlara göre ayırıcı (tipik) bir karaktere sahip olduklarını belirtir. Çoğu düşünür de, girişimcilerin "güçlü başarma duygusuna" ve "kendi kaderlerini kontrol arzusuna sahip olduklarını" dile getirirler. Bunlara göre, girişimcilerin işlerini başarıyla görebilmeleri, onların hayatlarını kontrol etme kapasitelerini artırma ve güçlü başarı duygusuna sahip olmalarına bağlıdır. Stevenson ve Gumpert de, girişimcilerin en belirgin karakteristikleri olarak, "risk alma" eğilimine sahip olmalarını gösterir. Onlara göre, girişimciler, risk almaya isteklidirler, sürekli olarak iş fırsatları kollarlar ve üretim kaynakları üzerinde denetim kurma arzusundadırlar. Bu bağlamda, Timmons da, girişimcilerin, azimli (kararlı), problem çözme yeteneği güçlü ve güvenilir mizaça sahip kişiler olduklarını belirtir (Bridge vd,1998: 42-43).

Bu özelliklere ilave olarak, psikodinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımların vurgulamak istedikleri kişisel nitelikler arasında, girişimcilerin, "proaktif", "dinamik", "amaçlı", "pozitif" ve "inisiyatif alabilme" yetenekleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, kimliği tanımlayıcı nitelikler olarak, "yenilikçi", "imajinatif", "yaratıcı", "esnek" vb. hususlara vurgu yapmaktadırlar. Bundan başka, "uyumlu olma", "güven duygusuna sahip olma", "ölçülü risk alma", "kararlı olma", "inatçı (direngen) olma", "sonuç almaya yönelik fikri kapasite" ve "kendine güven düzeyinin yüksek olması" da dile getirilen hususlar arasındadır. Durham University Business School tarafından yapılan bir sınıflandırmada da girişimcilerin, "güçlü başarma duygusu", "özerklik", "bağımsızlık", "iç kontrol duygusu", "ölçülü risk alma" ve "yaratıcı eğilimler"e sahip oldukları vurgulanmıştır. Girişimcilik için gerekli görülen bu özellikler, kuşkusuz, yaşam deneyimlerinden, organizasyon ikliminden ve toplumsal kültürün imkanlarından beslenmektedir (Bridge vd, l998:43).

Bir kişisel nitelik olarak "sezgi gücüne sahip olma" da sıkça dile getirilmektedir. Girişimcilerin kimi bilinmeyen olayları önceden gördükleri veya sezdikleri ileri sürülmektedir. Buna göre, girişimci, ortamı çok iyi gözler ve sezgileri ile yorumlayıp uzun dönemde ihtiyaç duyulacak ürün ve hizmetleri üretmek için gerekli kaynakları bir araya getirir. Bu çerçevede, girişimciler "sezgileri güçlü", "iyi gözlemci", "hayal gücü yüksek", "sosyal yönü kuvvetli", "düşünme ve muhakeme yetenekleri gelişmiş" insanlardır (Shane, 2002; Westhead ve Wright, 2000; TÜSİAD, 2002: 37).

Başarılı girişimcilerin üç temel özelliğe sahip olduğu da ifade edilmektedir. Bunlar; "vizyon", "misyon" ve "hırslı olma" dır. Başarılı girişimciler, başkalarının algılamayıp kaçırdığı sinyalleri seçip algılama yeteneğine sahiptirler. İlgilendikleri alanlarda, yoğunlaştıkları vizyonu geliştirmek için azami çaba sarfederler. Aynı zamanda, "tutkuyla bağlanma" ve "kararlı dayanıklılık" güdüsüne sahip olmalarıyla dikkat çekerler. Bunlar, rekabetçi ve kazanma arzusuyla dolu hırslı insanlardır (Smilor-Sexton, l996: 7-9).

Davranışsal Kuramda Girişimcilik

Girişimciliği değişik açılardan ele alan yaklaşımların yanında, mevcut yaklaşımlardan hareketle bir senteze ulaşmaya çalışanlar da bulunmaktadır. Kişiliğin girişimciliği etkileyen önemli bir faktör olduğu, ancak tek başına yeterli olmadığı, diğer faktörlerle birlikte düşünüldüğünde anlaşılabileceği ileri sürülmektedir. Buna göre, girişimcilik, kişiliğin dışında çok sayıda faktörün etkileşiminden oluşan davranışsal bir süreçtir (Naffziger, l995:22)

Davranışsal yaklaşımlar, davranıştan hareketle girişimsel olanın doğasını açıklamaya çalışırlar. Bu yaklaşım, esasta, spesifik bir olayla ilgili bireysel yetenekleri (ehliyet) esas alarak, zaman içinde davranışlardaki değişmeleri, özellikle de iş sürecinin farklı aşamalarındaki değişmeleri incelerler. Girişimci davranışı belirlemek için; "yetenek", "bilgi", "performans" ve "psikolojik" değişkenlerden hareketle bir çerçeve geliştirirler (bkz. Bridge vd, l998: 50-53).

Bu bağlamda Gibb (l987:ll) de, girişimci davranışları şu şekilde örneklemektedir. Ona göre, girişimci davranış; inisiyatif göstermek (initiative), ikna gücüne sahip olmak, ölçülü risk almak, yaratıcı olmak, bağımsızlık/özerklik, problem çözme, başarma arzusu, kendi kaderini kontrol gücüne sahip olma, liderlik, sıkı çalışma vs. şeklindedir. Gibb, girişimcilerin, iş ya da ticari sahada bu tutumlara yüksek oranda sahip kişiler olduklarını belirtmektedir. Ayrıca, Gibb ve Ritchie (l982:7), girişimcilik için gerekli tutum ve davranışlar olarak; motivasyon, kabiliyet, düşünce ve kaynaklara sahiplik durumuna vurgu yapmaktadırlar.

Bu yaklaşımların ışığında, girişimciliğin bir takım ayırıcı kişisel özelliklerle karakterize olan bir tutum ve davranış bileşimi olduğunu söylemek mümkündür. Kimi girişimcilerde bu özelliklerin bir kısmı baskın iken, kimilerinde daha farklı özellikler ön plana çıkmaktadır. Her girişimcide, aynı kişisel özellikler belirleyici olmaktan uzaktır.

Sosyolojik Kuramda Girişimcilik

Girişimciliğe sosyolojik yaklaşımlar ise genelde, bireysel kararlar üzerinde sosyal yapının ve sosyal değişkenlerin önemini vurgularlar ve girişimcilik teorisinde tek belirleyici olarak kaba bireyciliğin (kişisel niteliklerin) esaslarını yücelten bir eğilimin göze çarptığını ileri sürerler. Yakın zamanlara kadar, girişimcilik teorisinde baskın olan eğilim, girişimci bireyin niteliklerinden hareket etmekti. Oysa, kaba bireycilik ya da kişisel nitelikler, çoğu zaman karar almayı etkileyen sosyal faktörlerin rolünü eksik bırakmaktadır (Thornton, 1999: 19-46).

Girişimsel eylemin ortaya çıkmasında, kişisel, davranışsal ve de iktisadi motivler dışında, kâr dışı (non-profit) motivlere yapılan vurgular da bir o kadar yaygındır. Weber, Schumpeter, Auster and Aldrirch, Storey, Lyon, Werbner, Reynolds, Hofstede, vb. çok sayıda teorisyen, kâr dışı itkilerle girişimsel eylemi açıklamaya çalışmışlardır. Bu yaklaşımlarda, din, statü, toplumsal yapı, tarihsel koşullar, cinsiyet, ırk, etnisite, eğitim, grupsal/çevresel özellikler vs. üzerinde durmuşlardır (bkz. Verheul vd. 2003).

Girişimciliğe yönelik sosyolojik yaklaşımlar, girişimcilikle sosyal yapı ya da sosyal etkenler arasındaki ilişkiye odaklanırlar. Sosyal etkenler, pek çok davranış için motivasyonel bir etkide bulunur. Weber'den bu yana pek çok sosyal bilimci başta din olmak üzere, pek çok sosyal etkenin iktisadi davranışın oluşmasına, girişken aktivitelerin artmasına olanak tanıdığı gerçeğinden hareket etmişlerdir.

Sosyolojik teoride girişimcilik, genelde, toplumsal koşullarla ilişkili, bu koşulların biçim verdiği bir faaliyet olarak görülür. Sosyologlar, bireylerin ciddi bir şekilde kariyer tercihi yapmaya yani belli bir iş ve mesleğe zorlandıklarına inanırlar. Onlara göre, tercihler sosyal dünyadaki beklenti ve önkabullerden hareketle oluşur. Toplum kişileri, belli bir role karşı yönlendirir ya da hazırlar. Toplumun sunduğu fırsatların farklılığı, insanları değişik iş ve uğraş edinmeye yöneltir. Bireyler, mevcut koşullara paralel tutum ve davranış edinirler ve doğal olarak toplumun onay görmüş rol setlerine göre sosyalize olurlar. Toplumun değer ve rol setleri, kişiler için bağlayıcı sonuçlar doğurur. Örneğin, girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer bir iş kurduğu ya da aile işini büyüttüğü çoğu kez dikkati çeker. Yine, işçi ya da memur ailelerden gelenlerin de sıklıkla bu yönde sosyalize oldukları, verili koşullara paralel iş/meslek edinmeye yöneldikleri görülür. Bu durum, mevcut sosyo-ekonomik koşulların, kariyer tercihi yapmada belirleyici rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır (Bridge vd., l998:54).

Shapero da, kişinin bir iş ve şirket kurma isteğini, sosyal kabul edilebilirlik beklentisinin belirlediğini ileri sürmektedir. Yine Casson da, diğerlerinden saygı görme arzusu ve benlik saygısını kazanma isteğinin girişimci edim içine girmeyi belirleyebildiğini belirtmektedir (Basu, 2003:295).

Bazı sosyologlar da, girişim sürecinde fırsatların önemini vurgularlar. Örneğin Reynolds, karar alma ve girişimci aktivite içine girme teşebbüsünün, fırsatların ne zaman oluşacağına bağlı olduğunu belirtir. Toplum ne kadar fırsat sunarsa, girişimcilik için o kadar açık bir toplumsal ortam oluşmuş olur (Bridge vd., l998:54).

Sosyologlar, girişimciliği sosyolojik olarak temellendirirken girişimci edimlerin ortaya çıkmasında sosyal çevre, aile kökeni, eğitim, yaş, cinsiyet, etnisite, ırk vb. sosyal faktörleri fazlasıyla önemserler. Onlara göre, sosyal yapılar, ortamlar ve etkenler; girişimsel fikirler, fırsatlar, kaynaklar, beceriler ve başarı için motivasyonel etkide bulunur. Sosyal sınıf, aile kompozisyonu ve geçmişi, aile mesleği vs. girişimci karar almayı doğrudan etkiler. Örneğin, İngiliz girişimciler üzerine yapılan bir araştırmada, girişimcilerin büyük bir kısmının ebeveynleri ya da yakın akrabalarının da yine girişimci oldukları ve aynı işi sürdürme veya büyütme eğiliminde oldukları görülmüştür. Ayrıca, bazı sosyal grupların örneğin, etnik özellikleri baskın grupların diğer girişimcilere kıyasla daha çok üretme (oransal olarak), daha yüksek girişimsel performans gösterme eğiliminde oldukları görülmüştür (Bridge vd., l998: 54-55).

Yine etnik girişimcilik araştırmaları, girişimsel eyleme katılmada, ırk ve etnisitenin pozitif olduğu kadar negatif etkileri olduğuna da işaret etmektedirler. Auster and Aldrich, etnik bir azınlık gruba ait olmanın işe girme ya da iş kurmada saf önyargıları da işin içine çektiğini belirtmektedirler. Onlara göre, emek piyasasındaki ayrımcılık ve etnik azınlık üyelerinin iticiliğine dair çok sayıda önyargı mevcuttur. Bu önyargılar, söz konusu grup üyelerini diğerleriyle temas kurmaktan alıkoyacağı gibi, grubu kendi içinde daha bir bütünleşik hale getirmektedir. 1970 lerde İngiltere'de Asyalı göçmenlere uygulanan ayrımcılık bu türdendi. Storey (1991) tarafından da desteklenen bu görüşe göre, İngiltere'de, istihdamdan en düşük payı alan ve yüksek işsizlik oranlarına muhatap olan kesimler bunlardır. Son zamanlardaki etnik azınlık firmalar üzerinde yapılan araştırmalar da, beyaz nüfus, Asyalı ve siyah ötekiler açısından girişimci aktivitelerin farklı bakışa ve Asyalı–siyah öteki aleyhine işlediğine dair bulgulara işaret etmektedir (Jones, 1996; Basu, 2003: 295-296).

Yine sosyal etkenler arasında, cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi de belirleyici bir öneme sahiptir. Örneğin, 29 ülkede yapılan GEM (2001) araştırmasına göre, iş kurmada toplumsal cinsiyetçi ayrışmanın erkekler lehine dengesiz bir

görünüm aldığına vurgu yapılmaktadır. Örneğin, yeni kurulan şirketlerin sahiplerinin çoğu erkeklerden oluşmaktadır. Çalışma ortalaması itibariyle, erkekler kadınların 2 katı daha fazla girişimcidirler. Ancak, bu veri ülkelere göre farklılaşmaktadır. Örneğin, Brezilya ve İspanya'da erkekler kadınlardan 2 kat daha fazla girişimci iken bu oran Fransa'da 12'dir. Yine, girişimcilerin en yoğun olduğu yaş grubu da, 25-34 yaş grubu olarak ortaya çıkmıştır. 29 ülke arasındaki girişimcilik farkının % 40 gibi önemli bir kısmı ortaokul sonrası eğitim göstergesine sahiptir (TÜSİAD, 2002: 50). Bununla birlikte, ABD'de girişimcilikle ilgili yapılan bir araştırmada ise, girişimcilerin sanıldığından daha fazla eğitimli oldukları ancak almış oldukları eğitimin onların yaptıkları işlerle çok yakından ilgili olmadığı görülmüştür. Kişisel özellik itibariyle de, girişimcilerin, başarma gereksinimi, denetim kurma, risk alma ve cinsiyet önemli bir değişken olarak belirmiştir. Aile kökeni itibariyle, babanın da girişimci olduğu, hatta annenin de girişimci niteliklere haiz olduğu tespit edilmiştir. ABD'deki girişimciler, anne ve babalarının kendilerini iş kurmaya yönelttiği, girişimciliğe teşvik ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, ABD'deki girişimcilerin, işlerine çok bağlı, çalışkan ve etkin yöneticiler oldukları, işlerinde başarıyı yakalamak için her tür özveriyi gösterme eğiliminde oldukları saptanmıştır (Hisrich/Peters, 2001: 11-38). Bu bulgular genelde sosyal etkenler ve sosyal yapı unsurlarının girişimci bireyi ve girişimcilik sürecini anlamaya yönelik sosyolojik yaklaşımların gözardı edilemeyeceğini göstermektedir.

GİRİŞİMCİLİK VE TOPLUMSAL YAPI

Girişimcilikle sosyal yapı arasında yakın bir ilişki vardır. Sosyal yapı, kurumlaşmış sosyal ilişki ağları olarak tanımlanmaktadır. Sosyal yapılar, nitelikleri ölçüsünde davranış kalıpları, kurumsal örüntüler ve kültürel formlar üretirler. Sosyal yapılara egemen değerler ve normlar, o toplumdaki insan ilişkilerine, yaşama biçimlerine, düşünme ve algılama sistemlerine yön verirler. Her sosyal yapı, belli insan tipi, düşünme ve yaşama tarzı, nasıl ve ne şekilde davranılacağına ilişkin kalıplaşmış modeller sunar. Böylelikle birey, çoğunlukla, onay görmüş vaziyet alışlar içine girerek toplumca kabul görmüş bir kişilik haline gelir.

Sosyologlar, toplumsal eylem kalıplarının ortaya çıkmasının sosyal yapı içindeki; kurumlar, sosyal ilişkiler ve toplumsal örgütlenme biçimleriyle ilişkili olduğunu belirtirler. Sosyal yapıyı oluşturan kurumsal örüntüler, kişilik yapıları üzerinde oldukça belirleyicidirler. Eğitim, politik sistem, aile, din, hukuk vb. kurumlar, tipik davranış kalıpları ve düşünme biçimleri üretirler ve toplumsal pratiklere yön/şekil verirler (Giddens, 2000:43). Bu kurumlar arasında kişilik/benlik oluşumunu etkileme açısından aile, belki de en başta gelenidir. Özellikle ataerkil aile yapılarında, ailenin etkisi, anne-babanın sıkı denetimi ve itaat kültürü çok daha belirleyicidir (Jahoda, 1993:

625). Bu yapılar genelde dışa kapalıdırlar ve geleneksel denetimin gücünden dolayı, aile üyeleri alışıldık, bilinen, benzerlik üzerine temellenmiş ilişkiler kurarlar. Bu yapı içinde yenilikçiliğe açıklık, bireysel başarıyı hedeflemek, dinamik, üretken, risk almak gibi girişimciliğe özgü değerler teşvik görmez. Dolayısıyla, geleneksel aile düzeni, antigirişimci tiplere açıklık gösteren bir sosyalize ünite olma özelliği gösterir (bkz. Yelken, l999).

Toplumdaki hakim sosyal ilişki biçimleri de, girişimciliğe açıklık ya da kapalılığı belirleyebilmektedir. Parsons'ın ifade ettiği gibi, girişimcilik, aile ve akrabalık bağlarına dayalı yüz yüze, samimi sosyal ilişkiler yerine, daha çok ikincil, rasyonel, gayrişahsi ve anonim nitelik taşıyan sosyal ilişki konseptlerinden beslenir (Şaylan, l974: 209-211).

Yine, Parsons'ın ifade ettiği gibi, iktisadi faaliyetler toplumun kurumsal çatısı içinde gerçekleşmektedir. Genelde iktisadi davranışlar özelde girişimci edimler toplumsal yapının imkanlarından doğar. Üretim süreci ve bu süreci yönlendiren girişimci aktörler, toplumun normatif düzeninin somut birer türevidirler. İktisadi etkinlikler, toplumun dini, politik, kültürel yapısı tarafından düzenlenmekte, verili koşullar, girişimcilik üzerinde birincil rol oynamaktadırlar (Parsons, l967; Erol, 2002:120).

Hofstede de, girişimcilik ve girişimci bireyin ortaya çıkmasının kolektivist ve bireyci toplumsal yapılar açısından farklaştığını belirtir. Ona göre,

Kolektivist toplumlarda;

a) Kolektif çıkarlar bireysel çıkarların üzerindedir
b) Özel hayat cemaat tarafından denetlenir
c) Kararlar grup tarafından önceden alınır
d) Ekonomi kolektif çıkarlara dayanır
e) Eşitlik anlayışı bireysel özgürlükler üzerine baskındır
f) Toplumda uyum ve konsensus nihai bir hedeftir
g) İnsanlar geniş aile ya da sadakate dayalı gruplar içinde doğar ve yetişirler
h) kimlikler, birbirine bağlı sosyal ilişki ağları içinde oluşur
ı) Çocuklar, "ben" yerine "biz" duygusu etrafında yetiştirilir
i) Eğitimin amacı, "nasıl yapılacağını öğretmektir"
k) İşveren ile işçi arasındaki ilişki ahlaki değerlere dayanır.

Bireyci toplumlarda ise ;

a) Bireysel çıkarlar kolektif çıkarlara baskındır
b) Özel hayat gizlilik esaslarına tabiidir
c) Herkesin, kendine özgü düşüncelere sahip olması beklenir
d) Ekonomi bireysel çıkarlar üzerine temellenir
e) Bireysel eşitlik ideolojileri, eşitlik ideolojileri üzerine baskındır

f) Her bireyin kendisini gerçekleştirmesi nihai bir hedeftir
g) kimlik bireysel esaslar üzerine inşa olur
h) Çocuklar "biz" yerine "ben" terimi etrafında yetiştirilir
ı) Eğitimin amacı "öğrenmeyi nasıl öğretmektir"
i) İşveren ve işçi arasındaki ilişki karşılıklı çıkar üzerine temellenmiş bir sözleşmeye dayanır
k) Yönetim bireyci bir yönetimdir

Hofstede, bu toplumsal yapıların, girişimci eylem kalıplarının ortaya çıkmasında belirleyici olduğunu belirtir. Ona göre, kolektivist toplumlar girişimci eğilimleri baskılarken, bireyci toplumlar bunu teşvik eder ve geliştirirler (l994: 67-73).

Türk toplumu da bu çerçevede daha çok kolektivist ya da kamucu bir toplum görüntüsü vermektedir. Yakın zamanlardaki değişmeleri dışarıda tutacak olursak, Türk toplumu genelde, cemaat bağlılığı yüksek, bireyciliğin gelişmediği, kişisel inisiyatif ve girişimci değer ve faaliyetlerin zayıf olduğu bir sosyal dokuya sahiptir. Bu toplum daha çok bürokratik daha doğrusu memur toplumunun karakteristiklerine yatkınlık gösterir. Girişimci güdüler ile girişimci benlik/kişilik ve kültürel kalıpların oluşmasının önünde, toplumun örgütlenme tarzı büyük bir engel gibi durmaktadır (Bkz. Prens Sabahattin, l965; Keyder, l983; Mardin, l992).

Öz olarak ifade etmek gerekirse, girişimcilik, daha çok bireyci/özgürlükçü sosyo-kültürel yapılarda kök salmaktadır. Bu yapılar, düşük sosyal denetim ve özgür teşebbüs kültürüne açıklık gösterdiklerinden bireyler, kendilerini serbest bir şekilde ifade etme imkanı bularak kişisel potansiyellerini geliştirme şansına kavuşurlar. Dolayısıyla, toplumun yapısal özellikleri girişimciliğe açıklığı ya da kapalılığı belirleyebilmektedir denebilir.

GİRİŞİMCİ BENLİK VE KÜLTÜREL FARKLILIKLAR

Kültürel farklılıklar, doğal olarak, farklı kişilik, benlik ve karakter yapılarının oluşumuna kaynaklık eder. Her bir kültür, diğerine göre, farklı anlam ölçülerine, değer ve norm sistemlerine, tutum ve davranışlara göndermede bulunur. Bu yüzden her kültürün insan tipi görece farklılık gösterir. Kimi kültürler, dışa açık, özgür, bağımsız kişiliklere alan açarken, kimileri, bağımlı, korumacı ve konformist kişilikler üretir.

Toplumlar arası kültürel farklılıklar, kendisini en fazla da, kişilik/benlik oluşum süreçlerinde gösterir. Neden bazı toplumlar girişimci kişiliklere bünyesinde daha fazla yer verirken diğer toplumlarda tam tersi karakter özellikleri baskın çıkmaktadır? Bu farklılık, sosyal bilimcilerin kültür nosyonu üzerine odaklanmalarına neden olmuştur. Kültürel farklılıklar, farklı

düşünme, davranma ve kişilik yapılarının oluşmasına doğrudan etki etmektedirler. Bu durum, kişiliğin oluşumunun ilk evrelerinden yani aile içindeki çocuk yetiştirme pratiklerinden başlayarak hayata bakış ve algılama biçimlerine dek uzanmaktadır.

Bu çerçevede bakıldığında, benliğin büyük ölçüde kültürel bir ortamda boy verdiği söylenebilir. Sosyalleşme süreci bu noktada hayati bir rol oynar. Benlik, çoğunlukla kültürel açıdan değer verilen yetişkin özelliklerinin çocuğa kazandırılması sürecinde oluşur. Toplumsal kültürlerdeki çocuk yetiştirme düzenleri "benlik" oluşumu ve benliğin niteliğini de büyük ölçüde belirler. Amerika'da, çocuk yetiştirmede özerklik eğilimi çokça vurgulanmakta, bundan maksat ise, çocuğa bağımsızlık duygusu ve kendi ayakları üzerinde durma yetisi kazandırmaktır. Araştırmalar, bu yetiştirme düzeninin özellikle Anglo-Amerikan çoğunlukta yaygın olduğunu göstermektedir. Örneğin, "Amerika'daki anne eğitim kurslarında, genç annelere küçük çocuklarını 'bırakıvermeleri' söyleniyor. Bu erken ayrışma önerisi, annelerin çocuklarıyla 'birleşme' eğilimine terstir. Hatta, annelerden bu (doğal) eğilimlerini frenlemeleri istenmektedir". Yine, Kanadalı anneler, kendilerini çocuklarından ayrıştırmak için çaba sarfediyorlar ve çocuğun gerçekliğinin özerk kalmasına büyük özen gösteriyorlar. Bu uygulamanın toplulukçu bir kültürde ne kadar garip kaçacağı ortadadır. Ancak, Batı toplumlarına özgü bu karakteristikler, "mutlak doğru" olarak diğer ülkelere (batı dışı) de taşındığından, garip olmasına rağmen bu zorunlu bir şekilde oluşturulmaya çalışılmaktadır (Choi, l992; Dasen ve Jahoda, l986; Kağıtçıbaşı, 2000:l04).

Azuma'nın araştırmasına göre, Japon bir anne söz dinlemeyen çocuğuna şu mesajı vermektedir: "sen ve ben biriz, aynı şekilde düşünebiliriz ve düşüneceğiz" (Azuma, l984). Caudill ve Schooler ise, Amerikalı Annelerin, içinde bulundukları kültürün bir sonucu olarak, bebeğin özerk olduğu ve olması gerektiği inancına sahip oldukları ve çocuklarının kendi istek ve ihtiyaçlarını dile getirmelerini desteklediklerini bulgusuna sahip olmuşlardır. Japon anneler ise, bunun tersine, çocuklarını kendilerinin bir uzantısı olarak görmekte ve fiziksel teması vurgulamaktadırlar (Kağıtçıbaşı, 2000). Kramer'in de belirttiği gibi, Japon anneler çocuklarıyla bedensel teması Batılı annelere göre çok daha uzun tutarlar. Annenin sevgisini doyasıya tadan çocuk daha az hayal kırıklığı ve buna dayalı öfkeyi daha az deneyimler. Anne çocuğun duygusal ihtiyaçları için her zaman yanında olur. Hint çocukları da Japonlar kadar olmasa da anne ile uzun süren bir beraberlik yaşar ve anneden ayrı kalmazlar. Ayrılma, özerkleşme, inisiyatif alma ve kendi hayatını yönetme arzuları gibi Amerikalı çocuk yetiştirme pratiğinde yer alan kriterler, Hint çocuk yetiştirme düzeninde asla teşvik görmez (Kramer, l998; Sayar, 2003: 82).

Bu bulgulardan hareketle şu yargılara varmak mümkündür: "Annenin, kendisini çocukla birleştirdiği" bir çocuk yetiştirme düzeninde, sosyal benliğin ve toplulukçu eğilimlerin gelişimi; çocuğa "özerklik" sağlanan ve annenin çocuğun gerçekliğinden kendisini ayrıştırdığı yetiştirme düzeninde ise, bireysel benlik ve "benlik odaklı" eğilimlerin gelişmesi söz konusudur. Aile ve toplumsal bağların güçlü olduğu, sosyalleşmede sosyal sorumluluk ve dayanışmacı bağların vurgulandığı kültürel koşullarda, kolektivist ya da toplulukçu eğilimler bundan büyük destek görürler (Kağıtçıbaşı, 2000:105).

Bu çerçevede kültürel farklılık nosyonu, girişimci kişilik/benlik yapılarına olan açıklığı ya da kapalılığı doğrudan etkilemektedir denebilir. Yukarıda da dile getirildiği gibi, kültürlerarası araştırmaların verileri, farklı kültürlerde farklı benlik yapıları ve tutum/davranış ölçülerinin öne çıktığını göstermektedir. Örneğin, girişimcilik için önemli olan başarı güdüsüne sahip olma, Amerikan toplumunda ve Hindistan'da farklı şekillerde temayüz etmektedir. Amerikan toplumunda başarı güdüsü, genelde, bireysel çaba, faaliyet ve diğerleriyle rekabet olarak belirlenmiştir. Bu aynı zamanda, bireycilik öğretisiyle de uyum içindedir. Bu anlayış, kişisel uyum ve grup sadakatini önceleyen kültürlerle tezat teşkil etmektedir. Örneğin, Hindistan gibi, toplulukçu ve grup sadakatine bağlığın esas olduğu bir toplumda bireysel başarı güdüsü oldukça zayıftır. Bu topluma, bireysel başarı güdüleri aşılama deneyimleri başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Ancak, bu kültürlerde başarı güdüsü ve çabalarının olmadığı anlamına gelmez. Aksine, toplumsal düzeyde en büyük ekonomik başarı Pasifik'teki toplulukçu kültürlerde görülmektedir. Japon ve Çinli öğrencilerin çalışkanlığı ve yüksek başarı performansını da bu bağlamda değerlendirebiliriz (Sinha, l985; Kağıtçıbaşı, 2000: l02).

Ancak toplulukçu kültürlerdeki başarı güdüsü, bireyci/yarışmacı kültürlerden farklı bir görünümdedir. Toplulukçu (kolektivist) kültürlerde, başarı güdüsü, "bireyselliğin", "benliğin" ve "ilişkisel benliğin" ötesine geçer ve başkalarının benliğine yayılır. Karşılıklı bağımlılığa dayalı insan ilişkilerinin baskın olduğu bu toplumlarda,, "sosyal bir başarı güdüsü" olduğu ileri sürülmektedir (Agarwal ve Misra, l986; Bond, l986; Kağıtçıbaşı, 2000:l02). Başarı güdüsü, bireysel temelde oluşturulup ölçüldüğü zaman, toplulukçu kültürlerdeki bir çok kişi buna sahip değilmiş gibi gözükür. Bu durum, bireysel temelde oluşturulmuş başarı güdüsü ölçümlerinin, toplumdaki farklı başarı güdülerini ölçememesinden kaynaklanmaktadır (Bradburn, l963; Rosen, l962; Yu ve K-S.Yang, l994; Kağıtçıbaşı, 2000:102).

Gerçekte, benliğe ve diğerlerine yönelik başarı güdüsünü destekleyen çocuk sosyalleşmesi, karmaşık bir yapıya sahiptir. Örneğin, Lin ve Fu (l990), Çinli, Göçmen Çinli ve Anglo-Amerikalı ana-babaları karşılaştırdıkları bir araştırmada, "Çinli grupların Amerikalı gruba göre hem ana-baba denetimi

hem de başarıyı vurgulayarak bağımsızlığı desteklemede daha yüksek yüzde oluşturduklarını bulmuştur. Bu karmaşık sosyalleşme eğilimleri birbirine tersmiş ve bireysel bir bakış açısıyla incelendiğinde çelişen öğeler içeriyormuş gibi gözükebilir. Ancak, bu açıklama bireyi grupla karşılaştırma yoluna gitmenin bir sonucudur. Tabii ki, 'benliğe sadakat' ve 'kendini-gerçekleştirme'nin ailevi-kültürel ortamda, ilişkisel benliğin gelişimini sağlayan "gruba sadakat' ile çelişmesi gerekmez" (Kağıtçıbaşı, 2000:103).

Görüldüğü gibi, başarı güdüsü karmaşık bir yapıya sahiptir ve hem tek başına hem de grupsal itkilerce oluşan farklı başarı ihtiyaçlarından kaynaklanır. Topluma yönelik başarı güdüsü, bireysel benliği aşarak, bireysel benliğin de içinde şekillendiği sosyal dünyayı kapsayacak bütünsel bir güdüdür. Ancak, bu realite, benliği önemsiz ya da kişisel çıkarları grup için feda etmek anlamına gelmez, aksine, benliği grupla bütünleştirerek, başarının birey ve toplumu bir arada yüceltmesini sağlamak anlamına gelir.

Psikanalitik bakış açısından da Roland, Japon ve Hintlilerde "ailevi benliğin", Batılı toplumlarda ise "bireyselleşmiş benliğin" hakim olduğunu belirtir. Doğulu toplumlarda benlik genelde "biz-benlik" olarak yaşantılanmaktadır (Roland, l988; Sayar, 2003:82).

Phalet ve Claeys (l993), Türk ve Belçikalı gençler üzerinde karşılaştırmalı olarak yaptıkları bir araştırmada, Türk gençlerinin, aileye ve daha geniş gruba/topluma sadakat ve kendini-gerçekleştirme tercihlerinin bütünleştiğini, buna karşın Belçikalı gençlerin ise sadece "kendilerini gerçekleştirme" tercihlerinin baskın çıktığı sonucuna varmışlardır. Bazı Amerikalı psikologlar ise, "benlik odaklı" çabalara ve sadece "kendini gerçekleştirme" tutkusuna karşı çıkmaktalar ve bireylerin "benliği aşan değerlere" yönelmeleri gereğine vurgu yapmaktadırlar (M.B.Smith, l994, Spence, l985, Kağıtçıbaşı, 2000:l03).

Belirsizliğe tolerans ve risk alma konusunda istekli olma da, kültürel önkabüllerle yakından ilişkilidir. Belirsizlikten kaçınmaya destek veren toplumlarda, kurumlar ve insan ilişkilerinde, yerleşik kalıplar tercih edilir. Belirsizlik ve muğlaklık, endişe, korku ve stres yaratır ve güvenli bulunmaz. Kimi kültürel değerlerin ve önkabullerin desteklenmesi ve teşvik görmesi de, girişimciliğe dolayısıyla, riskli durumlara yönelik algılamalara tesir etmektedir. Örneğin, Avrupa'lılar, Amerikalı'lara kıyasla daha fazla riskten korkmaktadırlar. Bunun nedeni ise, Amerikan kültürünün belirsizlikten kaçınmaya daha düşük destek vermesinden kaynaklanır. Avrupa'da ise, risk alma ve belirsizliğe tolerans eğilimi yüksek değildir. Bu durum, girişimci ögelere açıklık düzeyini etkilemektedir (Williams-Narendran, l999).

Benlik/kişilik oluşumunda kültürlerarası farklılık nosyonu etkili olduğu gibi, modern dönemin bilinç formu da tipik modern benlik/kimlik temsillerine

açıklık göstermektedir. Nitekim, modern sosyalizasyon süreçleri çocukta, büyük ölçüde özerklik ve kendi kendine yeterlik duygularını artırıcı bir işlevle yüklüdür. Amerikan, İngiliz ve Japon eğitim sistemleri ve çocuk yetiştirme modelleri genelde, özerklik, başarı, rekabet, dayanıklılık, rasyonalite, verimlilik, vb. hususlara vurgu içermektedir. Modernliğe içkin değer ve algı parametreleri, kişilik/benlik yapılarını büyük ölçüde beslemekte, etkinlik ve verimlilik odaklı tutum/davranış ölçüleri üretmektedir. Bu çerçevede Lerner de, girişimci benliğin modernliğin temsili bir konfigürasyonu olduğunu iddia etmektedir. Bir başka deyişle girişimcilik, modernliğin tanımlayıcı figürlerinden biri olarak görülmektedir (bkz. Ayata, l991). Modernliğin kendi iç dinamikleri, doğal olarak kendine özgü benlik dışavurumlarına kaynaklık etmektedir. Schumpeter'in "yaratıcı yıkıcılık" olarak anlatmak istediği realite de büyük ölçüde, bu modern bilinci karakterize etmekte ve özellikle, kışkırtılmış rekabet, hırs, yenilik ve değişiklik yaratma duygusuna karşılık gelmektedir (bkz.Bridge vd, l998: 24).

Modernliğin sosyolojisi üzerine kafa yoran Wagner de, modernliğin kendi içinde, kendi dinamiklerine içkin bir benlik/kimlik siyaseti inşa ettiğini ileri sürmektedir. Wagner'e göre (l996: 236-237), rasyonalite, rekabet, sınırsız üretim, etkinlik ve verimlilik sonuçta bir "girişimci benlik" üretmekte, bu da modernliği algılamada araçsal bir rol oynamaktadır. Wagner, "girişimci benliğin", yeni fırsatlar yaratmak suretiyle özgerçekleştirimin kapsamını genişlettiğini ve toplumda yapısal değişikliklerin önünü açtığını ifade etmektedir. Girişimci bireyler, sürekli hareket halindeki bir toplumsal bağlamda kendi hayatlarını ve sosyal konumlarını belirlemeye aktif olarak katılmak durumunda olduklarından, doğal olarak kendilerini piyasanın ritmine uydurmak zorunda kalmaktadırlar. Girişimci benlik, sürekli değişen ve akış halinde olan bu ortamda şekil almaktadır. Bu durum aynı zamanda, birey yeteneklerini maksimize etmekte, kaynak ve üretim kapasitesini artırmaktadır. Girişimci benlik, küçük grup standartlarının yaratılması, örgütlü kapitalizmin esnetilmesi, tüketimin özelleşmesi gibi sonuçlar da doğurmaktadır.

KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİĞE ETKİSİ

Toplum üzerinde en büyük etkinin kaynağı kültürdür. Kültür, gruptaki bireylerin ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan öğrenilmiş bir yaşam biçimidir. Girişimci güdüler ve davranış kalıplarının oluşumunda kültürel yapının önemli bir yeri vardır. Geleneklerden aile içerisinde alınan eğitime, ahlaki kurallara, kişilik yapısına, davranış biçimine, yaşam tarzına ve sosyal çevreye kadar bir çok ögede kültürün izleri görülebilir. Önkabüllerimiz ve tercihlerimiz büyük ölçüde, içerisinde yaşadığımız toplumsal kültürün bir eseridir.

Hiçbir kültür tek başına girişimciliği destekleyen veya karşı çıkan bir kültür olarak nitelenemez. Kültür içinde farklı alt sistemler, gruplar, yapılar, kurumlar vs. girişimciliği olumlayıcı yada olumsuzlayıcı bir tavrı dikte edebilir. Girişimciliği olumlayan yapılar da kendi içlerinde farklılıklar sergileyebilirler. Aile veya akrabalık konseptleri içerisinde bağımsızlığa, özerkliğe, kendi ayağı üzerinde durmaya yönelik vurgular destekleniyorsa, çocukların da girişimciliğe dair özellikler taşımaları olanaklı hale gelir (Hisrich-Peters, 2001:54).

Kültürle girişimcilik faaliyeti arasında bir ilişki kurulurken, hangi tür kültürlerin girişimciliğe destek verdikleri, hangilerinin ket vurucu etkilere sahip oldukları sorunu önem taşımaktadır. McClleand (l962), girişimciliğe destek veren kültürlerin üç temel davranışı öne çıkarttıkları ve bunların l. yüksek sorumluluk üstlenme 2. hesaplı risk alma ve 3. performansa dönük geribildirim talep etme olduğu üzerinde durmaktadır (Johnson, l990:40).

Başlı başına bir zihniyet ve davranış biçimi olan girişimcilik, içinde yaşanılan toplumun sosyo-kültürel ortamıyla kopmaz bir ilişki içindedir. Girişimcilik, bir bakıma kültürel bir refleks, bir ifade aracıdır. Toplumların kültürel bağlamları, girişimci tutumları ya da girimcilik stillerini önemli ölçüde etkiler. Çünkü, kültür, toplum üyeleri için, genel davranış düzlemi oluşturur; risk almada, belirsizlikten kaçınmada, değişime karşı direnç göstermede, yeniliklere karşı takınılan tavırda belirleyici, yönlendirici bir rol oynar. Bundan dolayı, girişimcilik, farklı kültürler açısından farklı şekillerde temayüz eder, ülkeden ülkeye, hatta bölgeden bölgeye farklılık gösterir (Bygrave-Minniti, 2000: 25).

Yine bir başka girişimcilik özelliği olan "başarma isteği/tutkusu" da Amerikan toplumunda çokça kutsanan ve desteklenen bir değer olduğundan, bu etken Amerika'da girişimci kültürün ikamesinde ve kristalize olmasında önemli rol oynamıştır (Pillis, l998).

Morrison (2000) da, girişimcilikle toplumsal kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu ileri sürer. Ona göre, kültür, girişimciliği başlatan, harekete geçiren itkilere, güdülere bünyesinde yer verir ve girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirler. Demokratik toplumlarda kişisel başarısızlık ve yapılan hatalar çok büyütülmez ve bunlara yüksek tolerans gösterilir. Bu da kişileri yenilikleri denemeye, teşebbüse geçmeye teşvik eder. Bu toplumlarda, yeni şeyler yapma, değişiklik ve teşebbüse geçme olumlanır ve bu da doğal olarak girişimci eğilimlerin pekişmesine katkı sağlar.

Busenitz ve Lau da yaptıkları araştırmada, "belirsizlikten kaçınmaya" destek veren kültürlerde girişimci eğilimlerin kök salmayacağını belirtirler. Bazı kültürlerin neden diğerlerine göre daha fazla girişimci tiplere açıklık

gösterdiği sorusuna cevap ararken de, bu farklılığı o toplumların kültürel biricikliğinde aramak gerektiğinin altını çizerler. Onlara göre, bu kültürlerde bazı değerler (bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi), uygun sosyal bağlam (sosyal hareketlilik, ekolojik niş ve pazar koşulları) ve kimi bireysel değişkenler (risk alma, başarma isteği ve kontrol odağı), hep birlikte yeni bir mantalite oluşturmakta, yeni teşebbüslere ve işletme kurma çabalarına destek vermektedir (l997:31). Bu konuda Türk toplumunun kültürel niteliğine bakıldığında, "belirsizlikten kaçınma" düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılabilir. Bunun nedeni Sargut'a göre, Türkiye'de uygulanan yaşam boyu istihdam anlayışı, yani, belirsizlikten ve risk algısından çok, güvencede olmaya atfedilen yüksek prestijdir (Sargut, 2001: 180).

Kültürün cinsiyetinin de, girişimci edimleri belirleyen bir etken olduğu dile getirilmektedir. Hofstede'e göre (l980: 42-63), erkek ve dişi kültürlere göre girişimcilik değişik şekillerde tezahür etmektedir. Erkek kültürler, girişken, saldırgan, kararlı kişilikler üretirken, dişi kültürler uyumcu, fazla öne çıkmayan, içe dönük karakterlere açıklık gösterir. Kültürün erkeklik boyutu; para kazanmaya önem verme, materyalist eğilimli olma, atılganlık, gözü peklik gibi özellikler sergiler. Dişi kültür, geleneksel anlamda dişilikle özdeşleştirilen şefkat, merhamet, nezaket, sadakat vb. özelliklere sahiptir. Erkek kültürlerde, çalışmak için yaşamak ilkesi benimsenirken dişi kültürlerde yaşamak için çalışmak ön plana çıkar. Erkek kültürde insanların kendine güvenleri daha fazladır. Erkek kültürlerde çocuklar; hırslı, girişken, rekabetçi bir tarzda yetiştirilirler. Bu kültürel nüanslar, girişimci kişiliklere açık olmayı önemli ölçüde belirler. Bir başka deyişle, erkek kültürler, girişimci kişilik/benlik oluşumunda daha bir etkendir.

Girişimciliğin kültürle ilişkisi, alt kültür yapıları açısından da önem taşımaktadır. Risk alma, cesaret, hard çalışma, biriktirme tutkusu vs. açısından pozitif güdülere sahip grup/ortamlar, girişimci ruh ve eylemleri teşvik ederler. Girişimci toplumlarda bu yönde pozitif etkiye sahip çok sayıda girişimci alt kültür grubuna rastlamak mümkündür. Örneğin, Amerika'da, farklı girişimci alt kültür grupları vardır. Route l28 (Boston), Silicon Valley (California) ve North Caroline Triangle vs. bunlardan bir kaçıdır. Bu alt kültürlerde, girişimcilik teşvik görür, yeni işletmeler kurulması desteklenir. Ayrıca, fırsat kollamak, teşebbüse geçmek, başarmak, yarışmacı bir mizaca sahip olmak da özendirilir. Bu alt kültürler de, kendi içlerinde girişimciliği desteklemeleri açısından farklılaşırlar. Örneğin, Silicon Valley'de, girişimciliği destekleyen kültürel faktörler olarak aile özellikleri ön sırayı alır. Yapılan araştırmalarda, buradaki girişimcilerin daha çok, bağımsızlığa önem veren anne ve babaların çocukları olduğu görülmüştür. Öz olarak, aile ortamı, girişimciliğe destek veren özellikte ise, o toplumda daha fazla girişimci çıkmaktadır (Hisrich-Peters, 2001:11).

Bu çerçevede, girişimcilikle kültürel sistem arasında karşılıklı bir ilişki kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Kültürün imkanları, girişimcilik için yol açıcı bir işlev görmekte, uygun davranış ölçüleri ve özerklik, teşebbüs, yenilikçilik, değişiklik yanlısı olma vb. eğilimleri beslemektedir. Kültürel önkabuller ve değer sistemlerinin girişimci davranışları teşvik etmesi halinde, sağlam girişimci ruh, zihniyet ve kültürel formlar kökleşme şansına kavuşmaktadır. Girişimci ekonomiye sahip, girişimcilere odaklanan iktisadi sistemlerde, doğal olarak, kültürel sistemle iktisadi sistem arasında bir uyuşma dikkati çekmektedir. Gelişmiş Batı toplumlarına bakıldığında bu çok bariz şekilde görülür. İngiliz, Amerikan ve İskandinav toplumlarındaki kültürel formların, kendi ölçeğinde paralel ilişki dizgeleri ürettiği, bireyci, yenilikçi, değişimci ilişki/etkileşim ağlarına hayatiyet kazandırdıkları dikkati çeker.

SONUÇ YERİNE

Gerek girişimci aktiviteler gerekse de girişimci bireyi besleyen koşullar sosyolojik bir evrene gönderme yapar. Sosyal yapının niteliği, kişiyi saran sosyal koşullar, sahip olunan bireysel/psikolojik özellikler, ülkenin siyasal/iktisadi rejimi vs. hepsi birden girişimcilik zihniyeti/kültürünün ortaya çıkmasına olanak tanır.

Kimi kültürler doğaları gereği, girişimciliği baskılarken kimileri de girişimciliğin önünü açıcı bir tutum sergilerler. Bireyci, rekabetçi ve hür teşebbüse dayalı yapılar, potansiyel girişimci güdüler üretirler. Bu güdüler, ortak düşünme, davranma ve yaşama kalıpları oluşturarak, girişimci bir kültürün tesisine imkan tanırlar. Bu kültürler; rekabet, serbesti, farklılık, başarı vb. değerlere geniş bir alan açtıkça, girişim potansiyelini de artırmış olurlar.

Girişimcilik, toplumsal yapının başkalaşması ya da kabuk değiştirmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bir faaliyet, iş ya da meslek olarak girişimcilik, dinamik bir iktisadi gelişim/değişim süreci oluşturur. Girişimciler de, toplumsal hiyerarşide farklaşma yaratıcı bir kategori ya da sınıfı oluştururlar. Bu yüzden pek çok sosyal bilimci, girişimcileri, egemen sınıfların temsilcisi ya da üst sınıfın bir parçası olarak görür. Yaptıkları sınıf analizlerinde de, girişimci kesim, iktisadi olduğu kadar, toplumsal ve siyasal yönleri ile de topluma yön veren, toplumu sürükleyen, toplumsal ayrımlarda belirleyici bir taraf olarak gözükür.

Girişimcilik, sosyal yaşam, iktisadi ilişkiler, politik iklim ve yeni bir toplum inşası için de operasyonel bir değer taşır. Girişimci anlayış ve felsefeler, toplumda özgür teşebbüs ve bireyci kültürü ikame edici bir vasat oluşturur. Girişimciliğe açıklık gösteren yapılar, zaman içinde hür teşebbüs kültürü ve girişimciliği olumlayan düşünsel eğilimler (liberteryan düşünce, liberal

demokrasi vs.) üretirler. Dolayısıyla, girişimcilik, proaktif birey, dinamik sosyal ilişkiler ve farklaştırıcı bir değişim etkeni olarak, bireyci/serbesti düşüncelerin ve buna paralel toplumsal ve politik yapıların oluşmasına imkan tanır.

KAYNAKLAR

Ayata, S. (1991). *Sermaye Birikimi ve Toplumsal Değişim,* Ankara: Gündoğan Yay.

Basu, A. (2003), "An Exploration of Entrepreneurial Activity among asian small Businesses in Britain", *SMEs in the Age of Globalization*, Ed. David B. Audretsch, Northampton: An Elgar Reference Collection

Binks, M.-Vale, P. (1990). *Entrepreneurship and Economic Change*, McGraw-Hill Book Company.

Bridge, S. vd. (l998). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship And Small Business,* London: Macmillan Business.

Busenits, L.W.-Lau, C. (l997), "A Cross-cultural Cognitive Model of New Venture Creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (4).

Bygrave W- Minniti, M. (2000) "The Social Dynamics of Entrepreneurship" *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24 (3).

Chell, E. vd. (l99l). *The Entrepreneurial Personality Consept, Cases and Categories,* London: Routledge Pub.

Das, T.K- Teng, B.S. (1997). "Time and Entrepreneurial Risk Behaviour", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (2).

Erol, Metin (2002), *Sanayileşme ve Ekonomik Gelişmenin Sosyolojisi*, Ank: Nobel Yayınları

Ertübey, N.Ö. (l992). "Ege Bölgesi Girişimci Profili Ön Çalışması (Modernleşmeci Ölçütlerle Girişimci Kavramı)" *Ege Üni. Sosyoloji Dergisi*, Sayı 2

Gibb, A.A. (l987). "Enterprise Culture- Its Meaning and Implications for Education and Traing", *Journal of European Industrial Traing*, Vol.11

Gibb, A.A.-Ritchie, J. (l982). "Understanding the Process of Starting a Small Business" *European Small Business Journal*, l.l

Giddens, A.(2000), *Sosyoloji,* Ankara: Ayraç Yayınları

Hisrich, R. D. Peters, M. (2001). *Entrepreneurship,* 5th Ed., McGraw-Hill Higher

Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values.* Newbury Park, Sage Publications

Hofstede, G. (l980). "Motivation and Leadership", *Organizational Dynamics,* l980/2

Hofstede, G. (l994). *Culture and Organizations,* London: HarperCollins

Jahoda, M. (l993), "Socialization", *Blackwell Dictionary of Twentieth-Century Social Thought,* (Ed.) W. Outwhite ve T. Bottomore, Ref H41 B53 USA

Johnson, B.R. (l990). "Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur", *Entrepreneeurship Theory and Practice,* l4 (3)

Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). *Kültürel Psikoloji. Kültür Bağlamında İnsan ve Aile,* İstanbul: Evrim Yayınları

Keyder, Ç. (l983). *Toplumsal Tarih Çalışmaları,* Ankara: Dost Yayınları

Lau, T.K.- Chan, K.F. (l994) "The Incident Method-Alternative Way of Studying Entrepreneurial Behaviour", *Irish Business and Administative Research,* 15.

Mardin, Ş. (l992). *Jön Türklerin Siyasi Fikirleri (l895-l908),* İst: İletişim Yay

Morrison, A. (2000) "Entrepreneurship: What Triggers It?", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research,* 6 (2).

Naffziger, D. (l995),"Entrepreneurship: A Person Based Theory Approach" *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, And Growth,* Volume 2, JAI Pres

Özcan, G. B. (l995), *Small Firms and Local Economic Development: Entrepreneurship in Southern Europe and Turkey,* Aldershot: Avebury, Pub.

Pillis, E.G. (l998), "Achievement Got To Do With It? The Role Of National Culture in The Relationship Between Entrepreneurship and Achievement Motivation", Working Paper: *http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98*

Prens Sabahattin (l965). *Türkiye Nasıl Kurtarılabilir,* (Çev. M.Sencer), İst: Elif

Sargut, S.(2001), *Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim, Ankara:* İmge Kitabevi

Sayar, K. (2003), Kültürel Bakış Açısından Benlik ve Kişilik", *Yeni Symposium*, Cilt 41 Sayı 2

Smilor, W.R-Sexton, D.I., (l996). *Leadership and Entrepreneurship: Personal and Organizational Development in Entrepreneurial Ventures*, Lon: Qurum Books,

Şaylan, G. (l974). *Türkiye'de Kapitalizm Bürokrasi ve Siyasal İdeoloji*, Ank: Todaie

Thornton, P.H.(l999)."The Sociology of Entrepreneurship", *Annual Review of Sociology*, Aug. Vol.25

TÜSİAD (2002). *Türkiye'de Girişimcilik*, Ankara: TÜSİAD Yayınları

TÜSİAD (l987). *Türkiye'de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler*, İst.: TÜSİAD Yay.

Verheul, I. vd. (2003), "An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture", *SMEs in the Age of Globalization*, Ed. David B. Audretsch, Northampton: An Elgar Reference Collection

Wagner, P. (l996). *Modernliğin Sosyolojisi*, (Çev. Mehmet Küçük), İst.: Sarmal

Weber, M. (l999). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, (Çev.Z.Gürata), Ank: Ayraç Yay.

Williams, S.-Narendran, S. (1999). (l999) "Determinants of Managerial Risk: Exploring Personality and Cultural Influences", *The Journal of Social Psychology*, l39 (l)

Yelken, R. (l999), Cemaatin Dönüşümü. Geç Modern Dönemde Cemaat Sosyolojisi, Ank: Vadi Yayınları

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Germiyanoğulları Dönemi Kütahya Medreseleri

İsmail ÇİFTCİOĞLU*

Özet:Germiyanoğulları zamanında Kütahya, yoğun ilmî faaliyetlere sahne olmuştur. Bu dönemde Vâcidiye, Balabaniye, Yakub Bey ve İshak Fakîh medreseleri olmak üzere, toplam dört medrese inşa edilmiştir.Söz konusu müesseselerden Vâcidiye Medresesi'nde, diğer medreselerden farklı olarak, naklî ilimlerin yanında ayrıca hey'et ve astronomi gibi ilimlerin de okutulduğu anlaşılmaktadır.Külliye bünyesinde yer alan Yakub Bey ve İshak Fakîh medreselerinin vakfiyeleri günümüze ulaşabilmiş, diğer medreselerin herhangi bir vakfiyesine rastlanılmamıştır.Medreselerden Vâcidiye Medresesi hâlen sağlam bir şekilde ayakta iken, İshak Fakîh Medresesi onarıma muhtaç bir durumdadır. Balabaniye Medresesi yok olma noktasına gelmiş, Yakub Bey Medresesi ise tamamen ortadan kalkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Germiyanoğulları, Kütahya medreseleri, Yakub Bey, İshak Fakîh, Vâcidiye, Balabaniye.

Madrasahs of Kutahya in The Age of Germiyanogulları

Abstract:During the reign of Germiyanoğulları, there were a lot of scientific activities in Kütahya. Four madrasahs, Vâcidiye, Balabaniye, Yakub Bey and İshak Fakîh, were built in this period.It is known that different from the masrassahs mentioned above in Vâcidiye Madrasah astronomy and narration sciences were taught.The wakfs of Yakub Bey and İshak Fakîh Madrasahs, which were a part of Külliye, have lasted till the present day, but no the wakfs belonging to the other madrasahs were found.While Vâcidiye Madrasah is still sound, İshak Fakîh Madrasah needs repairing. Balabaniye Madrasah is about to collapse when Yakub Bey Madrasah collapsed totally.

Keywords: Germiyanoğulları, Madrasahs of Kütahya, Yakub Bey, İshak Fakîh, Vâcidiye, Balabaniye.

GİRİŞ

A. Germiyan Beyliği'nin Kısa Tarihçesi:

Germiyan Aşireti Türkiye Selçuklu Devleti'nin hizmetinde olarak ilk defa, XIII. Yüzyılın ilk yarısında, Malatya dolaylarında görülmektedir Germiyan Aşireti'nin başında bu sırada Alişiroğlu Muzaffereddin olup, bu şahıs, Selçuklu Hükumeti tarafından Baba İshak İsyanı'nı bastırmakla görevlendirilmiş, ancak bunda başarılı olamamıştır. Daha sonraları aynı aileden olan ve II. İzzeddin Keykavus taraftarı olmakla itham edilen Kerimüddin Alişir ise, Moğollar tarafından 1264 tarihinde öldürülmüştür

* Yard. Doç. Dr., D.P.Ü., Eğitim Fakültesi.

(İbn Bibi, 1996). Aşiretin hangi tarihte Kütahya havalisine geldiği kesin olarak bilinmemekle birlikte, 1276 yılından evvel Kütahya ve Denizli bölgesine yerleştikleri anlaşılmaktadır (Uzunçarşılı, 1988). Denizli yöresi Selçuklu veziri Sahib Ata tarafından Germiyanlılar'ın ellerinden alınmaya teşebbüs edildi ise de, Germiyanlılar, buna fırsat vermemişlerdir. Aşiretin reisi bu tarihlerde Hüsameddin b. Alişir idi.

Germiyan Beyliği'nin kurucusu olan I. Yakub Bey, Selçuklular'ın hizmetinde bulunan nüfuzlu emîrlerden olup, Ankara ve dolayları onun sorumluluğunda idi (Uzunçarşılı, 1988). Yakub Bey, 1302 yılında tahta geçen Selçuklu Sultanı Gıyaseddin Mesud'u tanımayıp, İlhanlılar'ın hâkimiyetini benimsedi. Onun döneminde Germiyan Beyliği, Karamanoğuları'ndan sonra Anadolu'nun en kuvvetli beyliğiydi.

Yakub Bey'in hükümdarlığı zamanında, Bizans'la Germiyanlılar arasında karşılıklı savaşlar gerçekleşmiş ve bu mücadeleler sonunda, adı geçen beylik, Ayasluk (Selçuk) ve Tire'ye hakim olmuş, Tripolis ve Angir (Kiliseköy) ele geçirilerek, Philadelphia (Alaşehir) vergiye bağlanmıştır.

I. Yakub Bey 1314 yılında İlhanlılar'ın Anadolu Beylerbeyi Emir Çoban'a itaat eden beyler arasında bulunduğu görülmektedir (Aksarayî, 2000). Ne zaman vefat ettiği kesin olarak bilinmeyen Yakub Bey'in, 1340'larda Mısır Memlûklular'ı ile mektuplaşması, onun bu tarihlerde hayatta olduğunu göstermektedir (Varlık, 1974). Evliya Çelebi (1971), Yakub Bey'in Kütahya'da Hıdırlık Tepesi'nde medfun bulunduğunu kaydetmektedir.

Yakub Bey'in vefatından sonra, oğlu Mehmed Bey başa geçmiştir. Mehmed Bey dönemi hakkında kaynaklarda tafsilatlı bilgi bulunmamaktadır. Lâkabının "Çağşadan" (Uzunçarşılı, 1988) olduğu bilinen Mehmed Bey döneminde, Beyliğin, babası Yakub Bey zamanındaki kudrette olmadığı, bununla birlikte Bizans'tan Kula Kasabası'nın geri alındığı ve Simav çevresinin de zapt edildiği görülmektedir.

Mehmed Bey'in ölümünden sonra Germiyan hükümdarı olan Süleymanşah'ın, saltanatının ilk yılları sakin geçmiştir. Ancak O, daha sonra Karamanoğulları'na karşı kendisine sığınan Hamitoğlu İlyas Bey'e yardım etmiş, bu durum iki beyliğin aralarının açılmasına neden olmuştur (Şikârî, 1946). Karamanoğulları'nın baskısı karşısında Osmanlılar'la anlaşan Süleymanşah, kızını I. Murad'ın oğlu Yıldırım Bayezid'e vermiş, çeyiz olarak da, Kütahya, Tavşanlı, Simav ve Emed dolaylarını Osmanlılar'a bırakmıştır. 1378'de Kula Kasabası'na çekilen Süleymanşah, 1387 tarihinde ölmüştür.

Süleymanşah'tan sonra 1388 yılında başa geçen II.Yakub Bey, babası tarafından daha önce Osmanlılar'a bırakılan yerleri geri almaya teşebbüs etti. Bunun üzerine derhal Rumeli'den Anadolu'ya geçen yeni Osmanlı hükümdarı Yıldırım Bayezid, Kütahya'ya gelmiş ve kayın biraderini yakalatıp Rumeli'deki İpsala Kalesi'ne hapsetmiş, Germiyan Beyliği topraklarının tamamını da Osmanlı sınırlarına dahil etmiştir (1390). İpsala Kalesi'nden 1399'da kaçmayı başaran Yakub Bey, Timur'a iltica etmiş ve Ankara Savaşı'ndan (1402) sonra da diğer Anadolu Beyleri gibi, kendisine de bütün Germiyan Ülkesi geri verilmiştir.

Yakub Bey, Osmanlı şehzadeleri arasındaki iktidar mücadelesinde Mehmed Çelebi'nin yanında yer almış, bu durum Karamanoğulları ile arasının açılmasına neden olmuştur (Merçil, 1991). Karamanlılar'ın, Kütahya'yı ele geçirmesi üzerine, Yakub Bey, memleketini terk etmek zorunda kalmıştır (1410). Çelebi Mehmed'in Karamanlılar'ı mağlup etmesi üzerine, tekrar beyliğin başına geçen Germiyan hükümdarı, bir aralık Mustafa Çelebi tarafını tuttuysa da, onun ölümünden sonra II. Murad ile olan siyasî durumunu düzeltmiştir. Osmanlı Devleti ile iyi geçinmeyi tercih eden Yakub Bey, oldukça ihtiyarlamış olduğu ve yerine geçecek erkek evlâdı bulunmadığı için, Sultan II. Murad ile bizzat görüşerek, memleketini Osmanlılar'a bırakmıştır. Kütahya'ya dönüşünden bir sene sonra da 1429'da vefat etmiştir (Uzunçarşılı, 1988).

B. Anadolu'da Medrese Kurma Geleneği

Ders okutulan, bir başka ifadeyle tedris faaliyetlerinin yürütüldüğü yer anlamına gelen medresenin, İslâm dünyasında doğuşunun XI. yüzyıldan itibaren başladığı bilinmektedir (Kansu, 1930; Bilge, 1984). Başlangıçta daha çok, Horasan ve Mâveraünnehir bölgelerinde kurulan medreseleri, Alparslan'nın veziri Nizâmü'l-Mülk tarafından tesis edilen ve Nizâmiye Medreseleri adıyla bilinen müesseseler takip etmiştir. Âmul, Bağdat, Basra, Belh, Herat, Isfahan, Merv, Musul, Nişapur ve Tus gibi merkezlerde aynı isimle kurulan bu eğitim-öğretim müesseseleriyle birlikte, İslâm dünyasının hemen hemen her yerinde daha pek çok medreseler de tesis edilmiştir (Çelebi, 1983).

Büyük Selçuklular tarafından başlatılan medrese kurma geleneği zamanla, Anadolu'da da devam etmiştir. Gerek mimarî, gerekse teşkilât bakımından Büyük Selçuklu medreselerinin örnek alındığı Anadolu Selçukluları'nda (Eyice, 1979; Kazıcı, 1991); Sivas, Kayseri, Kırşehir, Malatya, Amasya, Tokat ve Konya gibi ilim ve kültür merkezlerinde, çok sayıda medreseler inşa edilmiştir. Türkiye Selçuklu medreseleri genellikle baştaki hükümdarlar, hükümdar ailesine mensup zâtlar, ileri gelen devlet görevlileri, ilim ve fikir adamları ile hayırseverler tarafından kurulmuş ve bu müesseselere zengin vakıflar tahsis edilmiştir.

Türkiye Selçuklu Devleti'nin fiilen ortadan kalkmasıyla başlayan Anadolu Beylikleri Dönemi'nde, medrese kurma faaliyetleri daha da hız kazanmış ve Anadolu'nun; Konya, Beyşehir, Karaman, Niğde, Aksaray, Kayseri, Eğirdir, Kütahya, Kastamonu, İznik, Milas, Peçin, Birgi, Manisa, Adana ve Tarsus gibi pek çok merkezinde medreseler inşa edilmiştir.

Medreseler, Selçuklular'da olduğu gibi, bu dönemde de yine başta hükümdarlar olmak üzere, ileri gelen devlet adamları, ilmî hüviyete mensup kişiler ve hayırseverler tarafından kurulmuştur. Kendine özgü mimarîleriyle dikkat çeken Beylikler Dönemi medreseleri, teşkilât bakımından şüphesiz Selçuklu medreselerinden çok farklı bir yapıya sahip değildi.

KÜTAHYA MEDRESELERİ

Germiyan Beyliği Dönemi'nde Kütahya, yoğun ilmî ve kültürel faaliyetlere sahne olmuştur. Bu dönemde, devlet bazında Türkçe'ye önem verilmiş, ilim ve fikir adamları teşvik ve himâye edilmiş ayrıca ilmî, dinî, sosyal ve kültürel amaçlarla yaptırılan; medrese, imâret, mescid cami, zâviye, kütüphâne han, hamam ve çeşme gibi pek çok eserlere zengin vakıflar tahsis edilmiştir.

Germiyan Beyliği Dönemi'nde Kütahya'da faaliyet gösteren dört medrese bulunmaktadır. Bunlardan Vâcidiye Medresesi, Germiyan ümerâsından Umur bin Savcı; Yakub Bey Medresesi, ismini aldığı Germiyan hükümdarı; İshak Fakîh Medresesi de yine ismini aldığı, dönemin önemli bir diplomatı aynı zamanda kadısı olan, İshak Fakîh tarafından yaptırılmıştır. XIV. yüzyıl sonlarına ait bir Germiyanlı yapısı olan Balabaniye Medresesi'nin ise kim tarafından yaptırıldığı tespit edilememiştir.

Bu müesseselerden, Yakub Bey, İshak Fakîh ve Balabaniye medreselerinde naklî ve aklî ilimlerin; Vâcidiye Medresesi'nde ise naklî ilimlerin yanında, hey'et ve astronomi gibi ilimlerin de okutulduğu anlaşılmakta, hatta bu müessesenin bir rasathâne olarak kullanılmış olabileceği tahmin edilmektedir.

Aşağıda, söz konusu müesseselerin yapım tarihleri göz önünde bulundurularak, mimarî özellikleri, işlevleri ve vakıfları hakkında bilgi verilecek ve bu müesseselerde görev yapan ilim ve fikir adamları tanıtılacaktır.

A. Vâcidiye Medresesi

Yeri: Demirkapı ve Molla Abdülvâcid Medresesi gibi isimlerle de bilinen yapı şehir merkezinde Gazi Kemal Mahallesi'ndedir. Medresenin bulunduğu yer, topografik olarak, Kale ile Hıdırlık Tepesi ve Acem Dağı arasındaki vadinin (Sultan Bağı Deresi), şehir düzlüğüne açıldığı alana rastlamaktadır.

Yaptıranı ve Tarihi: Medrese, Beyliğin kurucusu I. Yakub Bey döneminde, Germiyan emîrlerinden Mübarezeddin Umur bin Savcı (II. Yakub Bey'in dedesi) tarafından H. 714 / M. 1314 yılında yaptırılmıştır. Kitâbesinde, eserin kuruluş tarihi ve bânisiyle ilgili şu kayıtlara rastlanmaktadır (Edhem, 1328):

> Ammere hazihi'l-medreseti'l-mübârek
> El-Mevlâ el-Muazzam Melikü'l Ümerâ ve
> El-Küberâ Mübarizeddîn Umur bin Savcı
> Min cizyeti Alâşehir senete erba'a aşere ve seb'amie

Kitâbenin son satırındaki "min cizyeti Alaşehir" kaydı, medresenin Alaşehir hristiyanlarından alınan cizye gelirleri ile yaptırıldığını göstermektedir (Uzunçarşılı, 1932). Bu kayıt Alaşehir'in, 1314 tarihinde Germiyanoğulları idaresinde olduğunu ispat etmesi bakımından da önem taşımaktadır.

Mimari özelliği: Medresenin "köfeke" taşı olarak bilinen mahallî kesme taştan yapıldığı anlaşılmaktadır. Eser, dengeli bir plan dahilinde düzgün yapısıyla ve süslemesiz sade taç kapısıyla dikkat çekmektedir (Altun, 1981-1982). Tek katlı ve revaksız olarak yapılan medresenin, avlu kubbesi ile ana eyvan yanındaki iki odanın kubbelerinin açık olması, araştırmacıların dikkatini çekmiş (Sayılı, 1948; Sözen 1970), dolayısıyla müessesenin bir rasathâne olarak inşa edildiği düşünülmüştür. Bununla beraber iki yarım kubbe altında birbiri ile aynı ölçülere sahip iki odanın yer alması, medresede müstakil iki kürsünün bulunma ihtimali üzerinde durulmasına neden olmuştur. Zamanla bazı tamiratlar gören medrese, hâlen müze olarak hizmet vermektedir.

Medrese Görevlileri: Vâcidiye Medresesi'nde, Abdülvâcid'e kadar görev yapan müderrislerin isimleri hususunda kaynaklarda herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Germiyan Beyi Süleyman Şah zamanında söz konusu medreseye tayin edilen Abdülvâcid bin Mehmed Efendi ise, aslen Horasan'lıdır (Mecdî, 1269) ve Kütahya'ya ne zaman geldiği kesin olarak bilinmemektedir. Mevlevîlik'le ilgisinin olduğu anlaşılan bu zat, naklî ilimlerde derin bilgisinin yanında, aynı zamanda meşhur bir hattat ve yetenekli bir şair idi (Sayılı, 1948). Medresedeki müderrisliği sırasında, 1403 yılında fıkıhla ilgili olarak Şerh'ün-nihâye adlı eserini kaleme almıştır.

Bundan başka Harezmli Türk astronomlarından Çağmînî'nin "Mülahhas" adlı kitabına da bir şerh yazmış, Germiyan Ülkesi'nin 1429'da Osmanlılar'a geçmesinden sonra eserini Osmanlı hükümdarı II. Murad'a teslim etmiştir. İsmi, zamanla medreseye mal olan Abdülvâcid Efendi, ölüm tarihi olan 1434 yılına kadar medresede müderrislik görevinde bulunmuştur (Varlık, 1988). Kabri hâlen medrese içindedir.

Vakıfları: Vâcidiye Medresesi'nin vakfiyesi hâlen mevcut değildir. 1530 tarihli vakıf defterinde "Medrese-i Vâcidiye" şeklinde kaydı bulunan (BOA, TD, 438) müesseseye, Kütahya'ya bağlı bazı köylerin vakıf gelirleri tahsis edilmiştir. Medresenin bu tarihlerdeki yıllık geliri, toplam 7162 akçedir.

Kayıtlarda ayrıca, medresede görevli müderrislere ayrılan gelirlerle ilgili olarak; Germiyanoğlu Yakub Çelebi'nin, Kütahya merkezinde yaptırmış olduğu imâretin mahsûlünden günlük beş akçe ile Eğrigöz (Emet) Kasabası'nın cizye gelirlerinden günlük altı akçeyi, medresede görev yapan müderrislerin tasarruf etmesi için tahsis ettiği ifade edilmektedir (BOA, TD, 438).

B. Balabaniye Medresesi

Yeri: Kütahya merkezinde Yeni Mahalle'de, Lala Hüseyin Paşa Hamamı'na ve Evliya Çelebi İlkokulu'na yakın bir yerde bulunmakta idi. Yakın bir zamana kadar harabe halinde olan eser, bugün hemen hemen yok olma durumuna gelmiştir.

Yaptıranı ve Tarihi: Balaban Paşa ve Nallı Medresesi diye de bilinen (Güner, 1961) eserin, kim tarafından ve ne zaman yaptırıldığı kesin olarak bilinmemektedir. Medresenin mimarî yapısı göz önünde tutularak Germiyanoğulları Dönemi'ne (XIV. yüzyılın son çeyreği) ait olduğu düşünülmektedir (Altun, 1981-1982). Diğer taraftan vakıf defterlerinde, II. Yakub Bey'in, imaretin gelirlerinden Balabaniye Medresesi için bir kısım gelirler tahsis ettirdiğine dair kayıtların yer alması (BOA, TD, 369; BOA, TD, 438), taş vakfiyenin tamamlandığı tarih olan 1411 yılından önce bu medresenin ayakta olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

Mimarî Özelliği: Medresenin, tek katlı bir plan üzerinde, üç veya dört eyvan şemasında ve üstü kubbeyle örtülü bir avluya sahip olduğu ifade edilmektedir (Altun, 1981-1982). Vâcidiye Medresesi'ni geçen boyutlara sahip olan eserin, 1876 tarihinden itibaren bir Halvetî tekkesi olarak kullanıldığı, aynı tarihi taşıyan kitâbesindeki kayıtlardan anlaşılmaktadır. Kitâbedeki kayıtlar şöyledir:

Medrese iken ma'bed oldu tek perişan kalmadı,
istemez Nalin dervişler gelür yalın ayak.
dahile tarihin nev didi erenler ucdan (evcden)
eyledi Hacı Hüseyin Paşa Efendi tekke bak.
Ketebe el-fakir Muhyî efendizâde Feyzi Efendi (1293/1876)

Medrese Görevlileri: Kanunî Dönemi'ne ait 369 numaralı vakıf defterinde, Balabaniye Medresesi ile ilgili olarak, Mevlânâ Hayreddin adında bir müderristen bahsedilmektedir. Kayıtlarda, Mevlânâ Hayreddin için, Germiyanoğlu Yakub Çelebi (II. Yakub Bey) imaretinin gelirlerinden, Kütahya'daki hristiyanların cizyesinin tahsis edilmesi, kendisine günde on akçe verilmesi, ayrıca medrese öğrencilerine de günde beş akçe ödenmesi şart kılınmaktadır.

Vakıfları: Balabaniye Medresesi'nin, hâlen herhangi bir vakfiyesine rastlanılmamıştır. Müessesenin 1530 tarihindeki gelirlerinin toplamı 1882 akçedir. Aynı kayıtlarda, Germiyanoğlu Yakub Çelebi'nin, kendi imâreti gelirlerinden günlük sekiz akçeyi, medresede görev yapacak olan müderrislerin tasarrufuna bağışladığı ifade edilmektedir (BOA, TD, 438).

C. Germiyanoğlu Yakub Bey Medresesi

Yeri: Şehir merkezinde, Ulu Cami'nin batısında ve Gediz Caddesi üzerinde; medrese, mescid, türbe, kütüphâne ve hamamdan oluşan külliye bünyesinde yer almakta idi. Bugün, imâret mescidi ve türbesi dışında külliyenin diğer bölümleri tamamen ortadan kalkmıştır.

Yaptıranı ve Tarihi: Medresenin, diğer yapılarla beraber, 814 / 1411-1412 yılında, son Germiyan hükümdarı II. Yakub Çelebi tarafından yaptırıldığı, külliyeye ait aynı tarihi taşıyan taş vakfiye kitâbesinden anlaşılmaktadır.

Mimarî Özelliği: Külliyenin mimarî yapısı üzerine yapılan araştırmalarda (Altun, 1981-1982; Varlık, 1974) medresenin bir kısmının 1935 yılına kadar ayakta olduğu, bu tarihten sonra ise tamamen ortadan kaldırılarak binanın kapladığı alanın büyük bir kısmının, Gediz Caddesi'nin başlangıcına dahil edildiği tespit edilmiştir. Bununla beraber bazı kaynaklarda, Yakub Bey Medresesi olarak bahsedilen (Uzunçarşılı, 1932; Edhem 1328; Baltacı, 1976) ve hâlen ayakta olan yapının, esasen medrese binası değil, imâret mescidi olduğu ifade edilmektedir (Altun, 1981-1982). Bugün halk arasında "Gök şadırvan" adıyla bilinen imâret mescidinin, zaviyeli mescid niteliğine sahip bir yapı olduğu ve bunun medrese binası olarak değerlendirilmesinin ise, külliyeye ait taş vakfiyenin (kitâbenin), daha önce medrese bölümünde bulunmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

Yakub Bey Medresesi'nin U biçiminde dar bir avlu etrafına dizili, revaksız dokuz hücreden meydana geldiği tahmin edilmektedir (Altun, 1981-1982). İmâretin, -kitâbede geçen ifadesiyle- bir fesad sonucu yıkılması üzerine, H.844 / M.1440-41 yılında, vakfın mütevellisi İshak Fakih tarafından ihya edildiği, imaret mescidinin giriş kapısı üzerindeki kitabede şöyle kaydedilmektedir:

> Hâzihi'l imâretu ummire[t] ve âdet ba'de'l-inkizâi ve'l indirasi bi'l-fesadi bi iznin[min]
> el-mevla'l muazzam es-Sultan Murad hallede mülkehu maa neslihi ilâ yevm[el] tenâd alâ min yedi
> ezafi'l-ibâd Mevlânâ İshak Fakih bin Halil el-mütevelli maa'l evlâd fî tarih seneti 844.

Vakfiyesi / Vakıfları: II.Yakub Çelebi Külliyesi'ne (İmâret) ait, H.817/ M.1414 tarihli, dönemin Türkçe'siyle yazılmış, hâlen bir taş vakfiye (kitâbe) bulunmaktadır. Medrese yanındaki eyvan içinden 1935 yılında alınarak, imâret mescidinin giriş revakının güney duvarına yerleştirilen 39 satırlık vakfiyenin ancak 30 satırı okunabilmiş, diğer satırlar silinmiştir. Vakfiyenin bir sureti Kütahya Müzesi kadı sicillerinde kayıtlıdır (No: 60, Sıra No: 93:45). Vakfiyenin, Yakub Bey tarafından Türkçe olarak yazdırılması Anadolu Beylikleri Dönemi'nde Türkçe'ye verilen önemi göstermesi bakımından üzerinde ayrıca durulması gereken bir konudur.

Vakfiyede, imâretin H. 814 / M.1411 yılında tamamlandığı, beş ay işledikten sonra Karamanoğlu işgali nedeniyle iki buçuk yıl muattal kaldığı ve Yakub Bey'in ülkesine sahip olması üzerine, tekrar hizmet vermeye başladığı kaydedilmektedir. Dolayısıyla taş vakfiye de 1414 yılında Yakub Bey ülkesine döndükten sonra diktirilmiştir.

Vakfiyede, imâretin iki buçuk sene neden işlemediği bu şekilde ifade edildikten sonra, Osmanlı hükümdarı Çelebi Mehmed'in vakfiyeye verdiği nişandan söz edilmekte ve akabinde Yakub Bey'in müesseseye tahsis ettiği vakıflar sıralanmaktadır. Bu vakıflar şöyledir:

Kula, Simav Gölü, Kurt Köyü, Çepni, Pınarbaşı, Ilıcasu (çeltiği ile beraber), Armut-ili, Seydi-köyü, Ayas harimi, Kütahya'da şehir ile Bölcek Köyü arasındaki çiftlik ve köşk bahçesi, Yonca bahçesi, Sünbüllü bahçe, Davut harimi, Meydan ağzındaki yer, Sandıklı'daki hamam ve bahçe, Çat'daki bağ, Şeyhlu'daki (Işıklı) Canbaz bağı, Kütahya'daki Karaağaç köyü, Donuzlu'daki (Denizli) Hoca-Ömer hamamı, Dolap'taki yerler, Denizli'de Hober kapısındaki yerler ve Kütahya'daki Yeni hamamın gelirleri.

Vakfiyede, bundan sonra, müessesenin işleyişi ve görevlilerle ilgili kayıtlara yer verilmektedir. Buna göre, mütevelli olarak İshak Fakih, imâretin şeyhi olarak da Seyyid Cafer tayin edilmiştir. Medresenin müderrisine günde altı

akçe ve yılda altı müd buğday, üç kağnı odun, günde iki çanak aş ve dört ekmek verilmesi, dokuz hücreye (odaya) günde birer akçe, yılda birer müd buğday, her hücreye iki kağnı odun, ikişer çanak aş ve dört ekmek verilmesi vakfiye şartları arasında yer almaktadır. Vakfiyenin devamında, imâretin imamına, müezzinine, kayyuma, nakibe ve ekmekçiye verilecek ücretler de ayrı ayrı belirtilmiştir.

İmâretin vakıfları, 438 numaralı vakıf defterinde de yer almakta ve müessesenin yılık geliri 76182 akçe olarak kaydedilmektedir (BOA, TD, 438).

D. İshak Fakîh Medresesi:

Yeri: Mescid, çeşme, türbe, zâviye, medrese ve kütüphâneden oluşan külliye, şehir merkezinde İshak Fakih Mahallesi'ndedir. Medrese binası İshak Fakih Camisi'nin karşısındadır.

Yaptıranı ve Tarihi: İshak Fakîh tarafından inşa ettirilen külliyenin, yapım tarihi ile ilgili olarak iki farklı kayıt karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan biri, H.725 şeklinde sehven yazıldığı anlaşılan ve esasen H.825 olması kuvvetle muhtemel görünen, İshak Fakîh'e ait bir vakfiye (VGMA, MAD, No: 608) tarihidir. Diğeri ise, mescid binasının giriş kapısı üzerinde bulunan ve üzerinde H.837 kaydı bulunan kitâbe tarihidir. Burada öyle anlaşılıyor ki, külliyenin yapımı, vakfiyenin tanzim edildiği tarih olan H.825 / M. 1422 yılında başlamış ve -Germiyan topraklarının kesin olarak Osmanlılar'a geçmesinden (1429) sonra- kitâbenin yerleştirildiği H.837/M.1433 yılına kadar devam etmiştir. Kitâbede şu kayıtlar yer almaktadır (Edhem, 1328):

> Benâ ve amere haze'l-mescid el-mübarek el-şerîf
> el-Mevlâ el-alimiyet el-amiliyet el-kâmiliyet
> Mevlânâ İshak el-Fakîh bin el-Hac Halil afa
> Anhumâ el-Celil fî tarih seneti seb'a ve selâsîne ve semanemie.

Külliyenin bânisi İshak Fakîh, Germiyanoğulları Dönemi'nin ileri gelen devlet adamlarından biri olarak dikkat çekmektedir. Vakfiyesinde ve mescid kitâbesinde babasının adı Hacı Halil olarak zikredilen İshak Fakîh'in, Germiyan hükümdarı Süleyman Şah'ın kızının Yıldırım Bayezid'e verilmesi için yapılan görüşmelerde (1381), Bursa'ya giden heyetin başında bulunduğu görülmektedir (Feridun Bey, I, 1274). Germiyanoğlu II. Yakub Bey'e ait 1422 tarihli vakfiyede icra makamında bir kadı olarak, tanzim ve tasdik yazısı bulunan bu ilim adamının ismine, yine II. Yakub Bey tarafından tanzim ettirilen taş vakfiyede ve II. Yakub Bey'e ait İmâret mescidinin kitâbesinde mütevelli sıfatıyla rastlanmaktadır.

Germiyanoğullarının hizmetinde, diplomat, mütevelli, kadı ve ilim adamı kişiliği ile uzun yıllar hizmet veren İshak Fakîh'in, oldukça uzun bir ömür sürdüğü anlaşılmaktadır. Kendisinin, Germiyan Beyliği topraklarının Osmanlılar'a geçmesinden sonra, kitâbe tarihi olan 1433 yılına kadar sağ olduğu tahmin edilmektedir (Varlık, 1988). Bu tarihe kadar Osmanlı Devleti'nin hizmetinde bulunması icab eden İshak Fakîh'in adına, II. Murad dönemi ulemâsı arasında maalesef rastlanmamaktadır.

Mimarî Özelliği: İshak Fakîh'in 1422 tarihli vakfiyesinde (VGMA, TD, No: 1862) külliyenin hangi kısımlardan meydana geldiği şu şekilde belirtilmektedir:

> "...Kütahya beldesinde vâkıfa mensub mahalde binası yüksek bir mescid-i şerîf ve ma'bed-i münîfi ve vefatından sonra kendisine türbe olmak üzere mezkûr mescid ittisâlinde ufak bir zâviye ve mescidin yanında yedi hücre ve geniş bir avlu ve dershâne denilen yüksek kubbeyi müştemil bir medrese ve mezkûr avlunun ittisâlinde müderrislerle talebe için vakfedilen kitapların muhafazası için bir hücre yani kütüphâne binâ ve inşâ eyledi ve cümlesini bey, hîbe, icar, rehin tebdîl ve tağyîr olunamayacak şekilde vakf-ı sahîh-i şer'î ile vakf ve habs eyledi..."

Külliyenin mimarîsi üzerinde yapılan çalışmalarda, vakfiyede kaydedilen yapıların özellikleriyle beraber yakın bir zamana kadar varlığını koruduğu tespit edilmiştir (Altun, 1981-1982). Bu incelemelerde ayrıca, yayınların çoğunda gözden kaçtığı için yıkıldığı zannedilen medresenin varlığı da gün ışığına çıkarılmıştır (Altun, 1981-1982).

1980 yılında medresenin mimarîsi ile ilgili olarak yapılan tetkiklerde, medresenin; revaklı avlulusu, eyvanı, dershânesi, dershâneye bitişik küçük hücresi ve yedi odası ile vakfiyedeki kayıtlara tam olarak uyan bir plan düzeni gösterdiği belirlenmiştir (Altun, 1981-1982).

Bir müddet dokuma kursu için kullanılan medresenin, zaman zaman tamiratlar gördüğü ve Özel İdare'ye devrinden sonra, binaya bir ikinci katın eklendiği anlaşılmaktadır.

Vakfiyesi / Vakıfları: Yukarıda da belirtildiği üzere, İshak Fakîh yaptırmış olduğu külliye için H. 825 / M. 1422 yılında bir vakfiye tanzim ettirmiştir. Vakfiyede, söz konusu müesseselerin vakıfları şu şekilde kaydedilmektedir (VGMA, MAD, No: 608; VGMA, TD, No: 1862):

> "...Kütahya nahiyesinde kâin şöhretine binâen tahdidden müstağni İn karyesi mumaileyhin vakfettiği köylerin kâffesi elindeki mülknâme denen senetlerde zikredilmiştir.
>
> Mezkûr nahiyede ve mezkûr İn karyesine yakın mahalde vâki yine tahdidden müstağni Çat karyesi

> Kalınsaz nahiyesine tâbi Yoncalı nahiyesinde kâin ve şöhretine mebni tahdidden müstağni Ağızvirân karyesi
>
> Sincanlu'ya tâbi yine tahdidden müstağni Kırka karyesi vâkıf bu karyeleri bütün arazi ve mer'aları, dağları ve tepeleri bilcümle tevâbi ve levahik ve amme-i menâfi' ve merafiki ile vakf-ı sahîh-i şer'î ile vakf ve habs eyledi
>
> Kütahya etrafında ayrı ayrı yerlerde kâin ve şöhretlerinden dolayı tahdidden müstağni müteaddid arazi
>
> Kütahya çarşısında kâin müteaddid ve müteferrik dükkânların tamamı. Bu dükkânların muayyen icâreleri müste'cirler yedindeki temessüklerde mezkûrdur tafsilâtı vakıf kâtibindeki defterdedir..."

438 Numaralı vakıf defterine göre (BOA, TD, 438), 1530 yılında vakfın toplam geliri 24970 akçedir. Müesseselerin vakıfları bu tarihte; Kütahya'da beş adet bağçe icârları, dört adet dükkânın kiraları, Gediz'deki hamamın yarı geliri, altı adet çayır geliri, Karahisar'da bir kervansaray ve dükkân gelirleri ayrıca vakıf köylerinin gelirlerinden oluşmaktadır.

Medrese Görevlileri: Vakfiyede külliyeye ait vakıflar sıralandıktan sonra İshak Fakih'in, vakfın tasarruf ve tevliyetini, -vakıf gelirlerinden beşte birini alması kaydıyla- Sulbî oğlu Mehmed'e tevdi ettiği ifade edilmektedir. Bundan sonra medrese görevlileri ve talebelerle ilgili kısma geçilmekte ve şu şartlara yer verilmektedir:

> "... mumaileyh vâkıf mezkûr medresenin müderrisine günlük otuz dirhem ile senede beş ölçek buğday şart eyledi. Ve yine mezkûr medrese müderrisinin bu vakfa birinci nâzır olmasını ve vâkıfın kendisi sağ oldukça ikinci nâzır olmasını ve vefatından sonra ecânibden birinin ikinci nâzır olmasını şart ederek bu nâzıra yevmiye bir dirhem tayin eyledi. Ve yine vâkıf mezkûr medresenin yedi hücresinde sâkin talebeye yedi dirhem şart eyledi ve müderrislerle talebeye vakfedilmiş olan kitapları muhafaza etmek üzere bir erkek bulunmasını şart kılıp buna yevmiye bir dirhem ile her sene iki ölçek buğday tayin eyledi. Ve mezkûr medrese için bir bevvâb (kapıcı) olmasını şart edüp bu bevvâba yevmiye bir dirhem ile senede bir ölçek buğday tayin eyledi. Ve yine bir adamın medreseye süpürgeci tayin olmasını şart edüp buna da yevmiye bir dirhem ile senede bir ölçek buğday tayin eyledi..."

Vakfiyedeki bu kayıtlara göre, medresenin müderrisine, asli görevine ek olarak vakfın birinci nâzırlığının da verilmesi, vâkıf İshak Fakih'in müderrislik makamına verdiği değeri göstermesi bakımından önemlidir. Bununla beraber medresedeki diğer görevlilerin, hatta öğrencilerin dahi alacağı ücretlerin tek tek tespit edilerek kayda alınması, kendisi de bir ilim adamı olan İshak Fakih'in, medresedeki eğitim-öğretimin faaliyetlerinin sağlıklı yürütülmesi noktasındaki tutumunu ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Germiyan Beyliği Dönemi'nde Kütahya'da faal durumda olan dört medrese bulunmaktadır. Bunlar; Vâcidiye, Balabaniye, Yakub Bey ve İshak Fakîh medreseleridir.

Bu medreseler, hükümdar, emir ve kadı konumunda olan şahıslar tarafından yaptırılmıştır.

Medreselerin tamamında aklî ve naklî bilimler okutulmaktadır. Vâcidiye Medresesi'nde naklî bilimlerin yanında hey'et ve astronomi gibi bilimlerin de okutulduğu anlaşılmaktadır.

Müesseselerden, Vâcidiye ve Balabaniye medreseleri müstakil birer bina şeklinde inşa edilirken, Yakub Bey ve İshak Fakîh medreseleri külliye içinde yer alan birer yapı özelliği göstermektedir.

Yakub Bey ve İshak Fakîh medreselerinin vakfiyeleri günümüze ulaşabilmiştir. Diğer medreselerin herhangi bir vakfiyesine rastlanılmamıştır.

Medreselerden, Vâcidiye Medresesi hâlen sağlam bir şekilde ayaktadır. İshak Fakîh Medresesi terkedilmiş ve tamire muhtaç bir durumda, Balabaniye Medresesi de hemen hemen yok olma noktasına gelmiştir. Yakub Bey Medresesi ise tamamen ortadan kalkmıştır.

İshak Fakîh Medresesi'nin, diğer medreseler gibi zamanla yok olmasını önlemek için en kısa zamanda onarım faaliyetlerine başlanmalı ve bu nadide eser millî kültürümüze kazandırılmalıdır.

KAYNAKÇA

Arşiv Belgeleri

438 Numaralı Muhâsebe-i Vilâyeti Anadolu Defteri, (937/1530) I. (1993). Haz: Başbakanlık Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı, Ankara.

Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA), *Tahrir Defteri (TD) (Evkâf) 369*, (Kanunî Dönemi).

İshak Fakîh'e Ait H. 825 Tarihli Vakfiye, Vakıflar Genel Müdürlüğü Arşivi, Mücedded Anadolu Defteri, No: 608, s. 296-297.

İshak Fakîh'e Ait H. 825 Tarihli Vakfiyenin Türkçe Tercümesi, Vakıflar Genel Müdürlüğü Arşivi, Tercüme Defteri, No: 1962, s.334.

Germiyanoğlu II. Yakub Bey'e Ait H. 817 Tarihli Vakfiye Sureti, Kütahya Müzesi, Kadı Sicilleri, No: 60, Sıra No: 93:45.

Kitaplar

Akdağ, M. (1995). *Türkiye'nin İktisadî ve İçtimaî Tarihi, I.* İstanbul: Cem Yayınevi.

Aksarayî, K. M. (2000). *Müsâmeratü'l-ahbâr* (Çev: M. Öztürk) Ankara: TTK. Yayınları.

Bilge, M. (1984). *İlk Osmanlı Medreseleri.*İstanbul: Edebiyat Fakültesi Basımevi.

Çelebi, A. (1983). *İslâmda Eğitim-Öğretim Tarihi.*(Trc: A. Yardım). İstanbul.

Evliya Çelebi. (1971). *Seyahatnâme.* Onüçüncü Kitap, (Haz: M. Zıllîoğlu. Türkçeleştiren: Z. Danışman). İstanbul: Zuhuri Danışman Yayınevi.

Feridun Bey. (1274). *Münşeatü's-selâtîn I.* İstanbul.

Güner, H. (1964). *Kütahya Camileri,* Kütahya.

İbn Bibi. (1996). *El Evâmirü'l-Alâ'iye Fi'l-Umuri'l-Alâ'iye II.* (Haz: M. Öztürk). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Kansu, N. A. (1930). *Türkiye Maarif Tarihi Hakkında Bir Deneme.*İstanbul.

Kazıcı, Z. (1991). *İslâm Müesseseleri Tarihi*.İstanbul: Kayıhan Yayınları.

Mecdî Mehmed Efendi. (1269). *Terceme-i Şakâ'ik*. İstanbul.

Merçil, E. (1991). *Müslüman Türk Devletleri Tarihi*. Ankara: T.T.K. Yayınları.

Sözen, M. (1970). *Anadolu Medreseleri II*. İstanbul: İ.T.Ü. Matbaası.

Şikârî. (1946). *Karamanoğulları Tarihi*. (Haz. M. Mesud Koman). Konya: Konya Halkevi Tarih ve Müze Komitesi Yayınları.

Uzunçarşılı, İ. H. (1932). *Kütahya Şehri*. İstanbul: Maarif Vekâleti (Devlet Matbaası).

Uzunçarşılı, İ H. (1988). *Anadolu Beylikleri*. Ankara: T.T.K. Yayınları.

Varlık, M. Ç. (1974). *Germiyamoğulları Tarihi (1300-1429)*. Ankara: A.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Makaleler

Ahmed Tevhid. (1329). "Kütahya'da Germiyan Beyliği", *TOEM*, 1.

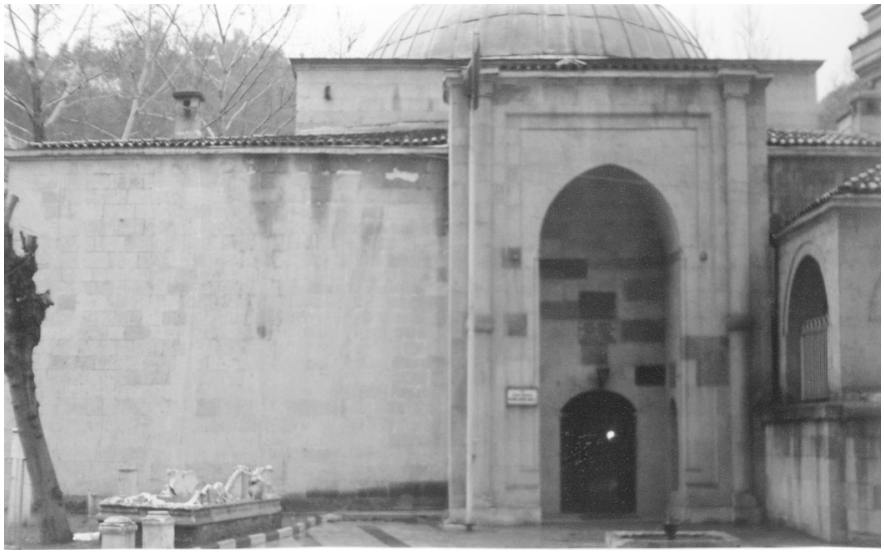
Altun, A. (1981-1982). "Kütahya'nın Türk Devri Mimarîsi", *Kütahya*, 171-700.

Eyice, S. (1979). "Mescid", *İA*, 8:71-118.

Halil Edhem. (1328). Âli Germiyan Kitâbeleri", *TOEM*, 2:112-128.

Sayılı, A. (1948). "Vâcidiyye Medresesi, Kütahya'da Bir Ortaçağ Türk Rasathânesi", *Belleten*, XII: 655-666.

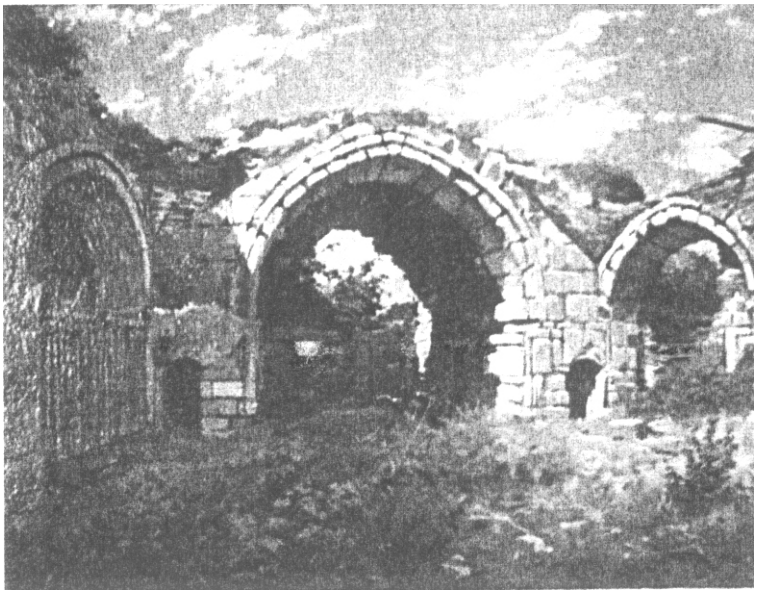
Varlık, M. Ç. (1988). "XVI. Yüzyılda Kütahya Şehri ve Eserleri", M.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi, *Türklük Araştırmaları Dergisi*, 3:189-271.



Vâcidiye Medresesi'nin Ön Cepheden Görünümü



Vâcidiye Medresesi'nin Kitâbesi



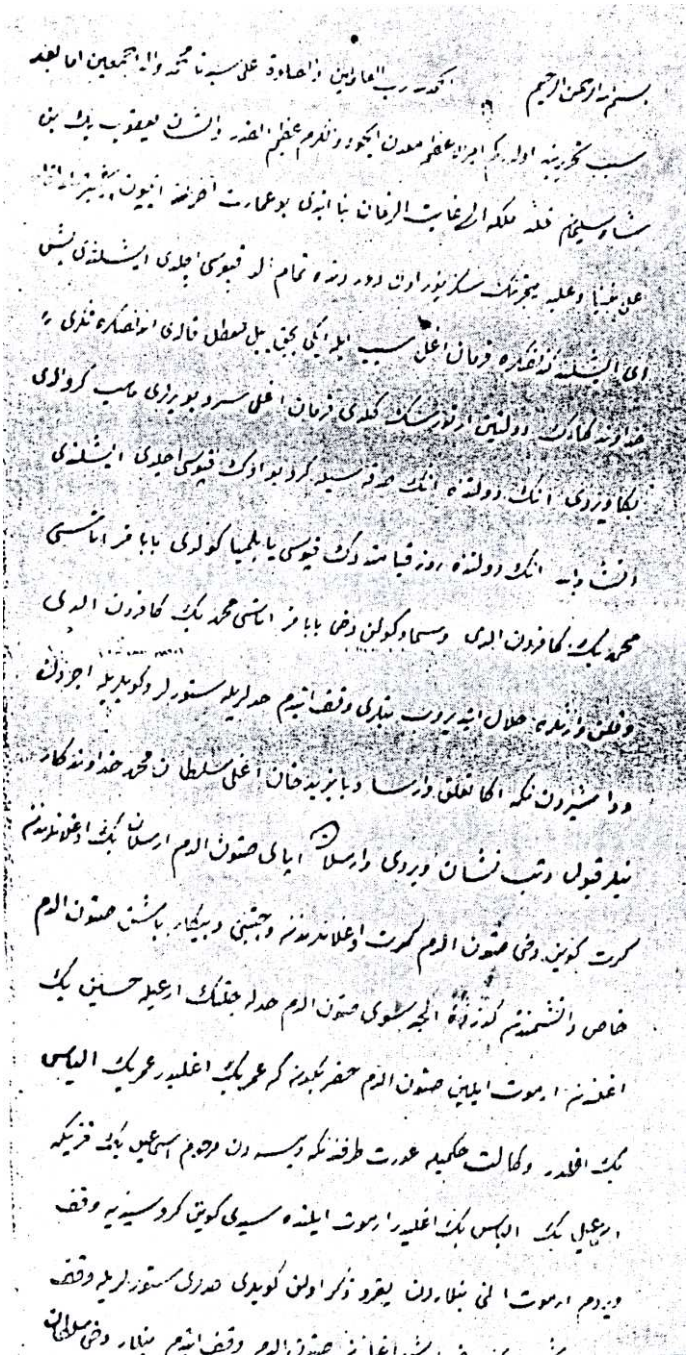
Balabaniye Medrsesi (A. Yakuboğlu)



Germiyanoğlu Yakub Bey Külliyesi



II. Yakub Bey'e Ait H. 817 Tarihli Taş Vakfiye (Kitâbe)



Taş Vakfiyenin Kütahya Müzesi Kadı Sicillerindeki Sureti



İshak Fakîh Medresesi'nin Genel Görünümü



İshak Fakîh Medresesi'nin Giriş Kısmı



İshak Fakîh'e Ait H.825 Tarihli Vakfiye Sureti

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Electra Myth – The Myth of Inter-Human Determinism

Tatiana GOLBAN*

Abstract:The present study proposes to investigate the system of the thematic elements of Electra myth from the synchronic one, following a number of defining features, principles and elements (theoretical, thematic and structural) correlated within one literary pattern. It is to be implemented the first, probably, study that focuses, in synthesis, methodologically and methodically, on Electra myth conceived as a literary system in itself, expressing in literature a fundamental situation for the human condition, where Electra becomes a literary *invention*, a literary *archetype* as universal symbol, reifying its own *literary myth* of individual essence.

Keywords: myth, fundamental situation of the myth, archetype, literary myth, literalised myth, mythicize, demythicize, sacred, profane, humanization, literary system, literary model, literary pattern, artistic originality, intertextualism.

Electra Miti – Kararlılığın İnsanlar Üzerindeki Etkisinin Miti

Özet:Bu çalışma Electra Mitinin eşzamanlı bakış açısıyla ele alıp, bazı tanımlayıcı özellikleri edebi modelle ilişkili ilkeler ve ögeleri (teorik, tematik, ve yapısal) takip ederek, tematik elementlerinin sistemini incelemeyi amaçlamaktadır. Electra'nın bireysel özünün kendi edebi mitini ortaya koyduğu edebi bir buluş, evrensel bir sembol olarak *arketip* haline geldiği ve edebiyatta insanlığın durumu hakkında temel bir durumu açıklayan, Electra mitinin kendine has bir edebi sistem olarak algılanması üzerine muhtemelen ilk çalışma, sentez olarak, metodolojik ve yöntemsel bağlamda, olarak ortaya konmuştur.

Anahtar kelimeler: mit, mitin temel durumu, arketip, edebi mit, edebileştirilmiş mit, mitleştirmek, dünyevileştirmek, kutsal, dünyevi, insanlaştırma, edebi sistem, edebi model, edebi kalıp, sanatsal orijinallik, metinlerarasılık.

The literary character of Electra is the major concern of a number of important dramatic works (***Oresteia*** by Aeschylus, ***Electra*** by Sophocles, ***Electra*** by Euripides, ***Mourning Becomes Electra*** by O'Neill, ***Electra*** by Giraudoux, ***The Flies*** by Sartre and ***The Family Reunion*** by Eliot), but it has not been and is still not considered in the field of comparative literature as an independent literary model, being regarded as just an aspect, though important, of the story about the Atreus family, as it is not considered as the object of study of an adequate methodological research. When it is mentioned or shaded, Electra myth is often subject to abusive critical and theoretical opinions, hardly compatible with its essence; moreover, Electra is almost never referred to as archetype or myth, but as literary character.
In this respect, our object of study – Electra myth – is to be considered in relation to the accomplishment of the following main aims of our research:

* Yard. Doç. Dr., D.P.Ü., Fen-Edebiyat Fakültesi.

- terminological and theoretical elaboration of an investigational model (on the thematic level) concerning Electra myth in relation to ancient and modern drama; and
- the attempt at avoiding the ambiguity of defining Electra myth as literary myth and literalised myth, and at establishing its coordinates as a literary myth through the identification of the fundamental situation that Electra myth expresses around a literary archetype as universal symbol that becomes representative for the human condition.

The remarkable interpretative attention given nowadays to the studies on myths, along with theatre and comparative drama studies, in the context of modern comparative literature studies that are continually re-evaluated according to the new acquisitions and experiences in the different fields of literary science, justifies and explains the critical suitability and the up-to-dateness of the chosen topic: **Electra Myth – the Myth of Inter-Human Determinism**.

An important argument in favour of our research represents the fact that, within the larger context of world and comparative literature, the aspect that considers the aesthetic value of literary myths has definitely entered the literary tradition. This important phenomenon is perceived more or less as a distinct entity in the context of comparative literature, while also representing a literary manifestation that satisfies the intellectual needs of the modern man in spite of the complexity of new cultural alternatives, and which reveals an increased value of interest manifested by both the larger reading public and the critical and theoretical exegesis.

Another argument, of a more general type, in favour of the critical suitability of the chosen topic, represents the fact that our paper is to be included in the cultural specificity of our times, in which one may notice a remarkable interpretative invasion, supported by the exponential increase of the scientists, the thirst for experiment of the modern and post-modern literature, the need to revive, having the educational and other purposes, the classic patrimony.

The theoretical and practical importance of the study consists of the establishment of the defining features of the literary myth of Electra, in matters of both its content and form, which have been for a long time ignored by the specialized criticism, as well as in the postulation of some possibilities of re-evaluation of the existing conceptions concerning the literary myth expressed in the dramatic discourse on the thematic level of the literary text.

Also, given the fact that our research refers to the issues of literary reception on the level of original work concerning the modalities of textual expression in the dramatic discourse of those elements that focus on action, character representation, human values and theoretical conceptions as elements of the literary system of Electra myth on the thematic level, we believe that the material and the results of our research may represent starting points for a number of other studies in this domain, among which the study of the dramatic discourse on the structural level concerning the literary strategies and techniques that organize formally the dramatic text, or the study of the modalities and possibilities of representation on the level of scenic expression of the dramatic texts focused on Electra myth, for each scenic representation is in itself a distinct interpretation, on behalf of the producer, of the text as the expression of myth, or the study of other literary and artistic genres and domains (novel, poetry, film, music etc.) that reveal connections to drama regarding artistic reception of Electra myth.

The attempt at identifying a number of defining features on the thematic level of Electra myth comprises certain terminological delimitations and theoretical perspectives of research, and finds its starting point in the idea that the factor that generated the freedom of literary representation of Electra in the dramatic text is to be found in the structure of the myth of the Atreus family, in which Electra has not been established in the framework of some rigid parameters concerning her role and importance as an heir and avenger of Agamemnon. Hence the interpretation and free modification of the perspectives of thematic representation of Electra in ancient drama, while it is more important to see that this process has been followed by the dramatic authors belonging to end of the modern period in the 1st half of the 20th century.

In order to approach our object of study we have started from the premises that Electra myth, traditionally included in the mythological cycle of the Atreus family, represents actually a literary myth in itself, and expresses in literature a fundamental situation for the human condition, and manifests in the dramatic works of a number of writers belonging to two important periods of literary evolution: Greek Antiquity and the 1st half of the 20th century, and being absent in other periods. In the process of our research we have tried to argue that Electra myth – focused on the events and their consequences concerning the status of Electra as an emotional and psychological factor involved in and co-participant at Orestes' punitive action – represents a literary myth, narration-product of the artistic imagination, symbolic situation having a metaphysical aspect, which is born and exists in literature, and is expressed in the literary text that vary from one period to another, from one cultural background to another, and which is the dramatic discourse of tragedy.

The fundamental situation that confers to Electra and the action in which she is involved the status of myth refers to the *inter-human determinism* based on a large range of emotional and psychological states that manifest in the context of a symbolic typology of human existence regarding violence, crime, revenge, and an action that destabilises the universal harmony, the welfare of the city and the individual and family existence, where the perpetration of another crime as punitive action is expected to restore the lost values and to re-establish the personal and social well-being. Electra's role is to become aware of this situation and to confer to it the status of an existential model, a pattern of life through her own psychological and emotional significance as the expression of a tragic heroism, intense experiences, exacerbate emotions, unstable subconscious, extreme suffering, which will eventually give rise to the necessity of action and determine its perpetration by Orestes, where Electra involves and even participates in the required action, which is vengeful and liberating, brutal and rationalized, emotional and instinctual, egotistical and formative, depending on the thematic variety of different dramatic texts, and which confers to Electra the status of literary myth of individual essence, typologically patterned and at the same time open to artistic diversity based on creative imagination.

This is also the reason for the fact that Electra myth, having its origin in the ethno-religious myth of the Atreus family, but being developed in literature, and becoming a literary myth in the series of Faust, Don Juan, Cain, that is a literary system typologically arranged around an archetype as universal symbol, has mainly manifested in the two distinct periods of human evolution – Greek Antiquity and the end of the modern period (1st half of the 20th century) –, whereas the explanation of this fact is that Electra myth is framed literarily as tragedy, and tragedy, as a type of literary discourse, offers, on one hand, the gratification of eternal human aggressive wishes, and, on the other hand, the gratification of the human aesthetic needs that result from a tragic performance of life, where the beauty is transposed in the literary discourse amplified by the scenic representation, which leads to catharsis, purification of the receiver's senses as an aesthetic action of the myth.

The role of tragedy, in this context, is even more important, given the fact that this literary type gives the possibility of liberation, of psychological unloading of the tension of violent wishes through catharsis, and the possibility is given to the receiver of aesthetic discourse, who possesses aggressive tendencies, to free from negative emotions (purgation) while assisting at a tragic performance expressing violence, and watching the death or suffering (considered sacrifices for regeneration) of the protagonist, and achieving after this purgation the actual purification through the calmness and equilibrium recovered. Concerning the beginnings and evolution of the literary forms of Electra myth, our starting point is the idea that, according to literary evolution

marked by the spiritual need of the man for art (artistic beauty) rather than his spiritual need for the sacred, divine and representative for its condition, the epic as the representation of ethno-religious myths finishes its existence and is followed by tragedy that assumes the symbolic expression of myths and the conception regarding harmony, balance, obedience to norms and the human existence according to the model of divine existence, and which firstly manifests as religious ritual and then as exponent of artistic creation in matters of the transition from the sacred to the profane (literature).

Electra myth is expressive of such a process, and there are two distinct evolutions in ancient culture that are based on the ascending determinism of the literary discourse, which are also revealed by the ancient literary texts about Electra's destiny, meaning that these two cultural processes develop in parallel, expressing and determining directly the development and consolidation of the literary Electra myth, while strengthening its aesthetic validity. The first process regards Tragedy as theatrical expression and religious ritual (Aeschylus), that through Sophocles becomes Tragedy of the dramatic genre in textual and scenic expression (Euripides, Shakespeare, Sartre, O'Neill). The second one reveals that Electra's destiny - as a minor aspect and an abstract symbol in the wholeness of the religious and philosophic conception of the ethno-religious myth of the Atreus family as a sacred and representative for the humanity narration (folk tradition, Homer, Aeschylus) - through Sophocles becomes Electra myth as literalised in the framework of the myth of the Atreus family and as literary myth of individual essence resulted from the process of imaginative creation that offers the freedom to modify and interpret the sacred essence of the ethno-religious myth through humanised action and individualised characters (Euripides, Sartre, O'Neill, Giraudoux).

Following this line of argumentation, it appears that Electra of the ancient tragedies is represented in three different ways, each having its own status, personality and role, which may give the impression – suppressed, however, by the strict delimitation of the thematic perspectives in the mythological context regarding the hereditary curse, personal suffering and inherited quilt as determinant aspects of the manifestation of the existential tragic – of the existence of three different literary characters:
1. Electra by Aeschylus reveals submission to the ethno-religious myth and creation of the dramatic discourse in the framework of the sacred religious ritual. Here, concerning the act of revenge of Agamemnon's death by murdering Clytemnestra and Aegisthus, Electra, together with Orestes, serves the plans of divinity without being clearly revealed any personal motivations, whereas being emphasised the necessity of social welfare and restoration of universal harmony that have been thwarted by the crimes of the predecessors.

2. Electra by Sophocles expresses partial submission to the sacred myth and the religious ritual, and the attempt at both the creation of literalised myth through individualised character and humanised mythic action, and the creation of literary myth of individual essence. Here, concerning the act of revenge of Agamemnon's death by murdering Clytemnestra and Aegisthus, Electra presents complex determinants resulted from personal motivation (despair, suffering, hatred, desire to revenge and act) and a larger perspective of universal harmony as a result of divine creation (of less importance in the context of events), as well as from the requirements of community concerning the values and principles of piety, measure and duty, where the liberation from tyranny and the restoration of ethical norms correspond to individual freedom and the restoration of the social welfare.
3. Electra by Euripides reveals a profane myth as a result of literalised characters and action through humanised thematic context (common aspects of existence) and character (individualization through psychological and emotional complexity), and the consolidation of Electra myth as a literary one. Here, concerning the act of revenge of Agamemnon's death by murdering Clytemnestra and Aegisthus, Electra presents primarily a personal motivation due to her humanized character, although she is reduced as human value and mythic symbol (driven away from the palace, living with a common man in a hut), and hence the expression of some animal and immoral drives as expression of egotism and closeness in the limited and instable sphere of individualism, even if by the end she manifests as a person capable of suffering and despair in the positive sense of assuming the quilt for the committed crime.

The fact that in ancient mythology Electra is not under constraints of any typological pattern concerning action and character representation, in which she is involved, marked the development of a particular myth of individual essence – Electra myth – having multiple perspectives of artistic representation, which is also the reason for its creative vitality at the end of the modern period, when Electra myth was subject to free modification in accordance to the cultural complexity of the 1st half of the 20th century. There are, however, in the relation of ancient Electra myth to modern Electra myth, many similar points that reveal the aspect of artistic continuity and vitality of a thematic and character representation typology: the tragic quilt in ancient and modern view determined by divine will, fate, and personal will of the character who has to choose an action that disturbs the ethical norms, where choice results from the freedom of decision, but it also requires suffering; alienation and anxiety of the modern man fallen into sin and quilt similar to those of the ancient man marked by hybris, which presupposes the continuity of the tragic quilt and suffering that are self-imposed following the imposition of unjust choices by destiny, divinity, background, family, personal conscious.

The strongest similarities between ancient and modern versions of Electra myth are vivid in relation to the character representation strategies and the main aspects of action, which form a syntagmatic structure of the following elements of a literary myth that resulted from an ethno-religious myth rendered textually and scenically in ancient and modern dramatic discourse: (1) conflicts among the members of a cursed family; (2) perpetration of wrongdoings and crimes; (3) revenge achieved by the perpetration of other crimes by the descendents; (4) the status and role of Electra as a factor of inter-human determinism and co-participant at the punitive action; (5) acceptance of the consequences of the avenging action. In the ancient and modern literary expression of Electra myth these thematic elements focus on two essential concepts for human existence, which could be identified as *success* and *failure* concerning the consequences of the avenging act perpetrated by Orestes through Electra's determinism:

Electra myth in its literary expression	**Failure (personal and/or social) as the consequence of the punitive crime**	**Success (personal and/or social) as the consequence of the punitive crime**
Aeschylus – ***Oresteia***	Partial on personal level in case of Orestes, manifested through remorse and suffering;	Absolute on social and divine level, and partial on personal level;
Sophocles – ***Electra***	–	Absolute on personal, social and divine level through the restoration of harmony and equilibrium;
Euripides – ***Electra***	Partial on personal level in case of Electra and Orestes, manifested through violence and indecisiveness, respectively;	Partial on social level through the liberation from tyranny, and partial on personal level through the consciously assumed quilt and suffering
O'Neill – ***Mourning Becomes Electra***	Absolute on personal level in case of Orin (who remains immoral and non-valuable as victim and criminal);	Absolute on personal level in case of Electra through the consciously assumed consequences, acceptance of the quilt and punishment;
Sartre – ***The Flies***	Absolute on personal level in case of Electra, who fails in the process of becoming a human being, and partial on the personal level in case of Orestes through his social alienation;	Partial on personal level in case of Orestes, due to the successful becoming a human being, and absolute on social level, due to the restoration of welfare and the self-awareness of community;
Giraudoux – ***Electra***	Absolute on social level through the accomplishment of personal revenge in the determent of the city, and partial in case of Orestes to whom the entire quilt is attributed.	Absolute on personal level in case of Electra through the success of avenging crimes, and partial in case of Orestes.

As a general conclusion concerning modern drama, it appears that O'Neill, Sartre, Giraudoux, Eliot accomplish two distinct processes of literary representation of Electra myth: (1) on one hand, they create realistic characters and life situations as dominant elements of the system of a literary myth of individual essence that has developed from the system of a literalised and humanised ethno-religious myth (myth of the Atreus family); (2) on the other hand, the modern dramatists, through their focus on the constituent aspects of the ancient myth, recreate a deep mythological essence, revive the myth and confer to it the tragic substance of expression of some archetypal human and behaviouristic types having epical resonance, superhistorical and metaliterary values, and framing a fundamental scheme representative of individual existence in the context of the literalised myth of the Atreus family and of the literary myth of Electra.

The first process signifies the aspect of *demythisation* of the dramatic discourse on the level of textual expression concerning the thematic aspects, along with the making of the myth profane through the literalised and humanised subject, action and character, which would result, regarding Electra, in an individual literary expression.

The second process means the *mythisation* of the material and content of the literary work, along with conferring to the subject, action and character the status of narration representative for human condition and framed around an archetype having the value of universal symbol and expressing general human existence and static models with timeless values (which influence, however, the individual and social life) through the admission of the system of elements expressing themes, ideas and values of an already established myth as literary tradition and system. The authors may also assume the liberty to reinterpret and modify thematically and formally the literary expression of a myth already established as literary model (without affecting its ideative essence), which constitutes the aspect of *originality* of every new version of the traditionally established myth.

The *demythisation* and *mythisation* of the subject, action and characters, revealed by the motive of inter-human determinism facing an impossible choice as an element *sine-qua-non* of the human condition, represent two simultaneous processes of the story about Electra and mark its diachronic evolution as literary discourse, which determines the rise of different thematic and character representation perspectives as a result of different types of artistic sensibility, representative of different writers, and of different points of view on existence that the authors attempt at transmitting as messages of their literary discourses.

The characters Electra in Aeschylus, Sophocles and Euripides, Lavinia in O'Neill, and Electra in Sartre and Giraudoux represent ancient and modern hypostases of a single mythic prototype, a single archetype called Electra, which belongs to a myth having universal resonance and being representative for the human condition, in general, and for female condition, in particular, and which assigns a series of defining characteristics of our existence, such as the complexity of the subconscious, a type of relationship with the self and the tragic destiny, an individual and social posture, the facing of extreme situations, having aesthetic significance framed in the evolutionary parameters of the relationship between tradition and originality, in the continuous process of *mythisation* and *demythisation* through universalised and literalised approach, and the confirmation of the symbolic and general human status to the level of psychological and emotional experience.

The *demythisation* and *mythisation*, simultaneous processes taking place in a single literary text, signify the permanence of Electra myth, its literary continuity, its consolidation as a dramatic tradition open to innovating perspectives and creative originality. At the same time, Electra myth represents a well-structured system that keeps its essence unmodified, disregarding the chronotope of action, the names of characters and the concourse of events, and thus proving the truth according to which myth survives, continues its evolution, and remains representative and didactic for the human condition and community only as being placed in the framework of the literary discourse.

REFERENCES

BURKERT W., **Structure and History in Greek Mithology and Ritual**, Berkeley, University of California Press, 1979;

CEUCĂ J., **Evoluția formelor dramatice**, Cluj-Napoca, Dacia, 2002;

CHADWICK H. M.; CHADWICK, N. K., **The Growth of Literature. Vol. 1: The Ancient Literature of Europe**, Cambridge, Cambridge University Press, 1986;

CUSSET Ch., **Tragedia greacă**, Iaşi, Institutul European, 1999;

DURAND G., **Figuri mitice şi chipuri ale opere. De la mitocritică la mitanaliză**, Bucureşti, Nemira, 1998;

ECO U., **Apocalypse Postponed**, London, Flamingo, 1995;

ELIADE M., Aspecte ale mitului, Bucureşti, Univers, 1978;

FIELDER L. A., **No! in Thunder. Essays on Myth and Literature**, Boston, Beacon Press, 1960;

MURRAY H. A. (ed.), **Myth and Mythmaking**, New York, George Braziller, 1960.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Toplam Kalite Yönetimi Çerçevesinde Yöneticilerin İnsan Kaynakları Yönetimine Bakışları: Bursa (DORSAB)'da Bir Uygulama

Kazım DEVELİOĞLU*

Gürkan HAŞİT**

Üstün Güven BAĞCI***

Özet:Bu çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. Birincisi, toplam kalite yönetimi (TKY) uygulamalarına sahip olan ve olmayan işletmelerin yöneticilerinin insan kaynakları yönetimine (İKY) bakışlarını karşılaştırmak, ikincisi ise, TKY hakkında yüksek düzeyde bilgiye sahip olan yöneticilerin bu konuda orta ve düşük düzeyde bilgiye sahip olan yöneticilere göre İKY ile ilgili uygulamalar kapsamındaki değerllendirmelerinin incelenmesi oluşturmaktadır. Bu amaçla, Bursa Demirtaş Organize Sanayi Bölgesi'nde (DORSAB) faaliyette bulunan tekstil işletmelerinin yöneticilerine hazırladığımız anket uygulanmış ve elde edilen bulgulara göre, TKY uygulayan işletmelerin uygulamayanlara göre İKY'nin temel fonksiyonlarına ilişkin uygulamalar bakımından daha olumlu değerlendirmelere sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca, TKY konusundaki bilgi düzeyi yüksek olan yöneticilerin, orta ve düşük düzeyde bilgiye sahip olan yöneticilere göre, İKY'nin temel fonksiyonlarına bakış açılarının daha olumlu olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: toplam kalite yönetimi, insan kaynakları yönetimi, eğitim.

Managers' Perceptions Towards Human Resources Management Under The Framework of Total Quality Management: An Aplication in Bursa (DORSAB)

Abstract: This study has two basic purposes. The firt purpose is to compare perceptions of managers, who are from firms with or without total quality management (TQM) applications, towards human resource management applications in their firms. The second purpose of the study is to investigate the relationship between the level of managers' knowledge about TQM and the evaluations of these managers towards human resource management applications. For this purpose, a survey questionnaire is developed and applied in Bursa (DORSAB) to owners/managers of textile firms. Our findings indicate that managers with knowledge about TQM have more positive perceptions towards the functions of human resource management applications. Furthermore, it is observed that managers with more knowledge about TQM are more inclined to postulate more positive evaluations about the importance of human resource management applications than managers with medium and little knowledge of it.

K**eywords:** total quality management , human resources management, education.

GİRİŞ

İş yaşamında çok yoğun bir rekabetin yaşandığı ve bu rekabetin her sektörü kaçınılmaz olarak etkilediği bilinmektedir. Bu rekabet ortamında,

* Yrd. Doç. Dr. Dumlupınar Üniversitesi, Bilecik İİBF, İşletme Bölümü.
** Yrd. Doç. Dr. Dumlupınar Üniversitesi, Bilecik İİBF, İşletme Bölümü.
*** Uzman.

müşterilerin kaliteli ve ucuz olan mallara talepleri artmış ve işletmeler bunu gerçekleştirebilmek için etkin yönetim biçimleri uygulamanın yollarını aramak zorunda kalmışlardır. Bu yönetim biçimlerinden bir tanesi de toplam kalite yönetimi (TKY) olup; ülkemizde de oldukça popüler bir yaklaşım olarak hala ağırlığı hissedilmektedir.

Günümüzde karlılık, verimlilik ve kalite sorunlarına başarılı çözümler getirip modern işletme yöntemlerini uygulayan işletmelerde; kalite kontrolü, yalnızca belirli kalite hedeflerine ulaşılmasında değil, aynı zamanda verimlilik artışı, maliyetlerin azaltılması gibi konularda da işletmecilerin elindeki en etkili araçlardan biri olmuştur (Diken, 1998). TKY kavramıyla birlikte ortaya çıkan kalite, iç ve dış müşteri memnuniyeti, kalite çemberleri ve hatasız üretim gibi birtakım kavramlar bir çok işletmenin gündemini oluşturmaktadır. Belirtilen bu kavramlardan iç müşteri memnuniyeti TKY kapsamında büyük bir önceliğe sahip olup, başarılı uygulamaların temel noktasını teşkil etmektedir. Bu bağlamda, bu yönetim biçimini bünyesine adapte etmek isteyen işletmelerin insan kaynaklarını etkin bir şekilde yönetmesi gerekliliği ortaya çıkmakta ve TKY uygulamalarının başarısının etkin insan kaynakları yönetimiyle (İKY) mümkün olabileceği ileri sürülmektedir (Milkovich ve Boudreau, 1994). İKY konusundaki olumlu uygulamalar da şirket sahip ve yöneticilerinin konunun önemine inanmaları ve bu konuda yatırım yapmalarını gerekli kılmaktadır.

İşletmelerin rekabet stratejilerinin bir parçası olarak uygulayabilecekleri TKY yaklaşımının başarısının; yöneticilerin insan kaynakları yönetimi konusundaki bilinç düzeyine sahip olduğu yaklaşımından hareketle, bu çalışmanın temel amacını TKY uygulamalarına sahip olan ve olmayan işletmelerin yöneticilerinin İKY'ye ilişkin uygulamalara (personel seçimi, oryantasyon, ücretlendirme, eğitim ve kariyer geliştirme, motivasyon ve takım çalışması) bakışlarını karşılaştırmaktır. Çalışmanın bir başka amacını ise, TKY hakkında yeterli bilgiye sahip olan yöneticilerin bu konuda orta düzeyde ve düşük düzeyde bilgiye sahip olan yöneticilere göre İKY ile ilgili uygulamalar konusundaki yaklaşımlarının karşılaştırılması oluşturmaktadır.

Çalışmamız sonucunda elde edilecek bulguların, yöneticilerin başarılı TKY uygulamaları konusundaki başarılarının konu hakkındaki bilinç düzeylerinin artmasına bağlı olacağını kavramalarına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu sonuca ulaşabilmek amacıyla, çalışmamızda konuyla ilgili literatür ortaya konulmuş, yöneticilerden bilgi toplanabilmesi için anket geliştirilmiş ve uygulanmış, elde edilen bilgiler istatistiksel analizler yardımıyla incelenerek bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmamız, elde edilen bulgulardan hareketle oluşturulan sonuç ve yönetici ve akademisyenlere önerilerle sonuçlandırılmaktadır.

KALİTE VE KALİTE YÖNETİMİ KAVRAMLARI

Üzerinde uzlaşılmış ortak bir tanımı bulunmayan kalite kavramı, bu çalışmanın yazarlarının benimsediği yaklaşıma göre, "müşterinin gözünde değer yaratan herşeyi" (Milkovich ve Boudreau, 1994: 220) ifade etmektedir. Benzer şekilde Rossiter (1998) kalite kavramını, bir işletmedeki tüm işlerin etkin şekilde yapılması ve müşterilerin beklentilerinin karşılanması ve hatta üzerine çıkılmasıyla ilgili iş yapma şekli olarak ifade etmektedir.

Kalite yönetimi ise, stratejik planlama kaynaklarının bir araya getirilmesi, işletilmesi ve değerlendirilmesi ile kalite planlaması gibi kalite sonuçlarına ulaşmak için yapılan sistematik faaliyetleri kapsar ve tüm örgütü yönlendirir. Rossiter (1998)'e göre kalite yönetimi kavramı ölçümler ve istatistiklere dayalı katı (hard) ve kişilerarası ve iletişime dayalı esnek (soft) unsurlardan oluşmaktadır. Kalite yönetiminde personel ve yönetimin eğitim ve geliştirilmesi hayati öneme sahip olup özellikle işletmedeki bireylerin belli bir değer yargısına sahip olmalarını ve yaptıkları işin önemini anlamalarını sağlar. Uzun süreli motivasyonlarla, personelin özgür düşünme ve yaratıcılık yeteneklerini geliştirerek örgüt içinde bir kalite kültürünün oluşmasına katkı sağlamayı amaçlar.

Toplam kalite ise her şeyi en baştan doğru olarak yapmayı; başka bir deyişle üst yönetimden gelen güçlü bir liderlik altında katılımcı yönetim ve takım çalışması uygulamalarını ifade etmektedir. Toplam kalite, hatasız ürünler ya da bir şeyi mükemmel olarak üretmek anlamında kullanılmakla birlikte sonuç perspektifinden bakacak olursak bu kavram müşteri tatmini yaratacak ilgili olumlu iş sonuçlarını ifade etmektedir (Dean ve Bowen, 1994; Milkovich ve Boudreau, 1994).

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ VE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ'NİN İLKELERİ

Kalite hareketinin bir dalga halinde gelişmesiyle popülerlik kazanan Toplam kalite yönetimi (TKY) ise çok azla kullanılan fakat hakkında aslında çok az net bir bilgiye ve içeriğe sahip olunan bir kavramdır. Çoğu araştırmacı ve kurum TKY'yi teknik bir terim olarak düşünmekte ve üretimde sıfır hata ile çalışarak müşteri tatmininin sağlanması (Bank, 1992; TSE, 1997; TAI) şeklinde tanımlamaktadır. Bizim paylaştığımız yaklaşıma göre ise TKY, bir işletmede kalite ilgili faaliyetlerin her seviyedeki çalışanın katkısıyla elde edilmesiyle ilgili tüm çabaları ifade etmektedir (Rossiter, 1998; Harrison, 1994). Bu yaklaşıma göre TKY, insanları kalite konusunda sorumlu tutmak ve bu sorumluluğu işletme yönetiminin taahhüdü ile desteklemek yaklaşımını ifade eder (Harrison, 1994).

Yukarıdaki tartışmalar kapsamında, yönetsel bir uygulama biçimi olarak ortaya konulan TKY, sadece ürün ve hizmet kalitesi ile ilgili olmayıp

işletmelerin bütün faaliyetlerinde kalitenin hakim olmasını içeren çağdaş bir yönetim anlayışıdır. İşletmelerin rekabet avantajı elde etmek için bir yöntem olarak gördükleri TKY'nin, bir taraftan kalitenin yükselmesine katkıda bulunurken diğer taraftan verimliliğin artmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bu yaklaşıma göre TKY, işletmelerin faaliyetlerinde kaliteyi yükseltmeyi hedefler ve bunu başarmak içinde her aşamada oluşması söz konusu olan hataları önlemeyi amaçlar. Hataların önlenmesi ile kayıplar, fire, ıskarta, düşük kaliteli ürün, gereksiz stoklar, zaman kayıpları ve teslimatta oluşan gecikme gibi olumsuzluklar ortadan kaldırılabilir. Bu çabaların sonucunda ise maliyetler düşmekte ve müşterilerin beklentileri onların beklentilerinin de üzerinde karşılanabilmektedir.

TKY'nin amaçlarına ulaşması bakımından ortaya konulan ilkelerin en önemlilerini ise müşteri odaklılık, üst yönetimin liderliği, sürekli gelişme, tam katılım, etkili sorun çözme, sürekli eğitim, kurum kültürü ve tedarikçilerle işbirliği oluşturmaktadır (Barrow, 1993).

Müşteri odaklılık ilkesi TKY'nin en önemli unsurlarından birisi olup; müşteriyi bütün işletme faaliyetlerin ana hareket noktası olarak görür. Bu ilkeye göre bir işletmenin varlık amacını; müşteriyi tatmin etmek, müşteriyi elinde tutmak ve müşteri bağlılığını sağlamak oluşturmaktadır. Kalitenin yönlendirilmesi müşteri istekleri doğrultusunda gelişir. Bu ilkeye göre müşteri müşteri iç ve dış müşteri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Dış müşteriler, işletmeden mal ve hizmet satın alan tüketicileri ifade ederken iç müşteri kavramı işletme çalışanlarını tanımlamaktadır. Bu ilkeye göre bir işletmedeki çalışan herkes birbirinin müşterisi konumundadır (Yıldız, 1994; Rossiter, 1998).

Üst yönetimin liderliği TKY'nin önemli ilkelerinden birisini oluşturmaktadır. TKY'de kalite konusundaki nihai sorumluluk tepe yönetiminin sorumluluğu olarak görülmekte ve bu yaklaşıma göre işletmelerdeki kaliteye ilişkin sorunların %85'i tepe yönetiminden kaynaklanırken, sadece %15'i işçilerden kaynaklanmaktadır (Rossiter, 1998). Bu nedenle mevcut yönetim sisteminden, toplam kalite yönetimine geçilmesi sürecinde gerçekleşecek değişimin yöneticilerin destek ve liderliği olmadan gerçekleşmesi çok güçtür. Alptekin (1995)'e göre, TKY'ni benimsemiş olan yöneticilerin bu yaklaşımı ve olası sonuçlarını çalışanlara açıkça anlatmaları ve bu süreçte onlara destek olmaları gerekmektedir.

Günümüzde en yüksek rekabet gücüne sahip işletmelerde kalite yönetiminin temeli "sürekli gelişme"ye dayalıdır. En alt düzeydeki süreçten, tüm işletmeyi içine alan yönetim sistemine kadar bütün ileriye dönük planlama ve uygulama çalışmaları bu anlayışa göre düzenlenmiştir. Hedef belli bir standardı tutturmak değil, seviyeyi hızlı ve tempolu bir şekilde geliştirmektir. (Kavrakoğlu, 1998). Benzer şekilde, etkili sorun çözme (Burnak, 1997), kurum kültürünün geliştirilmesi (Sadioğlu, 2000), takım

çalışmalarını destekleyecek bir kurum kültürünün oluşturulması (Rossiter, 1998) ve geleneksel olarak işletmelerin satın alımlarında gecikmeler yaratan tedarikçilerle ilişkiler hem rekabet gücü edilmesinin bir yolu olarak görülmekte (Rossiter, 1998) ve hem de TKY'nin diğer önemli ilkelerini oluşturmaktadır.

Yukarıda belirtilen ilkelerin başarılı bir şekilde uygulanması bağlamında TKY'nin temelini etkin insan kaynaklarına sahip olmak oluşturmakta ve istenen kalite seviyesine ulaşılması için, tüm işletme çalışanlarının ortak amaç, hedef ve stratejiler üzerinde görüş birliğinde olması gerektiği ileri sürülmektedir. Şimşek (2000)'e göre, TKY'nin uygulama sürecinde yer alan sürekli iyileştirme, sorunların analizi ve çözümü için ekip oluşturmak ve hedefleri belirlemek gibi görevlerin işletme çapında yayılmasını sağlamak ancak tüm çalışanların katılımı ile mümkündür. Aşağıda, TKY'de insan kaynaklarının önemi ve fonksiyonları incelenmektedir.

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN TEMEL FONKSİYONLARI

Günümüz çağdaş yönetim anlayışında örgütü başarılı ya da başarısız kılan en önemli unsurun insan olduğu (Özgener, 1997; Aytaç, 2001) ve beşeri kaynaklar olmadan fiziksel kaynakların tek başına etkili şekilde kullanılamayacağı genel kabul görmüş bir görüştür. Günümüzde insan öğesinin bu derece önemli hale gelmesi, insan kaynakları yönetiminin de görev ve sorumluluklarını artırmıştır.

İnsan kaynakları yönetimi en yalın şekilde, örgütte insanlar ile ilgili konuların bir organizasyonudur şeklinde tanımlanabilir (Dessler, 1997). Artan'a göre, insan kaynakları yönetimi, "işletmeye eleman alımından başlayıp, oryantasyon, eğitim, kariyer planlaması, iş ve personel değerlemesi, yükseltim, ücret, motivasyon, moral, işçi-işveren ilişkisi, sağlık hizmetleri, gibi faktörleri içine alan bir süreci kapsamaktadır" (1997: 18).

Bu çalışmada insan kaynakları yönetiminin temel fonksiyonları, personel seçimi, oryantasyon, eğitim ve kariyer geliştirme, ücretlendirme, motivasyon ve takım çalışması başlıkları altında incelenmektedir.

İşletmelerin toplam kalite yönetimini uygulayabilmeleri için nitelikli, örgütün temel iş yapma felsefesini paylaşabilecek, yeniliklere açık, yaratıcı ve yetki üstlenebilecek özellikte insan kaynağına gereksinimi vardır. Bu bağlamda personel seçimi çabaları, potansiyel personel adaylarının toplam kalite felsefesine uygun nitelikler taşıyıp taşımayacağını belirlemesi bakımından büyük önem taşımaktadır. Daha somut olarak personel adayları arasından seçim yaparken üzerinde durulan iki ana kriter; sürekli gelişmeye açık olabilmek ile örgütsel davranış biçimi ve takım çalışmasına uyum sağlayabilmektir.

İnsan kaynakları yönetimine ilişkin başka bir çaba alanını da, işe alınmasına karar verilen personelin işe alıştırılması (oryantasyon) uygulaması oluşturmaktadır. Bu uygulama kapsamında yeni personele işyeri ortamı ve işi tanıtılır, iş arkadaşları ve diğer bölümlerde ilişki kuracağı personel tanıştırılır ve böylece yeni personelin işletmeye uyum süreci kısaltılmaya çalışılır. Mestre ve diğerlerine (1997) göre, oryantasyon çabaları, işletme ve çalışanın karşılıklı beklentilerini bütünleştirirken, verimliliğe ilişkin potansiyeli de artırmaktadır.

Oryantasyonu tamamlanan personelin halen işiyle ve işletmeyle ilgili çeşitli konularda bilgi gereksinimi bulunabilir. Bu bilgi gereksinimini karşılamak ise ancak etkili bir şekilde planlanan ve uygulanan bir eğitim programıyla mümkündür. Caspar eğitimi "bireyin bilgi dağarcığında, düşünce ve davranış yapısında, görgü ve becerilerinde olumlu değişme sağlayan bir süreç" (1970: 14) olarak tanımlamaktadır. Kaya (1979)'ya göre personel eğitimi, bireylerin yada onların oluşturduğu grupların işletme içinde yüklendikleri veya yüklenecekleri görevleri daha etkili ve başarılı yapabilmeleri için onların mesleki bilgi ufuklarını genişleten, düşüce, rasyonel karar alma, davranış ve tutum, alışkanlık ve anlayışlarında olumlu değişmeler yapmayı amaçlayan, bilgi, beceri ve görgü yeteneklerini arttırmayı kapsayan eğitsel eylem ve uğraşların tümüdür. Özellikle TKY'nin işletmelerde yerleşebilmesi için başta yöneticiler olmak üzere tüm personelin eğitilmesi ana sorumluluklardan birisiolmaktadır. Bu kapsamda önemli bir kriter ise eğitim verilecek katılımcıları ve onlara uygulanacak eğitim programlarının niteliğini uygun bir şekilde belirlemektir (Sadioğlu, 2000).

İnsan kaynakları yönetiminin diğer bir ana fonksiyonunu etkili ücretlendirme uygulamaları oluşturmaktadır. İnsan kaynakları çabaları kapsamında ücretlendirme, işletme personelinin en çok duyarlı oldukları uygulamadır. Ücret, kurum kültürünü yansıtırken aynı zamanda işletmede neye ve kime ne kadar değer verildiğine ilişkin bir gösterge olmaktadır. TKY uygulamaları kapsamında işletmeler, ücretlendirme politikalarında eşit işe eşit ücret prensibini mutlaka uygulamalı ve şeffaf bir ücretlendirme politikası izlemelidir. Personel gerek duyulduğunda, ücretlerle ilgili konuları insan kaynakları yönetimi çalışanlarıyla konuşabilmelidir.

TKY kapsamında insan kaynaklarına ilişkin en önemli uygulamalardan ikisini motivasyon ve takım çalışmasına ilişkin çabalar oluşturmaktadır. Toplam kalite yönetimi'nde önemli olan "herkesin tek tek ve herkesin hep birlikte ortak bir güdüyle" hareket etmesidir. Çalışma ortamında yöneticilerin çalışanları motive edebilmeleri için bazı özellikleri taşıması gerekir. Rossiter'e (1996)' e göre TKY uygulayan işletmelerde bir lider; hem bir öğretmen, hem bir role model, hem bir yol gösterici ve hem de personelini gayrete getiren kişi olabilmelidir. Örgüt kültürünü takım çalışmasına dayandıran bu yaklaşıma göre personele duyulan güven ve

çeşitli konularda onlara geribildirimde bulunulması ve yetki verilmesi onlaırn motivasyonları üzerinde olumlu bir etkiye neden olmaktadır. Bu kapsamda, takım çalışmasına öncelik vererek çalışanlarda "örgüte ait olma" ve "örgütü benimseme" olgusunu geliştirmelidir. Çalışanlar arasında karşılıklı güveni, anlayışı ve üretimi geliştirerek korkuları ortadan kaldırmalıdır.

METODOLOJİ VE BULGULAR

Araştırmamızın hipotezlerini sınamak amacıyla uyguladığımız veri toplama ve uygulama metodu ve ulaştığımız bulgular aşağıdaki satırlarda incelenmektedir.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma, Bursa ili DORSAB (Demirtaş Organize Sanayi Bölgesi)'nde bulunan tekstil sektöründeki 58 işletmeden basit rastsal örnekleme yöntemiyle seçilmiş 10 işletmedeki 38 sahip/yöneticiye, insan kaynakalrı fonksiyonları kapsmaında geliştirilen önermelere katılma derecelerini ölçen sorular ve TKY hakkındaki bilgi düzeyi ve uygulamalarının olup olmadığını öğrenmek amacıyla geliştirilen anketin (Cronbach's Alpha: 0.98) uygulanması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Anketimizde ayrıca örneklemimizin demografik özelliklerini ölçen sorular da bulunmaktadır. Konu hakkında detaylı bilgiye sahip olan ve çalışmanın yazarlarından olan anketör tarafından firmalara gidilerek, araştırmanın amacı ve konusu hakkında kısaca bilgilendirilen yöneticilere anketler bırakılmış ve daha sonra bu firmalara gidilerek anketler toplanmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı yüzde yüz olup geçersiz bilgi nedeniyle elenen anket olmamıştır. SPSS programına girilen anket verilerinin geliştirilen hipotezler çerçevesinde analiz edilmesi sonucu aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Bulgular

Araştırmamızda bulgular araştırmanın örnekleminin genel olarak tanınmasına olanak sağlayacak demografik bulgular ve hipotezlere ilişkin bulgular kapsamında aşağıda incelenmektedir.

Demografik Bulgular

Tablo 1'deki bulgulardan görüleceği üzere anketimize katılan yöneticilerin ortalama yaşı 37 ve bulundukları işyerindeki çalışma süreleri ortalama 168 ay (14 yıl)'dır. Bu yöneticilerin yaklaşık olarak yüzde 60'ı yüksekokul ve fakülte mezunu olup lise mezunu olanların oranı ise yaklaşık yüzde 30 olarak bulunmuştur. Üst kademe yöneticisi olanların oranı yüzde 52.6 iken, alt kademe yöneticilerin oranı %47.4 düzeyindedir. Diğer bir bulgu ise örneklemimizdeki firmalarda ortalama 71 kişinin çalıştığını göstermektedir.

Tablo 1. Demografik Bulgular (N = 38)

	A.O.	S.S.
Yaş	37.08	8.55
Tecrübe (Ay)	168.16	114.1
Çalışan Sayısı	70.92	56.1
	%	
Eğitim		
İlköğretim	10.5	
Lise	28.9	
Yüksekokul	23.7	
Fakülte	36.8	
Firmadaki Pozisyon		
Üst kademe yönetici	52.6	
Alt kademe yönetici	47.4	

Tablo 1'deki bulgulardan görüleceği üzere anketimize katılan yöneticilerin ortalama yaşı 37 ve bulundukları işyerindeki çalışma süreleri ortalama 168 ay (14 yıl)'dır. Bu yöneticilerin yaklaşık olarak yüzde 60'ı yüksekokul ve fakülte mezunu olup lise mezunu olanların oranı ise yaklaşık yüzde 30 olarak bulunmuştur. Tablo 1'deki diğer bir bulgu ise örneklemimizdeki firmalarda ortalama 71 kişinin çalıştığını ortaya koymaktadır.

TKY Uygulamaları ve İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarına İlişkin t-testi Bulguları

Çalışmamızın iki ana hipotezinden birincisini, TKY uygulayan işletmelerin insan kaynakları fonksiyonlarının uygulanması bağlamında sahip oldukları değerlendirmelerin, TKY uygulamalarına sahip olmayanlara göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek oluştururken; ikinci ana hipotezimizi, firmalardaki yöneticilerin insan kaynakları uygulamaları konusundaki değerlendirmelerinin TKY konusundaki bilgi düzeylerinden nasıl etkilendiğini ortaya koymaya çalışmak oluşturmaktadır. Bu ana hipotezlere bağlı olarak, teorik çerçevemizde ortaya koyduğumuz altı insan kaynağı fonksiyonu kapsamında alt hipotezler geliştirilmiş; TKY uygulamalarına sahip olan ve olmayan firmaların bu fonksiyonlara ilişkin değerlendirmelerinin karşılaştırmasını yapmak amacıyla t-testi ve yöneticilerin TKY uygulamaları hakkında sahip oldukları bilgi düzeyine (yüksek, orta ve düşük düzeyde olmak üzere) göre insan kaynakları fonksiyonlarına ilişkin değerlendirmelerini karşılaştırmak amacıyla tek yönlü ANOVA analizi kullanılmıştır. Yapılan analizlere ilişkin bulgular Tablo 2 ve Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 2'deki bulgulara bakıldığında, insan kaynakları yönetiminin temel fonksiyonlarından olan personel seçimi konusunda TKY uygulamalarına sahip firma yöneticileri ile, özellikle seçilecek personelin takım çalışmasına yatkın olup olmadığına verilen önem kapsamında ve işe alınacak personelin yaratıcı fikirlere sahip olması kapsamında, TKY uygulamasına sahip olmayan firma yöneticileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir (t= 13.12, p= 0.00). t-testi ve anlamlılık skorları, TKY uygulamalarına sahip olan yöneticilerin değerlendirmelerinin (A.O.= 4.80) bu uygulamalara sahip olmayan firma yöneticilerine göre (A.O.= 2.32) daha olumlu olduğunu istatistiksel olarak ortaya koymaktadır.

Tablo 2. TKY Uygulamaları ve İnsan KaynaklarıYönetimi Uygulamalarına İlişkin t-testi Bulguları

Değişkenler	**TKY**	**N**	**A.O.**	**S.S.**	***t***	**p**
Personel seçimi	Uygulanıyor	21	4.80*	0.25	13.12	0.00
	Uygulanmıyor	17	2.32	0.75		
Oryantasyon	Uygulanıyor	21	4.83	0.24	12.36	0.00
	Uygulanmıyor	17	2.44	0.76		
Eğitim ve kariyer geliştirme	Uygulanıyor	21	4.97	0.08	27.05	0.00
	Uygulanmıyor	17	2.20	0.41		
Ücretlendirme	Uygulanıyor	21	5.00	0.00	15.58	0.00
	Uygulanmıyor	17	2.50	0.66		
Motivasyon	Uygulanıyor	21	4.97	0.11	15.26	0.00
	Uygulanmıyor	17	2.35	0.70		
Takım çalışması	Uygulanıyor	21	4.88	0.31	11.99	0.00
	Uygulanmıyor	17	2.47	0.78		

1-5'e Likert Ölçeği kullanılmıştır. 1= Kesinlikle katılmıyorum....5= Kesinlikle katılıyorum

İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarından oryantasyon konusunda da TKY uygulamalarına sahip firma yöneticileri daha olumlu bir bakış açısına sahipken (A.O.= 4.83) bu uygulamalara sahip olmayan firma yöneticilerinin değerlendirmeleri (A.O.= 2.44) daha olumsuz olmaktadır (t = 12.36, p= 0.00). Şirket yöneticilerinin eğitim ve kariyer geliştirme çalışmalarına yönelik değerlendirmeleri bağlamında yapılan t-test analizi sonucunda, TKY uygulayan işletmelerin yöneticilerinin (A.O.= 4.97), bu uygulamalara sahip olmayan işletmelerin yöneticilerine göre (A.O.= 2.20) çalışanlarının üretilecek ürün ve hizmetler, kullanacakları araç, gereç ve makinalar ile üretimdeki kalite sorunlarını önlemeye yönelik konularda eğitilmelerini ve geliştirilmelerini daha önemli gördükleri bulgusuna ulaşılmıştır (t= 27.05, p= 0.00).

Uygulamamız kapsamında, insan kaynakları yönetimi fonksiyonlarından olan ücretlendirme ile ilgili olarak yapılan t-testi bulgularına göre, TKY uygulamalarına sahip olan firma yöneticileri (A.O.= 5.00) performansa göre ücretlendirme yapılması ve ücretlendirmenin şeffaf yapılması uygulamaları kapsamında, TKY uygulamalarına sahip olmayan firma yöneticilerine göre (A.O.= 2.50) istatistiki olarak anlamlı bir şekilde farklı ve olumlu değerlendirmelere sahiptirler (*t*= 15.58, p= 0.00).

Çalışanların motivasyonları ile ilgili uygulamalar konusunda bu iki tür firma grubundan yöneticilerin farklı değerlendirmelere sahip olduklarına ilişkin hipotezimizi test etmek amacıyla yapılan *t*-testi sonuçları beklediğimiz şekilde, TKY uygulamasına sahip işletmelerin (A.O.= 4.97) uygulamayanlara göre (A.O.= 2.35) çalışanların motivasyonunu artırmak konusunda, çalışanlara ergonomik iş koşulları sağlamak ve ücretlendirmenin performansa dayalı ve şeffaf yapılmasına ilişkin daha olumlu değerlendirmelere sahip oldukları görülmüştür (*t*= 15.16, p= 0.00).

TKY uyugulamaları konusunda özellikle önemli olan ve modern işletmelerin önemli bir fonksiyonu olarak ortaya çıkan takım çalışmasına verilen önem kapsamında, TKY uygulayan firma yöneticilerinin (A.O.= 4.88) uygulamayan firma yöneticilerine göre (A.O.= 2.47), takım çalışmasına uygun personel seçilmesi ve takım çalışmasının ürün tasarımındaki etkinliği artırması kapsamında, daha olumlu yaklaştıkları bulgusuna ulaşılmıştır (*t*= 11.99, p= 0.00).

Yukarıda altı insan kaynakları yönetimi fonksiyonuna ilişkin ortaya koyduğumuz bulgular ışığında, TKY uygulayan işletmelerin insan kaynakları fonksiyonlarının uygulanması bağlamında sahip oldukları değerlendirmelerin, TKY uygulamalarına sahip olmayanlara göre olumlu yönde ve anlamlı bir farklılık gösterdiği ana bulgusuna ulaşılmıştır. Bu da TKY uygulamalarının sözde kalmayıp, uygulamada yöneticilerin kafasında personelin yönetimine ilişkin olumlu yönde bir bilinçlenme yarattığını göstermektedir.

TKY Hakkındaki Bilgi Düzeyi ve İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarına İlişkin ANOVA testi Bulguları

Çalışmamızın bu bölümünde, firma yöneticilerinin TKY uygulamaları hakkındaki bilgi düzeyleri arttıkça, insan kaynakları uygulamaları konusundaki bilinç düzeylerinin değişip değişmediğine ilişkin ana hipotezimizi test etmek amacıyla yaptğımız ANOVA analizi bulgularını ortaya koyacağız. ANOVA analizi ile TKY konusunda yüksek düzeyde bilgiye sahip olan yöneticilerin, orta düzey ve düşük düzeyde bilgiye sahip olanlara göre İKY' ne bakış açıları karşılaştırılarak incelenecek ve bilgi

düzeyindeki artışın değerlendirmelere nasıl yansıdığı öğrenilmeye çalışılacaktır.

Tablo 3'teki ANOVA analizi bulgularından görüleceği üzere, TKY konusundaki bilgi düzeyini yüksek olarak nitelendiren yöneticilerin insan kaynaklarının tüm fonksiyonları kapsamında orta ve düşük düzeyde bilgi düzeyine sahip yöneticelere göre daha olumlu değerlendirmelere sahip oldukları görülmektedir. Tablodaki istatistiki bulguları değerlendirirken değerlendirme farkının hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Scheffe test skoru kullanılmıştır. Personel eçimi konusunda bilgi düzeyi yüksek yöneticiler diğer yöneticilere göre istatistiki olarak farklı (F= 100.46, p= 0.00) ve olumlu değerlendirmelere sahiptirler. Aynı farklılığın oryantasyon (F= 105.18, p=0.00), eğitim ve kariyer geliştirme (F= 459.17, p= 0.00), ücretlendirme (F= 148.32, p= 0.00), motivasyon (F= 228.64, p= 0.00) ve takım çalışması (F= 93.29, p= 0.00) değişkenleri için de istatistiksel olarak varolduğu Tablo 3'teki bulgulardan anlaşılmaktadır.

Tablo 3. TKY Hakkındaki Bilgi Düzeyi ve İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Değerlendirilmesine İlişkin ANOVA testi Bulguları

Değişkenler	**TKY hakkındaki bilgi düzeyi**	**N**	**A.O.**	**F**	**P**
	Yüksek	21	4.81*		
	Orta	6	2.83		
Personel seçimi	Düşük	11	2.27	100.46	0.00
	Yüksek	21	4.83		
	Orta	6	2.83		
Oryantasyon	Düşük	11	2.23	105.18	0.00
Eğitim ve kariyer geliştirme	Yüksek	21	4.98		
	Orta	6	2.08		
	Düşük	11	2.27	459.17	0.00
	Yüksek	21	5.00		
	Orta	6	2.42		
Ücretlendirme	Düşük	11	2.55	148.32	0.00
	Yüksek	21	4.98		
	Orta	6	2.92		
Motivasyon	Düşük	11	2.05	228.64	0.00
Takım çalışması	Yüksek	21	4.88		
	Orta	6	2.83		
	Düşük	11	2.27	93.29	0.00

1-5'e Likert Ölçeği kullanılmıştır. 1= Kesinlikle katılmıyorum....5= Kesinlikle katılıyorum

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızda, Bursa DORSAB'da faaliyette bulunan işletmelerin, insan kaynakları yönetimi fonksiyonları çerçevesinde toplam kalite yönetimi uygulayan ve uygulamayan işletmelerin insan kaynakları yönetimi uygulamaların değerlendirmeleri ve yöneticilerin TKY konusunda bilgi düzeyleri ile İKY uygulamalarını değerlendirmeleri arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma bulgularımı, TKY uygulamalarına sahip işletmelerin İKY fonksiyonlarının tümü kapsamında daha olumlu değerlendirmelere sahiptirler. Benzer şekilde, TKY konusundaki bilgi düzeyi yüksek yöneticilerin İKY uygulamaları bağlamında daha olumlu değerlendirmelere sahip oldukları ortaya konulmuştur.

Elde ettiğimiz, vazgeçilmez bir örgüt kaynağı ve zenginliği olan personelin yönetilmesiyle ilgili olarak; TKY konusunda sahip oldukları bilinç düzeylerinin ve şirketlerinde bu tür bir uygulamanın olup olmamasının, insan gücüne bakışları üzerinde olumlu yönde ve büyük bir farklılık yarattığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç madalyonun bir yüzünü aydınlatmamıza yardımcı olurken, madalyonun diğer yüzünün de analiz edilmeye gereksinim duyduğu kuşkusuzdur. Şöyleki; örneklemimizin yarıya yakını halen çok standart İKY uygulamaları bağlamında bile çok olumlu sayılmayacak aritmetik ortalama değerlerine sahiptirler (bakınız Tablo 2 ve Tablo 3). TKY uygulamalarının İKY fonksiyonlarının işletmelere adaptasyonu konusnda yarattığı olumlu etki ne kadar sevindiriciyse, sektörde bu bilinçten uzak olarak çalışmalaırnı sürdüren yöneticileirn bulunması o derece de üzücüdür. Bu bağlamda, TKY konusunda bilinçsiz işletme yönetici ve sahiplerinin eğitilmesi onların İKY konusunda da daha olumlu bakış açılarına sahip olmalarını kolaylaştıracaktır. TKY uygulamaları kapsamındaki bir adaptasyonun bazı işletmeler tarafından hiç benimsenmeme ya da uygulanamama zorlukları da değerlendirildiği takdirde, en azından İKY konusunda işletme yöneticilerinin eğitilmesi gerekmektedir. Teorik çerçeve aşamasında belirttiğimiz üzere, bu tür bir eğitimin verileceği yönetici ve personelin seçilmesi büyük bir titizlikle yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Alptekin, Ali Rıza.(1995). "Kalite Geliştirme Uygulama Problemleri", *Önce Kalite Dergisi,* Kalder Yay, Temmuz.

Aytaç, Serpil.(2001). *Yönetim Yaklaşımlarında Paradigma Değişimi, Bilgi ve Toplum.*

AŞKUN, C. İ., İşgören, İktisadi ve İdari İlimler Akademisi Yayınları, Eskişehir, 1978.

Barrow, James W.(1993). "Does Total Quality Management Equal Organizational Learning", *Quality Progress*, July.

Burnak, Nimetullah.(1997). *Toplam Kalite Yönetimi, İstatistiksel Süreç Kontrolü.* Eskişehir: OGÜ .

CASPAR Pierre, Formation des Adultes ou Transformation des Structures de I'Entreprise, 1970.

Dean, James ve Bowen, David E.(1994). "Management Theory and Total Quality: Improving Research and Practice Through Theory Development", *Academy of Management Review*, C:19, S.3,393.

DESSLER Gary: Human Resources Management, Prentice Hall, 1997.

Diken, Ahmet.(1998). *Sanayi ve Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Konya: Konya Ticaret Odası, Eğitim ve Kültür Yayınla.rı

Flood, Robert L.(1993).Beyond TQM. New York: John Wiley and Sons.

Harrison, Michael D.(1994). "Who Are The Real Customer", *Quality Digest*, June.

KASA H., "Çağdaş Kalite Güvenliği İçin Koşullar", Kalite Güvenliği ve Uluslararası Standartlar Sempozyumu-1990, İrfan Yayımcılık İstanbul 1993.

Kavrakoğlu, İbrahim.(1998).*Toplam Kalite Yönetimi*. Kalder.

KAYA Yahya Kemal, "Eğitim Yönetimi. Kuram ve Türkiye'deki Uygulama", TODAİE, Ankara, 1979.

MESTRE M. Stainer, A. & Stainer, L. , Employee Orientation- The Japanese Approach. Employee Relations, vol:19, no:5, 1997.

Özgener, Şevki.(1997).*Öğrenen Organizasyon Anlayışının Gerçek Yönetim Uygulamalarına Yansıtılması.* İstanbul.

SABUNCUOĞLU Zeyyat, İnsan Kaynakları Yönetimi, Ezgi Kitabevi, Bursa, 2000.

Sadioğlu, Sedat.(2000).*Kalitenin Boyutları.* Ankara.

Schonberger, Richard .J "Human Resource Management Lessons from a Decade of Total Quality Management and Reengineering", *California Management Review*, C.36, S.4 (Yaz, 1994), 7.

Stuelpnagel, Thomas R.(1993). "Integrated Product Management". *Quality Digest* . June.

ŞİMŞEK Şerif. M, (1995) "Yönetim ve Organizasyon" Konya.

TAI.(Tarihsiz). *Toplam Kalite Yönetimi Kalite El Kitabı*.

Tan, Serdar ve Peşkircioğlu, Nurettin (1991). *Kalitesizliğin Maliyeti*. Ankara: MPM Yayını No:316.

TSE.(1997) *TS-EN – ISO 9000 Kalite Kitapçığı*. Ankara.

Yıldız, Gültekin.(1994). *İşletmelerde Toplam Kalite Yönetimi*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Yay.,No: 10 .

ARTAN Sinan, "İnsan Kaynakları Yönetimi ve Ülkemizdeki İşletmeler", Human Resources İnsan Kaynakları ve Yönetim Dergisi, Şubat ' 97, Sayı.4.

ÇALIŞKAN Suzan, İşgücü Devri ve Devamsızlık Konularına Iş Tatmini Motivasyonu Açısından Bir Yaklaşım, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1985.

Toplam Kalite Yönetimi Eğitim Notları.(1999). 1.Ana Jet Üs Komutanlığı.

ROSSITER Jill (1998). *Total Quality Management: Mastering Your Small Business*. CIB Publishing.

BANK, J. (1992). *The Esence of Total Quality Management*. Prentice Hall International.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

The Impact of International Trade on Union Behavior and Wage Rates

Ekrem GÜL*

Abstract: This study criticizes, theoretically, the impact of international trade on union behavior and wage rates. It is our main finding that international trade of a certain country has an affect on the wage rates in two ways. While exports help to increase wages and employment, foreign imports may put downward pressure on earnings and employment in domestic import-competing industries. In terms of the union behavior, our findings resulted with mixed results, which mainly imply that when different countries, industries and contexts are discussed, different scenarios are prevalent, which is mentioned in the paper.

Keywords: International trade, union behavior, wage rates, income inequality.

Uluslararası Ticaretin Sendika Davranışları ve Ücret Düzeyleri Üzerindeki Etkisi

Özet: Bu çalışma uluslararası ticaretin sendika davranışları ve ücert düzeyleri üzerindeki etkisini teorik olarak incelemektedir. Bulgularımız, bir ülkedeki uluslararası ticaret faaliyetlerinin ücert düzeyleri üzerinde iki tür etkiye sahip olduğunu göstermektedir. İhracat, ücretlerin ve istihdamın artmasına yardımcı olurken, ithalat ise yurt içinde ithalatla rekabet eden endüstrilerde kazançlar ve istihdam üzerinde aşağıya doğru baskı yapabilir. Sendika davranışları sözkonusu olduğunda ise bulgularımız karışık sonuçlar ortaya koymaktadır. Şöyleki, çalışmamızın içeriğinde değindiğimiz üzere, farklı ülkeler, endüstriler ve iş ortamları geçerli olduğunda farklı gelişmeler söz konusu olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası ticaret, sendika davranışları, ücret düzeyleri, gelir eşitsizliği.

Introduction

This study contains a literature review in terms of the the links between international trade and wage rates. The benefits of international trade have been recognized at least since Adam Smith emphasized them in The Wealth of Nations more than 200 years ago. Yet while trade is advantageous for the economy as a whole and exports help to support earnings and employment, foreign imports may put downward pressure on earnings and employment in domestic import-competing industries. In principle, increased product market competition should lead to lower wages, lower employment, or both. Whether the competition stems from imports or any other source, it puts downward pressure on the price of a product. From an employer's perspective, this effect diminishes the value of any worker's contribution to output, and consequently

* Yrd.Doç.Dr. Dumlupınar Üniversitesi, Bilecik İİBF, İktisat Bölümü.

fewer workers will be hired at the prevailing wage rate. The decline in labor demand may in turn exert downward pressure on the wage rate. In this paper, I tried to shed some light on these issues.

Over the past two decades, there has been a continuous increase in the wage gap between skilled and unskilled workers in several developed and developing countries (OECD, 1997; Gottschalk and Smeeding, 1997; Wood, 1997). In many developed countries, but particularly in the case of the United States, there has been a heated debate about the underlying causes of such a trend. There have been two main lines of argumentation: first, higher volumes of trade with emerging or low-income countries may have led, through the mechanisms described by the Hecksher-Ohlin model and the Stolper-Samuelson theorem, to a reduction in the relative price of the less-abundant factor in rich countries(namely, unskilled labor).[1] The intuition is that by increasing trade with unskilled labor-abundant countries, the domestic relative price of products intensive on developed countries' abundant factor(skilled labor) will rise, and this in turn will be associated to an increase in the relative wages of the abundant factor.

The second line of argumentation suggests that there has been a worldwide skill-biased technological change that has increased the demand for skilled workers relative to that of unskilled workers (Bhagwati, 1995; Krugman and Lawrence, 1993). Some of the authors that favor this explanation for the US case, rule out the possibility that trade could have been the main explanatory factor of the increase in the wage inequality on the basis that US trade with developing countries is relatively small (Esquivel and Rodriguez-Lopez, 2003).

Since both arguments are theoretically compelling, a definitive answer about the sources of wage inequality in developed countries was expected to come from empirical studies. However, empirical works based on the US experience provided mixed or weak evidence and therefore did not contribute to resolve the debate.[2] In light of these results, some authors suggested to look at the experience of developing countries (i.e. Hanson and Harrison, 1999). They reasoned that, if trade was behind the relative wage movements in developed countries, we should observe a movement in the opposite direction in the relative wages of developing countries. That is, if trade with developing countries was increasing the wage gap between skilled and unskilled workers in developed countries, we should observe a corresponding reduction in the

[1] Wood (1995) and Leamer (1998), among others, have proposed this interpretation.
[2] See, for example, Lawrence and Slaughter (1993); Sachs and Shatz (1994); Leamer (1996).

wage gap in the former countries. However, if skill-biased technological change was the main force behind the relative wage movements in developed countries, a similar pattern should be present in developing countries too.

Based on this premise, a number of authors have since then analyzed the relationship between wage inequality and trade in developing countries.[3] The initial empirical evidence was apparently unequivocal: most developing countries that had gone through episodes of trade liberalization had also experienced a substantial increase in wage inequality (Robbins, 1996). This result led some authors to conclude that skill-biased technological change was pervasive around world and that it was the main source of wage inequality in both developed and developing countries (i.e. Berman et al., 1998). However, proponents of the trade hypothesis quickly noted that the fact that middle-income countries were experiencing an increase in wage inequality was not necessarily incompatible with their arguments. These authors emphasized that a country could be at the same time abundant in unskilled at a local level, but abundant in skilled labor at a global level (Leamer, 1996). Therefore, when poor and highly populated countries such as India and China opened their economies to the rest of the world, as they did it in the 1980s, the supply of unskilled labor increased at a worldwide level, and this could explain the pattern of wage inequality observed in middle-income countries (Wood, 1997).

This new interpretation complicated again the identification of the role that trade and technology were playing in explaining the increase in wage inequality, since both aspects would be acting in the same direction in both developed and developing countries. In that sense, the resolution to this debate critically depends on the identification of the contribution of both aspects to the observed pattern of wage inequality.

Theories of International Trade and Wages

The most commonly invoked theory to explain the link between trade and wages is the Heckscher-Ohlin model of international trade. This model explains the pattern of international trade by reference to the relative abundance of factors of production among trading partners. The model predicts that between two countries, A and B, which share the same technology, country A will export commodities that are produced with relatively more of the factor of production that is relatively abundant in country A and will import commodities produced with relatively more of the

[3] See, for example, Hanson and Harrison (1999), Cragg and Epelbaum (1996), Revenga(1997), Feliciano (2001) and Robertson (2001) for the case of Mexico; Beyer et al.(1999) for Chile; Galiani and Sangumenti (2003) for Argentina; and Robbins (1996), Wood (1997) for several developing countries.

factor of production that is relatively abundant in country B. Two theorems derived from the Heckscher-Ohlin model, the factor price equalization theorem and the Stolper-Samuelson theorem, deal explicitly with the effect of trade on wages, land rents, and other factor prices.

The factor price equalization theorem proved by Paul Samuelson in a pair of celebrated articles, asserts that under the assumptions of the Heckscher-Ohlin model and a regime of unrestricted free trade, prices of the factors of production will be equalized among the trading partners (Samuelson 1948 and 1949). That is, if the assumptions of the model hold, free trade between the United States and Mexico will equalize U.S. and Mexican wages for equivalent labor and will equalize rents for a standardized unit of land, even if the factors of production cannot move across the countries (Burtless, 1995).

The Stolper-Samuelson theorem asserts that an increase in the domestic price of a commodity, brought about by a higher tariff or additional protection, will raise the real price of the factor of production that is used relatively intensively in producing that commodity. If watches are produced using labor intensively and land sparingly, whereas wheat is produced using land intensively and labor sparingly, then an increase in tariff protection for watches will boost the real wage received by laborers. By implication, a reduction in the protection of watches will lower the real wage. Accepting for a moment the assumptions of theorem, a reduction in protection of apparel and footwear, which use less-skilled labor relatively intensively will tend to reduce the real wage received by less-skilled workers.

Wood (1995) devotes a lengthy chapter to explaining a variant of the Heckscher-Ohlin model that permits him to analyze rising exports of manufactures from developing countries. He rejects some of the assumptions of classical Heckscher-Ohlin model, leading him to reject one of its important implications, the factor price equalization theorem. In Wood's model, free trade between high-wage countries(the North) and low-wage countries(the South) leads to a tendency toward relative factor price convergence rather than to absolute factor price equalization. Wood distinguishes three factors of production, uneducated labor, labor which has received a basic education, and highly skilled labor. The South is richly endowed with uneducated labor, as well as a growing supply of workers who have a basic education. It is poorly endowed with highly skilled labor. The North is richly endowed with highly skilled labor, but it has a relatively smaller endowment of workers with basic education and almost no workers who are totally uneducated. Because the variation in factor endowments is large relative to the variation of factor intensities among goods, the North produces some goods which are not produced in the South, and vice versa, invalidating one of the assumptions of

the Hecksher-Ohlin model, which assumes that both North and South will produce all commodities. For that reason, as well as the existence of transport cost, the factor price equalization theorem fails.

Wood argues that both North and South have access to the same capital at the same rental price, because most kinds of capital are freely mobile across international frontiers. Also, North and South have access to the same technology, at least to the extent that technology can be embodied in traded capital and intermediate goods. If technology is proprietary, firms from the North simply builds plants in the South to take advantage of favorable factor prices in that region. The South's apparent backwardness in technology arises as a result of its workers' lack of skill. As these skills are improved through the expansion of basic education, developing countries can begin to produce manufactured goods whose production requires a relative abundance of workers with basic education. Newly industrializing countries then increase their production of such goods, reversing the flow of these commodities in North-South trade. Manufacturing in the North becomes even more specialized in the production of goods that are relatively intensive in the use of highly skilled labor.

Though both North and South benefit from this trade, workers with only a basic education in the North may suffer. The tendency toward relative price convergence will raise the relative wages of workers with a basic education in the South but reduce them in the North. By contrast, the relative wage of highly skilled workers will fall in the South but rise in the North. If union bargaining power or social institutions prevent the relative wages of less-skilled workers from adjusting in the North, unemployment will grow, especially among the less skilled. In essence, Wood attributes the decline in the relative wages of less-skilled Northern workers to two trade related phenomena: the elimination of manufacturing trade barriers and increasing relative abundance of workers who have a basic education in the South. His model rests firmly on insights derived from classical Heckscher-Ohlin theory.

Wood (1997) believes that less-skilled workers in the North have suffered sizable losses as a result of manufactured imports from the South. He argues that the overall gains from North-South trade, especially for poor workers in the South, more than offset the harm inflicted on less-skilled workers in wealthy countries. He describes three policy alternatives to raising trade barriers against manufactured imports from the South; (1) Investing in education and skill training to reduce the supply of less-skilled workers; (2) Establishing public works, projects, or targeted employment subsidy schemes to boost public and private demand for less-skilled workers; and (3) Redistributing income directly from highly paid(skilled) workers to the poorly

paid. Wood argues that a combination of the three policies is likely to yield better results than reliance on only a single one of them, and he notes that the combination of policies that is most effective in a labor market with rigid wages is likely to differ from the combination that would work best where wages are flexible.

Wage Responses to Import Competition and Protection

The main channels through which trade and protection affect wages are well known. Protection reduces imports, and reduced imports increase labor demand, which in turn increases wages. This mechanism raises wages in the industry relative to the economy-wide average wage. Protection also, however, affects the economy-wide level of wages. The most familiar general equilibrium trade model leads to an odd result. The Stolper-Samuelson theorem states that protection placed on labor-intensive industries tilts the product market mix in favor of increased overall labor demand. Although this influence raises the economy-wide average wage, the theorem states that there is no change in relative wages, since wages are assumed to be equalized across industries. Thus, the theorem does not address relative wage issues.

A second channel through which trade and protection affect wages is imperfectly competitive factor markets. For example, unions may extract part of the rents from protection in the form of more jobs rather than higher wages. In the McDonald and Solow(1981) model, an increase in protection need not always results in higher wages, because the risk-averse union may respond to the increased protection by pushing for a low wage-high employment contract. Grossman (1984) developed this model further by considering what happens when random layoff rules are replaced by seniority-based layoff rules. Such a system induces senior workers to push for higher wages and junior workers to push for the low wages that prevent layoffs ; the correlation of wages with imports and trade barriers then depends on the seniority structure of the unions. Thus, the links among wages, trade, and protection are potentially more complicated than is implied by the protection-reduced imports-higher labor demand-higher wages argument (Gaston and Trefler, 1994).

A third channel from trade and protection to wages appears in international trade models with imperfectly competitive product markets. With imperfect competition, trade and protection affect the strategic interaction between firms, thus affecting firm performance and wages. This channel is especially interesting, for it suggests why protection may have effects on wages independent of its effects on trade levels. Consider just two examples. First, domestic firms sometimes price just below the world price plus tariff so as

to exclude imports. In this case, a higher tariff helps domestic firms, since it raises the domestic price, but leaves imports unchanged, thus severing the direct link between tariffs and imports. Second, if protection promotes entry into an industry by enhancing the profitability of existing firms, and if new entrants face set-up costs, then protection promotes inefficient entry.

Most of the recent econometric studies regress average industry wages on imports and exports.[4] The evidence points to a negative relationship between imports and wages, and a positive relationship between exports and wages. These generalizations partly break down in the case of contractual union-negotiated wages. In the study of Gaston and Trefler (1994), there is a positive relationship between wage premiums and exports, and a negative relationship between wage premiums and imports.

In the case of U.S., a 10 percentage point increase in the import penetration ratio in a typical industry during the 1958-85 period was associated with a wage reduction of about 3.3 percent. A similar increase in the ratio of exports to output resulted in an increase in real wages of about 1.3 percent. As a particular example, the import penetration ratio in the women's clothing Industry rose from around 10 percent in the mid-1970s to approximately 25 percent in the mid-1980s, while real hourly wages fell by about 10 percent. The increase in imports was responsible for about half of real wage reductions observed in the industry (Brauer, 1991).

In principle, increased product market competition should lead to lower wages, lower employment, or both. Whether the competition stems from imports or any other source, it puts downward pressure on the price of a product. From an employer's perspective, this effect diminishes the value of any worker's contribution to output, and consequently fewer workers will be hired at the prevailing wage rate. The decline in labor demand may in turn exert downward pressure on the wage rate.

In an environment of unionized labor and less than perfectly competitive product markets, workers generally receive "rents", or above-market wages and benefits. Employers are usually able to pass these costs on to consumers through their pricing policies. Increased competition from imports, however, can make it difficult to continue passing wage costs through, because demand for a firm's product becomes more sensitive to price changes. Nevertheless, the price effect of increased competition on wages and employment will depend on the specific objectives of both unions and employers. For instance, some unions, when faced with declining demand, will fight to preserve their wage advantage at the expense of employment, while others will offer wage

[4] For example, Leamer (1998); Gottschalk and Smeeding (1997); Hanson and Harrison (1999); Galiani and Sanguinetti (2003).

concessions in order to save their member's job (Brauer, 1991).

The short-term impact of import competition on wages may be weak or even perverse. Over time, however, noncompetitive systems for wage determinations should be eroded by competitive forces. If imports entail increased competition, they should become increasingly important determinants of wages. If imports become more important in wage determination, the degree of import penetration within an industry should become more closely associated with the wages paid by the industry (Brauer and Hickok, 1995).

International Trade and Union Behavior

Two important issues arise when assessing the effects of international trade on unions. The first deals with the unions' response to increased trade. In some industries, greater import penetration is associated with higher union wages, but in other industries, more imports seem to prompt union concessions. These two conflicting notions must be reconciled. The Second issue involves how unions' behaviors vary with industry comparative advantage and international competitiveness. For example, characteristics which determine whether a sector is competitive, such as unique know-how or natural resource availability, may influence union power independent of trade shares.

Akerlof (1985) examines the influence of international competition on union behavior through an end game which incorporates the idea that slow demand growth reduces the opportunity for an industry to invest in new plant and equipment. Unions extract higher wage settlements because a slowly growing firm has a more difficult time substituting capital for labor. Conversely, robust product demand growth encourages the industry to expand its capacity. The union fears that if its wages are too "high", the firm will adopt a capital-intensive technology which results in lower employment of union members. Since greater imports (exports) are negatively (positively) related to product demand growth, ceteris paribus, Akerlof suggests a positive (negative) relationship between union wages and imports (exports).

In highly unionized industries, the derived demand for union labor should be less elastic because there is a smaller nonunion sector to take advantage of the greater union sector costs. Thus, we expect end game behavior to be prevalent in the highly unionized industries. For example, end game behavior implies that a surge in imports results in higher union wages. If the nonunion sector is small, there is less constraint on union wages. For different reasons, Staiger (1988) proposes the same relationship between international trade and wages as the end game does. Staiger assumes the union-nonunion wage gap is determined at the marginal firm. In Staiger's model, the marginal firm is the unionized firm with

the most labor-intensive technology in the union sector. Staiger predicts that greater imports increase the wage gap because imports force unions out of labor-intensive firms where the unions are not as strongly entrenched. The result is that, in the new marginal firm, the union is more entrenched. Therefore, unions extract higher wages in the industry and the union-nonunion wage gap increases. If union wages increase in response to an increase in imports, the unionized sector will employ fewer workers which creates a spillover effect that depresses the nonunion sector. The size of the spillover effect on nonunion wages is directly proportional to union density. Analogously, the union-nonunion wage gap decreases after an increase in exports, with a greater decline occurring at high union densities (Partridge, 1993).

Grossman (1984) sets up a median voter union member model which has two offsetting impacts on union wages from increases in import competition. First, increased import competition reduces the probability of employment which negatively affects wages. Second, increased import competition reduces union employment and forces the least senior employees to be laid off, resulting in a new median union member with more seniority than before. Grossman assumes that senior employees are less concerned about layoffs and desire higher wages and, therefore, suggests that these two offsetting impacts cause union wages to change very little in response to greater import competition (Borjas, 1995).

International trade also influences product demand elasticity and industry profitability. Cournot and Dixit-Stiglitz models can be used to show that greater imports (exports) increase (reduce) the product demand elasticity and reduce (increase) profits. In the monopoly union model, a large price elasticity implies an inferior union wage-employment trade-off. Similarly, an efficient contract approach implies that union wages are positively related to profits (Freeman and Katz,1991).

Product market effects from greater imports and exports offset the effects of both end game behavior and Staiger's analysis. For instance, the product market analysis suggests that greater imports (exports) reduce (increase) union wages. Conversely, Staiger's analysis and the end game imply that greater imports (exports) increase (reduce) union wages, and this relationship is expected to be stronger at higher union densities. Together, these two arguments suggest that imports reduce wages at low union densities. They also imply an offsetting positive relationship between wages and import shares at high union densities. The opposite should hold for exports. In a wage regression, this suggests a negative coefficient on an import variable and an offsetting positive coefficient on an import share-union density interaction variable. There also should be a positive coefficient on an export share variable and an offsetting negative coefficient on an export share-union density interaction

variable (Partridge, 1993).

A final issue is how the nonunion sector responds to changes in trade compared to the union sector. Trade could potentially influence nonunion wages through rent sharing and union threat effects. Because the nonunion labor market in more competitive, it is unlikely that product market impacts, such as imports or profits, significantly influence nonunion wages. Therefore, union members' wage will be more affected by international trade than the wages of their nonunion counterparts (Freeman and Katz,1991).

Conclusions

In this study, we tried shed some light on the impact of international trade (mainly imports), union behavior and wage rates. As it can be observed from the literature review that there are many aspects of this relationship. Therefore, we can not postulate that imports decrease and exports increase the wage rates under all circumstances. That is, theory does not provide us with a full fledged complete model that can help us understand all the issues. Hence, there is a need for more empirical studies on the issue by taking different countries, industries and contexts into account.

REFERENCES

Akerlof, Gerge A.(1985). “Labor Contracts as Partial Gift Exchange”, Quarterly Journal of Economics, Vol. 97, pp.543-63.

Berman, E., Bound, J., Machin, S. (1998). “Implication of skill-biased technological change: international evidence”, Quarterly Journal of Economics, 113, pp.1245-1280.

Beyer, H., Rojas, P., Vergara, R. (1999). “Trade liberalization and wage inequality“, Journal of Development Economics, 59(1), pp.103-123.

Bhagwati, J. (1995). "Trade and wages: choosing among alternative explanations", FRBNY Economic Policy Review, January 1995, Vol:1, lss:1 pp.42-51

Brauer, David A. (1991). "The Effect of Imports on U.S. Manufacturing Wages", FRBNY Quarterly Review, Spring 1991, Vol: 16, lss:1, pp.14-27.

Brauer, David A., Hickok, S.(1995). "Explaining the Growing inequality in Wages across Skill Levels", FRBNY Economic Policy Review, January 1995, Vol:1, lss:1 pp.61-71.

Borjas, George J. (1995). "The Internalization of the U.S. Labor Market and the Wage Structure", FRBNY Economic Policy Review, July 1995, Vol:1, lss:1, pp.21-33.

Burtless, G.(1995). "International Trade and the Rise in Earnings Inequality", Journal of Economic Literature, June 1995, Vol:33, lss:2, pp.800-817.

Cragg, M., Epelbaum, M. (1996). “Why has wage dispersion grown in Mexico? Is it the incidence of reforms or growing demand for skills?”, Journal of Development Economics, 51, pp.99-116.

Esquivel, G., Rodrigez-Lopez, J.A. (2003). “Technology, trade and wage inequality in Mexico before and after NAFTA”, Journal of Development Economics, 72, pp.543-565.

Feliciano, Z. (2001). “Workers and trade liberalization: the impact of trade reforms in Mexico on wages and employment”, Industrial & Labor Relations Review, 55(1), 95-115.

Freeman, A., Katz, J. (1991). "Monopoly Unions and the Liberalization of International Trade", Economic Journal, March 1991, Vol:103, lss:417, pp.379-387.

Galiani, S., Sanguinetti, P. (2003). “The impact of trade liberalization on wage inequality: evidence from Argentina”, Journal of Development Economics, 63(3), pp.343-357.

Gaston, N., Trefler, D. (1994). "Portection Trade and Wages", Industrial & Labor Relations Review, July 1994, Vol:47, lss:4, pp.574-594.

Gottschalk, P., Smeeding, T. (1997). “Cross-national comparisons of earnings and income inequality”, Journal of Economic Literature, 35, pp.663-687.

Hanson, G., Harrison, A. (1999). “Trade liberalization and wage inequality in Mexico”, Industrial & Labor Relations Review, 52(2), pp.271-288.

Krugman, P., Lawrence, R. (1993). “Trade, jobs and wages”, NBER Working Paper, 4478, pp.31-62.

Lawrence, R., Slaughter, M. J. (1993). “International trade and American wages in the 1980s: giant sucking sound or small hiccup?”, Brooking Papers on Economic Activity, 2, pp.161-226.

Leamer, E. (1996). “Wage inequality from international competition and technological change: theory and country experience”, American Economic Review, pp.309-329.

Leamer, E. (1998). “In search of Stolper-Samuelson linkages between international trade and lower wages”, Brookings Institution Working Papers, 43, pp.141-202

OECD. (1997). “Trade, earnings and employment: assessing the impact of trade with emerging economies on OECD labor markets”, OECD Employment Outlook, OECD, Paris.

Partridge, M. (1993). "Technology, International Competitiveness, and Union Behavior", Journal of Labor Research, Spring 1993, Vol:14, lss:2, pp.131-146.

Revenga, A. (1997). “Employment and Wage Effects of Trade Liberalization: The Case of Mexican Manufacturing”, Journal of Labor Economics, 15, pp.520-543.

Robbins, D. (1996). “Evidence on trade and wages in the developing world”, OECD Development Center, Technical Paper.

Robertson, R. (2001). “Relative prices and wage inequality: evidence from Mexico”, Journal of Labor Economics, 17, pp.741-760.

Sachs, J. D., Shatz, H. (1994). “Trade and jobs in U.S. manufacturing“, Brookings Papers on Economic Activity, 1, pp.1-84.

Wood, A. (1995). “How trade hurt unskilled workers”, Journal of Economic Perspectives, 9, pp.57-80.

Wood, A. (1997). “Openness and wage inequality in developing countries: the Latin American challenge to the East Asian conventional wisdom”, World Bank Economic Review, 11, pp.33-57.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Avrupa Birliğinin Dil Öğretimine Karşı Tutumu ve Türkçe'nin Yabancı Dil Olarak Öğretilmesi

Suat UNGAN*

Özet:İlköğretim ve ortaöğretim sürecinde ana dilini yeterince öğrenememiş bireylerin yabancı dil öğrenmeleri, onlara kültürel kimlik problemi yaşatacağı gibi, o dili kolay öğrenmelerine de engel olacaktır. Birçok millet kendi diline sahip çıkmakla birlikte, her bir vatandaşının da en az bir veya iki dil bilmesini amaçlarken, Türkiye'de öğrencilerin hem Türkçeyi, hem de yıllarca eğitimini aldıkları yabancı dili iyi öğrenememeleri, eğitimimizin genel problemlerinden biridir. Okullarımızda yabancı dil eğitimi bilinçli bir şekilde verilmeli, Türkçe öğrencilerin ulusal duygu ve coşkusunu güçlendirecek, öğrencide kültür bilinçlendirmesini oluşturacak şekilde işlenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, dil öğretimi, çok dillilik, Türkçe, teknoloji, kültür.

The Attitude of European Union Towards Language Teaching and Teaching Turkish as a Foreign Language

Abstract: The people learning a foreign language not having mastered their mother tongue throughout primary and secondary school years may not only experience a cultural identity problem, but will also have trouble in learning the foreign language. While a lot of nations try to protect their languages and support each individual's learning at least one or two foreign languages, in Turkey it is one of the main educational problems that the students cannot learn their mother tongue, Turkish and the foreign language that they have been tought for years. In schools, foreign languages should be taught in more effective ways and Turkish as the mother tongue should be taught in a way that will strengthen the national feelings and excitement.

Keywords: European Union, language teaching, multilingualism, Turkish language, technology culture.

Teknolojik ilerlemelerin yaygınlaştığı, milletlerin birbirleri ile bu kadar yakın ilişkide bulunma zorunluluğunun olduğu bir ortamda, müşterek bir dil ihtiyacı kendini göstermiştir. Bilgi toplumu olma yolunda bilgiye en kısa zamanda ulaşmanın gerekliliği, yazılı ve görsel basının etkisi, internetin günümüzde bilgiye ulaşmada hâkim unsur olması, milletlerin müşterek bir dil üzerinde anlaşmalarını kaçınılmaz hâle getirmiştir. 19. yüzyılda politik, askerî ve ekonomik yönden güçlü olan Büyük Britanya, İkinci Dünya Savaşı'na kadar etkinliğini sürdürmüş, İkinci Dünya Savaşı sonrası devreye giren ve ekonomik olarak çok güçlü olan Amerika Birleşik Devletleri'nın dilinin İngilizce olması, İngilizceyi dünya dilleri arasında farklı bir yere getirmiştir. İngilizcenin doğru bir zamanlama ile dünyaya yayılması, bütün milletler tarafından kabul edilmesi, onu küresel dil olma yolunda hızla ön

* Yard. Doç. Dr. Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe Eğitimi Bölümü.

plana çıkarmıştır. Crystal'ın (1997) belirttiğine göre Endüstri Devriminin İngiltere'de olması, 19. Yüzyılda İngiltere'yi dünyanın en çok gelişmiş ülkesi yapmış, İngiltere 1800'lü yıllarda madencilik alanında dünyaya hükmetmiş, İngiliz firmaları dünyaya açılarak İngiliz ürünlerinin bütün dünya tarafından kullanılmasını sağlamıştır. Aynı yüzyılda İngiltere'nin dünyanın atölyesi hâline gelmesiyle teknolojik ve bilimsel gelişmeler yeni sözcüklerle ifade edilmiştir. Bu ürünlerin ihracıyla birlikte İngilizce sözcükler de komşu ülkelerin diline yerleşmiş ve bu gelişimi takip etmek isteyen insanlar İngilizce öğrenme mecburiyetinde kalmıştır. Yine Crystal'in belirttiğine göre, İngilizcenin 400 yıldır basında kullanılıyor olması, Reuter'in 1851 yılında Londra'da bir uluslar arası ajans kurup tüm dünyanın haber kaynağı olması, Amerika'da reklamcılık, radyo ve diğer basın organlarının yayılması, dünya üzerinde üretilen filmlerin %80'inin İngilizce olması insanların İngilizceyi öğrenmelerini kaçınılmaz kılmıştır. Crystal (1997)

> Gemalmaz'ın (1982) diller için belirttiği: *ekonomiklik* veya *kolaylık* ve a*nlaşılabilirlik* kanunları, milletlerin birbirleri ile anlaşmalarında kullandıkları müşterek dil için de geçerlidir. Gemalmaz, mümkün olduğu kadar az enerji ve madde sarfıyla birim zamanda, mümkün olduğu kadar çok eksiksiz mesaj kodlayıp iletmenin bütün tabiî ve sun'î dillerin temayülü olduğunu, yine mesajı taşıyan kodun, alıcısı tarafından mümkün olduğu kadar kolay ve mümkün olduğu kadar az enformasyon kaybıyla çözülmesinin dilin anlaşılabilirlik kanununu içerdiğini belirtmektedir. Dünya üzerinde İngilizceyi gerek ana dil ve gerekse ikinci dil olarak kullananların sayısı iki milyarı aşmaktadır. Bugün dünya üzerinde üç bine yakın dil olduğunu hesaba katarsak, anlaşılabilirlik ve ekonomiklik kanununun vermiş olduğu hız, İngilizcenin yayılmasına zemin hazırlamıştır diyebiliriz.
>
> İngilizcenin küresel dil olma yolunda bu kadar hızlı ilerlemesinin ve diğer ülkelerin İngilizcenin bu hâkimiyetini kabul etmelerinin yanında yine de bu ülkeler, dillerinin dünya üzerinde varlığını hatta etkisini sürdürmesi için özel çaba sarf etmektedirler. Özcan Demirel'in (2004) belirttiği gibi, Türkiye'nin de üyesi olduğu, başta Birleşmiş Milletler (United Nation) örgütü olmak üzere, Avrupa Konseyi (Council of Europe) Nato, OECD ve daha bir çok uluslar arası kuruluşta ortak iletişim aracı olarak birkaç ulusun dili kullanılmaktadır. Örneğin, Birleşmiş Milletlerin resmî dilleri Çince, Fransızca, İngilizce, İsponyolca ve Rusça'dır. Bu örgütte Fransızca ve İngilizce çalışma dili olarak; İspanyolca genel kurul ile ekonomik ve sosyal konsey çalışma dili olarak kullanılmaktadır. Avrupa Birliği, Avrupa eğitim programlarını devreye sokarak Avrupa'da eğitim alanında yeniliği ve kaliteyi artırmayı hedeflemektedir.
>
> Avrupa topluluğu ülkeleri, Avrupa komisyonu anlaşmasının 149 ve 150. maddeleri, Avrupa Parlamentosu Konseyinin 24 Ocak 2000 tarih ve 253/EC kararı, Türkiye'nin programa hazırlanmasına yönelik kararlar, ilgili taraflarca 27 Aralık 2002 tarihinde imzalanmıştır. (www.ua.gov.tr) Bu anlaşma ile Avrupa Birliği katılımcı ülkeler arasıdaki işbirliğini teşvik ederek eğitim alanında kalitenin artırılması, Avrupa boyutunun

geliştirilmesini hedeflemiştir. AB Genel Eğitim Programının temel olarak beş hedefi bulunduğu ulusal ajans sitesinde verilmiştir.

- *Avrupa'da tüm eğitim seviyelerini güçlendirmek,*
- *Avrupa dillerine yönelik bilgilerin geliştirmek,*
- *Eğitim vasıtası ile katılımcı ülkeler arasındaki iş birliğini ve hareketliliği artırmak,*
- *Eğitim alanında yetenekli kişileri bulup onları teşvik ederek eğitimin kalitesini artırmak,*
- *Eğitim alanında yer alan tüm kamu veya özel kuruluşlar içinde fırsat eşitliğini desteklemek*

Bu programa Avrupa genelinde 31 ülke katılmaktadır. Bunlar:

- *Avrupa birliği üyesi 25 devlet (Almanya, Avusturya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya Finlandiya Fransa, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsveç, İtalya, Lüksemburg, Letonya, Litvanya, Macaristan, Malta, Portekiz, Polonya, Slovak Cumhuriyeti Slovenya, Türkiye ve Yunanistan,)*
- *3 Avrupa Serbest Ticaret Birliği (Avrupa Ekonomik alanı ASTB/ AEA) ülkesi, (İzlanda, Lihtenştayn ve Norveç)*
- *Avrupa Birliğine katılım sürecinde olan 3 devlet (Bulgaristan, Romanya ve Türkiye) (www.ua.gov.tr)*

Avrupa Topluluğu, ilk ve orta öğretim düzeyinde teknik ve meslekî eğitimi geliştirmeyi hedefleyen Okul Ortaklığı Programını (Comenius); yüksek öğretim düzeyinde işbirliğini ve kaliteyi artırmak, Avrupa'da farklı ülkelerde uygulanmakta olan kaliteli eğitim niteliklerini Avrupa'nın farklı ülkelerine yaymak için Yüksek Öğretim Programını (Erasmus); hayatın her hangi bir döneminde eğitimine ara vermiş ya da kendini yeterince yetiştirememiş kişileri eğitmek için Yetişkin Eğitimi Programını (Grundving); eğitimde öğrenme ortamlarını yeniden yapılandırarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımını artırmak, eğitim mühendisliğini ortaya çıkarmak için Eğitimde Yeni Teknolojiler Programını (Minevra); AB'ye üye ya da aday ülkelerin meslekî eğitimine yönelik politikaları desteklemek ve geliştirmek için Meslekî Eğitim Programını (Leonardo da Vinci); eğitim sistem ve politikalarında gözlem ve yenilikleri, eğitim alanında oluşan yeni fikir, politika ve uygulamalarının sadece bir bölge ile sınırlı kalmasını önlemek ve yenilikleri bütün Avrupa'ya yaymak için Gözlem ve Yenilik Programını (Observation ve İnnovation); çalışmaların hedefine ulaşması için Destek Faaliyetleri Programını (Accompaying Measures); Avrupa vatandaşlarının bir çok dili öğrenebilmeleri için Dil Öğretimi Programlarını (Lingua) geliştirmiştir.

Bu programlardan anaokulundan yüksek öğretime kadar tüm öğrenciler, öğretmenler, öğretim görevlileri, yönetici ve eğitim alanındaki diğer personel, kamu veya özel statüdeki her çeşit eğitim kurum ve kuruluş, kamu ile ilgili diğer uzman kişiler, devlet memurları, yerel ve bölgesel yetkililer, veliler, dernek ve vakıflar, sosyal ortaklar, eğitim alanı ile ilgili iş dünyası ve sivil toplum kuruluşları yararlanabilmektedir. Avrupa Birliği Komisyonu Eğitim ve Kültür Genel Müdürlüğü programı yürütmekle

görevlidir. Kendisine bir komisyon temsilcisi ile programa katılımcı ülkelerin birer temsilcisi tarafından oluşturulmuş Socrates Komitesi yardım etmektedir. Türkiye'de bu programı yürütmeye TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı sorumludur. Bu merkez genel olarak Ulusal Ajans olarak bilinmektedir. Ulusal Ajans ülke genelinde programlarla ilgili yürütülen uygulamalardan sorumludur.

Avrupa eğitim programları ile ilgili bir açıklama yapan Devlet Bakanı ve Başbakan yardımcısı Doç. Dr. Abdullatif Şener, Avrupa'da yılda 124.000 öğrencinin Erasmus öğrenci değişim programından yararlandırıldığını, Türkiye'nin bu programlar çerçevesinde 2006 yılında 3.000 öğrenci gönderebileceğini, Avrupa Komisyonun 2010 yılı hedefinin yıllık olarak 375.000 öğrenci sayısını yakalamak olduğunu, bunun da Türkiye'de 42. 000 öğrencinin bu programdan yararlanacağı anlamına geleceğini vurgulamıştır. Şener (2004)

Lingua ve Türkçe Öğretimi

Lingua AB Genel Eğitim Programı olan Socrates'in sekiz alt basamağından birisidir. Fakat diğer yedi program da dil öğretimi ve kültürel etkileşim üzerine kurulmuştur. Avrupa Topluluğu Lingua Programı vasıtasıyla, dilin kültür, eğitim iletişim, istihdam, anlaşma boyutlarından yararlanarak milletlerin kültürel gelişimini sağlamayı ve dilin zenginleşmesine zemin hazırlamayı amaçlamaktadır. Globalleşen dünyada işverenlerin iş alanında öncelik tanıdıkları *çok dilli* (multilingua) kişiler, bilgilerinin kendilerine getirmiş olduğu ayrıcalıktan değil, diğer kurumlarla rahat iletişim kurmaları yönüyle tercih edilmektedir. Avrupa Birliği, üye ülkelerde dil çeşitliliğinin ve zenginliğinin korunması için, insanların ana dillerinden ayrı ikinci bir dili öğrenmelerini teşvik etmekte ve Lingua dil programını da bu amaçla ekonomik olarak desteklemektedir. Lingua iki ana alt gruptan oluşmaktadır:

Lingua I : Dil Öğretiminin Geliştirilmesi,

Lingua II: Dil Öğrenim Materyallerinin Geliştirilmesi,

Lingua I: Avrupa Topluluğunun dil çeşitliliğini artırarak dil öğretim sistem ve yapılarındaki gelişimi desteklemektedir. Bu yüzden, bireylere direkt yabancı dili öğretmekten ziyade, bireyleri yabancı dil öğrenmeye teşvik etmekte ve onların yabancı dil öğrenmelerine kolaylık sağlamaktadır. Aynı zamanda dil öğreniminde amaç, strateji ve didaktik araştırma gibi anahtar konular ve yenilikçi yaklaşımlar hakkında bilginin politikalarını belirleyenler ve karar verenler arasında yayım ve değişimi sağlamayı, öğrenmenin faydaları hususunda insanları bilinçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Lingua II: Dil öğrenim süreçlerinin ve kazanılan dil becerilerinin değerlendirilmesine yönelik yüksek kalitede araçların hazır bulunmasını hedefler. Aynı zamanda:

- *Yeni teknolojiler aracılığıyla yabancı dil öğrenilmesini,*
- *Az kullanılan dillerde on-line kurslarının verilmesini,*
- *Evde çalışmak üzere çok dilli öğrenim seti geliştirilmesini,*

- *Dinle ve dokun (Görmeyenler için temel İngilizce kursu) sisteminin yaygınlaştırılmasını,*
- *Avrupa seyyahları için kültürler arası iletişimin sağlanmasını,*
- *Dili eğlenerek nette öğrenilmesini (www.ua.gov.tr. www.socrates.gov.tr)*

amaçlamaktadır.

Lingua programı bireylerden ziyade kurumları muhatap almakta, bu kurumların dil öğretimi üzerine projelerine destek vermektedir. Avrupa Komisyonu, Almanca, Bulgarca, Çekçe,Danca, Estonca Fince, Flamanca, Fransızca, İngilizce, İrlandaca İspanyolca, İtalyanca, İzlandaca, Lehçe, Letonca, Litvanca, Luksemburgca Macarca, Matlaca, Norveççe, Portekizce, Romence, Slovakça, Slovence, Türkçe ve Yunanca, dillerini desteklemektedir. Genel kural olarak bir ülkenin kendi sınırları içindeki kişilere kendi resmî dilini öğretmeyi içeren projelere destek vermemektedir.

Avrupa komisyonu dil öğrenme ve dil çeşitliliğini desteklemek üzere bir takım kararlar almış ve bu kararlar 23.02.2002 tarihli Avrupa Komisyonunun resmî gazetesinde yayımlanmıştır.

Öğrenen Topluma Doğru sloganıyla yola çakarak hayat boyu öğrenmek için, yaygın ve tutarlı stratejiler uygulanması gerektiği vurgulanmış ve Avrupa bilgi toplumunda yer almak için her bir vatandaşın diğer bir dili öğrenmesi amacıyla, gerekli olan temel yetenekleri öğrenmek zorunda olduğu bildirilerek, hayat boyu öğrenme sürecinde ana dile ek olarak iki ya da daha fazla dili öğrenme ve bu dilleri öğrenmek isteyenlere eşit erişim imkânı sunmayı vurgulamıştır.

Konsey, Avrupa dillerinin eşit değer ve itibarda olduğunu dile getirmiş, bu dillerin Avrupa kültürünün ve uygarlığının içsel kısmını oluşturduğunu belirtmiştir. Ayrıca konsey, bireylerin küçük yaştan itibaren diğer topluluk ülkelerinin kültür ve dillerine karşı olumlu tutum geliştirmelerinin gerekliliğini vurgulamış ve Avrupa Topluğu ülkelerini, topluluk içindeki dil çeşitliliğinin ve zenginliğinin resmî merkezler ve diğer kültürel kurumlar arasındaki işbirliğini teşvik etmekle mümkün olabileceği şeklinde uyarmıştır. (http// europa.eu. int/eur-lex/pri/en- dat 2002)

Dillerin bilinmesiyle kültürel yaklaşımın artacağı ve milletlerin birbirleri ile daha iyi anlaşabileceği fikrinden hareketle Avrupa birliği ülkeleri eğitim bakanları, Polonya'nın Cracow kentinde yaptıkları toplantıda ülkelerinde dil gelişim dosyasına geçilmesine karar vermişlerdir. Bu proje ile her Avrupa vatandaşının bir dil pasaportuna sahip olarak çok dilli yetişmesi amaçlanmıştır. Bu vesileyle Avrupa'da yaşayan birisi, birinci yabancı dili ilköğretimde; ikinci yabancı dili ortaöğretimde; üçüncü yabancı dili de üniversitede öğrenmiş olacaktır. Bu durumdaki kişilere, *Dil pasaportu*, *Dil öğrenim geçmişi* (biyografisi), *Dil dosyasını içeren dokümanlar* verilecek, bunlar dil pasaportu şeklinde uygulanacak ve her Avrupa ülkesinde standart hâle getirilecektir. Pasaportta bir dili ileri düzeyde bilenlere CI, C2; orta düzeyde bilenlere B1, B2; başlangıç düzeyinde bilenlere de A1, A2 notları verilecektir. (Dobson, 1999) Türkiye'de ise Ankara Üniversitesi TÖMER Dil Öğretme Merkezi Avrupa Dil Pasaportu vermeye hak kazanmıştır.(http://www.tomer.ankara.edu.tr/)

> Bugün bir çok Avrupa ülkesinde halkın üç dil bilmesi oldukça normal karşılanmaktadır. İşverenler eleman alımında birden fazla dil bilen kişileri tercih etmektedirler. Avrupa vatandaşlarının yabancı bir dili öğrenmeye ve yabancı dile karşı tutumlarını belirlemeye yönelik bir araştırmada:
>
> *Ailelerin % 93'ü çocuklarının diğer bir Avrupa dilinin öğrenmesinin önemli olduğunu,*
> *Avrupalıların % 72'si yabancı bir dili bilmenin, kendileri için faydalı olacağını,*
> *% 71'i Avrupa topluluğunda her birey, ana diline ilâveten bir dil konuşmanın gerekli olduğunu,*
> *% 26'sı ana diline ilâveten, iki Avrupa dili bilmenin gerekliliğini ortaya koymuştur. (http//europa.eu.int/comn)*

Avrupa Birliği vatandaşlarının % 47'si İngilizceyi konuşmaktadır. Yine % 24'ü Almancayı ana dili olarak, %8'i ikinci dil olarak kullanmaktadır. Avrupa Birliği vatandaşlarının % 28''inin yarısı Fransızcayı anadili olarak; yarısı da ikinci dil olarak kullanmaktadır. İtalyanca Avrupa Birliği ülkelerinde en yaygın olarak kullanılmasına rağmen, İtalyancayı ana diline ilâveten yabancı dil olarak kullananların oranı % 2'dir. Avrupa topluluğu vatandaşlarının % 11'i ana dili; % 4'ü yabancı dil olmak üzere % 15 düzeyinde İspanyolcayı kullanmaktadır. (www.europa.eu.int/comm/education/poticies)

Günümüzde ana dili haricinde bir dili öğrenmek, genellikle ekonomik kaygıdan kaynaklanmaktadır. Zengin tarihî geçmişi, gramer yapısının sağlamlılığı ya da çok kişi tarafından kullanılıyor olması, o dilin dünya dilleri arasında ön sıralarda bulunmasını sağlamamaktadır. İspanyolca bugün dünya üzerinde 500 milyon kişi tarafından kullanılmasına rağmen, Avrupa Birliği ülkeleri arasında İspanyolcayı ana dili haricinde kullananların oranı % 4 tür. Fransızca 19. yüzyılda dünya edebiyatının sanat dili olmasına rağmen, Avrupa Topluluğu içinde ana dili haricinde bu dili bilenlerin oranı % 14'tür. Kur'an dili olmasına ve dünya üzerinde 20 devletin Arapçayı resmî dil olarak kullanmasına rağmen, ekonomik, siyasî ve ticarî sebeplerden dolayı, Arapça dünya dilleri arasında hak ettiği yerde değildir. Çincenin çok karmaşık yapısına rağmen, son ekonomik gelişmelerden dolayı dünya dilleri arasında hızla yayılacağı kesindir. Türkçe için de aynı durum söz konusudur. Batıya gittikçe Türkçe öğrenmek isteyenlerin sayısında azalma görülmektedir. Doğu ülkeleri vatandaşları Türkçeyi, Türkiye'de daha rahat iş bulabilmek için öğrenmektedirler. Sibirya'da 25 üniversite, 4 kolej, 7 devlet lisesinde Türkçe öğrenmekte olan 2.000 öğrenci üzerinde yapılan araştırmada öğrencilerin Türkçeyi öğrenme amaçları şöyle sıralanmaktadır.

- *Türk firmalarında (Ticarî) çalışma isteği;*
- *Türkiye'ye yerleşme veya orada çalışma isteği;*
- *Arkadaş-dost ilişkileri;*
- *İhtisas yapma isteği (Türkolojiler için);*
- *Yeni bir dil öğrenme isteği;*
- *Fantezi olarak (Aydın, 2000)*

Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretilmesi

Dünya üzerinde artan uluslar arası ilişkiler, ulusların kendi anadilleriyle iletişim kurmalarında yetersiz kalmış bu durum milletlerin birbirlerinin dillerini öğrenme mecburiyetini getirmiştir. Bir ülkenin dilinin yabancılarca öğrenilmesini gerekli kılan unsurlar, o ülkenin yürütmüş olduğu politik, ekonomik, ticarî ve kültürel ilişkileri içinde barındırır. Globalleşen dünyada, devletler birbirleri ile her an iletişim içerisindedir. Bir milletin dilinin diğer milletler tarafından öğrenilmesi o ülkenin prestiji olmuş, ülkeler dillerinin ikinci plana atılmasından rahatsızlık duymuşlardır. Türkçenin yabancı dil olarak öğretilmesi on birinci yüzyıla dayanmaktadır. Kaşgarlı Mahmud Türkçenin Arapça ve diğer dillerden aşağı olmadığını ispat etmek, Türkçeyi bilmeyenlerin daha rahat öğrenmeleri için Divanü Lügati't- Türk adlı eseri yazmıştır. Daha sonraları, Türkçeyi kullananlar dillerine gereken önemi göstermemiş, egemenliği altına aldıkları millete kendi dillerini ihraç etmek yerine, onların dil ve kültürlerini almışlardır. Tokatlıoğlunun belirttiği gibi 16 yüzyılda iki büyük imparatorluk olan Osmanlı ve İspanya imparatorlukları arasında en ciddî ve somut farklılık dil ve kültür yaklaşımlarından kaynaklanmaktadır. İspanyollar Amerika'yı keşfettikten sonra ilk tasarrufları, dil, din ve kültürlerini işgal ettikleri ülkeye ihraç etmek olmuştur., bu sayede anadili İspanyolca olan, Katolik mezhebini benimseyen 23 Latin Amerika ülkesi doğmuştur. Tokatlığolu (2000)

Türkiye, dünyaya açılan, dış ticaret hacmini gün geçtikçe artıran ve her yıl ülkesine milyonlarca turist çeken görüntüsüyle her vatandaşına ikinci bir dili öğretme mecburiyetindedir. Türkiye yabancılara Türkçe öğretimi hususunda bazı konularda oldukça geri kalmıştır. Bu gün üniversitelerin Türkoloji Bölümleri ve hatta Eğitim Fakültelerinin Türk Dili ve Edebiyatı Eğitimi Anabilim Dalları, Türkçe Bölümleri, Türk dilinin öğretilmesi hususunda değil, tarihî ve kültürel çalışmalara ve eski edebî örneklere yoğunlaşmışlardır. Türk Dilinin standart bir gramer yapısının belirlenmesinde geç kalınmıştır.

> Türkçenin iyi öğretilmesi için, iyi yetişmiş öğretmenlere ihtiyaç vardır. Öğrencilerin zihin ve ruh gelişimlerinde iyi bir ana dil eğitimi ve öğretiminin rolü hiçbir dersle ölçülmeyecek kadar büyüktür. (Sağır, 2002) Ana dili, eğitiminde görülen eksikliklerin genellikle öğretmenlerden kaynaklandığı fikrinden hareketle, Türkçe öğretmeni adaylarının Türkçe sevgisi ve kültür bilinciyle yoğrulmuş olarak mezun olmaları gerekmektedir.
>
> Bir yabancı dili bilmek, temel dil becerilerini kazanmış olmak demektir. Bu yüzden dil eğitimi verilirken, okuma, yazma, konuşma ve dinleme becerilerine ağırlık verilmelidir. Eğitim sistemimizdeki okumaya dayalı yabancı dil eğitimi anlayışından hızla uzaklaşılmalıdır.

SONUÇ

Yabancılara Türkçe öğreten bir çok öğretmen, Türkiye Türkçesinin betimlemeli dilbilgisi kitabının yokluğundan şikayet etmektedir. Prof. Dr. Mehman Musaoğlu da 11-13 Mayıs 2000 tarihinde İstanbul'da yapılan *Dünyada Türkçe Öğretimi Sempozyumunda* bu konudan şikayet etmekte ve akademik gramerin amaç, okul gramerinin bir araç olduğunu, Türkçenin çeşitli dil kullanım sorunlarının, yazı dilindeki gelişim ve değişmelerin dilin temel kurallarına (ses uyumu, eklemeli yapı, değişmez söz dizimi) göre ele alınması gerektiğini, böyle bir süreçte de özgün akademik gramerimizin temel niteliklerinin betimlenmesinin kaçınılmaz olduğunu vurgulamıştır. Musaoğlu (2000) Bugün dünyada 250.000.000 kişi Türkçe konuşmaktadır. (Karakuş, 2002) Ankara Üniversitesi TÖMER Dil Merkezinin 2000 tarihli Uluslar arası Dünyada Türkçe Öğretimi Sempozyumunda belirtildiği gibi, Türkçe dünya dilleri arasında yedinci sırada yer almaktadır. Türkçenin yaygın kullanım alanının genişletilmesi, evrensel bir dil olarak kabul edilmesi için, dilimizin öğretildiği soydaş ülkelerle ortak çalışmalar yapılmalıdır.
Türkiye genelinde 65 Eğitim fakültesinin 39'unda Türkçe Öğretmenliği bölümü vardır. Bu bölümlerde Yabancılara Türkçe Öğretimi Derslerine ağırlık verilmelidir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı üniversiteler ve dil öğretim merkezleri birlikte çalışarak, dil öğretimi için gerekli materyalleri hazırlamalı, Internet üzerinden Türkçe öğretimine ağırlık verilmelidir.

Yıldız Teknik Üniversitesinde uygulanmakta olan Yabancılara Türkçe Öğretimi Tezli Lisans Programı diğer büyük üniversitelerimiz de uygulanmaya başlamalıdır.

Türkçe Öğretimi Bölümlerinde yürütülmekte olan Yüksek Lisans ve Doktora Programlarında "Yabancılara Türkçe Öğretimi" alanına ağırlık verilmelidir.

Avrupa'da Eğitim Fakültelerinde okuyan öğrencilerin eğitimlerinin en az bir dönemini ects kredilenme sistemi içinde başka bir devlet üniversitesinden alma mecburiyetleri bulunmaktadır. Türkçe bölümlerinde görev yapan öğretim elemanları da Avrupa Eğitim Programlarından Lingua'ya proje sunarak öğrencilerinin bir kısmını ects kredilendirme sistemi içinde başka üniversitelerle öğrenci değişiminde bulunarak öğretmen adaylarının daha bilinçli ve ufku gelişmiş olarak yetişmelerine zemin hazırlanmalıdır.

Prof. Dr. Ahmet Kırkkılıç'ın (Kırkkılıç. 2000) Türkçemizi şuurla işleyerek dünyanın en gelişmiş dilleri arasında sokmanın hepimizin başta gelen görevlerinden biri olduğu fikri, Türkçeye gönül vermiş bütün insanların şiarı olmalıdır.

KAYNAKÇA

Aydın, A (2000), Röportaj, *Uluslar arası Dünyada Türkçe Öğretimi Sempozyumu*, , Ankara Üniversitesi Basımevi

Crystal, D. (1997) *Englsh as a Global Language*. Cambridge Üniversitesi Pres

Demirel, Ö. (2004) *Yabancı Dil Öğretimi,* Ankara, Pegem

Dobson, Julia M.(1981) *Effective Techniques for English Conversation Groups:*Washington, U.S. information Agency

Gemalmaz, E. (1982) *Standart Türkiye Türkçesi (STT)'nin Formanlarının Enformatik Değerleri***,** Erzurum (Teksir/ Fotokopi); 15+187+17

İdris, K. (2000) *Türkçe Türk Dili ve Edebiyatı Öğretimi,* Ankara, Anıttepe

Kırkkılıç, A. (2000) "Medyanın Türkçe Sorumluluğu" Nizam-ı Âlem 46:22-28

Mehman. M (2000), "*Bir Daha Ortak Türkçe Üzerine"* Uluslar arası Dünyada Türkçe Öğretimi Sempozyumu, Ankara Üniversitesi Basımevi, s.200-203

Sağır, M. (2002) *İlköğretim Okullarında Türkçe Dil Bilgisi Öğretimi,* Ankara, Nobel

Şener, A. (2004) *Erasmus Üniversite Beyannamesi,* Eğitimde Diyalog 2: 3

Tokatlıoğlu, L. (2000) "İspanyolca Konuşulan Ülkelerde Türkçe Öğretimi" *Uluslar arası Dünyada Türkçe Öğretimi Sempozyumu, Ankara Üniversitesi* Basımevi, 161-164

(http://www.tomer.ankara.edu.tr/2005)

(http//europa.eu. int/eur-lex/pri/en-2005)

(www.europa.eu.int/comm/education/poticies 2005)

(www.socrates.gov.tr2005)

(www.ua.gov.tr 2005)

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Üniversitelerdeki Güzel Sanatlar Eğitim Programları Giriş Sınavı Sonuçlarının Değerlendirilmesi (Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Örneği)

Lale ALTINKURT*

Özet: Bu araştırmada, üniversitelerin güzel sanatlar eğitimi programlarına giriş için yapılan özel yetenek sınavlarına katılan öğrencilerin niteliklerinin ve öğrencilerin seçime temel oluşturan puanları ile başarıları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma evrenini 2004–2005 öğretim yılında Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi yetenek sınavına başvuran 315 öğrenci ile programa giren 60 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, ÖSS puanı yüksek olan öğrencilerin yetenek sınavı puanları düşük olmasına rağmen sınavı kazandıkları belirlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin ÖSS puanları ile uygulamalı derslerdeki başarıları arasında negatif ve orta düzeyde; yetenek sınavı puanları ile uygulamalı derslerdeki başarıları arasında pozitif ve düşük düzeyde bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: özel yetenek sınavı, güzel sanatlar, sanat eğitimi

Evaluation of Results of Fine Arts Education Programs Entrance Exam at Universities (Sample of Dumlupinar University Fine Arts Faculty)

Abstract: In this research it is aimed to determine the relation among qualifications of students participated in special ability exams made for entering fine arts programmes by universities and scores forming the basis of selections and their success. In the research, survey model has been used and research-data has been obtained from 315 students who applied to Special Skills Exam organized by Dumlupinar University Fine Arts Faculty in 2004-2005 education term and 60 students who passed the exam. In conclusion, it has been defined that; the students whose OSS scores were high passed the exam despite of low points on Special Skills Exam. Also; it has been found that while there is a negative and moderate relation between OSS Scores and the students' successes in applied lessons, there is a positive and low relation between Special Skills Exam score and the students' successes in applied lessons

Keywords: special skills exam, fine arts, art education

GİRİŞ

Sanat eğitimi, bireyin duygu düşünce ve izlenimlerini anlatabilmesi yeteneklerini ve yaratıcılık gücünü estetik bir düzeye ulaştırabilmesi, çağımız gereği form-fonksiyon ilişkisini kurabilmesi amacı ile yapılan eğitim çabasıdır. Bu çabanın özünde, toplumun bir üyesi olan insanın, uygar

* Yrd.Doç.Dr. Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi.

bir kişi olması; dolayısıyla uygar bir toplum oluşturması amacı vardır. Sanat eğitimi, geniş bir boyut içinde düşünülürse, çocuğun ve gencin tüm yeteneklerinin tanınıp, yaratıcı düşüncesinin ortaya çıkarılmasına yardımcı olur. Bunun yanında, sanat eğitimi ile bireylerin davranışlarında oluşan değişme, dönüşme, gelişme ve yenileşmeler toplumu ve giderek insanlığı etkiler (Uçan, 2002, s.4).

Türkiye'de plastik sanatlar eğitimi; üniversite düzeyinde, Güzel Sanatlar Fakültelerinde ve Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-iş Öğretmenliği programlarında verilmektedir. Özel Yetenek Sınavı ile öğrenci alan bu fakültelere, farklı beklentilere sahip pek çok öğrenci başvurmaktadır. Sayıları oldukça az olan bu bölümlere öğrenci seçimi de oldukça zor bir iştir. Çünkü sınırlı sayıda kontenjan için çok sayıda aday başvuru yapmaktadır. Bu öğrenciler içerisinden, sanat eğitimi açısından en yeteneklilerin ve geliştirilebilecek çizgide olanların seçilmesi gerekmektedir. Bu da beraberinde birçok zorluğu getirmektedir.

Sanat eğitiminde ölçme ve değerlendirme süreci oldukça güçtür (Artut, 2001, s.293). Üniversitede istediği bölümlere giremeyen öğrencilerin birkaç haftalık derme çatma desen kurslarından sonra özel yetenek sınavlarına başvurmaları (Gençaydın, 2002, s.29), özel yetenek sınavına öğrenci hazırlayan kişi ve kurumların öğrencilere özellikle desen çiziminde belli duruşları kalıpsal olarak ezberletmeleri, bir ya da iki günde yapılan sınavlarda öğrencilerin anlık performanslarının yanıltıcı olabilirliği, değerlendirme ölçütleri gibi pek çok sorun seçme sürecini zorlaştırmaktadır.

Özel yetenek sınavı ile öğrenci alan fakülte ya da bölümlere öğrenci alımının esasları Yükseköğretim Kurumu (YÖK) tarafından belirlenmiştir. Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği Programı için başvuru esasları ve yerleştirme puanının nasıl hesaplanacağı net olarak belirlenmiştir. Buna göre: (ÖSYS, 2004, s.13–14);

- Güzel sanatlar alanından (AGSL, meslek lisesi grafik bölümü vb) başvuracak adayların o yılki ÖSS'den herhangi bir puan türünden en az 160, güzel sanatlar alanı dışından (genel liseler vb) başvuracak adayların ÖSS'den herhangi bir puan türünden en az 185 puan almaları gerekmektedir.
- Adayların I. ve II. aşama sınav puanlarına göre "Özel Yetenek Sınav Puanı (ÖYSP)" hesaplanmaktadır.
- Yerleştirmeye esas olan puanlar:
  - ÖYSP Standart Puanı (ÖYSP-SP)
  - Ağırlıklı Ortaöğretim Başarı Puanı (AOBP) (üç puan türünden en yükseği)
  - O yıl girilen ÖSS puanı (ÖSS-P) (dört puan türünden en yükseği)

puanlarının belli aralıklarla toplanmasından elde edilmektedir.

- Özel Yetenek Sınav Puanının (ÖYSP) ağırlıklandırmaya girebilmesi için bu puanlar standart puanlara çevrilmektedir. Bunun içinde ÖSYP dağılımının ortalaması ve standart sapması aşağıda verilen formüllere göre yapılmaktadır.

$$\text{Ortalama} = \frac{\text{ÖSYP'lerin Toplamı}}{\text{Aday Sayısı}}$$

$$\text{Standart Sapma} = \sqrt{\frac{\text{ÖYSP'lerin Kareleri Toplamı} - \frac{\text{ÖYSP'lerin Toplamının Karesi}}{\text{Aday Sayısı}}}{\text{Aday Sayısı} - 1}}$$

- ÖYSP dağılımının ortalaması ve standart sapması bulunduktan sonra her aday için ÖYSP Standart Puanı (ÖYSP-SP) hesaplanır. Bu hesaplamada aşağıdaki formül kullanılmaktadır.

$$\text{ÖYSP-SP} = 10 \times \frac{(\text{Adayın ÖYSP Puanı} - \text{ÖYSP Puan Dağılımının Ort.})}{\text{ÖYSP Puan Dağılımının Standart Sapması}} + 50$$

- Yerleştirmeye esas olan puan (YP) ise aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır.

Güzel sanatlar alanından başvuran adaylar için:

$$YP = (1x\ \text{ÖYSP} - SP) + (0{,}52 \times \text{AOBP}) + (0{,}36 \times \text{ÖSS-P})$$

Güzel sanatlar alanı dışından başvuran adaylar için:

$$YP = (1x\ \text{ÖYSP} - SP) + (0{,}16 \times \text{AOBP}) + (0{,}47 \times \text{ÖSS-P})$$

Yerleştirme puanı formülünde görüldüğü gibi, güzel sanatlar alanından (AGSL, meslek lisesi grafik bölümü vb) gelen öğrenciler için, ÖSS puanı 0,36 ile Ağırlıklı Ortaöğretim Başarı Puanı (AOBP) 0,52 ile; güzel sanatlar alanı dışından (genel liseler vb) gelen öğrenciler için ise, ÖSS puanı 0,47 ile Ağırlıklı Ortaöğretim Başarı Puanı (AOBP) 0,16 ile çarpılmaktadır.

Güzel Sanatlar Fakültelerine Özel Yetenek Puanı ile öğrenci alımında kullanılan yöntem ise daha esnek tutulmuştur. Güzel Sanatlar Fakültelerinde, Özel Yetenek Puanlarının içindeki ek puanın ağırlığının ne olduğuna üniversitelerin kendisi karar vermektedir. Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesine 2004–2005 öğretim yılı için öğrenci seçilirken, YÖK tarafından Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği programı için belirlenen seçme yöntemi kullanılmıştır. Ancak, ÖSS puanı barajı hem güzel sanatlar alanlarından, hem de güzel sanatlar alanı dışından başvuran öğrenciler için 160 puan olarak belirlenmiştir.

Özel Yetenek Sınavlarının kaç aşamadan oluşacağını, hangi konuda, teknikte ve sürede gerçekleşeceğini sınav değerlendirme komisyonu belirlemektedir. Yetenek sınavları genellikle birkaç aşamadan oluşmaktadır.

Sınav; belirlenen süreç içinde canlı modelden desen çizimi, cansız doğa (natürmort) çizimi, imgesel çalışma konularının yanında sanat alanına dönük sorulardan oluşan yazılı sınav şeklinde de olabilmektedir.

Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinde de 2004–2005 eğitim öğretim yılı özel yetenek sınavında sınav komisyonu, özel yetenek sınavını canlı modelden desen çizimi, cansız doğa (natürmort) çizimini suluboya tekniğinde boyama şeklinde belirlemiştir.

Amaç.

Bu araştırmada, üniversitelerin güzel sanatlar eğitimi programlarına giriş için yapılan özel yetenek sınavlarına katılan öğrencilerin niteliklerinin ve öğrencilerin seçime temel oluşturan puanları ile başarıları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu genel amaç doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1- Özel yetenek sınavına başvuran öğrencilerin,
   a- diploma alanları ve ÖSS puan durumları
   b- yetenek sınavı puanları
   ne düzeydedir?
2- Özel yetenek sınavına giren öğrencilerin,
   a- diploma alanlarına göre,
   b- ÖSS puanları ile özel yetenek sınavından aldıkları puanlara göre,
   sınavı kazanma durumları nasıldır?
3- Programa giren öğrencilerin, ÖSS puanları ve özel yetenek sınavı puanları ile uygulamalı derslerdeki başarıları arasında ilişki bulunmakta mıdır?

YÖNTEM

Bu araştırma; tekil ve ilişkisel tarama modelinde desenlenmiştir. Özel yetenek sınavına başvuran öğrencilerin genel özellikleri ile ÖSS puanları ve özel yetenek sınavından aldıkları puanlara göre, sınavı kazanma durumları belirlenmesinde tekil tarama modeli; programa giren öğrencilerin, ÖSS puanları ve özel yetenek sınavı puanları ile uygulamalı derslerdeki başarıları arasında ilişkinin belirlenmesinde ise ilişkisel tarama modelinden (Karasar,1994, ss.79–81) yararlanılmıştır.

Araştırmanın evrenini 2004–2005 öğretim yılında, Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Özel Yetenek Sınavına başvuran öğrenciler ile programa giren öğrenciler oluşturmaktadır. Evrene ulaşma güçlüğü olmadığı dikkate alınarak örneklem alma yoluna gidilmeyip "kendini örnekleyen evren" (Çilenti,1984, s.137) çalışma evreni olarak kabul edilmiştir. Böylece çalışma evrenini, Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Özel Yetenek Sınavına başvuran 315 öğrenci ile programa giren 60 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırma verilerinin toplanmasında; yazılı doküman incelemesi tekniği kullanılmıştır. Özel yetenek sınavına başvuran öğrencilerin ÖSS puanları, yetenek sınavı puanları, alanları ve programa giren öğrencilerin 2004–2005 öğretim yılı güz döneminde uygulamalı derslerden aldıkları notlar fakülte kayıtlarından elde edilmiştir.

Araştırmada, özel yetenek sınavına başvuran öğrencilerin genel özelliklerinin çözümlenmesinde frekans ve yüzde hesapları; öğrencilerin diploma alanlarına göre ve ÖSS puanları ile özel yetenek sınavından aldıkları puanlara göre sınavı kazanma durumlarının belirlenmesinde çapraz tablo (crosstab) kullanılmıştır. Çapraz tablo, araştırmada kullanılan verilerin iki ya da daha çok sınıflamalı değişkene frekans ve yüzde dağılımını verir (Büyüköztürk, 2002, s.27). Programa giren öğrencilerin, ÖSS puanları ve özel yetenek sınavı puanları ile akademik başarıları arasında ilişkinin çözümlenmesinde ise "korelasyon analizi" istatistik tekniği kullanılmıştır. Korelasyon analizi, bağımlı değişkenle ilişkili olan iki ya da daha çok bağımsız değişkene dayalı olarak, bağımlı değişkenin tahmin edilmesine yönelik bir analiz türüdür. Bu analiz, bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasında ilişkinin yönüne ilişkin yorum yapma olanağı verir (Büyüköztürk, 2002, s.31).

Bu araştırmada yapılan istatistiksel çözümlemelerde anlamlılık düzeyi 0,05 olarak alınmıştır. Araştırma ile ilgili tüm istatistiksel çözümlemelerde "SPSS 10,0 for Windows" paket programından yararlanılmıştır.

BULGULAR VE YORUMLARI

Bu bölümde, araştırma sorununun çözümlenmesi amacı ile toplanan verilerin istatistiksel çözümlemeleri yapılarak elde edilen bulgulara ve bunların yorumlanmasına yer verilmiştir. Bulgular ve yorumlarda, araştırmanın amacı ile ilgili soruların sırası izlenmiştir. Her bir amaca ilişkin istatistiksel tablo verildikten sonra aynı başlık altında maddelerin yorumları yapılmıştır.

Özel Yetenek Sınavına Başvuran Öğrencilerin Diploma Alanları ve ÖSS Puanları

Araştırmanın birinci alt amacı, özel yetenek sınavına başvuran öğrencilerin diploma alanlarının ve ÖSS puanlarının belirlenmesini içermektedir. Bu amaçla frekans ve yüzdelerden yararlanılmıştır. Özel yetenek sınavına başvuran öğrencilerin diploma alanlarına ve ÖSS puanlarına ilişkin bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Özel Yetenek Sınavına Başvuran Öğrencilerin Diploma Alanları ve ÖSS Puanları

		Öğrenci Sayısı (n)	Yüzde(%)
Diploma Alanı	Güzel Sanatlar	75	23, 8
	Diğer	240	76, 2
ÖSS Puanı	160–169	19	6, 0
	170–179	50	15, 9
	180–189	59	18, 7
	190–199	55	17, 5
	200–209	59	18, 7
	210–219	47	14, 9
	220–229	12	3, 8
	230–239	11	3, 5
	240 ve üzeri	3	1, 0

Tablo 1 incelendiğinde, özel yetenek sınavına katılan öğrencilerin %23,8'i güzel sanatlar alanından, %76,2'si diğer alanlardan gelmektedir. Öğrencilerin %85,7'si ÖSS'den 170–210 arasında puan almışlardır.

Özel Yetenek Sınavına Giren Öğrencilerin Yetenek Sınavı Puanları

Araştırmanın ikinci alt amacı, özel yetenek sınavına giren öğrencilerin yetenek sınavı puanlarının belirlenmesini içermektedir. Bu amaçla frekans ve yüzdelerden yararlanılmıştır. Özel yetenek sınavına giren öğrencilerin yetenek sınavı puanlarına ilişkin bulgular Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Özel Yetenek Sınavına Giren Öğrencilerin Yetenek Sınavı Puanları

	Yetenek Sınavı Puanı	Öğrenci Sayısı (n)	Yüzde(%)
I.Aşama (Modelden desen)	0–9	18	5,7
	10–19	50	15,9
	20–29	16	5,1
	30–39	13	4,1
	40–49	17	5,4
	50–59	30	9,5
	60–69	33	10,5
	70–79	25	7,9
	80–89	34	10,8
	90 ve üzeri	79	25,1
II. Aşama (Suluboya)	0–9	46	14,6
	10–19	62	19,7
	20–29	30	9,5
	30–39	28	8,9
	40–49	24	7,6
	50–59	37	11,7
	60–69	36	11,4
	70–79	18	5,7
	80–89	13	4,1
	90 ve üzeri	21	6,7

Tablo 2'de, özel yetenek sınavının I. aşamasında öğrencilerin üçte birinden fazlası (%36,2), II. aşamasında ise yaklaşık üçte ikisi (%60,3) 50'nin altında puan aldıkları görülmektedir. Bu bulgu, öğrencilerin yaklaşık yarısının özel yetenek sınavına yeterince hazırlanmadan, sadece şanslarını denemek için katıldıkları şeklinde yorumlanabilir. Yolcu (2004, s.149) ve Dumanoğlu'nun (2004, s.111) "ÖSS sınavında istediği fakültelere giremeyen öğrencilerin şanslarını denemek için özel yetenek gerektiren programlara başvurdukları" şeklindeki görüşleri araştırma bulgularıyla örtüşmektedir.

II. aşama puanlarında öğrencilerin daha başarısız olmalarının nedeninin, özel yetenek sınavı hazırlık kurslarının sadece desen çizmek üzerine yoğunlaşması, dolayısıyla öğrencilerin desen çizimini ezberlemeleri olduğu düşünülmektedir. Sınavı kazanan birinci sınıf öğrencilerin birçoğunda öğrencilerin modele bakmadan ezberindeki hayali deseni çizmeleri sık sık gözlenmektedir. Yolcu'nun (2004, s.153), "yetenek sınavı hazırlık kurslarında, öğrencilere bazı model duruşları ezberletilerek çizimler yaptırdıkları" görüşü araştırma bulgularıyla örtüşmektedir.

Öğrencilerin Diploma Alanlarına Göre Sınavı Kazanma Durumları

Öğrencilerin diploma alanlarına göre sınavı kazanma durumlarının belirlenmesinde çapraz tablo (crosstab) kullanılmıştır. Bu bulgulara ilişkin verilere Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Diploma Alanlarına Göre Sınavı Kazanma Durumları

Sınav Başarısı		Sınavı Kazanan		Sınavı Kazanamayan	
		(n)	(%)	(n)	(%)
Diploma Alanı	Güzel Sanatlar	21	28,0	54	72,0
	Diğer	39	16,3	201	83,7

Tablo 3 incelendiğinde, özel yetenek sınavına katılan güzel sanatlar alanlarından mezun olan öğrencilerin %72'si, diğer alanlardan katılan öğrencilerin de %83,7'si sınavı kazanamamıştır. Yerleştirme puanı hesaplanırken güzel sanatlar alanından mezun öğrencilerin AOBP'leri 0,52 ile, diğer alanlardan gelen öğrencilerin ise 0,16 ile çarpılmaktadır. Buna rağmen öğrenci başarıları arasında büyük bir farklılığın olmaması dikkat çekicidir. Kalaycı'nın (2004, s.142) araştırmasında, "özel yetenek gerektiren programlara güzel sanatlar alanından gelen çok sayıda öğrencinin giremediği" sonucu araştırma bulgularıyla örtüşmektedir.

Öğrencilerin ÖSS Puanları ve Özel Yetenek Sınavından Aldıkları Puanlara Göre, Sınavı Kazanma Durumları

Öğrencilerin ÖSS puanları ile özel yetenek sınavından aldıkları puanlara göre, sınavı kazanma durumlarının belirlenmesinde çapraz tablo (crosstab) kullanılmıştır. Bu bulgulara ilişkin verilere Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. Öğrencilerin ÖSS Puanları ve Özel Yetenek Sınavından Aldıkları Puanlara Göre Sınavı Kazanma Durumları

	ÖSS puanı	160-179	180-189	190-199	200-209	210-219	220-229	230-239	240-
Yetenek Sınavı Puan Ort.		n	n	n	n	n	n	n	n
SINAVI KAZANAN	0-9								1
	10-19				1				
	40-49		1		1				
	50-59				2	1	1	1	1
	60-69		1	1	2	3	2	1	
	70-79		1		2	4	1		
	80-89		1	3	4	4		1	
	90-		1		4	10	1	2	1
SINAVI KAZANAMAYAN	0-9	2	5	4	4		1		
	10-19	3	6	6	8	6	1	2	
	20-29	2	3	6	3	3		2	
	30-39		6	10	9	1	2	2	
	40-49	4	5	7	9	2			
	50-59	4	10	6	3	8	2		
	60-69	2	7	8	9	3	1		
	70-79	1	2	4	3	2			
	80-89		5	2	2				
	90 -	1	1	1	1				

Tablo 4 incelendiğinde, yetenek sınavından 70 puandan daha az puan alan 20 öğrencinin sınavı kazandığı buna karşılık, 70 ve daha fazla puan alan 25 öğrencinin sınavı kazanamadığı görülmektedir. Sınavı kazanan öğrencilerden 2'sinin yetenek sınavından 20'nin altında puan alarak kazanması, buna karşılık 5 öğrencinin 90 ve üzerinde puan almasına rağmen sınavı kazanamaması dikkat çekicidir. Bu bulgu, özel yetenek sınavlarında ÖSS puanının etkisinin öğrencilerin yetenek sınavlarında aldıkları puanlardan daha etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir. Gökbulut'un (2004, s.86) "özel yetenek sınavlarında bazı öğrencilerin sınav performanslarıyla değil, ÖSS puanı avantajlarıyla sıralamaya girdiği" görüşü araştırma bulgularıyla örtüşmektedir.

Programa Giren Öğrencilerin, ÖSS Puanları ve Özel Yetenek Sınavı Puanları ile Uygulamalı Derslerdeki Başarıları Arasında İlişki

Programa giren öğrencilerin, ÖSS puanları ve özel yetenek sınavı puanları ile uygulamalı derslerdeki başarıları arasında ilişkinin belirlenmesinde "korelasyon analizi" istatistik tekniği kullanılmıştır. Bu bulgulara ilişkin verilere Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. Programa Giren Öğrencilerin, ÖSS Puanları ve Özel Yetenek Sınavı Puanları ile Uygulamalı Derslerdeki Başarıları Arasında İlişki

	Uygulamalı Derslerdeki Başarı	Yetenek Sınavı Puanı	ÖSS Puanı
Uygulamalı Derslerdeki Başarı	-	0,191	-0,391
Yetenek Sınavı Puanı	0,191	-	-0,278
ÖSS Puanı	-0,391	-0,278	-

Tabloda yer alan değerler Pearson korelasyon katsayılarıdır.

Tablo 5 incelendiğinde, öğrencilerin ÖSS puanları ile uygulamalı derslerdeki başarıları arasında negatif ve orta düzeyde; yetenek sınavı puan ortalamaları ile uygulamalı derslerdeki başarıları arasında pozitif ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Pearson korelasyon katsayısının 0,30–0,70 arasında olması orta düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002, s.32).

Bu bulgulara göre, öğrencilerin uygulamalı derslerdeki başarıları ile ÖSS puanları arasında ters yönde; yetenek sınavı puanları ile düşük de olsa doğru bir ilişki olduğu söylenebilir. Bu bulgu, sanat eğitimi veren okullarda özel yetenek sınavlarında ÖSS puanının etkisinin bu kadar yüksek olmasının, öğrencilerin uygulamalı derslerdeki başarılarını olumlu yönde etkilemediği şeklinde yorumlanabilir. Yetenek sınavlarında alınan puanların etkisinin artırılması, bu okulların başarıları üzerinde daha olumlu etkiler yaratacağı düşünülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada elde edilen bulgulardan şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Özel yetenek sınavına katılan öğrencilerin yaklaşık dörtte biri güzel sanatlar alanından, dörtte üçü ise diğer alanlardan gelmektedir.
- Özel yetenek sınavının I. aşamasında öğrencilerin üçte birinden fazlası, II. aşamasında ise yaklaşık üçte ikisi 50'nin altında puan almışlardır.
- Özel yetenek sınavına katılan güzel sanatlar alanlarından mezun olan öğrencilerin %72'si, diğer alanlardan katılan öğrencilerin de %81'i sınavı kazanamamışlardır. Özel yetenek sınavına katılan güzel sanatlar alanından mezun öğrencilere tanınan katsayı ayrıcalığı da düşünüldüğünde bu öğrencilerin sınavı kazanma oranları düşüktür.
- Özel yetenek sınavından 70 puandan daha az puan alan 20 öğrencinin sınavı (sınavı kazananların %33'ü) kazandığı buna

karşılık, 70 ve daha fazla puan alan 25 öğrencinin sınavı kazanamadığı belirlenmiştir.

- Programa giren öğrencilerin uygulamalı derslerdeki başarıları ile ÖSS puanları arasında ters yönde; özel yetenek sınavı puanları ile doğru yönde bir ilişki vardır.

Araştırma bulgularına dayalı olarak alınabilecek önlemlere ve bu konuda yapılmasının yararlı olacağı düşünülen araştırmalara ilişkin öneriler aşağıda verilmiştir.

- 2004–2005 öğretim yılında, Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinde, eğitim fakültesi güzel sanatlar eğitimi bölümü resim-iş öğretmenliği programlarının özel yetenek sınavlarında kullanılan değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Eğitim fakültesi güzel sanatlar eğitimi bölümü resim-iş öğretmenliği programları özel yetenek sınavlarında da aynı sorunların olduğu düşünülmektedir. Eğitim fakültesi güzel sanatlar eğitimi bölümü resim-iş öğretmenliği programlarında özel yetenek sınavlarına ilişkin benzer bir araştırmanın yapılması ve araştırma bulgularının bu araştırma bulguları ile karşılaştırılması sorunun çözümüne ilişkin öneriler geliştirilmesinde yararlı olacağı düşünülmektedir.
- Özel yetenek sınavlarında ÖSS puanının etkisi azaltılmalı, buna karşılık yetenek sınavlarında alınan puanların etkisi artırılmalıdır. Bu konuda somut bir öneri sunmak gerekirse; özel yetenek sınavlarına başvuru sırasında ÖSS taban puanı artırılabilir, ancak özel yetenek sınavı değerlendirmesinde ÖSS puanı dikkate alınmamalıdır.
- Fakültelerin yaptığı yetenek sınavının niteliğinin artırılmasına dönük çalışmalar yapılmalıdır.
- Öğrencilerin ÖSS puanı ile akademik başarıları (lisans ortalamaları) arasında ilişkinin belirlenmesine yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Güzel sanatlar alanında eğitim veren ortaöğretim okullarında, özellikle de Anadolu Güzel Sanatlar Liselerinin de eğitimin niteliğini artırmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Farklı sosyo-kültürel bölgelerde yar alan güzel sanatlar liselerinden mezun olan öğrencilerin özel yetenek sınavlarındaki başarılarının karşılaştırılmasına dönük araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Artut, Kazım (2001). *Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri.* 1. Baskı. İstanbul: Anı Yayıncılık.

Büyüköztürk, Şener (2002). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: PegemA Yayıncılık.

Çilenti, Kamuran (1984). *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim***.** Ankara: Kadıoğlu matbaası.

Dumanoğlu, Selçuk (2004). "Resim Öğretmenliği Programı Özel Yetenek Sınavlarına Yönelik Öğretim Elemanları Görüşleri". *Gazi Üniversitesi Sanat Eğitimi Sempozyumu,* Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.

Gençaydın, Zafer (2002). "Sanat Eğitimcisi Yetiştirmede G.E.E. Resim Bölümünün Yeri ve Önemi" *Sanat Eğitimi Sempozyumu*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Matbaası.

Gökbulut, Nur (2004). "Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir-Ağrı-Erzincan Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümleri, Resim-İş ve Müzik Eğitimi Anabilim Dalı Örneğinde Özel Yetenek Sınavı Puanlarının Değerlendirilmesi" *Gazi Üniversitesi Sanat Eğitimi Sempozyumu,* Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.

Karasar, Niyazi (1994). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler***.** Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.

ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu (2005). Ankara

Yolcu, Enver (2004). "Özel Yetenek Sınavlarının Resim Yeteneğini Ölçmedeki Niteliği". *Gazi Üniversitesi Sanat Eğitimi Sempozyumu,* Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.

Uçan, Ali (2002). "Türkiye'de Çağdaş Sanat Eğitiminde Öğretmen Yetiştirme Süreci ve Başlıca Yapılanmalar" *Gazi Üniversitesi Sanat Eğitimi Sempozyumu,* Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Matbaası.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: 15 Ağustos 2006

Atatürk Dönemi Türk-Yunan Siyasi İlişkileri

Esra SARIKOYUNCU DEĞERLİ*

Özet: Tam 433 yıl Osmanlı idaresinde kalan Yunanistan, 24 Nisan 1830 yılında bağımsız bir devlet haline gelmiştir. Bu tarihten sonra, topraklarını genişletmek için her fırsatı değerlendiren Yunanistan, 15 Mayıs 1919 tarihinde Anadolu'yu işgale başlamışlardır. Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliğindeki Türk milletinin üç yıl süren direnişi sonucu Yunanlıların bu girişimi başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Savaş sonrasında da 24 Temmuz 1923 tarihinde iki ülke sorunlarının da görüşüldüğü Lozan Barış Antlaşması imzalanmıştır. Bununla birlikte azınlıklar, Fener Rum Patrikhanesi, nüfus mübadelesi gibi sorunların da etkisiyle iki ülke ilişkilerinde yaşanan gerginlik 1930'lu yıllara kadar devam etmiştir. 1930 sonrasında ise, Türk-Yunan ilişkilerinin Mustafa Kemal Atatürk'ün gerçekçi politikası sayesinde yerini iyi komşuluk ilişkilerine bıraktığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk , Yunan, Atatürk, Venizelos, mübadele, azınlıklar

Turkish-Greek Political Relations During The Atatürk's Period

Abstract: Greece, after 433 years of ruling under the Ottoman empire,had obtained its freedom on 24 April 1980. After that date, Greece used all the opportunity to expand his borders, and they start to invade Anatolia beginning from 15 May 1919. With the leadership of the Mustafa Kemal Ataturk , Turkish people start their resistance against the invading nations and overturn Greece attack. After this war, two nations has discussed the conflicts in details and made an agreement known as Lozan Treath which signed on 24 July 1923. Besides the issues like minorities, The Greek Orthodox Patriarchate, exchange of minorities in both sides keep the tensions high between the two nations until the early 1930s. After the 1930s, the Turkish-Greek relationship turn into a friendly neighbourhood with the help of the Mustafa Kemal Ataturk's realistic international relationship politics

Keywords: Turkish, Greek, Atatürk, Venizelos, exchange, minorities

GİRİŞ

14 Eylül 1829'da Rusya ve Osmanlı arasında imzalanan Edirne Antlaşması ve 3 Şubat 1930'da İngiltere, Fransa ve Rusya arasında imzalanan Londra Protokolü sonrasında, 24 Nisan 1830 yılında bağımsız olan Yunanistan; İngiltere, Fransa ve Rusya'nın gözetimi altında bugünkü topraklarının yarısı kadar olan bir alanda, Mora ve çevresinde kurulmuştur(Kocabaş, 1984). Tam 433 yıl Türk idaresinde kalan Rumlar, 17 Mart 1821'de başlattıkları Mora Ayaklanması'ndan itibaren de özellikle Anadolu'ya yönelik isteklerini gerçekleştirebilmek için aktif olarak çalışmaya başlamışlardır(Çay, 1992). Bağımsızlıklarını kazandıktan sonra, 1864 yılında Yedi Ada'yı ele

* Yrd. Doç. Dr., D.P.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü.

geçirmişler, 1877-1878 Osmanlı-Rus savaşında da Ruslara yaptıkları yardımların karşılığı olarak Teselya Sancağını almışlardır(Uçarol, 1986). Balkan Savaşları (1912-1913) sonrasında da Yunanistan, Girit'le birlikte Selanik dahil Güney Makedonya, Güney Epir'i topraklarına katmayı başarmıştır(İnan, 1986). Daha sonraki günlerde de Limni, Gökçeada, Taşoz, Semadirek, Bozcaada, Nikarya, Midilli ve Sakız adalarıyla birlikte İşkodra'yı da alarak topraklarını iki katına çıkarmışlardır(Çaycı, 1987).

Yunanistan dış politikasının ana hedefi, "Büyük Fikir" "Büyük Mefkure" olarak bilinen "*Megali Idea"*yı[1] gerçekleştirebilmek için İtilaf devletlerinin onayı ile 15 Mayıs 1919 tarihinde İzmir'den başlayarak Batı Anadolu'yu ve Trakya'yı işgal etmişlerdir(Kurat, 1973). Ancak Yunanistan'ın Anadolu üzerindeki istek ve emelleri, Mustafa Kemal Atatürk öncülüğünde Türk Milleti'nin verdiği Kurtuluş Savaşı sonucunda engellenmiştir. İzmir'de başlayan harekat, 9 Eylül 1922 tarihinde bozgunla sonuçlanmıştır.

Türk-Yunan Harbi sonucunda 11 Ekim 1922 tarihinde imzalanan Mudanya Mütarekesi ile Türkiye-Yunanistan arasındaki savaşın sona ermesine, Doğu Trakya'nın 15 gün içerisinde Yunanlılar tarafından boşaltılarak Müttefiklere bırakılmasına, 30 gün içerisinde de TBMM Hükümetine teslimine ve bölgenin güvenliği 8000 kişilik bir Türk Jandarma birliği tarafından sağlanmasına karar verilmiştir. Buna karşılık olarak da Türk tarafı Çanakkale ve İstanbul Boğazlarında sınırları ateşkesle çizilmiş olan kıyı şeridini tarafsız bölge olarak kabul etmiştir(Eyyüpoğlu, 2002).

Mudanya Ateşkes Antlaşması'nın imzalanmasından sonra sıra barış görüşmelerinin yapılmasına gelmiştir. 21 Kasım 1922'de ilk toplantısı yapılan Lozan Konferansına iki ülke arasındaki sınırlar, azınlıklar, Fener Rum Patrikhanesi, nüfus mübadelesi gibi sorunlar taşınmıştır. Bu sorunlardan sınır meselesi çözümlenmiş ve ayrıca diğer sorunlarla ilgili olarak da 30 Ocak 1923'te iki ülke arasında ***"Türk ve Rum Nüfus Mübadelesine İlişkin Sözleşme ve Protokol"*** imzalanmıştır(Sarınay, 2000). Ancak bu protokolün uygulanışında ortaya çıkan problemler, özellikle Lozan'da ele alınan "Fener Rum Patrikhanesi" ve "Nüfus Mübadelesi" konuları 1930'lu yıllara kadar Türk-Yunan ilişkilerini etkileyen başlıca konular olmuşlardır.

[1] Venizelos'un tanımı ile Megali İdea, *"İki kıtaya uzanan ve beş denize açılan Yunanistan'ı gerçekleştirmek, bir ayağı Asya'da, bir ayağı Avrupa'da olacak "Büyük Yunanistan'ı Bizans Grek İmparatorluğunu yeniden yaratmaktır"(*Kitsikis, 1974: 21).

1930 ÖNCESİ TÜRK-YUNAN İLİŞKİLERİ

Fener Rum Patrikhanesi Sorunu

Fener Rum Patrikhanesi, Roma İmparatorluğunun bölünmesinden sonra Bizans İmparatorluğunun kilisesi olmuş ve kendisine "ekümenlik" unvanı verilmiştir. Bizans İmparatorluğunun yıkılmasından sonra Osmanlı Rumlarının kilisesi haline gelen patrikhanenin yetkileri Fatih Sultan Mehmet tarafından artırılarak "ekümenlik" yetkisi devam ettirilmiştir(Ercan, 1986). Osmanlı'nın zayıflamasıyla birlikte Fener Rum Patrikhanesi de XIX. yüzyılın başlarından itibaren Osmanlı yönetimine karşı düşmanca tavır sergilemeye başlamıştır. Fener Rum Patrikhanesi, 1821 tarihindeki Yunan isyanında aktif siyasi rol almıştır. Yunanistan'ın bağımsızlığını kazanmasından sonra da Helenizmin "Megali Idea"sını gerçekleştirmek maksadıyla, I. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı esnasında hem Yunanistan ile hem de İtilaf devletleri ile işbirliği yaparak Türk topraklarında yıkıcı faaliyetlerde bulunmuştur(Şahin, 1980). Lozan'a giden Türk Heyetine Fener Rum Patrikhanesi konusunda herhangi bir talimat verilmemesine rağmen Heyetin Lozan'daki görüşmeler sırasında gösterdiği hassasiyetin temelinde yatan sebepler de bunlar olmuştur.

Fener Rum Patrikhanesi konusunda Mustafa Kemal Paşa, 20 Ocak 1923 tarihinde Hakimiyet-i Milliye gazetesinde yayınlanan beyanatında şunları söylemektedir:

> "Bir fesat ve hıyanet ocağı olan ve memleketimize nifak tohumları eken, uyuşmazlıklar yaratan, Hıristiyan hemşehrilerimizin huzur ve refahı için de uğursuzluğa ve felakete sebep olan Rum Patrikhanesini artık topraklarımız üzerinde bırakamayız. Bu tehlikeli teşkilatı memleketimizde muhafazaya mecbur etmek için ne gibi vesile ve sebepler gösterilebilir?
>
> Türkiye'nin, Rum Patrikhanesi için arazi üzerinde bir sığınacak yer göstermeye ne mecburiyeti var?
>
> Bu fesat ocağının hakiki yeri, Yunanistan değil midir? Büyük Millet Meclisi tarafından idare edilmekte olan yeni Türkiye Bab-ı ali'nin idaresindeki eski Osmanlı İmparatorluğu değildir.
>
> Yeni Türkiye şeref ve haysiyet kudret ve kuvvetini müdrik ve hukukunu muhafaza için mevcudiyetini tehlikeye atmağa hazır ve amadedir."

Patrikhane meselesi, Lozan'da ilk olarak Azınlıklar Alt Komisyonunun 16 Aralık 1922 tarihli oturumunda Türkiye'de kalacak azınlıkların bir bedel karşılığında askerlik yapmaktan muaf tutulmalarına ilişkin olarak Müttefiklerin baskısına maruz kalan Dr. Rıza Nur'un bir koz olarak sunduğu yazılı bir bildiri ile gündeme gelmiştir. Rıza Nur bu sayede Lozan'da daha çok taviz koparma amacını gütmüştür(Sofuoğlu,1996:334). Daha sonra konu bu alt komisyonun 22 Aralık 1922 günkü oturumda ele alınmıştır(Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap II). Yunan Heyeti Patrikhanenin Osmanlı döneminde olduğu gibi sürdürülmesini isterken, Türk Heyeti adına konuşan Rıza Nur Türk Hükümetinin laik bir yapıya sahip

olduğunu ve dolayısıyla Osmanlı'nın Müslüman olmayan vatandaşları için varlığını sürdüren kuruma artık ihtiyaç kalmadığını, devlet içerisinde devlet olamayacağını ileri sürerek Patrikhanenin İstanbul'da kalmasının doğru olmayacağını ileri sürmüştür(Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I). Fransız Heyet ise Patrikhanenin İstanbul'da kalmasını ancak yetkilerinin elinden alınarak sadece bir din kurumu hüviyetinde olmasının sağlanmasını önermiştir(Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I).
Yunan temsilcisi, Rumlara tanınan ayrıcalıkların din farkından kaynaklandığını dolayısıyla Osmanlı döneminde Rumların kilise hukukuna bağlılıklarının devam ettirildiği ve siyasi bir konferansın bu kararları değiştirmeye yetkisi olmadığını ileri sürmüştür(Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I).

Türk Heyetinin Patrikhanenin Türkiye'den çıkarılması konusunda ısrarlı davranması, konferansa katılan tüm Hıristiyan devletlerin meseleyi dini bir mesele olarak görerek Türk Heyetinin teklifine karşı çıkmaları nedeniyle sorun alt komisyonda çözümlenememiştir(Sofuoğlu,1993).

1. Komisyonda 10 Ocak 1923 günkü oturumda konu tekrar ele alınmış, sorunu çözemeyen komisyonun raporu değerlendirmeye alınmıştır[2]. Söz alan Lord Curzon dünya kamuoyunun Patrikhanenin kaderine büyük ilgi duyduğunu, Patrikhane İstanbul'dan uzaklaştırılırsa medeni dünyanın vicdanının yaralanacağını söylemiştir(Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I). Başta Amerika olmak üzere Türkiye dışındaki tüm devletler toplantıda Curzon'un bu görüşlerine katıldıklarını belirtmişlerdir[3].

Fransa ise orta yolu bulmak amacıyla alt komisyonda yapmış olduğu Patrikhanenin İstanbul'da bir din kurumu haline getirilmesi şartıyla kalması önerisini tekrarlamıştır(Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I). Venizelos ise İstanbul'da kalması durumunda Patrikhanenin kilise işlerine ilişkin ve ruhani yetkilerinin dışındaki yetkilerinden vazgeçmesine razı olduğunu açıklamıştır(Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I).

Bunun üzerine söz alan İsmet Paşa'nın

> "Patriğin siyasal ya da yönetime ilişkin işlerle bundan böyle hiç uğraşmayacağı, yalnız salt din alanına giren ilişkilerle yetineceği konusunda, konferans önünde, İtilaf Devletleri Temsilcilerinin ve Yunan Temsilcilerinin yapmış oldukları resmi konuşmaları ve verdikleri garantileri, senet sayıyoruz. Bu garantiler çerçevesi içinde

[2] Birinci Komisyon Başkanı Lord Curzon'a Nüfus Mübadelesi Alt-Komisyonu Başkanı M. Montagna'nın Sunduğu Raporun tam metni için bkz.: Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I: 334-342.
[3] Birinci Komisyon Başkanı Lord Curzon'a Nüfus Mübadelesi Alt-Komisyonu Başkanı M. Montagna'nın Sunduğu Raporun tam metni için bkz.: Meray, 1993, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I: 326-327.

> kalmak şartıyla Patrikliğin İstanbul'dan uzaklaştırılması için yaptığımız öneriden vazgeçiyoruz"(Bilge,2000:253-254)

sözlerini sarf etmesi sonucunda Patrikhane konusunda sözlü bir anlaşma yapılmış, tek başına bir kurum olarak Lozan'da yer almamıştır. Yapılan sözlü antlaşmaya göre sadece İstanbul'da kalacak olan Ortodoks Rumların dini işlerinden sorumlu olacak olan Patrikhanenin eski statüsü son bulmuştur. Yeni statüsünün belirlenmesi ise azınlık hukuku çerçevesinde Türkiye'ye bırakılmıştır(Sofuoğlu, 1996).

Alınan bu karara uygun olarak 13 Aralık 1923 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti'ne bağlılığı ile tanınan VII. Gregorios Fener Rum Patriği seçilmiştir. Ne var ki, VII. Gregorios'un 16 Kasım 1924 tarihinde ölümüyle Fener Rum Patrikliği bir sorun haline gelerek iki ülke ilişkilerini etkileyecektir. Türkiye'nin Türk ve Rum Nüfus Mübadelesine İlişkin Sözleşme ve Protokole aykırı olduğu gerekçeli itirazına rağmen, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan Konstantin Arapoğlu'nun Saint Sinod tarafından 17 Aralık 1924 tarihinde Fener Rum Patriği ilan edilmesi ile iki ülke arasında oluşan gerginlik, 30 Ocak 1925 tarihinde Ahali Mübadele Antlaşması gereğince Konstantin Arapoğlu'nun sınır dışı edilmesiyle daha da artacaktır. Ancak 13 Temmuz 1925 tarihinde Vasil Georgiadis'in Fener Rum Patriği seçilmesi ile gerginliğin aşılarak, Fener Rum Patrikhanesi statüsünün Lozan Barış Antlaşmasına uygun hale getirildiği görülmektedir(Hatipoğlu, 1993).

Nüfus Mübadelesi ve Etabli Sorunu

Lozan Barış Konferansı esnasında 30 Ocak 1923 tarihinde imzalanan "Türk ve Rum Nüfus Mübadelesine İlişkin Sözleşme ve Protokol" ile Türkiye'deki Ortodoks Rumlar ile Yunanistan'daki Müslümanların mübadele edilecekleri ve İstanbul Rum halkı ile Batı Trakya Müslüman halkının bu mübadele dışında tutularak "yerleşik" sayılacağı kararlaştırılmıştı. Ancak Mübadele Sözleşmesinin uygulanması kolay olmamış, her iki ülkede de ekonomik ve sosyal sorunları artırmıştır. Ayrıca mübadelenin uygulanması esnasında iki ülke arasında meydana gelen gerilimler günümüzde dahi hala devam eden ciddi siyasal sorunlara sebep olmuştur.

Bu sözleşmenin 11. maddesi uyarınca yapılacak mübadelenin uygulanmasında karşılaşılabilecek sorunları çözümlemesi amacıyla da *Muhtelit Mübadele Komisyonu*[4] kurulmuştur. Komisyon çalışmalarına Ekim

[4] Muhtelit Mübadele Komisyonu'nun 17 Eylül 1923 tarihindeki gizli oturumunda üyeliğe seçilen 11 kişi şunlardır: Erik Einar Ekstrand (İsveç), General Don Manuel Manrique de Lara (İspanya), Karl Marius Widding (Danimarka), Jean Papas-Aleksander Pallis-Antonius Calvocoressi -P. Canaginis (Yunanistan) ve Tevfik Rüşdü Bey-İhsan Bey ile Şemseddin Bey (Türkiye) (Stephen P. Ladas, 1932: 354).

1923'de başlamış ve önemli bir sorunla karşılaşmadan Nisan 1925'e kadar bir kısım Rum ve Türk halklarının mübadelesi sağlamıştır(Gürel,1993). Ancak sözleşmenin ikinci maddesinde yer alan "établis" kelimesinin Türk ve Yunan komisyon üyelerince farklı yorumlanması iki ülke arasındaki ilişkileri kopma noktasına getiren *"etabli sorunu"* da denilen anlaşmazlığa yol açmıştır. Sözleşmenin anlaşmazlık konusu olan 2. Maddesinde établi (yerleşik) tanımı şu şekildedir(Soysal,1989:177-183):

> "1912 kanunuyla sınırlandırıldığı biçiminde, İstanbul Şehremaneti daireleri (belediye sınırları) içinde, 30 Ekim 1918 tarihinden önce yerleşmiş bulunan bütün Rumlar İstanbul Rumu ve 1913 tarihli Bükreş Antlaşmasının koymuş olduğu sınır çizgisinin doğusundaki bölgelere yerleşmiş bulunan Müslümanlar, Batı Trakya'da oturan Müslümanlar sayılacak".

Anlaşmanın Fransızca metninde geçen "établis" tabiri Türkçe'ye "sakin bulunmuş" olarak çevrilmiş ve TBMM'nin onayladığı metinde de yine bu ifade kullanılmıştı[5]. Dolayısıyla Türk tarafı kimlerin 30 Teşrinievvel 1918 tarihinden önce "sakin bulundukları"nın ancak Türk kanunlarına göre tespit edilebileceğini ileri sürmüştür. Yunan tarafı ise maddeyi 30 Ekim 1918 tarihinden önce herhangi bir şekilde İstanbul'da bulunan her Rumun "yerleşmiş" kabul edildiği şeklinde yorumlamıştır(Gürün, 1984;Tosun, 2002). Adı geçen anlaşmanın ilgili maddesinde Türk ya da Yunan kanunlarına bir atıf yapılmadığını ileri sürerek de "établis" kelimesinin anlamının anlaşma metnine uygun şekilde her iki ülke kanunlarından bağımsız olarak verilmesi gerektiğini savunmuştur(Erim, 1944;Ladas, 1932).

"Etabli sorunu" bir teknik kavram yorumu farklılığından kaynaklanıyormuş gibi görünse de, her iki tarafın tezinin ekonomik ve sosyal nedenleri bulunuyordu. Türkiye mümkün olduğu kadar fazla sayıda Rumu Yunanistan'a göndererek hem türdeş bir ulus devlet kurmak hem de Yunanistan'dan gelen Müslümanları gidenlerin boşalttıkları mülklere yerleştirmek istiyordu. Yunanistan ise mümkün olduğunca fazlı Rumu yerleşik statüsünde bırakarak hem İstanbul'la olan bağlarını koparmamak hem de yeni göçmen dalgasının ülkesinde yaratacağı sorunlardan kaçınmak istiyordu. Anlaşma sağlanamayınca Yunanistan, Milletler Cemiyeti Antlaşması'nın 11. maddesine[6] dayanarak konunun Cemiyet bünyesinde ele

[5] Yunanistan ile imzalanan Mübadele Sözleşmesi'nin ikinci maddesi gereğince İstanbul Belediye sınırları içinde "yerleşmiş" Rum Ortodoks halkın diğerlerinden ayrılması için İçişleri ve Mübadele Bakanlıkları'nın hazırlamış oldukları talimatname Bakanlar Kurulu'nun 10.02.1924'de yapmış olduğu toplantıda kabul edilmiştir. Bkz.: **BCA Arş**., 030-18-1-1/8-51-16.

[6] Milletler Cemiyeti Misakı'nın 11. maddesinin ilgili fıkrası şöyledir: "… milletlerarası münasebetleri ihlal eder mahiyette ve bunun neticesi olarak, sulhu ve sulhun tabii bulunduğu milletlerarası iyi dostluk münasebetlerini tehdit eden her hal

alınması için başvuruda bulunmuştur. Milletler Cemiyeti Meclisi'nde 31 Ekim 1924'te başlanan görüşmelere Yunanistan adına katılan Nikolas Politis, Türk hükümetinin Muhtelit Mübadele Komisyonunun yetkilerine tecavüz ettiğini ve bu arada İstanbul'da 4500 civarında Rum'u tevkif ederek göçe zorladığını ileri sürmüştür(Psomiades, 1968). Aynı oturuma Mübadele Komisyonu adına temsil yetkisi olan Komisyon Başkanı ve İspanya temsilcisi General Don Manuel Manrique de Lara ise, Türk hükümetinin komisyon yetkilerine tecavüz etmediğini belirtmiş ve İstanbul'u terk etmeleri için tanınan süre bittiği halde hala oradan ayrılmamış olan Rumların komisyon kararı ile toplanarak göçe tabii tutulduğunu bildirmiştir(Erim, 1944). Ayrıca bu konunun Mübadele Komisyonu aşılarak Milletler Cemiyetine getirilmesini doğru bulmadığını da belirtmiştir(Psomiades,1968). 28 Ekim 1924 tarihinde de Türk Dışişleri Bakanı İsmet Paşa da Milletler Cemiyeti Genel Sekreterliğine bir telgraf göndererek Milletler Cemiyetini temsil eden komisyonun vazifesini yapmaktayken başka bir otoritenin onun yerine geçmesinin komisyonun otoritesini sarsacağını dile getirmiştir(Erim,1944). Gerek Komisyon Başkanı de Lara'nın görüşlerini gerekse İsmet Paşa'nın gönderdiği telgrafı dikkate alan Cemiyet, tavsiye nitelikli kararında komisyonun konuyu tekrar gözden geçirmesini öngörmüştür(Kayam, 1993). Ancak Cemiyetin bu görüşü de çözümü sağlayamamış ve konu La Haye Daimi Adalet Divanı'na sevk edilmiştir. 16 Ocak ile 21 Şubat 1925 tarihleri arasında yapılan görüşmelerde, Yunan ve Türk temsilcilerinin tezleri sözlü ve yazılı ifadeleriyle birlikte ele alındıktan sonra Adalet Divanı özetle 21 Şubat 1925 tarihinde şu şekilde görüş bildirmiştir (Gönlübol-Sar, 1990:57):

> " 1- "Sakin bulunmuş" (établis) deyimi daimilik vasfını taşımakta ve bir oturma ile beliren fiili bir durum ifade edilmektedir.
>
> 2- "İstanbul'un Rum ahalisi" deyimiyle kastedilen şahısların Anlaşma gereğince "sakin bulunmuş" sayılmaları ve mübadeleden istisna edilmeleri için, İstanbul şehrinin 1912 kanunu ile tespit edilen belediye sınırları dahilinde bulunmaları, ayrıca oraya ne şekilde olursa olsun 30 Teşrinievvel 1918 tarihinden önce gelmeleri ve orada daimi olarak oturma niyetinde bulunmaları gerekmektedir."

Ancak ihtilafı bu mütalaa da çözememiştir. Bu sorunun çözüme kavuşturulamaması iki ülke arasındaki ilişkileri de gerginleştirmiştir. Yunan hükümeti bu aşamada Batı Trakya'daki Müslüman-Türk halkının mal varlığına el koymakla kalmamış ayrıca bölgeye Türkiye'den gelen mübadil Rumları yerleştirmiştir. Atina yönetiminin bu uygulamasına İstanbul'daki Rumların mallarına el koyarak karşılık vermesi ise iki ülkeyi savaşın eşiğine getirmiştir(Akşin ve Fırat, 1933). Ancak daha sonra Patrik sorununun çözümlenmesinin de etkisiyle iki devlet arasında gerginleşen ilişkiler yumuşama dönemine girmiş ve 1925 Nisan'ında Ankara ile Atina arasında

---

üzerine umumi heyetin veya meclisin dikkatini çekmek Cemiyetin her azasının hakkıdır…" (Erim, 1944:63).

görüşmelere yeniden başlama kararı alınmıştır. İki taraf arasında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda 21 Haziran 1925'de Muhtelit Mübadele Komisyonu'nun Türk ve Yunan temsilcileri Hamdi Bey ile George Eksindaris tarafından Ankara Antlaşması imzalanmıştır(Bilge,2000). Bu antlaşma ile Türkiye, 30 Ekim 1918'den önce ve o sıralarda İstanbul'da mevcut bulunan tüm Rumlara yerleşik sıfatı tanıyordu. Ayrıca pasaportları olmaksızın ülkelerini terk edenler hariç olmak üzere yerleşik sıfatı tanınan Batı Trakya Müslümanları ve İstanbul Rumları ülkelerine serbestçe dönebileceklerdi. Eğer söz konusu kişilere mallarını iade etmek mümkün değilse tazminat ödenecekti. Böylece Türkiye ülkeyi terk etmiş bulunan birçok Rumun dönüşünü engellerken Yunanistan'da Batı Trakya'daki Müslüman mülklerine yerleştirmiş olduğu bir kısım Rumu bu mülklerden çıkarmak zorunda kalmıyordu.

Ancak, iki ülke arasında temel anlaşmazlık sorunlarına çözüm getiren bu antlaşma uygulanamamıştır. Bunun en önemli sebebi Mihalakopulos hükümetinin düşürülmesi sonucunda 25 Haziran 1925'te iktidara gelerek cunta rejimi kuran General Pangalos'un Lozan'ı revize etmek temeline oturttuğu ihtiraslı bir dış siyaset gütmesiydi. Ayrıca General Pangalos'un antlaşmanın onayını geciktirmesi Türkiye'yi güvensizliğe itmiştir. Dolayısıyla Türkiye bu son antlaşmayı gözden geçirme ve uygulamasının güvence altına alınması için yeni adımlar atma kararı almıştır. Ankara'nın bu yaklaşımı sonucunda, Pangolos'un Ağustos 1926'da devrilmesinin(Srayrianos, 1963) ardından kurulan yeni koalisyon hükümetinin Türkiye ile görüşme masasına oturması, mevcut sorunların etraflıca ele alınmasını sağlamıştır. Karşılıklı görüşmeler Şubat-Aralık 1926 arasında gerçekleştirilmiştir(Alexandris, 1983). Böylece 1 Aralık 1926'da Atina Antlaşması imzalanmıştır(**Düstur**, III. Tertip, Cilt: 8).

Argiropulos-Saraçoğlu Antlaşması diye de anılan bu son belge taraflarca 1927 Şubatı'nda onaylanıp, 23 Haziran 1927'de yürürlüğe girmiştir[7]. Bu antlaşma ile iki ülke arasında antlaşma konusu olan "établis" sorunu en azından siyasi bir çözüme bağlanmıştır. Buna göre, Yunanistan'da bulunan ve Türklere ait olan emlak, muhtelit komisyon tarafından tespit edilen fiyat üzerinden, Yunanistan hükümetince satın alınacaktır. Buna karşılık, Türkiye'de bulunan ve 1912 yılından önce memleketi (Anadolu'yu) terk eden Rumlarla genel olarak diğer Rumlara ait emlak (İstanbul'dakiler dahil olmak üzere) sahiplerine iade edilecektir(Tosun,2002). Ancak Atina Antlaşması'nın uygulanmasında her iki tarafın da karşılaştığı teknik ve hacmi zorluklar ortaya çıkmış; Batı Trakya Türklerinin toprak ve diğer mal varlıkları ile İstanbullu Rumların şehirde sahip oldukları emlak ve kurum ve

[7] Bu antlaşmadan yaklaşık olarak 35.000 civarında İstanbullu Rumun faydalandığını, zamanın Türkiye'deki İngiliz büyükelçisi Sir George Clerk Londra'ya 18 Şubat 1927 tarihli raporunda bildirmiştir (Alexandris, 1983:129).

kuruluşlarına ait malların dağılımı ve mülkiyeti bakımından yeni sorunlar yaratmıştır. Ayrıca, aynı zaman zarfında, "établis" çerçevesine dahil olup olmadıklarını kanıtlayamayan 20.000 civarında Rumun da İstanbul'dan çıkarılarak sınır dışı edilmesi karşısında Yunan hükümetinin tehditkar bir tavır içerisine girmesi, iki ülke arasındaki ilişkileri yeniden gerginleştirdi(Alexandris, 1983).

Atina Antlaşmasının uygulanmasında karşılaşılan zorluklardan biri de, Yunan yönetiminin Ankara ve Atina Antlaşmaları gereğince, mal varlıkları hakkında talepte bulunan 119 Türk'ün bu isteklerini işleme koymakta oldukça yavaş davranmasından kaynaklanmaktaydı(Alexandris, 1983). Ortaya çıkan gergin atmosferin bir Türk-Yunan çatışmasına dönüşmesi an meselesi olmuştu(Cumhuriyet Gazetesi, 5 ve 6 Mart 1929). Türk-Yunan gerginliğine yol açan bu gelişmeler her ne kadar savaşa dönüşmemiş olsa da 1930 yılına kadar sıcaklığını korumuştur.

Mübadele Dışı Bırakılan İki Ülke Yurttaşlarının Statüleri

24 Temmuz 1923 tarihli Lozan Barış Antlaşması'nın 37-44. maddeleri mübadele dışında bırakılan Batı Trakya Müslüman Türk toplumunu ve İstanbul Ortodoks Rum toplumunu établi kabul ederek, azınlık statüsü vermiştir. Antlaşmanın "Azınlıkların Korunması" başlığını taşıyan III. kesiminin son maddesi olan 45. maddede de

> "İşbu kesim hükümleri ile Türkiye'nin Müslüman olmayan azınlıkları için tanınan haklar, Yunanistan tarafından da, kendi topraklarında bulunan Müslüman azınlığa tanınmıştır"

denilmektedir(Soysal, 1989:98). Bu madde ile Türkiye'nin Lozan'ın 37-43. maddelerine ancak Yunanistan'la karşılıklı olma yani "mütekabiliyet" durumunda rıza gösterdiği ve bu durumun Yunanistan'a bir takım yükümlülükler getirdiği görülmektedir.

Yunanistan'ı bağlayıcı hükümler şu şekilde özetlenebilir: 37. madde Yunanistan'ın bu hükümleri "temel yasa" olarak tanıyacağını ve hiçbir yasa, hiçbir yönetmelik ve hiçbir resmi işlemin bu hükümlerle çelişkili veya bunlara aykırı olmamasını yükümlendiğini açıkça ortaya konmaktadır. Bu genel hükümden sonra 38. maddede ise azınlık konumundakilerin ayırım yapılmaksızın hayat ve hürriyetlerinin korunacağı, herkesin dini vecibelerini özgürce yerine getirebileceği, dolaşım ve göç serbestisine sahip olacağı belirtilmekte; 39. maddede de Müslüman azınlık mensuplarının diğer Yunan yurttaşlarından farksız bir şekilde bütün medeni ve siyasi haklardan yararlanacakları, özellikle kamu hizmetine girmede ve yükseltilmede, çeşitli meslek ve sanatları icra etmede din-inanç ve mezhep farkının engel teşkil etmeyeceği de dile getirilmiş olmaktadır. Ayrıca bütün Yunan uyruklarının çeşitli işlerinde istedikleri dili (ana dili) kullanmalarına imkan vereceği, bu

çerçevede Müslüman azınlığa mensup kişilerin mahkemelerde de kendi dillerini kullanabilmeleri için gereken kolaylığın sağlanacağı hükme bağlanmıştır. Devamla, 40. maddede Müslümanların giderlerini kendileri karşılamak şartıyla her türlü hayır kurumu, okul ve benzeri kurumları kurmak, bunları yönetmek ve denetlemek hakkı güvence altına alınmakta, bu kurum ve kuruluşlarda kendi dillerini özgürce kullanma ve dini törenlerini gerçekleştirme imkanı da tanınmaktadır. Ayrıca 41. maddeye göre de Müslümanların önemli oranda oturdukları yerlerde Yunan yetkilileri Müslüman çocuklarının ana dillerinde öğrenim görebilmeleri için gerekli tedbirleri alacak, bu azınlık bu tür yerlerde kamu bütçelerinden eğitim, din veya hayır işleri için adil bir pay alma hakkına sahip olacaktır, denmektedir. Adı geçen bağlayıcı hükümler arasında 42. maddede de Yunan Hükümeti'nin Müslümanların aile hukukuyla veya kişi halleriyle ilgili durumlarının, bu azınlığın gelenek ve göreneklerine uygun bir şekilde çözümlenmesini güvence altına almasının yanı sıra, vakıf ve din kuruluşlarına da her türlü kolaylığı sağlayacağı vurgulanmaktadır. 43. maddede ise Müslümanların inançlarına aykırı davranışta bulunmaya zorlanamayacağı, bu inançları yüzünden yasanın öngördüğü bir işlem yerine getirememeleri halinde, haklarını kaybetmeyecekleri hükme bağlanmıştır(Emin, 2002:153-155).

Yukarıda kısaca özetlediğimiz bütün bu bağlayıcı hükümlere rağmen, daha Ahali Mübadelesini düzenleyecek olan Muhtelit alt-komisyon yeni kurulduğu bir dönemde bölgenin "Türkleşmesinden" korkan Yunan hükümeti Batı Trakya Türklerinin evlerine el koyup bunları göçmen Rumlara tahsis etmeye başlamıştır(Vakit, 6 Teşrinisani, 29 Teşrinievvel, 29 Kanunusani 1923). 1923-1924 yılları arasında köylük kesimlerde çiftçilikle geçinen toprağa bağlı Batı Trakya Türklerini göçe zorlamak amacıyla 8245 haneye, şehirlerde de çeşitli özellikteki evlerin 5590 odasına el konulmuştu. Buna ek olarak 127 cami ve Müslüman mektebinin yanı sıra, 667 tahıl ambarı ve ahıra da aynı çerçevede Rum göçmenler yerleştirilmişti(Ladas, 1932). Atina yönetiminin Batı Trakya'da giriştikleri ve 30 Ocak 1923 tarihli Ahali Mübadele Protokolünün 16. maddesini(Soysal, 1989) açıkça ihlal etmekte olduklarını İsmet İnönü'nün şu şekilde ifade etmiştir(İnönü, 1987:236):

> … daha "etabli" ihtilafı halledilmeye çalışılırken, Yunanistan'da Batı Trakya Türklerine fena muamele yapılmaya başlandı. Birçok Türk hicrete mecbur bırakıldı. Bir ara Yunan hükümeti Yunanistan'daki Türklerin mallarına el koydu. Biz mukabelede bulunduk. Zaman zaman iki hükümet arasındaki münasebetler gergin safhalara girdi. Meselelerin biri halledilirken, bir başkası çıkıyordu…

Yunan hükümeti, Türkiye'nin İstanbul'daki Rum evlerine el koyduğunu iddia ederek, tüm bu kanun dışı uygulamalarına bahane olarak göstermiştir. Ancak Türk hükümetinin uygulamaları Batı Trakya'daki uygulamalar ile mukayese edilecek karakterde olmayıp, İstanbul'daki boşalmış evlerin

iskana açılması söz konusudur(Ladas, 1932). Kaldı ki, Yunanlıların Anadolu'dan çekilirken Batı Anadolu'da gerçekleştirdikleri tahribat da bilinmekte ve Anadolu'dan Yunanistan'a göçen Rumların terk ettikleri evlerin kullanılmaz durumda olduğu da ayrı bir gerçekti. Kısacası, mübadele gereği devam etmekte olan göçler ile "étabLi" sorununun iç içe girdiği bu geçiş döneminde Türk-Yunan ilişkilerinin yeniden gerginleştiği görülmüştür. Çünkü İnönü'nün de ifade ettiği gibi *"… işin tabiatında göçlük vardır ve bu mübadele sorununun tabiatından…"* ileri gelmiştir(İnönü, 1987:234-235). Mübadele işlemlerinin duraksamalarla sürdüğü bu yıllarda, ikili görüşmelere rağmen bir türlü açıklığa kavuşamayan "étabLi" sorunu da dahil olmak üzere Türk-Yunan ilişkilerine yeni bir boyut ve işbirliği ancak 1930 yılında gelecek, bu da Balkanlarda bölgesel dayanışmaya varan devletlerarası yakınlaşmalara ilk adım teşkil edecektir.

1930 SONRASI TÜRK-YUNAN İLİŞKİLERİ

Türk-Yunan Yakınlaşması: Başbakan Venizelos'un Türkiye Ziyareti

Eleftherios Venizelos, 1928 yılında tekrar iktidara geldikten sonra, Türkiye ile tekrar bir savaşa girmenin ülkesi için zararlı olacağını anlamış ve Megali Idea'dan vazgeçerek Türkiye'ye karşı dostane bir tavır sergilemeye başlamıştır. Venizelos, hem Doğu Akdeniz'de tehdit oluşturan İtalya ile hem de komşularıyla özellikle de Türkiye ile iyi ilişkiler kurmaya özen göstermiştir (Stravrianos, 1963).

İki ülkenin yakınlaşmasında ana etken, Venizelos'un tekrar iktidara gelmesinden ziyade, Avrupa ve Balkanların siyasal konjonktüründe meydana gelen değişmelerdir. Bu dönemde İtalya'da Mussolini, Almanya'da ise Hitler emperyalist bir politika gütmeye başlamışlardır. Özellikle İtalya'nın Akdeniz'deki nüfus sahasını genişletmeye başlaması her iki ülkeyi de tedirgin etmiştir. Çünkü Türkiye, Trakya ve Boğazlar yoluyla Akdeniz'e doğru kıyı şeridinde bölgelere sahiptir ve Oniki Ada'yı elinde bulunduran İtalya'nın Akdeniz'deki faaliyetlerinin kendi ülkesine zarar vermesinden korkmaktadır. Yine aynı şekilde Akdeniz'e ve batıda da Adriyatik'e bakan uzun bir kıyı şeridi olan Yunanistan da İtalya'yı bir tehdit unsuru olarak görmektedir.

İki ülke de ikinci tehdit unsuru olarak bu dönemde revizyonist bir politika güden Bulgaristan'ı görmektedirler. Türkiye, Trakya'nın askerden arındırılmış bir statüye sahip olduğundan Bulgaristan'ın bu bölgeden askeri bir harekata girişebileceği endişesini taşımaktadır. Yunanistan ise, Ege Denizi'ne açılabileceği kalıcı bir mahreç arayan Bulgaristan'ın, Makedonya üzerindeki emellerinden rahatsızlık duymaktadır(Hatipoğlu, 1988). Ayrıca Japonya'nın da Uzakdoğu'da genişleme politikası güdüyor olması, her iki

ülkenin de Dünya genelinde ikinci bir savaş çıkabileceği endişelerini artırmıştır(Soysal, 1985)

Yukarıda saydığımız bütün bu etkenler, iki ülkenin dostluk ilişkileri içerisine girmesini hızlandırmıştır. 1928 yılından itibaren İtalya da Türkiye ve Yunanistan'ı kendi güdümünde oluşacak bir Doğu Akdeniz bloğunda birleştirmek için çaba harcamaya başlamış, hatta iki ülke arasındaki ilk diplomatik temaslar İtalya'nın bir nevi arabuluculuğu ile gerçekleşmiştir(Akşin, 1991). Ancak İtalya'nın Doğu Akdeniz'de hiç de dostane niyetler beslemediğinin farkında olan sağduyu sahibi Türk ve Yunan liderleri aralarındaki anlaşmazlıklara kendilerinden beklenmeyen bir çabuklukla son vermişlerdir. 10 Haziran 1930'da Ankara Antlaşması imzalanarak, iki ülke arasındaki nüfus mübadelesi ile ilgili tüm sorunlar çözüme kavuşturulmuştur (**Düstur**, Üçüncü Tertip, C. 7:1376).

Bu antlaşma ile iki ülke arasındaki siyasal, ekonomik ve hukuksal sorunlar çözülmesiyle yakınlaşma sürecine girilmiştir. Ankara Antlaşmasının 10. maddesine göre yerleşme tarihleri ve doğum yerleri ne olursa olsun, İstanbul Rumları ile Batı Trakya Türklerinin hepsi "établi" değiminin kapsamı içerisine alınmıştır. Ayrıca sözleşmede her iki memleketin azınlıklarına ait mallar konusunda da birçok düzenlemeler yapılmıştır(Armaoğlu, 1989). Bu antlaşma Lozan'dan kalan en önemli uyuşmazlığı halletmiş ve iki komşu devlet arasındaki ilişkilerde yeni bir döneme girilmiştir. Bu anlaşma aynı zamanda Balkanlarda bölgesel dayanışmaya varan devletlerarası yakınlaşmaların da ilk adımı olmuştur. Bu yakınlaşmanın bir göstergesi olarak, 27-31 Ekim 1930 tarihleri arasında Venizelos Türkiye'yi ziyaret etmiştir. Yunan başbakanının ziyareti esnasında 30 Ekim 1930 tarihinde iki ülke ilişkilerini ilk defa dostça bir seviyeye getirmeyi amaç edinen, "Türk-Yunan Dostluk, Tarafsızlık, Uzlaştırma ve Hakemlik Antlaşması da imzalanmıştır. Antlaşmaya Deniz kuvvetlerinin sınırlandırılmasına ilişkin Protokol de eklenmiştir. Antlaşma ve Ek Protokol onay belgelerinin 5 Ekim 1931 tarihinde Başbakan İsmet İnönü'nün Yunanistan'ı ziyareti esnasında karşılıklı teslim edilmesi sonucu yürürlüğe girmiştir(Alexandris,1983; Soysal, 1989).

BALKAN BİRLİĞİ İÇİN TÜRK-YUNAN İŞBİRLİĞİ

Balkan Konferansları

6-10 Ekim 1929 tarihinde Atina'da düzenlenen 27. *Evrensel Barış Kongresi*'nde, Yunan devlet adamlarından Aleksandr Papanastasiu'nun Balkan devletleri arasında ortak sorunları ve çıkarları ele alacak bir Balkan Birliği Enstitüsünün kurulması önerisi üzerine, Balkan birliğinin kurulmasına yönelik olarak bir konferansın toplanması kararlaştırılmıştır(Gönlübol ve Sar, 1990:96). Bu karar doğrultusunda ilk

Balkan Konferansı Arnavutluk, Bulgaristan, Romanya, Türkiye, Yugoslavya ve Yunanistan yarı resmi temsilcilerinin katılmasıyla, 5 Ekim 1930'da Atina'da toplanmıştır(Kitsikis, 1969). Bu toplantıda fahri başkan seçilen Venizelos yaptığı konuşmasında Balkanlı devletler arasında kurulacak bir birliğin ne kadar önemli olduğunu şu sözleriyle ifade etmiştir (Ayın Tarihi, Sayı: 79-81, Birinci Teşrin-Birinci Kanun 1930: 6767)

> … Memleketlerin yakınlaşmasını sağlayacak çareleri araştırmak için Balkan milletlerinin temsilcilerinin bir araya gelmiş olmasından dolayı duyduğum sevinci de ifade etmek isterim… Hepimiz böyle bir ittihadın gerçekleşmesinde çeşitli engellerin mevcut olduğunu biliyoruz. Bunun gerçekleşebilmesi ancak samimi bir işbirliğiyle olabilir… Esasen izlediğimiz amaç o kadar büyüktür ki, onun kesin olarak gerçekleştirilmesi uğruna harcayacağınız çabalar her şeye değer…

Siyasi konuların ele alınmasından kaçınıldığı halde, konferansın ilk gününden itibaren Balkan ülkeleri arasında bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Özellikle Bulgaristan'ın azınlık sorununun tartışılması için ısrarcı olması Yugoslavya ile arasında gerginlik yaratmıştır. Bu gerginlik, Makedonya'nın Yugoslavya'ya ait olan kısmında yaşayan halkın Bulgar olduğunu ve iki ülke arasında azınlık sorunu olduğunu ileri süren Bulgarlara karşılık, Yugoslavya'nın ülkesinde yaşayan tüm halkın önce Sırp sonra Yugoslav olduğu konusunda ısrar etmesinden kaynaklanıyordu.

Diğer taraftan Yugoslav temsilci konferansta "Balkanlar, Balkanlılarındır, Balkanlar dış tesirlerden kurtulmalıdır" diyerek, İtalya ile ilişkileri nedeniyle Arnavutluk'u eleştirirken, Arnavutluk Bulgaristan'la birlikte hareket ederek azınlık problemini ortaya atmıştır. Kendisini bir Balkan devletinden ziyade Balkanlarda menfaatleri olan bir devlet olarak gören Romanya ise, Türkiye ve Yunanistan gibi statükonun korunması beklentisi içerisindedir ve konferansta olumlu bir tavır takınmıştır (Ayın Tarihi, Sayı: 79-81, Birinci Teşrin-Birinci Kanun 1930).

Yunanistan, Balkan birliği ile İtalyan tehlikesinden kurtulmak ve Ege denizi kuzeyindeki sınırlarını güvence altına almak istediğinden, Balkan devletlerinin uzlaşmasını sağlamak için büyük çaba harcamıştır(Hakimiyet-i Milliye, 19 Ekim 1930). Yunanistan bu uğurda, Batı Trakya'daki topraklarından Bulgaristan'a Ege Denizi'ne bir çıkış sağlamayı ve Bulgaristan'ın liman kurmak için yeterli gücü olmaması durumunda da Selanik limanında serbest bölge verme teklifinde dahi bulunmuştur(Cumhuriyet, 19 Ekim 1930). Türkiye de konferansta "Yurtta sulh, cihanda sulh" ilkesiyle hareket etmiş ve Yunanistan ile işbirliği yaparak Balkan milletlerinin arasında işbirliği oluşturulabilmesi için azami çaba harcamıştır[8].

[8] Türk Dışişleri Bakanı Tevfik Rüştü Aras'ın konuyla ilgili açıklaması için bkz: **Ayın Tarihi**, Sayı: 79-81, Birinci Teşrin-Birinci Kanun 1930:6761-6763.

Birinci Balkan Konferansı'nda, Türkiye ve Yunanistan'ın üstün çabaları sonucunda Balkan devletleri arasında her yıl Dışişleri Bakanları düzeyinde bir toplantı yapılması, bir Balkan Paktı hazırlanması (Bu Pakt içinde savaşın yasaklanması, uyuşmazlıkların barış yoluyla çözülmesi ve bir saldırı halinde karşılıklı yardımlarda bulunulması hakkında hükümler bulunacaktı) ve amacı Balkan ülkeleri arasında ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi alanlarda yakınlaşmayı sağlayarak Balkan birliğinin kurulmasını kolaylaştıracak olan daimi bir teşkilat kurulması kararları alınmıştır(Ayın Tarihi, Sayı: 79-81, Birinci Teşrin-Birinci Kanun 1930).

Birinci Balkan Konferansı sayesinde Balkan milletleri dış müdahaleler olmaksızın, kendi aralarında meseleleri çözebileceklerini anlamışlardır(Ayın Tarihi, Sayı: 79-81, Birinci Teşrin-Birinci Kanun 1930). Ayrıca konferansta, Balkan devletleri arasında öğrenci değişimi yapılmasına(Cumhuriyet, 8 Ekim 1930), bir Balkan Enstitüsü oluşturulmasına(Cumhuriyet, 9 Ekim 1930) ve bir Balkan Matbuat Servisi'nin kurulmasına (Cumhuriyet, 11 Ekim 1930) karar verilmiş olması, işbirliği kurulması konusunda bir nebze de olsa başarı sağlandığını göstermektedir.

Birinci Balkan Konferansı ve bu konferansta alınan kararlar, statükonun korunması gerektiğini savunan hatta Balkanlardaki statükonun koruyuculuğunu üstlenmiş olan Fransa ve İngiltere tarafından memnuniyetle takip edilmiştir. Ancak Balkanlarda yayılmacı bir siyaset izleyen İtalya'da ve Balkanlarda emelleri olan Rusya'da bu konferans memnuniyetsizlik yaratmıştır. Balkanlardaki nüfuzunu güçlendirmek amacıyla İtalyan Kralı'nın kızı ile Bulgar Kralı Boris arasında gerçekleştirilen siyasi evliliğin bu dönemde açıklanmış olması, bu durumun bir göstergesidir(Cumhuriyet, 12 Ekim 1930).

Birinci Balkan Konferansı'nda alınan kararlar gereğince İkinci Balkan Konferansı 20-26 Ekim 1931'de İstanbul'da toplanmıştır(Hakimiyet-i Milliye, 20 Ekim 1931). Bu konferans toplandığı sırada Türkiye ile Yunanistan arasındaki uyuşmazlıkların halledilmiş olması Balkan birliğinin gerçekleşmesi için birlikte hareket etmelerine olanak sağlamıştır. Balkanlarda statükonun devamını isteyen iki ülke, bu hareketin öncüleri olmuşlardır(Gölübol ve Sar, 1990).

İkinci Balkan Konferansı'nda da, statükocu ve revizyonist Balkan devletleri arasındaki yakınlaşmayı sağlamak için ekonomik, teknik ve kültürel alanlara ağırlık verilmiştir. Ayrıca Balkan devletleri arasındaki azınlık sorunları ve uyuşmazlıkların barışçı yollarla çözümlenmesi, bu sayede adı geçen devletler arasında saldırmazlık ve dostluk esaslarına dayalı bir Balkan Birliği Projesi hazırlaması amacı güdülmüştür(Cumhuriyet, 17 Ekim 1931). Ancak bu amaçlar, görüşmelerin tartışmalı geçmesine sebep olmuştur. Çünkü

Balkan milletleri arasında en önemli sorun azınlık meselesidir. Türkiye ve Yunanistan dışında başta Bulgaristan olmak üzere konferansa katılan diğer devletlerin azınlık konusunda özel bir hassasiyeti bulunmaktaydı.

Konferans esnasında, Arnavutluk ile Bulgaristan ilk konferansta olduğu gibi yine birlikte hareket etmişlerdir. Arnavut ve Bulgar temsilcileri, Yugoslavya'da vatandaşlarının azınlık sorunları yaşadıklarını iddia etmiş, Yugoslav delegeleri ise her iki ülkenin iddialarını ülkelerinde azınlık bulunmadığını söyleyerek reddetmişlerdir(Cumhuriyet,23 Ekim 1931). Aralarındaki anlaşmazlıkların çözümlenmemesi karşısında ve Yunanistan Türkiye, Balkan devletlerini birleştirici ve uzlaştırıcı bir siyaset izlemeye özen göstermiştir.

Konferansta her ne kadar ekonomik, sosyo- kültürel konularda bazı kararlar alınmışsa da, azınlık konusunda uzlaşmanın sağlanamaması nedeniyle istenilen başarı elde edilememiştir. Konferansı en önemli amacı olan saldırmazlık ve dostluk esaslarına dayalı bir Balkan Birliği Projesi hazırlanması sağlanamamıştır.

Üçüncü Balkan Konferansı ise, 23-26 Ekim 1932 tarihlerinde (Romanya) Bükreş'te toplanmıştır(Gönlübol ve Sar,1990). Daha önce değinildiği üzere İkinci Balkan Konferansında azınlıklar konusunda bir gelişme elde edilememesi, bu konferansta da birliğin sağlanmasını tehlikeye sokmuştur. Bulgaristan'ın bu sorunun bir sonraki toplantıya kadar ilgili devletler arasında halledilmesi teklifinin ve azınlıklar konusundaki görüşlerinin[9] kabul görmemesi üzerine toplantıyı terk etmiştir**(**Milliyet, 27 Ekim 1932). Daha sonra Arnavutlar da azınlık konusunu bahane ederek konferanstan çekilmişlerdir. Bu durum diğer Balkan devletlerinde büyük bir üzüntü yaratmıştır. Buna karşın konferansın diğer dört üyesi (Romanya, Türkiye, Yugoslavya ve Yunanistan) Balkan ülkeleri arasında bir gümrük birliği kurulmasını kararlaştırmışlar ve Balkan Antantı yapılması kabul etmişlerdir(Cumhuriyet, 28 Ekim 1932).

Ancak daha önce de belirtildiği gibi statükonun korunmasından memnun olmayan Bulgaristan, amacına ulaşmak için bazı Balkan devletlerini yanına çekmek girişiminde bulunmuştu[10]. Bulgaristan, Arnavutluk'tan başka kendi tarafına kayabilecek olan Yugoslavya'nın desteğini sağlamak için bu ülke yetkilileriyle temasa geçmiştir[11]. Bu arada Türkiye ile Yunanistan, 1930

[9] Doğu Trakya ve Edirne üzerinde emeli olan Bulgarlar, Bulgaristan'dan Türkiye'ye gelen Türklerin sınır boylarına yerleşmesinden ve buna bağlı olarak alınan önlemlerden rahatsızlık duymaktaydı(Gönlübol ve Sar,1990:97).

[10] **BCA Arş**. 030-10-240-643-21.

[11] **BCA Arş**, 030-10-251-693-5. Aynı arşiv 030-10-251-693-24. Aynı arşiv, 030-10-252-698-11.

yılında yaptıkları antlaşma ile temellerini attıkları dostluk ilişkilerini bir adım daha ileri götürmek, Balkanlarda barış ve dostluk ilişkilerinin kurulmasına öncülük etmek ve Bulgaristan'ın revizyonist politikasını önlemek için 14 Eylül 1933'te Yunanistan Başbakanı Çaldaris ile Dışişleri Bakanı Maksimos'un 1933 Eylülünde Ankara'yı ziyaretleri esnasında bir "*İçten Anlaşma Paktı* (Pacte d'Entente Cordiale)" imzalanmıştır (Düstur,Üçüncü Tertip, C. 15:195; Soysal, 1989). Bu anlaşma sayesinde Yunanistan, Bulgaristan'ın Edirne'nin yanısıra, Yunan topraklarında da emeli bulunduğundan[12], kendisini kuzeydeki Bulgar revizyonizmine ve oradan gelebilecek saldırılara karşı Türkiye garantisini sağlamış oluyordu(Hatipoğlu, 1993:138).

Dördüncü Balkan Konferansı toplanmadan önce Bulgaristan'ı Balkan birliğine dahil etmek amacıyla, Balkan devletleri arasında yoğun diplomatik temaslar gerçekleştirilmiştir. 20-24 Eylül 1933 tarihinde Türk Başbakanı İnönü'nün başkanlığındaki heyetin Sofya'ya gitmesinden sonraki ilk çaba, 4 Ekim 1933 tarihinde Varna'da Yugoslav Kralı Alexandre ile Bulgar Çarı III. Boris ile gerçekleştirdiği görüşmedir(Vakit, 4 Ekim 1933). Bu görüşmeden sonra 4-5 Ekim 1933'de Yugoslav Kralı Alexandre Türkiye'ye gelmiştir. Venizelos'un da bu tarihte Türkiye'de bulunması sonucu, Kralı Alexandre, Mustafa Kemal Atatürk ve Venizelos arasında üçlü bir görüşme gerçekleştirilmiştir(Vakit, 8 Ekim 1933). Daha sonra yine Bulgaristan'ı antanta dahil etme çabaları çerçevesinde 6 Ekim 1933 tarihinde Yugoslav Kralı Alexandre ile Yunan Dışişleri Bakanı Maksimos arasında Korfo görüşmeleri gerçekleştirilmiştir(Anadolu, 8 Ekim 1933). Daha sonra 31 Ekim 1933 tarihinde de Romen Kralı Carol ile Bulgar Kralı Boris arasında Tuna görüşmeleri gerçekleştirilmiştir(Akşam, 1 Kasım 1933). Ancak bütün bu uğraşılara rağmen Bulgaristan, Balkan birliğine girmeye ikna edilememiştir.

Bununla birlikte Dördüncü Balkan Konferansı öncesinde yapılan bu karşılıklı ziyaretler konferansın bir öncekine nazaran daha yumuşak bir hava içerisinde toplanmasını sağlamıştır. Diğer konferanslarda olduğu gibi, bu konferansta Türkiye ve Yunanistan'ın birlikte hareket ettiği, hatta daha aktif ve zorlayıcı bir politika izledikleri söylenebilir. Balkan Paktının imzalanmasından kısa bir süre önce, 12 Ocak 1934 tarihinde Venizelos, Mustafa Kemal Atatürk'ü dünya barışına yaptığı katkılardan ötürü "Nobel Barış Ödülü'ne" aday göstermiştir(Hatipoğlu, 1993). Yunan devlet adamının bu jesti iki ülke arasındaki sıcak ilişkilerin bir göstergesidir. Bu bağlamda "Balkan Misakı" konusu ve daha önce hazırlanmış olan Antant Projesi ele alınmıştır.

[12] Bkz:**BCA. Arş**., 030-10-241-262-61; Aynı arşiv, 030-10-240-625-9. Aynı arşiv, 030-10-241-629-3.

Yapılan görüşmelerin sonucunda da, Balkan devletleri arasında çok taraflı anlaşmalar yapılmasının önemi ortaya konmuş ve Üçüncü Balkan Konferansı'nda alınan kararlar aynen kabul edilmiştir. Yayınlanan bildiri ile bütün Balkan devletlerinin Balkan Paktına katılması çağrısı yapılarak konferans sonlandırılmıştır(Cumhuriyet, 11 Kasım 1933).

Balkan Paktı

Cenevre'de 4 Şubat 1934 tarihinde parafe edilen Balkan Antantı ve Ek Protokolü 9 Şubat 1934 tarihinde Türkiye, Romanya, Yugoslavya ve Yunanistan'ın katılımıyla Atina'da imzalanmıştır(Soysal, 1989:454-455). Üç maddeden oluşan pakt, adı geçen devletlerin siyasi, kültürel ve sosyal alanlarda işbirliği yapmaları öngörmesinin ötesinde, Balkanlarda mevcut toprak düzeninin devam ettirmeyi amaçlamıştır. Ayrıca, Paktı imzalayan devletlerin sınırlarını birbirlerine karşı güvence altına almış ve bir Balkan devletince girişilecek bir saldırı durumunda yardımlaşmayı şart koşmuştur.
Ancak Bulgaristan ve Arnavutluk'un Balkan birliğinden uzak durması, Türkiye'nin SSCB'ye karşı yöneltilmiş hiçbir hareketin içinde yer almayacağını belirtmesi; Yunanistan'ın ise *"… Yunanistan, Paktın bir gereği olarak, hiçbir durumda büyük devletlerden birine savaş etmez"* diyerek çekince koyması(Soysal, 1989), paktın hedeflerinin tamamen gerçekleşmesini engellemiştir.

Balkan Paktı, Atatürk'ün beklentilerinin tam olarak gerçekleşmesini sağlayamamıştır. Çünkü Atatürk, bu pakt ile bir taraftan İtalyan tehlikesine karşı bölgesel bir savunma oluşturulmasını diğer taraftan da Bulgaristan'dan gelebilecek bir taarruzun engellenmesi amacını gütmekteydi. Ancak bu pakt bunları sağlayacak güçte değildi(Gönlübol ve Sar, 1990). Bununla birlikte Balkan Paktı 1934-1941 yılları arasında varlığını sürdürmüş ve en azından Bulgaristan'ın yayılmacı emellerine set çekebilmiştir.

Paktın imzalanışından sonra da Türk-Yunan yakınlaşmasının artarak devam ettiği görülmektedir. Özellikle 3 Ekim 1935 tarihinde İtalya'nın Habeşistan'a saldırmasının ardından her iki devlet de dostluk ilişkilerini pekiştirmek için çaba harcamıştır. Akdenizde ortaya çıkan gerginlik nedeniyle Türkiye gibi Yunanistan da İngiltere ile Ocak 1936'da ittifak anlaşması imzalamıştır. Akdeniz Anlaşmaları olarak da anılan bu belgeler ile her iki devlet de 1935 Habeşistan savaşı üzerine Miletler Cemiyeti yaptırımlarına katılmayı kabul etmiştir. Her ne kadar bu ittifak anlaşmaları İngiltere tarafından tek yanlı bir kararla Habeşistan Savaşının sona ermesi üzerine 27 Temmuz 1936 tarihinde kaldırılmış olsa da, her iki ülkenin bu dönemde dış siyasetlerinin paralelliğini ortaya koyması açısından önemlidir(Soysal, 1989).

Daha sonra 22 Haziran-20 Temmuz 1936 tarihleri arasında düzenlenen Montreux Boğazlar Konferansına(Soysal, 1989) Yunanistan'ın da katılarak "Avrupa'daki revizyonist hareketlerin Boğazlar'ın güvenliği için verilmiş kolektif garantiyi işlemez hala getirdiği gerekçesiyle bölgenin statüsünün kendi lehine değiştirilmesi yönündeki Türkiye'nin talebini olumlu değerlendirmesi de iki ülke ilişkilerindeki gelişmeyi ortaya koymaktadır. Sadece İtalya'nın katılmayı reddettiği konferansta Boğazların tamamen Türkiye'nin denetimi ve egemenliğine verilmesine karar verilmiştir.

Bu iyi ilişkilerin bir devamı olarak Başbakan İsmet İnönü 29 Mayıs 1937 tarihinde Yunanistan'ı ziyaret etmiştir. İnönü'nün bu ziyaretine Yunan basınında geniş yer verilmiş ve Yunanistan'da büyük bir memnuniyet ile karşılanmıştır. Kısa bir süre sonra, Ekim ayında da Yunan Başbakanı Yoannis Metaksas da Türkiye'ye iade-i ziyarette bulunmuş, hatta Mustafa Kemal Atatürk ile görüşmeler gerçekleştirmiştir. Bu görüşme esnasında Atatürk 1933 tarihli Türk-Yunan Samimi Anlaşma Paktının güçlendirilerek uzatılmasının iki ülke ilişkileri açısından önemini vurgulamıştır(Atatürk'ün Milli Dış Politikası, C.II, 1981).

27 Nisan 1938 tarihinde Yunanistan'ı ziyareti eden Başbakan Celal Bayar ile Yunan Başbakanı Yoannis Metaksas arasında "Türkiye ile Yunanistan Arasındaki 1930 Dostluk, Tarafsızlık, Uzlaşma ve Hakemlik Andlaşması ve 1933 İçtenlikle Anlaşma Paktına Ek Andlaşma" imzalanmıştır(Soysal, 1989) Adından da anlaşılacağı gibi bu andlaşma ile Türkiye ve Yunanistan arasındaki 1930 ve 1933 tarihli andlaşmaların süresi uzatılmış ve güçlendirilmiştir. Bu anlaşmanın imzalandığı tarih göz önünde tutulursa İtalya ve Bulgaristan'ın gün geçtikçe artan revizyonist tavrının Türkiye ile Yunanistan'ı sıkı bir dayanışma içine girmeye yönelttiği görülecektir. Ancak 1 Eylül 1939 tarihinde İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması iki ülke ilişkilerini Avrupa'daki değişmelere bağlı olarak farklı bir yön izlemesine neden olacaktır.

SONUÇ

Yunanistan'ın Anadolu'yu ele geçirmeye yönelik işgal harekatı, Mustafa Kemal Atatürk öncülüğünde Türk Milleti'nin verdiği mücadele sonucunda başarısız olmuştur. 11 Ekim 1922 tarihinde imzalanan Mudanya Mütarekesi ile de Türkiye-Yunanistan arasındaki savaş durumu sona ermiştir. İki ülke arasındaki sınırlar, azınlıklar, Fener Rum Patrikhanesi, nüfus mübadelesi gibi sorunların da tartışıldığı Lozan Konferansı sonunda 24 Temmuz 1923 tarihinde Lozan Barış Antlaşması imzalanmıştır. Bu antlaşma iki ülke ilişkilerini derinden etkilemiştir. Öyle ki, konferans esnasında ele alınmasına rağmen, "Fener Rum Patrikhanesi" ve "Nüfus Mübadelesi" konuları ve 30 Ocak 1923'te iki ülke arasında imzalanan ***"Türk ve Rum Nüfus***

Mübadelesine İlişkin Sözleşme ve Protokol"ün uygulanışında ortaya çıkan problemler, 1930'lu yıllara kadar Türk-Yunan ilişkilerini etkileyen başlıca konular olmuşlardır.

1930'lu yıllara gelindiğinde İtalya'da Mussolini, Almanya'da ise Hitler'in faşist bir politika gütmeye başlamaları, özellikle İtalya'nın Akdeniz'deki nüfus sahasını genişletmeye başlaması ve Bulgaristan'ın revizyonist tutumu her iki ülkeyi birbirine yakınlaştıran temel unsur olmuştur. Siyasal konjonktürdeki değişiklikleri kavrayan Atatürk ve Venizelos aralarındaki anlaşmazlıklara kendilerinden beklenmeyen bir çabuklukla son vermişlerdir. 10 Haziran 1930'da Ankara Antlaşması imzalanarak, iki ülke arasındaki nüfus mübadelesi ile ilgili tüm sorunlar çözüme kavuşturulmuş, böylelikle iyi ilişki kurma yolunda ilk adım atılmıştır. 27-31 Ekim 1930 tarihleri arasında Venizelos'un Türkiye'yi ziyareti esnasında 30 Ekim 1930 tarihinde iki ülke ilişkilerini ilk defa dostça bir seviyeye getirmeyi amaç edinen, "Türk-Yunan Dostluk, Tarafsızlık, Uzlaştırma ve Hakemlik Antlaşması da imzalanmıştır. 12 Ocak 1934 tarihinde de Venizelos, Mustafa Kemal Atatürk'ü dünya barışına yaptığı katkılardan ötürü "Nobel Barış Ödülü'ne" aday göstermiştir. Yunan devlet adamının bu jesti iki ülke arasındaki sıcak ilişkilerin bir göstergesidir.

Türkiye ve Yunanistan, öncelikle revizyonist devletler karşısında bölgede statükonun devamını hedefleyen, Balkan ülkeleri arasında ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi alanlarda yakınlaşmayı sağlayacak Balkan birliğinin kurulması için birlikte hareket etmişler ve Romanya ve Yugoslavya'nın aralarına katılmasıyla da 4 Şubat 1934 tarihinde Balkan Paktı'nı oluşturmuşlardır. 1934-1941 yılları arasında varlığını sürdüren Pakt, her ne kadar istenilen düzeyde başarı sağlayamamışsa da, en azından Bulgaristan'ın yayılmacı emellerine set çekebilmiştir.

Paktın imzalanışından sonra da Türk-Yunan yakınlaşmasının artarak devam ettiği görülmektedir. 22 Haziran-20 Temmuz 1936 tarihleri arasında düzenlenen Montreux Boğazlar Konferansına katılan Yunan heyetinin Türk heyetin Boğazların hakimiyetinin kendilerine verilmesi yönündeki taleplerine olumlu yaklaşması iyi ilişkilerin göstergesi olmuştur.Bu iyi ilişkilerin bir devamı olarak Başbakan İsmet İnönü 29 Mayıs 1937 tarihinde Yunanistan'ı ziyaret etmiştir. Ekim 1937'de de Yunan Başbakanı Yoannis Metaksas da Türkiye'ye iade-i ziyarette bulunmuş, hatta Mustafa Kemal Atatürk ile görüşmeler gerçekleştirmiştir. 27 Nisan 1938 tarihinde ise bu kez Başbakan Celal Bayar Yunanistan'ı ziyareti etmiş ve Yunan Başbakanı Yoannis Metaksas arasında "Türkiye ile Yunanistan Arasındaki 1930 Dostluk, Tarafsızlık, Uzlaşma ve Hakemlik Andlaşması ve 1933 İçtenlikle Anlaşma Paktına Ek Andlaşma" imzalanmıştır.

1930'lu yıllara kadar Lozan Barış Konferansında halledilemeyen sorunların sıkıntı yarattığı görülen iki ülke ilişkileri, 1930 sonrasında yerini iyi ilişkilere bırakmıştır. Avrupa siyasi dengelerinde meydana gelen değişiklikleri gerçekçi bir bakış açısıyla değerlendiren Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliği sayesinde şekillenen Türk-Yunan ilişkileri, diğer Balkan devletleri arasında da iyi ilişkiler oluşturulmasında önemli katkılarda bulunmuştur. Atatürk'ün liderliğinde Türk-Yunan ilişkileri, ikinci dünya savaşı öncesinde üst düzeye çıkmıştır. Atatürk'ün vefatından sonra İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasının da etkisiyle iki ülke arasındaki iyi komşuluk ilişkilerinin yerini tekrar gerginliğe bırakması da bu savımızı destekler niteliktedir.

KAYNAKÇA

Arşiv Belgeleri

BCA Arş., 030-18-1-1/8-51-16.

BCA Arş. 030-10-239-617-6.

BCA Arş., 030-10-240-618-6.

BCA Arş., 030. 10. 240 618-8.

BCA Arş. 030-10-240-643-21.

BCA Arş, 030-10-251-693-5.

BCA Arş., 030-10-251-693-24.

BCA Arş., 030-10-252-698-11.

BCA. Arş., 030-10-241-262-61.

BCA Arş., 030-10-240-625-9.

BCA Arş., 030-10-241-629-3.

Düstur, III. Tertip, Cilt: 7, 8,15.

Kitaplar

Akşin, A. (1991) *Atatürk'ün Dış Politika İlkeleri ve Diplomasisi*, Ankara: AKDTYK TTK.

Alexandris, A. (1983) *The Grek Minority of İstanbul and Grek Turkısh Relations (1918-1974)*, Athens: Center for Asia Minor Studies.

Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri, C. I, (1997) Ankara: AKDTYK ATAM.

Atatürk'ün Türkiye Büyük Millet Meclisi'ni Açış Konuşmaları, (1987) Ankara: TBMM Kültür, Sanat ve Yayın Kurulu.

Bilge,S.(2000) *Büyük Düş Türk Yunan Siyasi İlişkileri*, Ankara:21. Yüzyıl .

Cumhuriyetin İlk On Yılı ve Balkan Paktı (1923-1934), (1974). Ankar: Dışişleri Bakanlığı.

Eyyupoğlu, İ. (2002) *Mudanya Mütarekesi*, Ankara: AKDTYK Atatürk Araştırma Merkezi.

Gönlübol M. ve Sar C. *Atatürk ve Türkiye'nin Dış Politikası (1919-1938)*, Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi.

Gürel, Ş.S. (1993) *Tarihsel Boyut İçinde Türk Yunan İlişkileri (1821-1993),* Ankara:Ümit

Hatipoğlu, M.M. *Yunanistan'daki Gelişmelerin Işığında Türk-Yunan İlişkilerinin 101 Yılı (1821-1922),* Ankara: TKAE.

İnönü, i. (1987) *Hatıralar,* Cilt: II, Ankara.

Kitsikis, D. (1974) *Yunan Propagandası.* İstanbul: Toker.

Kocabaş, S. (1984) Tarihte ve Günümüzde Türk-Yunan Mücadelesi. İstanbul:Bayrak.

Ladas, S. P. (1932) The Exchange of Minorities Bulgaria, Greece and Turkey, New York.

*Lozan Barış Konferansı Tutanaklar Belgele***r**, Birinci Takım, Cilt: I, Kitap I-II(1993) Çev:Seha L. Meray:İstanbul, Yapı Kredi.

Psomiades, H. J. (1968) *The Eastern Question The Last Phase A Study in Grek-Turkish Diplomacy,* Thessaloniki.,

Sofuoğlu, A. (1996) *Fener Rum Patrikhanesi ve Siyasal Faaliyetler,* İstanbul.

Soysal, İ. (1989) *Türkiye'nin Siyasal Andlaşmaları,* Cilt: I (1920-1945), Ankara: AKDTYK Türk Tarih Kurumu Yayını.

Stavrıanos, L.S. (1963) *The Balkans Since 1453,* New York.

Şahin, S. (1980) *Fener Patrikhanesi ve Türkiy*e, İstanbul.

Makaleler

Çay, A. (1992). "Şark Meselesi", *VI. Osmanlı Sempozyumu (Söğüt, Eylül 1991)*:107-124.

Çaycı, A. (Ekim, 1987). "Yunanistan'ın Anadolu Macerası", *Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü Dergisi,* C.1, Sayı: 1: 1-20.

Emin, H. (2002). "Batı Trakya'da Türk Varlığı", *Balkanlar'daki Türk Kültürünün Dünü-Bügünü-Yarını Uluslar arası Sempozyum (26-28 Ekim 2001) Bildiri Kitabı*.

Ercan, Y. (1986). "Türk-Yunan İlişkilerinde Rum Patrikhanesi'nin Rolü", *Üçüncü Askeri Tarih Semineri:*195-205.

Erim, N. "Milletlerarası Adalet Divanı ve Türkiye-Rum ve Türk Ahali Mübadelesi", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 1.

Gürün, K. (1984). "Türk-Yunan İlişkileri ve Lozan Antlaşması", *Atatürk Türkiyesinde Dış Politika Sempozyumu (24 Ekim 1983)*, : 15-84.

İnan, K. (1986). "Türk-Yunan İlişkilerinde Dinamikler", *Üçüncü Askeri Tarih Semineri Bildirileri:* 93-99.

Kayam, C. Temmuz-Kasım 1993). "Türk-Yunan Nüfus Mübadelesi", Atatürk *Araştırma Merkezi Dergisi*, Cilt: IX, Sayı: 27.

Kitsikis, D. (1969). "Les projets d'ententes Balkanigues", *Revue Historique*, C. CCXLI: 119-125.

Kurat, Y.T. (1973). "Batılı Kaynakların Işığı Altında İzmir'in İşgali Sorunu*", VII. Türk Tarih Kongresi (5-29 Eylül 1970),* C. 2: 842-852.

Sarınay, Y. (2000). "Türk-Yunan İlişkilerinde Mübadele Sorunu", *Atatürk 4. Uluslararası Kongresi (25-29 Ekim 1999 Türkistan-Kazakistan)*, Cilt:I: 667-68-690.

Soysal, İ. (1985). "Balkan Paktı (1934-1941)", *Ord. Prof. Yusuf Hikmet Bayur'a Armağan:* 125-225.

Tosun, R. (2002). "Türk-Rum Nüfus Mübadelesi", *Türkler*, Cilt: 16: 601-610.-

Uçarol, R. (1986). "1878 Berlin Antlaşması'na Göre Yunanistan Sınırının Düzenlenmesi Sorunu ve Yunanistan'a Toprak Verilmesi 1878-1881", *Üçüncü Askeri Tarih Semineri* Bildirileri: 210-240.