

**SOSYAL, İNSAN VE
İDARİ BİLİMLERDE
ÇAĞDAŞ VE YENİLİKÇİ
ARAŞTIRMALAR**



All Sciences Academy

*SOSYAL, İNSAN VE
İDARİ BİLİMLERDE
ÇAĞDAŞ VE
YENİLİKÇİ
ARAŞTIRMALAR*

Editör

Prof. Dr. Osman YILMAZ





Sosyal, İnan ve İdari Bilimlerde Çağdaş ve Yenilikçi Araştırmalar
Editör: Prof. Dr. Osman YILMAZ

Dizayn: All Sciences Academy Design

Basım Tarihi: Mart 2026

Yayıncı Sertifika Numarası: 72273

ISBN: 978-625-8676-92-1

© All Sciences Academy

www.allsciencesacademy.com

allsciencesacademy@gmail.com

İÇERİK

1. Bölüm	5
Küresel Tarım Ticaretinin Politik Ekonomisi: GATT'dan DTÖ'ye Korumacılık ve Liberalizasyon Sarkacı <i>Ahmet Emre BİBER</i>	
2. Bölüm	24
Türkiye'deki İnşaat Firmalarının Finansal Performansının Rasyo Analizi: 2009-2022 <i>Emrah KÖROĞLU</i>	
3. Bölüm	48
Pazarlama İletişiminde Humble Bragging: Kavramsal Bir Değerlendirme <i>HALİL İBRAHİM KELEŞ</i>	
4. Bölüm	62
Enflasyonla Mücadelede Ortodoks ve Heterodoks Politikaların Karşılaştırmalı Kuramsal Analizi: Türkiye Deneyimi 1980-2026 <i>Hüseyin TEZER</i>	
5. Bölüm	102
Yeni Medya ve Bireylerarası İlişkilerin Dönüşümü <i>Muhammet Kemal Karaman</i>	
6. Bölüm	115
Dijital Çağın Ahlaki Pusulası: Modern Çağda İnsanlığın Yeni İmtihanı Olarak Dijital Vicdan Kavramı <i>Seçil UTMA</i>	

Küresel Tarım Ticaretinin Politik Ekonomisi: GATT'dan DTÖ'ye Korumacılık ve Liberalizasyon Sarkacı

Ahmet Emre BİBER¹

1- Prof. Dr. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Bolu, Türkiye, biber_a@ibu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5251-3156>

ÖZET

Bu çalışma, küresel tarım ticaretinin tarihsel evrimini, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması'ndan (GATT) Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) uzanan süreçte politik ekonomi perspektifiyle incelemektedir. Ulus-devletler için stratejik bir alan olan tarım, uzun süre "Tarımsal İstisnailik" paradigması altında küresel liberalizasyon eğilimlerinin dışında tutulmuş ve ulusal korumacılıkla yönetilmiştir. Ancak 20. yüzyılın son çeyreğinde bu yapı sarsılmış ve tarım sektörü, DTÖ Tarım Anlaşması ile küresel piyasa disiplinine entegre edilmiştir.

Araştırma, bu serbestleşme sürecinin hegemonik güçlerin (ABD ve AB) çıkarları doğrultusunda şekillenen asimetrik bir yapı yarattığını ileri sürmektedir. DTÖ rejimi, gelişmiş ülkelerin tarımsal desteklerini "kutu" sistemi (Sarı, Mavi, Yeşil) aracılığıyla meşrulaştırmasına olanak tanırken, gelişmekte olan ülkelerin korumacı politikalarını engellemiştir. Bu eşitsiz sistem, Küresel Güney'de ithalat patlamalarına, yerel üretimin çöküşüne ve net gıda ithalatçısı konumuna düşülmesine yol açmıştır.

Son yıllarda yaşanan 2008 gıda krizi, Covid-19 pandemisi ve jeopolitik çatışmalar, tarımın finansallaşmasının ve neoliberal tedarik zincirlerinin kırılmasını gözler önüne sermiştir. Kriz anlarında ülkelerin yeniden korumacı reflekslere yönelmesi, ticarete dayalı gıda güvenliği modelinin iflas ettiğini göstermektedir. Çalışma, serbest ticaret kisvesi altındaki bu düzenin yerine, gıdanın stratejik bir kamu malı olarak değerlendirildiği ve gıda egemenliğini merkeze alan yeni bir sisteme geçişin zorunlu olduğunu vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Küresel Tarım Ticareti Politik Ekonomi Korumacılık ve Liberalizasyon Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Gıda Egemenliği

GİRİŞ

Dünya ekonomisinin tarihsel evrimi içerisinde tarım sektörü, yalnızca gıda arzının kaynağı olması bakımından değil; ulus-devletlerin egemenlik inşası, sermaye birikim süreçleri ve uluslararası ticaret rejimlerinin şekillenmesindeki merkezi rolü nedeniyle her daim "stratejik" bir alan olmuştur. Sanayi devriminden günümüze uzanan süreçte, küresel ticaretin genel eğilimi sınırların kaldırılması ve liberalizasyon yönünde seyrederken, tarım sektörü uzunca bir süre bu genel akışın dışında tutulmuş, ulusal korumacılık duvarlarının ardına gizlenmiştir. Bu durum, literatürde "Tarımsal İstisnailik" (Agricultural Exceptionalism) olarak adlandırılan ve tarımın kendine özgü biyolojik, sosyal ve politik nitelikleri nedeniyle piyasa kurallarına tam olarak tabi kılınamayacağını savunan paradigmanın bir sonucudur.

Ancak 20. yüzyılın son çeyreği, bu paradigmanın radikal bir biçimde sarsıldığı ve tarımın "devletlerin korumasından" çıkarılarak "küresel piyasanın disiplinine" sokulduğu bir kırılma dönemine işaret eder. 1947'de Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) ile başlayan, ancak tarımı büyük ölçüde kapsam dışı bırakan süreç, 1995'te Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) kuruluşu ve Tarım Anlaşması'nın (AoA) imzalanmasıyla yeni bir evreye girmiştir. Bu bölümün temel amacı, tarımsal ticaretin GATT'tan DTÖ'ye uzanan serüvenini, salt teknik bir mevzuat değişimi olarak değil; küresel kapitalizmin genişleme dinamikleri, hegemonik güçlerin (ABD ve AB) çıkar çatışmaları ve "Kalkınma" ile "Küreselleşme" projeleri arasındaki gerilim ekseninde incelemektir.

Bu çalışmada, tarım ticaretindeki korumacılık ve liberalizasyon sarkacının hareketi, tarihsel materyalist bir perspektifle analiz edilecektir. Analizin odağında, gelişmiş kapitalist ülkelerin (Merkez) kendi tarımsal sermayelerini korumak için inşa ettikleri sübvansiyon mekanizmaları ile gelişmekte olan ülkelere (Çevre) dayatılan serbest piyasa kuralları arasındaki asimetri yer alacaktır. Bu bağlamda, "serbest ticaret" söyleminin, aslında küresel gıda rejiminin (food regime) yeniden yapılandırılması ve tarımsal artığın transferi için kullanılan ideolojik bir araç olduğu argümanı tartışmaya açılacaktır.

TARİHSEL ARKA PLAN: TİCARET POLİTİKALARINDA TEORİK TEMELLER

Küresel tarım ticaretinin bugünkü yapısını anlamak için, iktisadi düşünce tarihindeki "Korumacılık" ve "Serbest Ticaret" tartışmalarının kökenlerine inmek zorunludur. Çünkü 21. yüzyılda DTÖ masalarında yapılan tartışmalar, özünde 18. ve 19. yüzyıldaki teorik kamplaşmaların güncel birer yansımasıdır.

Merkantilizm ve Ulusal Güç Unsuru Olarak Tarım

16. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar Avrupa ekonomi politikasına hakim olan Merkantilist düşünce, zenginliğin kaynağını dış ticaret fazlasında ve değerli maden stokunda görür. Bu yaklaşımda devlet, ekonominin asli düzenleyicisidir ve temel amaç "ulusun gücünü" artırmaktır. Tarım, bu dönemde hem orduların beslenmesi hem de sanayi hammaddesi sağlaması açısından hayati bir sektör olarak görülmüştür.

Merkantilist politikalar, tarımsal hammaddelerin ihracatını kısıtlayarak yerli sanayinin ucuza girdi temin etmesini, buna karşılık işlenmiş gıda ve mamul malların ithalatına yüksek gümrük duvarları koyarak yerli üreticiyi korumayı hedeflemiştir (Heaton, 2005). Bu dönemde tarım, bir "piyasa faaliyeti" olmaktan çok, ulusal güvenliğin ve devletin bekasının bir aracıdır. Bugün dahi gıda güvenliği (food security) adı altında uygulanan birçok korumacı politikanın kökeni, bu merkantilist reflekse dayanmaktadır.

Fizyokrasi ve Liberalizmin Doğuşu

Merkantilizmin katı devletçiliğine ilk büyük tepki, 18. yüzyıl Fransa'sında Fizyokratlardan gelmiştir. François Quesnay öncülüğündeki Fizyokratlar, zenginliğin kaynağının ticaret değil, "toprak" ve "tarımsal üretim" olduğunu savunmuşlardır. Onlara göre tarım, "tek üretken sektör"dür; çünkü doğanın bereketi sayesinde kullanılan girdiden daha fazlasını (net hasıla) yaratır. Sanayi ve ticaret ise sadece bu hasılayı dönüştüren veya taşıyan "kısır" (steril) faaliyetlerdir (Denis, 1997).

Fizyokratların dış ticaret politikasına en büyük katkısı, "Laissez faire, laissez passer" (Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler) ilkesiyle tarımsal ticaretin serbestleştirilmesini savunmalarıdır. Onlara göre, tarım ürünlerinin ihracatının yasaklanması (ki o dönemde yaygın bir uygulamaydı), çiftçinin gelirini düşürmekte ve tarımsal yatırımları engellemektedir.

Klasik İktisat: Mutlak ve Karşılaştırmalı Üstünlükler

Sanayi Devrimi ile birlikte sahneye çıkan Klasik İktisat okulu, tarımsal ticaretin teorik çerçevesini kökten değiştirmiştir. Adam Smith (2002), "Ulusların Zenginliği" eserinde, ülkelerin mutlak üstünlüğe sahip oldukları ürünlerde uzmanlaşmaları gerektiğini savunarak, merkantilist korumacılığın verimsizlik yarattığını öne sürmüştür. Ancak tarım ticareti açısından asıl kırılma noktası, David Ricardo'nun analizleridir.

Ricardo (1997), "Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi" ile bir ülke tarımda diğerinden daha az verimli olsa bile, göreceli olarak daha az maliyetli olduğu üründe uzmanlaşarak ticaretten kazanç sağlayabileceğini matematiksel olarak kanıtlamaya çalışmıştır. Ricardo'nun İngiliz Parlamentosu'ndaki "Tahıl Yasaları"na (Corn Laws) karşı verdiği mücadele, tarım ticaretinin politik ekonomisinin en erken ve en çarpıcı örneğidir. İngiliz toprak aristokrasisini koruyan ve buğday ithalatını yasaklayan bu yasalar, gıda fiyatlarını (dolayısıyla işçi ücretlerini) yüksek tutarak sanayi sermayesinin kâr oranlarını düşürmekteydi. Ricardo, tarım ticaretinin serbestleştirilmesini savunarak, aslında toprak sahiplerine karşı sanayi burjuvazisinin çıkarlarını temsil ediyordu. 1846'da Tahıl Yasaları'nın ilgasını, İngiltere'nin "Dünya'nın Atölyesi" olma yolundaki hegemonik yükselişi izlemiştir.

Korumacılığın Geri Dönüşü: Friedrich List ve Bebek Endüstriler

Liberalizmin bu zaferine karşı en güçlü teorik itiraz, Alman Tarihçi Okulu'ndan Friedrich List'ten gelmiştir. List, serbest ticaretin, sanayileşmesini tamamlamış ülkeler (o dönemde İngiltere) için bir avantaj, ancak sanayileşmeye geç kalmış ülkeler (Almanya ve ABD) için bir tuzak olduğunu savunmuştur. "Bebek Endüstriler" (Infant Industry) teziyle List, gelişmekte olan ülkelerin sanayilerini kurana kadar gümrük duvarlarıyla

korunması gerektiğini öne sürmüştür (Levi-Faur, 1997). Bu görüş, 20. yüzyılda İthal İkameci Sanayileşme modellerinin ve tarımsal destekleme politikalarının teorik meşruiyetini oluşturmuştur.

PAX AMERICANA VE GATT REJİMİ: TARIM NEDEN "İSTİSNA" TUTULDU?

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından kurulan Bretton Woods sistemi, dünya ekonomisini liberal prensipler etrafında yeniden inşa etmeyi hedefliyordu. ABD hegemonyası (Pax Americana) altında şekillenen bu yeni düzende, ticaretin serbestleştirilmesi için 1947 yılında Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) imzalandı. Ancak sanayi ürünlerinde gümrük duvarları hızla indirilirken, tarım sektörü bilinçli bir tercihle bu disiplinin dışında tutuldu.

GATT 1947 ve Tarımsal İstisnailiğin Kurumsallaşması

GATT'ın kurucu metninde tarım, sanayi ürünlerinden ayrı bir kategori olarak ele alınmamış gibi görünse de, metnin içine yerleştirilen "kaçış maddeleri", tarımdaki korumacılığa yasal zemin hazırlamıştır. Özellikle GATT'ın XI. Maddesi, genel olarak miktar kısıtlamalarını (kota) yasaklamakla birlikte, "tarımsal ürünlerin pazarlanması veya üretiminin kısıtlanması için gerekli hükümet tedbirlerinin uygulanması durumunda" ithalat kısıtlamalarına izin vermiştir (GATT, 1954; XI).

Daha da önemlisi, XVI. Madde ile sanayi ürünlerinde yasaklanan "ihracat sübvansiyonları", tarımsal ürünler (birincil ürünler) için serbest bırakılmıştır. Tek şart, bu sübvansiyonların ihracatçı ülkeye "dünya ticaretinden hakkaniyetli olandan daha fazla pay kazandırmaması" idi. Ancak "hakkaniyetli pay" (equitable share) kavramının muğlaklığı, ilerleyen yıllarda ABD ve AB'nin dünya piyasalarını sübvansiyonlu ürünlerle istila etmesinin önünü açmıştır.

ABD'nin Rolü: Waiver (Muafiyet) Kararı

Tarımın GATT disiplini dışına itilmesinin baş mimarı, ironik bir biçimde serbest ticaretin en büyük savunucusu olan ABD'dir. 1930'lardaki Büyük Buhran sırasında uygulamaya konulan "New Deal" ve "Tarımsal Uyum Yasası" (Agricultural Adjustment Act - AAA), Amerikan çiftçisini iç fiyat destekleri ve ithalat kısıtlamalarıyla korumayı esas alıyordu.

1950'lere gelindiğinde, ABD Kongresi, uluslararası anlaşmaların iç tarım yasalarını geçersiz kılamayacağı yönünde baskı yapmıştır. Bunun sonucunda ABD, 1955 yılında GATT'tan, kendi tarım yasalarının (Section 22) GATT kurallarına aykırı olsa bile uygulanabilmesi için süresiz bir "Waiver" (Muafiyet) kararı çıkartmıştır. Bu karar, tarımsal ticaretin kurlsızlaşmasının (deregulation) miladıdır. ABD, kendi hegemonik gücünü kullanarak tarımı uluslararası ticaret hukukunun dışına taşımış ve kendi iç

pazarını korurken, ihracat fazlasını dünya piyasalarına "Gıda Yardımı" (PL-480) adı altında boşaltmıştır (Friedmann, 1982).

Avrupa Kalesi: Ortak Tarım Politikası'nın (OTP) Doğuşu

ABD'nin bu korumacı tavrı, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun (AET) kendi tarım politikasını oluştururken elini güçlendirmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan gıda kıtlığı ve açlık travması, Avrupa ülkeleri için "gıda güvenliği"ni ve "kendine yeterliliği" birincil stratejik hedef haline getirmiştir.

1962 yılında hayata geçirilen Ortak Tarım Politikası (OTP - CAP), üç temel ilke üzerine kurulmuştur:

Pazarın Tekliği: Üye ülkeler arasında tarımsal ürünlerin serbest dolaşımı.

Topluluk Tercihi: İthalata karşı yüksek gümrük duvarları ve "Değişken Vergi" (Variable Levy) sistemiyle iç pazarın korunması. İthal ürün fiyatı ne kadar düşük olursa olsun, vergiyle AB iç fiyatına eşitlenmesi.

Mali Dayanışma: Ortak bütçeden (FEOGA) çiftçilere yüksek fiyat destekleri ve ihracat sübvansiyonları (İhracat İadesi) verilmesi.

OTP, kısa sürede Avrupa'yı gıda ithalatçısı konumundan, dünyanın en büyük gıda ihracatçılarından biri konumuna taşımıştır. Ancak bu "başarı", dünya piyasalarında fiyatların çökmesine ve diğer ihracatçı ülkelerin (özellikle gelişmekte olan ülkelerin) pazardan dışlanmasına neden olan bir maliyetle elde edilmiştir (Swinbank ve Tanner, 1996).

ERKEN DÖNEM GATT TURLARI: TARIMSIZ LİBERALİZASYON

GATT bünyesinde 1947'den 1980'lere kadar gerçekleştirilen müzakere turları (Round), sanayi ürünlerinde gümrük tarifelerini dramatik bir şekilde düşürürken, tarım sektörü bu süreçte "görünmez" kalmıştır.

Dillon (1960-61) ve Kennedy (1964-67) Turları

Bu turların temel gündemi, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kuruluşuyla ortaya çıkan gümrük birliği yapısının, diğer GATT üyelerine zarar vermesini engellemektir. Özellikle Kennedy Turu'nda, ABD ve diğer ihracatçılar (Kanada, Avustralya), AET'nin korumacı tarım politikalarına (özellikle Değişken Vergi sistemine) itiraz etmeye çalışsalar da, AET bu mekanizmanın "pazarlık edilemez" olduğunu savunarak geri adım atmamıştır. Sonuç olarak, sanayi ürünlerinde %35'e varan indirimler sağlanırken, tarımda statüko korunmuştur (Hedges, 1967).

Tokyo Turu (1973-1979) ve Tarife Dışı Engeller

1970'lerin çalkantılı ekonomik ortamında (Petrol Krizi, Bretton Woods'un çöküşü) gerçekleşen Tokyo Turu, ilk kez "Tarife Dışı Engeller" (NTBs) konusuna odaklanmıştır. Sübvansiyonlar ve telafi edici vergiler üzerine bir kod (Subsidies Code) kabul edilse de, bu kurallar tarımsal ihracat

sübvansiyonlarını yasaklamaktan ziyade, sadece "ciddi zarar vermeme" gibi muğlak ifadelerle sınırlamaya çalışmıştır. Tokyo Turu da, tarımsal korumacılığın (Neo-Merkantilizm) kurumsallaştığı bir dönem olarak tarihe geçmiştir (Jackson vd., 1982).

KRİZ, ÇATIŞMA VE YENİ BİR REJİM ARAYIŞI: URUGUAY TURU'NUN POLİTİK EKONOMİSİ

Bretton Woods para sisteminin 1971'de çöküşü ve ardından gelen 1973 Petrol Krizi, dünya ekonomisinde "stagflasyon" (durgunluk içinde enflasyon) olgusunu tetiklerken, tarım piyasaları da bu türbülansın merkezine yerleşmiştir. Bu dönemde tarım, sadece bir ekonomik sektör olmaktan çıkmış, Soğuk Savaş konjonktüründe stratejik bir dış politika silahına (Agri-Power) dönüşmüştür.

Gıda Güvenliği Paradoksu ve İhracat Zorunluluğu

1970'lerin başında yaşanan Sovyetler Birliği'nin devasa tahıl alımları (Büyük Tahıl Soygunu - The Great Grain Robbery) ve dünya gıda fiyatlarındaki ani artış, gıda güvenliği endişelerini körüklemiştir. Ancak 1970'lerin ikinci yarısına gelindiğinde tablo tam tersine dönmüştür. Yeşil Devrim teknolojilerinin (hibrit tohumlar, kimyasal gübreler) yaygınlaşması ve Batı'daki yüksek destekleme fiyatları, "yapısal üretim fazlası" (structural surplus) sorununu doğurmuştur (Friedmann, 1993).

ABD ve Avrupa Topluluğu (AT), iç piyasalarında biriken bu devasa stokları (tahıl dağları, süt gölleri) eritmek zorundaydı. İç piyasada fiyatları düşürmek siyasi olarak intihar (çiftçi oyları nedeniyle) anlamına geldiğinden, tek çıkış yolu ihracattı. Ancak dünya piyasalarında talep sınırlıydı. Bu durum, iki dev bloğu kıyasıya bir pazar kapma mücadelesine itmiştir.

Transatlantik Ticaret Savaşı

1980'lere gelindiğinde dünya tarım ticareti, kuralların işlemediği bir savaş alanına dönmüştür.

Avrupa Cephesi: Ortak Tarım Politikası (OTP) sayesinde Avrupa, net ithalatçı konumundan dünyanın en büyük ikinci ihracatçısı konumuna yükselmiştir. Bunu sağlamak için "İhracat İadeleri" (Export Refunds) adı altında, dünya fiyatı ile yüksek AB iç fiyatı arasındaki fark ihracatçıya ödenmiştir. Bu, teknik olarak "damping"dir.

ABD Cephesi: Avrupa'nın pazar payı kapmasına öfkelenen ABD, 1985 Tarım Yasası ile "İhracat Geliştirme Programı"nı (Export Enhancement Program - EEP) devreye sokmuştur. Bu programla ABD, hedef pazar olarak seçtiği ülkelere (özellikle Kuzey Afrika ve Ortadoğu) yapılan ihracata doğrudan nakdi destek vermeye başlamıştır.

Bu "Sübvansiyon Savaşları"nın (Subsidy Wars) kaybedeni, hazineleri bu maliyeti kaldıramayan gelişmekte olan ülkeler ve "Cairns Grubu"

(Arjantin, Avustralya, Brezilya vb. gibi devlet desteği vermeden ihracat yapan ülkeler) olmuştur. Dünya fiyatları üretim maliyetlerinin çok altına düşmüş, Arjantinli veya Filipinli çiftçi, ABD Hazinesi ile rekabet edemez hale gelmiştir (Watkins, 1991).

URUGUAY TURU (1986-1994): TARIMIN DISIPLINE EDİLMESİ

GATT'ın 8. Müzakere Turu olan Uruguay Turu, 1986'da Punta del Este'de başladığında, tarımın gündemin en üst sırasına yerleşmesinin nedeni "serbest ticaret aşkı" değil, bütçe zorunluluklarıydı. Hem ABD hem de AB bütçeleri, tarımsal desteklerin mali yükü altında eziliyordu. Ayrıca, çok uluslu tarım şirketleri (Cargill, Monsanto, Nestle), küresel pazarlara engelsiz erişim talep ediyordu.

Müzakere Masasındaki Aktörler ve Pozisyonlar

Uruguay Turu, tarım müzakerelerinde üç kutuplu bir yapı arz etmiştir:

ABD (Sıfır Opsiyonu): Reagan yönetimi başlangıçta, 10 yıl içinde tarımdaki tüm ticaret bozucu sübvansiyonların tamamen kaldırılmasını (Zero Option) teklif etmiştir. Bu radikal teklif, hem AB'nin OTP'sini çökertmeyi hem de Amerikan tarım şirketlerine (Agribusiness) dünya pazarını açmayı hedefliyordu.

Avrupa Topluluğu (Kademeli Reform): AB, OTP'nin temel mekanizmalarını korumak istiyor, ancak maliyetleri düşürecek kontrollü bir pazar paylaşımına yanaşıyordu. Tam liberalizasyon onlar için kabul edilemezdi.

Cairns Grubu: Arjantin, Avustralya, Brezilya, Kanada gibi 14 ülkeden oluşan bu grup, "Tarımda Adil Ticaret" sloganıyla ortaya çıkmış ve sübvansiyonların kaldırılması için ABD ile taktiksel işbirliği yapmıştır (Tussie, 1993).

Gelişmekte olan ülkelerin büyük çoğunluğu ise bu süreçte "edilgen izleyici" konumunda kalmıştır. Onlar için asıl endişe, sübvansiyonların kalkmasıyla ucuz gıda ithalatının sona ermesi ve ithalat faturalarının şişmesiydi.

Blair House Mutabakatı: Kaderi Belirleyen Gizli Anlaşma

Müzakereler 1990'da Brüksel'de kilitlenip çökme noktasına geldiğinde, süreci kurtaran çok taraflı diplomasi değil, ABD ve AB arasındaki ikili pazarlık olmuştur. 1992'de Washington'da gizlice imzalanan "*Blair House Mutabakatı*", dünya tarım ticaretinin yeni kurallarını belirlemiştir. Bu mutabakatla ABD, "Sıfır Opsiyonu"ndan vazgeçmiş; AB ise desteklerde belirli bir indirim kabul etmiştir. Geri kalan 100'den fazla ülke, bu iki devin anlaşığı metni (küçük revizyonlarla) kabul etmek zorunda kalmıştır. Bu durum, DÖ Tarım Anlaşması'nın neden "Kuzey'in çıkarlarını yansıttığının en açık kanıtıdır (McMichael, 2000).

DTÖ TARIM ANLAŞMASI (AOA): ÜÇ SÜTUNLU YAPI VE TUZAKLAR

1995'te yürürlüğe giren DTÖ Tarım Anlaşması (Agreement on Agriculture - AoA), tarım ticaretini üç ana sütun (Pillars) üzerine inşa etmiştir. İlk bakışta adil bir serbestleşme gibi görünen bu yapı, detaylarına inildiğinde gelişmiş ülkelerin korumacılığını "yasallaştıran", gelişmekte olanların elini kolunu bağlayan asimetrik bir düzenektir.

Birinci Sütun: Pazara Giriş (Market Access) ve "Kirli Tarifelendirme"

Anlaşma, tarımsal ithalatta kullanılan tüm tarife dışı engellerin (kota, ithalat yasağı, değişken vergi) kaldırılarak, bunların eşdeğeri olan gümrük vergilerine dönüştürülmesini (*Tarifelendirme / Tariffication*) zorunlu kılmıştır. Amaç şeffaflıktır. Gelişmiş ülkeler tarifelerini 6 yılda ortalama %36, gelişmekte olanlar ise 10 yılda %24 indirecektir.

Ancak uygulamada "*Kirli Tarifelendirme*" (*Dirty Tariffication*) yaşanmıştır. AB ve ABD, baz yıllarını (1986-1988) seçerken fiyatların en düşük, korumanın en yüksek olduğu dönemi baz alarak, başlangıç tarifelerini (bound tariffs) astronomik düzeylerde (%200-%300) belirlemişlerdir. Böylece %36'lık indirimden sonra bile gümrük duvarları aşılmaz kalmıştır. Yani pazarlar kağıt üzerinde açılmış, fiili olarak kapalı kalmıştır (Ingco, 1995).

İkinci Sütun: İç Destekler (Domestic Support) ve "Kutu" Mantığı

AoA'nın en karmaşık ve en politik alanı burasıdır. Anlaşma, tarımsal destekleri ticaret üzerindeki etkilerine göre renkli kutulara (Boxes) ayırmıştır:

- *Sarı Kutu (Amber Box)*: Üretimi ve ticareti bozan destekler (fiyat destekleri, girdi sübvansiyonları). Bunlar "Toplam Destek Ölçüsü" (AMS) ile hesaplanır ve azaltılması zorunludur (Gelişmişler için %20 indirim).
- *Mavi Kutu (Blue Box)*: Üretim kısıtlaması şartına bağlı doğrudan ödemeler. Bu kutu, Blair House Mutabakatı ile AB ve ABD için özel olarak icat edilmiştir. Ticareti bozucu olmalarına rağmen, üretim kotası olduğu gerekçesiyle indirimden muaf tutulmuşlardır.
- *Yeşil Kutu (Green Box)*: Ticareti bozmadığı varsayılan destekler (AR-GE, altyapı, çevre koruma, üretimden bağımsız doğrudan gelir desteği - Decoupled Payments). Bu desteklerde hiçbir sınırlama yoktur.

Buradaki tuzak şudur: Gelişmiş ülkeler (AB ve ABD), bütçeleri müsait olduğu için desteklerini "Sarı Kutu"dan (yasaklı), "Yeşil Kutu"ya (serbest) kaydırmışlardır. Örneğin AB, çiftçiye verdiği ürün başına desteği kesmiş, bunun yerine "Doğrudan Gelir Desteği" çeki göndermiştir. Çiftçi yine parasını almış, üretim devam etmiştir. Ancak gelişmekte olan ülkelerin "Yeşil Kutu" desteği verecek bütçeleri yoktur; onlar mecburen fiyat desteği

(Sarı Kutu) vermek zorundadır ve bu da DTÖ kurallarıyla kısıtlanmıştır. Bu mekanizma, zengin ülkelerin çiftçisini fonlamasını meşrulaştırırken, yoksul ülkelerin desteklemesini engellemiştir (Bello, 2009).

Üçüncü Sütun: İhracat Rekabeti (Export Competition)

Anlaşma, ihracat sübvansiyonlarını tamamen yasaklamamış, sadece miktar ve bütçe bazında indirim (Miktar üzerinden %21, Bütçe üzerinden %36) öngörmüştür. Bu durum, sübvansiyon kullanma hakkını "tarihsel olarak kullananlara" (yani AB ve ABD'ye) saklı tutmuştur. Daha önce ihracat sübvansiyonu vermeyen bir gelişmekte olan ülkenin, bundan sonra vermesi yasaklanmıştır. Bu, "piyasayı daha önce kim bozduysa, bozmaya (azalarak da olsa) devam edebilir" anlamına gelen bir adaletsizlik örneğidir.

Barış Maddesi (Peace Clause)

AoA'nın 13. Maddesi, 9 yıl boyunca (2003'e kadar), "Yeşil Kutu" ve "Mavi Kutu" kapsamındaki desteklere karşı DTÖ'de dava açılmayacağını hükme bağlamıştır. Bu madde, gelişmiş ülkelerin yeni sisteme uyum sağlarken yasal koruma altında olmalarını garanti altına almıştır.

DOHA ÇIKMAZI VE KÜRESEL GÜNEY'İN YÜKSELİŞİ: TARIM SAVAŞLARINDA YENİ CEPHELER

Uruguay Turu'nun ardından 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) kurulmasıyla birlikte, tarım ticaretinde kurallara dayalı yeni bir dönemin başladığı varsayılmıştır. Ancak 1995-2000 yılları arasındaki "Uygulama Dönemi" (Implementation Period), gelişmekte olan ülkeler için büyük bir hayal kırıklığına dönüşmüştür.

Tarım Anlaşması'nın (AoA) vaat ettiği "pazara giriş" olanakları, gelişmiş ülkelerin (Kuzey) tarife zirveleri (tariff peaks) ve tarife artışları (tariff escalation) nedeniyle gerçekleşmemiştir. Örneğin, kakao çekirdeğine uygulanan gümrük vergisi sıfırken, işlenmiş çikolataya uygulanan verginin %30'lara çıkması, Güney ülkelerini hammadde ihracatçısı konumuna hapsedmeye devam etmiştir. Ayrıca, gelişmiş ülkelerin desteklerini "Yeşil Kutu"ya kaydırarak sürdürmesi, dünya fiyatlarındaki baskıyı hafifletmemiş, aksine 1990'ların sonunda emtia fiyatları tarihsel dip seviyeleri görmüştür.

Bu memnuniyetsizlik, 1999 Seattle Bakanlar Konferansı'nda patlak vermiştir. Gelişmekte olan ülkelerin, "Uygulama Sorunları" çözülmeden yeni bir müzakere turuna başlamayı reddetmesi ve sokaklardaki küreselleşme karşıtı protestoların baskısı, Seattle zirvesini çökertmiştir. Bu olay, tarım müzakerelerinde "Eski Dörtlü"nün (ABD, AB, Japonya, Kanada) hegemonyasının sarsıldığının ilk işaretidir.

DOHA KALKINMA GÜNDEMİ: RETORİK VE GERÇEKLİK

Seattle başarısızlığının ardından, 11 Eylül saldırılarının yarattığı jeopolitik belirsizlik ortamında, küresel ekonomiye güven aşılacak amacıyla 2001 yılında Katar'ın başkenti Doha'da yeni bir tur başlatılmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin sisteme olan güvenini tazelemek için bu tura, stratejik bir isimlendirmeyle "Doha Kalkınma Gündemi" (DDA) adı verilmiştir.

Doha'nın Tarım Mandası

Doha Deklarasyonu, tarım konusunda üç temel alanda "kapsamlı müzakereler" yürütülmesini taahhüt etmiştir:

- Pazara girişte önemli iyileştirmeler (Gümrüklerin indirilmesi).
- İhracat sübvansiyonlarının (tarihi belli olacak şekilde) aşamalı olarak kaldırılması.
- Ticareti bozan iç desteklerde (Sarı Kutu) önemli indirimler.

Ayrıca, gelişmekte olan ülkeler için "Özel ve Farklı Muamele" (S&D) ilkesinin, müzakerelerin ayrılmaz bir parçası olacağı vurgulanmıştır. Ancak bu vaatlerin altının nasıl doldurulacağı (Modaliteler), ilerleyen yıllarda bitmek bilmeyen teknik ve politik çatışmaların konusu olmuştur.

Kutu Savaşları

Decoupling (Üretimden Koparma) Oyunu Doha Turu boyunca ABD ve AB, tarımsal desteklerini korumak için karmaşık bir "kutu değiştirme" stratejisi izlemişlerdir.

- *AB'nin Fischler Reformu (2003)*: Ortak Tarım Politikası'nda (OTP) radikal bir değişikliğe giden AB, ürün başına verilen destekleri büyük ölçüde kaldırarak, "Tek Çiftlik Ödemesi" (Single Farm Payment) sistemine geçmiştir. Bu sistemde çiftçiye, ne kadar ürettiğinden bağımsız olarak, geçmiş referanslara ve çevre standartlarına uyuma dayalı doğrudan ödeme yapılır. Böylece destekler, ticareti bozan "Sarı/Mavi Kutu"dan, serbest olan "Yeşil Kutu"ya transfer edilmiştir. AB, bu hamleyle Doha masasında "Ben ev ödevimi yaptım, sıra sizde" diyerek gelişmekte olan ülkelere sanayi gümrüklerini indirmelerini talep etmiştir.
- *ABD'nin 2002 ve 2008 Tarım Yasaları*: AB'nin aksine ABD, "Karşı Döngüsel Ödemeler" (Counter-Cyclical Payments) gibi fiyatlar düştüğünde artan mekanizmalarla çiftçisini korumaya devam etmiştir. ABD'nin bu tavrı, özellikle pamuk üreticisi Batı Afrika ülkeleri (C-4: Benin, Burkina Faso, Çad, Mali) için yıkıcı olmuştur. ABD'nin 25.000 pamuk üreticisine verdiği 4 milyar dolarlık destek, dünya pamuk fiyatlarını düşürerek milyonlarca Afrikalı çiftçiyi yoksulluğa itmiştir. Bu durum, Doha Turu'nun ahlaki meşruiyetini sorgulatan en büyük "turnusol kağıdı" olmuştur (Stiglitz ve Charlton, 2005).

KÜRESEL GÜNEY'İN BAŞKALDIRISI: G-20 VE G-33 KOALİSYONLARI

Doha Turu'nun en belirleyici özelliği, gelişmekte olan ülkelerin artık pasif birer taraf olmaktan çıkıp, bloklar halinde hareket ederek müzakere dinamiklerini değiştirmeleridir.

Cancun 2003: "Hayır" Demenin Gücü

2003 yılında Meksika'nın Cancun kentinde düzenlenen Bakanlar Konferansı, tarım diplomasisinde bir dönüm noktasıdır. ABD ve AB, konferans öncesinde bir araya gelerek kendi aralarında anlaşmış ve desteklerini koruyan ortak bir metin hazırlamışlardır. Bu "Kuzey İttifakı"na karşı, Brezilya, Hindistan ve Çin'in liderliğinde G-20 (Tarım) grubu kurulmuştur.

G-20, homojen bir grup değildir. İçinde Brezilya, Arjantin gibi agresif ihracatçılar (liberalizasyon isteyenler) ve Hindistan, Endonezya gibi korumacı (gıda güvenliği odaklı) ülkeler vardır. Ancak bu grubu birleştiren ortak payda, gelişmiş ülkelerin tarım sübvansiyonlarına duyulan tepkidir. G-20, Cancun'da ABD-AB metnini reddetmiş ve "Sübvansiyonlar kalkmadan, pazarımızı açmayız" restini çekmiştir. Bu rest sonucunda Cancun Konferansı çökmüş, ancak Küresel Güney ilk kez masada "veto gücünü" kanıtlamıştır (Narlikar ve Tussie, 2004).

G-33 ve Özel Ürünler (SP)

G-20'ye ek olarak, gıda güvenliği ve kırsal kalkınma endişeleri taşıyan 40'tan fazla ülkenin oluşturduğu G-33 grubu, iki yeni mekanizmanın kabul edilmesi için mücadele etmiştir:

- Özel Ürünler (Special Products - SP): Gıda güvenliği açısından kritik olan belirli ürünlerin (pirinç, mısır vb.) gümrük indirimlerinden muaf tutulması.
- Özel Koruma Mekanizması (Special Safeguard Mechanism - SSM): İthalatın ani artışı veya fiyatların ani düşüşü durumunda, gelişmekte olan ülkelerin gümrük vergilerini geçici olarak yükseltebilme hakkı.

DOHA'NIN ÇÖKÜŞÜ VE YENİ KORUMACILIK

2008 yılına gelindiğinde, Cenevre'de yapılan "Mini-Bakanlar" toplantısında taraflar bir anlaşmaya çok yaklaşmış görünüyordu. Ancak müzakereler, tam da G-33'ün talep ettiği Özel Koruma Mekanizması (SSM) tetikleme seviyeleri üzerinde kilitlenmiştir.

ABD ve ihracatçı ülkeler, SSM'in kolayca tetiklenmesinin ticareti engelleyeceğini savunurken; Hindistan ve Çin, kendi milyonlarca yoksul çiftçisini korumak için bu mekanizmanın "etkili ve kolay kullanılabilir"

olmasında ısrar etmiştir. ABD Temsilcisi Susan Schwab'ın "Korumacılığa izin veremeyiz" çıkışına, Hindistan Ticaret Bakanı Kamal Nath'ın "Milyonlarca çiftçinin geçimini pazarlık masasına yatıramam" cevabı, Doha'nın tabutuna çakılan son çivi olmuştur (Blustein, 2009).

2008'den sonra Doha Turu fiilen "bitkisel hayata" girmiştir. 2013 Bali ve 2015 Nairobi paketlerinde, "İhracat Sübvansiyonlarının Kaldırılması" konusunda (zaten bütçe kısıtları nedeniyle azalmış olan) bir uzlaşa sağlansa da, iç destekler ve pazara giriş konularındaki büyük düğüm çözülememiştir.

KÜRESEL EŞİTSİZLİK, YENİ GIDA KRİZLERİ VE SONUÇ: SARKACIN GERİ DÖNÜŞÜ

DTÖ Tarım Anlaşması'nın (AoA) yürürlükte olduğu çeyrek asırlık süreç, tarımsal ticaret hacmini artırmış olsa da, bu artışın bölüşümü son derece asimetrik gerçekleşmiştir. Gelişmekte olan ülkeler (Küresel Güney), vaat edilen "refah artışı" yerine, ithalat bağımlılığı ve yerel üretim kapasitelerinin erozyonu ile karşı karşıya kalmışlardır.

İthalat Patlamaları (Import Surges) ve Yerel Üretimin Çöküşü

Gümrük tarifelerinin düşürülmesi ve ithalat kotalarının kaldırılması, gelişmekte olan ülkelerin pazarlarını, gelişmiş ülkelerin (hala sübvansiyon edilen) ucuz ürünlerine karşı savunmasız bırakmıştır. BM Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre, 1995 sonrasında birçok Afrika ve Latin Amerika ülkesinde "İthalat Patlamaları" yaşanmıştır.

Örneğin Gana'da, gümrüklerin indirilmesiyle birlikte Avrupa Birliği'nden gelen dondurulmuş tavuk eti ithalatı yerel üretimi bitirme noktasına getirmiş; Jamaika'da süt tozu ithalatı yerli süt endüstrisini çökertmiştir. Bu süreç, Güney ülkelerini gıda ihracatçısı konumundan net gıda ithalatçısı konumuna sürüklemiştir. Bir zamanlar kendine yeten ülkelerin, temel gıda maddelerinde (buğday, pirinç, mısır) dışa bağımlı hale gelmesi, onları küresel fiyat dalgalanmalarına karşı kırılgan kılmıştır (De Schutter, 2011).

Kalkınma Kutusu (Development Box) İhtiyacı

Bu asimetriye karşı gelişmekte olan ülkeler, DTÖ müzakerelerinde "Kalkınma Kutusu" adıyla yeni bir kategori talep etmişlerdir. Bu talep, gelişmiş ülkelerin "Mavi Kutu" ve "Yeşil Kutu" ile sahip oldukları esnekliğin bir benzerinin, gıda güvenliği ve kırsal geçim kaynaklarını korumak amacıyla gelişmekte olan ülkelere de tanınmasını içermektedir. Ancak bu talep, "ticareti serbestleştirme ruhuna aykırı olduğu" gerekçesiyle Kuzey ülkeleri tarafından sürekli reddedilmiştir. Bu durum, DTÖ rejiminin kalkınma dostu bir yapıdan ziyade, "Kalkınmayı Önleyici" (Anti-Development) bir nitelik taşıdığı eleştirilerini güçlendirmiştir (Chang, 2002).

GIDA KRİZLERİ ÇAĞI: FİNANSALLAŞMA VE JEOPOLİTİK KIRILMALAR

Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreği, tarımın sadece bir ticaret sorunu değil, küresel bir güvenlik sorunu olduğunu hatırlatan ardışık şoklarla sarsılmıştır. 2007-2008 Gıda Fiyatları Krizi, Covid-19 Pandemisi ve Rusya-Ukrayna Savaşı, neoliberal gıda rejiminin (küresel tedarik zincirlerine dayalı gıda güvenliği modeli) iflasını ilan etmiştir.

Tarımın Finansallaşması (Financialization of Agriculture)

2008 yılında dünya gıda fiyatlarının aniden iki katına çıkması ve 30'dan fazla ülkede "ekmek isyanlarının" (food riots) yaşanması, sadece arz-talep dengesiyle (kuraklık vb.) açıklanamaz. Bu krizin arkasındaki temel dinamik, tarımsal emtiaların birer "yatırım aracına" dönüşmesidir.

ABD'de 2000 yılında yapılan yasal düzenlemelerle (Commodity Futures Modernization Act), kurumsal yatırımcıların (hedge fonlar, emeklilik fonları) emtia borsalarında spekülasyon işlem yapmasının önü açılmıştır. Sonuç olarak, gıda fiyatları, tarladaki hasattan bağımsız olarak, Wall Street'teki endeks fonlarının (Index Funds) hareketlerine göre belirlenmeye başlamıştır. Buğday veya mısır, artık insanların besini değil, portföy çeşitlendirme aracıdır. Bu "finansallaşma", gıda fiyatlarındaki volatilitiyi (oyunaklığı) artırmış ve en küçük bir piyasa paniğinde fiyatların rekor kırmasına neden olmuştur (Ghosh, 2010).

Pandemi ve Savaş: Korumacılığın Geri Dönüşü

Covid-19 pandemisi ve ardından gelen Rusya-Ukrayna Savaşı, "karşılaştırmalı üstünlükler" teorisine dayalı küresel işbölümünün sınırlarını göstermiştir.

Lojistik Kırılma: "Tam Zamanında" (Just-in-Time) üretim modeline dayalı küresel gıda zinciri, sınırların kapanması ve lojistik darboğazlarla çökmüştür.

İhracat Yasakları: Kriz anında ülkeler, DTÖ kurallarını bir kenara bırakarak "Önce Kendi Vatandaşım" refleksine dönmüştür. 2008'de pirinç ihracatını yasaklayan Hindistan ve Vietnam gibi, 2022'de buğday ve ayçiçek yağı ihracatını kısıtlayan 20'den fazla ülke, gıda milliyetçiliğinin (Food Nationalism) yükselişini simgelemiştir.

Bu gelişmeler, "Ticaret yoluyla gıda güvenliği" (Trade-based food security) paradigmasının yerini, "Gıda Egemenliği" (Food Sovereignty) ve "Yerelleşme" tartışmalarına bırakmasına neden olmuştur. Artık ülkeler, verimli olmasa bile stratejik ürünleri kendi sınırları içinde üretmeyi bir ulusal güvenlik meselesi olarak görmektedir.

SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Küresel tarım ticaretinin tarihsel ve politik ekonomi perspektifinden analizi, tarımsal üretimin ve mübadele ilişkilerinin salt birer iktisadi faaliyet olmanın çok ötesinde, ulus-devletlerin egemenlik alanlarını, küresel güç hiyerarşisini ve sermaye birikim rejimlerini şekillendiren stratejik bir mücadele sahası olduğunu ortaya koymaktadır. Merkantilizmden günümüzün neoliberal finansallaşma çağına uzanan süreçte, tarım sektörü üzerindeki korumacılık ve liberalizasyon sarkacının hareketi, iktisat teorisinin öngördüğü refah maksimizasyonu veya karşılaştırmalı üstünlükler ilkesinden ziyade, hegemonik güçlerin dönemsel ihtiyaçları ve kriz dinamikleri tarafından belirlenmiştir. On sekizinci yüzyılda İngiliz sanayi burjuvazisinin Tahıl Yasaları'na karşı yürüttüğü serbest ticaret mücadelesi ile yirmi birinci yüzyılda çok uluslu tarım şirketlerinin DTÖ kuralları üzerinden talep ettiği pazar erişimi arasında, sermayenin genişleme dürtüsü açısından tarihsel bir süreklilik bulunmaktadır. Ancak bu süreklilik, doğrusal bir liberalleşme hikayesi değil, kuralların "Merkez" ülkelerin çıkarlarına göre sürekli yeniden yazıldığı, "Çevre" ülkelerin ise bu kurallara uymaya zorlandığı asimetrik bir entegrasyon sürecidir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında kurulan Bretton Woods sistemi ve GATT rejimi, sanayi ürünlerinde gümrük duvarlarını hızla indirirken, tarımı bilinçli bir "istisnailik" statüsüyle uluslararası ticaret disiplininin dışında tutmuştur. Bu dönemde ABD ve daha sonra Avrupa Topluluğu, kendi tarımsal üretim kapasitelerini artırmak, gıda güvenliğini sağlamak ve kırsal sınıfların rızasını üretmek amacıyla yoğun devlet müdahaleciliğine ve korumacılığa başvurmuşlardır. ABD'nin 1955 tarihli Muafiyet kararı ve Avrupa'nın Ortak Tarım Politikası, tarımsal artı-değerin ulusal sınırlar içinde tutulmasını ve devlet destekleriyle büyütülmesini sağlayan neo-merkantilist kaleler inşa etmiştir. Bu dönemde tarım, Soğuk Savaş konjonktüründe stratejik bir dış politika aracı olarak kullanılmış, üretilen yapısal fazlalar gıda yardımları adı altında Üçüncü Dünya pazarlarına aktarılarak, bu ülkelerin yerel üretim sistemlerinin çöküşü pahasına yeni bağımlılık ilişkileri yaratılmıştır. Dolayısıyla, 1980'lere kadar süren bu dönemde liberalizm, sanayi ticareti için geçerli bir norm iken, tarım sektörü devlet güdümlü bir birikim alanı olarak varlığını sürdürmüştür.

Ancak 1970'lerin krizi ve neoliberalizmin yükselişiyle birlikte, gelişmiş ülkelerin bütçeleri üzerindeki sübvansiyon yükü sürdürülemez hale gelmiş ve tarımsal sermayenin (Agribusiness) küresel pazarlara açılma talebi, oyunun kurallarının değişmesini zorunlu kılmıştır. Uruguay Turu ve nihayetinde DTÖ Tarım Anlaşması, tarımın "devletin korumasından" çıkarılarak "piyasanın disiplinine" sokulması iddiasıyla sunulmuş olsa da, ortaya çıkan rejim tam anlamıyla bir serbest ticaret düzeni değildir. Aksine bu yeni rejim, gelişmiş ülkelerin tarımsal desteklerini "kutular" (Sarı, Mavi, Yeşil) sistemiyle kamufle ederek sürdürmelerine olanak tanıyan, buna

karşılık gelişmekte olan ülkelerin gümrük duvarlarını ve destekleme araçlarını ellerinden alan kurumsallaşmış bir çifte standarttır. "Kırlı tarifelendirme" yoluyla pazarlarını fiilen kapalı tutan, üretimden bağımsız doğrudan ödemelerle (decoupling) çiftçisini fonlamaya devam eden ve ihracat sübvansiyonlarını tarihsel bir hak olarak kullanan Kuzey ülkeleri, "serbest ticaret" söylemini kendi pazar hakimiyetlerini pekiştiren ideolojik bir aygıtta dönüştürmüşlerdir.

Bu asimetrik yapının maliyeti, Küresel Güney için yıkıcı olmuştur. Tarım Anlaşması'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte, gelişmekte olan ülkeler ithalat patlamalarıyla (import surges) karşı karşıya kalmış, yerel üreticiler sübvansiyon edilmiş Kuzey ürünleriyle rekabet edemeyerek üretimden kopmuştur. Bir zamanlar gıda ihracatçısı olan birçok Afrika ve Latin Amerika ülkesinin net gıda ithalatçısı konumuna düşmesi, sadece bir dış ticaret dengesi sorunu değil, aynı zamanda kırsal yoksulluğun derinleşmesi ve gıda egemenliğinin yitirilmesi anlamına gelmektedir. Gelişmekte olan ülkelere dayatılan "karşılaştırmalı üstünlükler" masalı, onları hammadde ihracatına ve işlenmiş gıda ithalatına mahkûm eden, katma değer merkez ülkelerde kaldığı sömürücü bir işbölümünü yeniden üretmiştir. Kalkınma iktisadının temel tezi olan "bebek endüstrilerin korunması" ilkesi, tarım sektöründe DTÖ kuralları tarafından yasaklanmış, böylece gelişmekte olan ülkelerin kendi tarımsal sanayileşmelerini gerçekleştirme yolları tıkanmıştır.

İki binli yılların başında Doha Turu'nun "Kalkınma" vaadiyle başlaması, sistemin meşruiyet krizini aşma çabası olarak okunabilir. Ancak G-20 ve G-33 gibi koalisyonların yükselişi, gelişmekte olan ülkelerin artık pasif birer kural alıcı olmaktan çıkıp, müzakere masasında veto gücüne sahip aktörlere dönüştüğünü göstermiştir. Doha Turu'nun, gelişmiş ülkelerin tarımsal korumacılığında ısrar etmesi ve gelişmekte olan ülkelerin gıda güvenliğini koruyacak "Özel Koruma Mekanizması" (SSM) gibi araçlara direnç göstermesi nedeniyle çökmesi, küresel ticaret rejiminde bir dönüm noktasıdır. Bu çöküş, sadece teknik bir anlaşmazlık değil, neoliberal küreselleşme projesinin sınırlarına dayandığının ilanıdır. Gelişmiş ülkelerin "merdiveni itme" stratejisi, değişen küresel güç dengeleri ve yükselen ekonomilerin direnci karşısında işlevsiz kalmıştır.

Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde yaşanan gelişmeler, tarım sorununun nitelik değiştirdiğini ve artık sadece bir ticaret sorunu olmaktan çıkıp, çok boyutlu bir güvenlik krizine dönüştüğünü göstermektedir. Tarımsal emtiaların finansallaşması, gıda fiyatlarını arz-talep dengesinden kopararak spekülasyon sermaye hareketlerinin insafına terk etmiş, 2008 gıda krizi ve Arap Baharı örneklerinde görüldüğü üzere, gıda fiyatlarındaki oynaklık doğrudan siyasi istikrarsızlığa tahvil edilmiştir. Gıda, artık borsalarda işlem gören bir yatırım aracı, bir portföy çeşitlemesidir; bu durum, gıdanın bir insan hakkı olma niteliği ile meta olma niteliği arasındaki çelişkiyi en keskin haline taşımıştır.

Dahası, Covid-19 pandemisi ve Rusya-Ukrayna Savaşı, küresel gıda rejiminin "verimlilik" ve "tam zamanında üretim" üzerine kurulu lojistik mimarisinin ne kadar kırılğan olduğunu acı bir şekilde kanıtlamıştır. Kriz anlarında ulus-devletlerin hızla korumacı reflekslere dönmesi, ihracat yasakları koyması ve stokçuluğa yönelmesi, "ticaret yoluyla gıda güvenliği" paradigmasının iflas ettiğini göstermektedir. Ülkeler, artık tarımsal üretimi sadece ekonomik bir rasyonalite içinde değil, ulusal güvenliğin ve stratejik otonominin bir parçası olarak değerlendirmektedir. Bu durum, sarkaç hareketinin liberalizasyondan yeniden korumacıluğa, küresel entegrasyondan bölgeselleşmeye ve yerelleşmeye doğru savrulduğuna işaret etmektedir.

Gelinen noktada, küresel tarım ticaretinin geleceği derin bir belirsizlik içindedir. DTÖ kuralları, iklim krizinin, ekolojik tahribatın ve artan eşitsizliklerin dayattığı yeni gerçekliklerle baş etmekte yetersiz kalmaktadır. Endüstriyel tarım modelini ve uzun tedarik zincirlerini teşvik eden mevcut kurallar, karbon ayak izini artırmakta, biyoçeşitliliği yok etmekte ve küçük aile işletmelerini tasfiye etmektedir. Oysa gezegenin sınırları ve insanlığın gıda ihtiyacı, üretim odaklı ve şirket merkezli bir ticaret rejiminden; hak odaklı, ekolojik ve üretici dostu bir sisteme geçişi zorunlu kılmaktadır. Gıda Egemenliği hareketinin savunduğu gibi, halkların kendi tarım ve gıda politikalarını belirleme hakkı, uluslararası ticaretin serbestleştirilmesinden daha öncelikli bir norm haline gelmelidir.

Sonuç olarak, tarihsel süreç bize tarım ticaretinin asla "serbest" olmadığını, her zaman politik tercihler ve güç dengeleri tarafından yönetildiğini öğretmektedir. Dün merkantilist devletlerin, bugün ise devasa tarım-gıda şirketlerinin yönettiği bu piyasa, "görünmez el"in değil, "görünür yumrukların" ve lobilerin şekillendirdiği bir yapıdır. Eğer küresel sistem, adil ve sürdürülebilir bir gıda düzeni inşa etmek istiyorsa, tarımı bir meta olmaktan çıkarıp, stratejik bir kamu malı olarak yeniden tanımlamak zorundadır. Aksi takdirde, korumacılık ile kuralsızlık arasında gidip gelen sarkaç, gıda krizlerini, yoksulluğu ve jeopolitik çatışmaları derinleştirmeye devam edecektir. Geleceğin ekonomi politiği, gıdayı kontrol edenin dünyayı kontrol ettiği gerçeği ile gıdanın tüm insanlığın ortak mirası olduğu ideali arasındaki çatışma üzerinden yazılacaktır.

KAYNAKÇA

- Bello, W. (2009). *The Food Wars*. London: Verso.
- Blustein, P. (2009). *Misadventures of the Most Favored Nations: Clashing Egos, Inflated Ambitions, and the Stupor of the World Trade Organization*. New York: PublicAffairs.
- Chang, H. J. (2002). *Kicking Away the Ladder: Development Strategy in Historical Perspective*. London: Anthem Press.
- De Schutter, O. (2011). *The World Trade Organization and the Right to Food*. United Nations Special Rapporteur on the Right to Food Report.

- Denis, H. (1997). *Ekonomik Doktrinler Tarihi*. (Çev. A. Tokatlı), İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Friedmann, H. (1982). The Political Economy of Food: The Rise and Fall of the Postwar International Food Order. *American Journal of Sociology*, 88, 248-286.
- Friedmann, H. (1993). The Political Economy of Food: A Global Crisis. *New Left Review*, 197, 29-57.
- GATT. (1954). *Basic Instruments and Selected Documents*. Geneva: GATT Secretariat.
- Ghosh, J. (2010). The Unnatural Coupling: Food and Global Finance. *Journal of Agrarian Change*, 10(1), 72-86.
- Heaton, H. (2005). *Economic History of Europe*. London: Harper Collins.
- Hedges, I. R. (1967). Kennedy Round Agricultural Negotiations and the World Grains Agreement. *Journal of Farm Economics*, 49(5), 1332-1341.
- Ingco, M. D. (1995). Agricultural Trade Liberalization in the Uruguay Round: One Step Forward, One Step Back? *The World Bank Policy Research Working Paper*, No. 1500.
- Jackson, J. H., Louis, J., & Matsushita, M. (1982). Implementing the Tokyo Round: Legal Aspects of Changing Economic Rules. *Michigan Law Review*, 81(2), 267-397.
- Levi-Faur, D. (1997). Friedrich List and the Political Economy of the Nation-State. *Review of International Political Economy*, 4(1), 154-178.
- McMichael, P. (2000). The Power of Food. *Agriculture and Human Values*, 17(1), 21-33.
- Narlikar, A., & Tussie, D. (2004). The G20 at the Cancun Ministerial: Developing Countries and Their Evolving Coalitions in the WTO. *The World Economy*, 27(7), 947-966.
- Ricardo, D. (1997). *Ekonomi Politîğın ve Vergilendirmenin İlkeleri*. (Çev. B. Şahin), İstanbul: Belge Yayınları.
- Smith, A. (2002). *Ulusların Zenginliğı*. (Çev. A. Yunus), İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Stiglitz, J. E., & Charlton, A. (2005). *Fair Trade for All: How Trade Can Promote Development*. Oxford: Oxford University Press.
- Swinbank, A., & Tanner, C. (1996). *Farm Policy and Trade Conflict: The Uruguay Round and CAP Reform*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Tussie, D. (1993). The Uruguay Round and the Trading System in the Balance. In M. Carnoy (Ed.), *The New Global Economy in the Information Age*. Penn State University Press.
- Watkins, K. (1991). Agriculture and Food Security in the GATT Uruguay Round. *Review of African Political Economy*, 50, 38-50.

Türkiye’deki İnşaat Firmalarının Finansal Performansının Rasyo Analizi: 2009-2022

Emrah KÖROĞLU¹

¹ Öğr. Gör; İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü,
emrahkoroglu@beykent.edu.tr, OrcID: 0000-0001-5278-5493

ÖZET

Bu çalışma; Türkiye’de faaliyet gösteren küçük, orta ve büyük çaptaki inşaat firmalarının 2009-2022 yılları arasında göstermiş olduğu finansal performansı ölçmeyi amaçlamaktadır. 2008 Küresel Ekonomik Krizi’nin ve COVID-19 salgınının sektör üzerindeki etkilerini açığa çıkarabilmek adına ilgili yıllar tercih edilmiştir. Bu kapsamda Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan sektör bilançoları kullanılarak rasyo analizler yapılmıştır. Rasyo analizler kapsamında ise Likidite Oranları, Faaliyet Oranları, Finansal Yapı Oranları ve Kârlılık Oranları incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, inşaat sektöründe kârlılık düzeyinin analize konu yıllarda dalgalı bir seyir izlediği gözlemlenmiştir. 2008 Küresel Ekonomik Krizi sonrasında talep seviyelerinin artırılması amacıyla Türkiye’de düşük faiz oranı politikasının benimsenmesinin sektöre ve özellikle de büyük çaplı firmalara ivme kazandırdığı söylenebilir de ilerleyen yıllarda kârlılık oranlarının ciddi şekilde azaldığı ve çoğu yıl enflasyon oranının altında gerçekleştiği tespit edilmiştir. Enflasyon karşısında pozitif getiriye sadece büyük çaplı firmaların yakalayabildiği, bunun ise analize konu yıllar arasında 2009, 2010, 2012 ve 2013 yılları ile sınırlı kaldığı gözlemlenmiştir. Özellikle 2020, 2021 ve 2022 yıllarında ise şirket net kârları ile enflasyon arasındaki durumun, enflasyon lehine oldukça sert şekilde açıldığı tespit edilmiştir. Ülke ekonomisinde yaşanan, artar döviz kuru oranları ve 2020 yılının Mart ayından itibaren Türkiye’de de etkisini hızla gösteren küresel salgının yarattığı belirsizlik ortamının sektörü olumsuz etkilediği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler – Likidite Oranı, Faaliyet Oranı, Finansal Yapı Oranı, Kârlılık Oranı, İnşaat Sektörü, Enflasyon

GİRİŞ

İnşaat sektörünün öneminin vurgulanması açısından, ihtiyaçlar hiyerarşisinin de temelini oluşturan barınma hakkının giderilmesinde en önemli pay sahibi sektörün inşaat sektörü olduğu söylenebilmektedir. İnşaat sektörü için, bir inşaat projesinin ülke içinde çeşitli kolları da beslemesi yoluyla ekonomik büyümede önemli bir aktör olabileceği ifade edilebilir. Suriye’nin yeniden inşası sürecinde Türk firmalarının önemli görevler üstlendiği de düşünüldüğünde tıpkı ihracatçı gibi ülkeye döviz kazandıran bir aktör de olabileceği söylenebilir.

Türkiye’de inşaat sektörü için özellikle 2008 Küresel Ekonomik Krizi’nden sonra önemli bir ivme kazanıldığı söylenebilir. Gerek krizden çıkış reçetesi kapsamında talep yaratmak amacıyla uygun faiz oranlı kredilerin

piyasaya sunulması gerekse de Türkiye'nin 2008 finansal krizinden bankacılık alanında iyi bir sınav vermesi neticesinde yabancı sermayenin tercihinde ülkenin popülerliğinin artması bu ivmenin temel gerekçeleri arasında gösterilebilir. Sektördeki olumlu havanın hem kur hareketliliği neticesinde maliyet artışlarının yaşanması hem de COVID-19 salgınının yarattığı belirsizlik ortamının etkisiyle tersine döndüğü söylenebilir.

Bu kapsamda çalışmanın amacı; 2009-2022 yılları arasında Türkiye'de inşaat sektöründe faaliyet gösteren küçük, orta ve büyük çaplı işletmelerin finansal performanslarını rasyo (oran) analizi ile ölçmektir. Analizde inşaat sektöründeki küçük, orta ve büyük çaptaki 34.001 firmanın verilerinden yararlanılmıştır.

Bu firmalardan 28.882'si küçük, 4.626'sı orta ve 493'ü ise büyük çaplı firmalardır. Küçük işletmelerin çalışan sayısı 480.166, orta çaplı işletmelerdeki çalışan sayısı 372.425, büyük çaplı işletmelerdeki toplam çalışan sayısı ise 211.463'dür. Veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun yayımladıkları sektör bilançolarından elde edilmiştir. Elde edilen veriler kullanılarak rasyo analizleri yapılmış, bu kapsamda likidite oranları, faaliyet oranları, finansal yapı oranları ve kârlılık oranları incelenmiştir.

FİNANSAL ORAN ANALİZLERİ

Finansal oran analizleri kapsamında; Likidite Oranları (cari oran, asit-test oranı, nakit oran), Faaliyet Oranları (stok devir hızı, stok devir günü, alacak devir hızı, alacak devir günü, borç devir hızı, borç ödeme çabukluğu, dönen varlık devir hızı, duran varlık devir hızı, aktif devir hızı, özkaynak devir hızı), Finansal Yapı Oranları (kaldıraç oranı, yabancı kaynakların özkaynaklara oranı, kısa vadeli yabancı kaynak oranı, uzun vadeli yabancı kaynak oranı, özkaynakların aktiflere oranı) ve Kârlılık Oranları (brüt kâr, faaliyet kârı, net kâr, aktif kârlılığı, özkaynak kârlılığı) analiz edilecektir.

Tablo 1: Likidite Oranı Formülleri

Cari Oran	$\frac{\text{Dönen Varlıklar}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$
Asit-Test Oranı	$\frac{\text{Dönen Varlıklar} - \text{Stoklar}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$
Nakit Oran	$\frac{\text{Hazır Değerler} + \text{Menkul Kıymetler}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$

Kaynak: Şener, 2023, s.51-52

Tablo 2: Faaliyet Oranı Formülleri

Stok Devir Hızı	$\frac{\text{Satılan Malın Maliyeti}}{\text{Ortalama Stoklar}}$
Stok Devir Günü	$\frac{360}{\text{Stok Devir Hızı}}$
Alacak Devir Hızı	$\frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Ticari Alacaklar}}$
Alacak Devir Günü	$\frac{360}{\text{Alacak Devir Hızı}}$
Borç Devir Hızı	$\frac{\text{Satılan Ticari Malların Maliyeti}}{\text{Ortalama Ticari Borçlar}}$
Borç Ödeme Çabukluğu	$\frac{360}{\text{Borç Devir Hızı}}$
Dönen Varlık Devir Hızı	$\frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Dönen Varlıklar}}$
Duran Varlık Devir Hızı	$\frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Duran Varlıklar}}$
Aktif Devir Hızı	$\frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Toplam Aktif}}$
Öz Kaynak Devir Hızı	$\frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Öz Kaynaklar}}$

Kaynak: Altınok, Acar, Kineş, Münyas, 2016, s. 220-222, Gündoğdu, 2022, s. 124-126, Kızıl, 2022, s.399-401

Tablo 3: Finansal Yapı Oranı Formülleri

Kaldıraç Oranı	$\frac{\text{Yabancı Kaynak Toplamı}}{\text{Aktif Toplamı}}$
Yabancı Kaynakların Öz Kaynaklara Oranı	$\frac{\text{Yabancı Kaynak Toplamı}}{\text{Öz Kaynaklar}}$
Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	$\frac{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}{\text{Toplam Kaynaklar}}$
Uzun Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	$\frac{\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar}}{\text{Toplam Kaynaklar}}$
Öz Kaynakların Aktiflere Oranı	$\frac{\text{Öz Kaynaklar}}{\text{Aktif Toplamı}}$

Kaynak: Gündoğdu, 2022, s. 118-119, Yenisu, 2019, s.26-27

Tablo 4: Kârlılık Oranı Formülleri

Brüt Kâr	Brüt Satış Kârı / Net Satışlar
Faaliyet Kârı	Faaliyet Kârı / Net Satışlar
Net Kâr	Dönem Kârı / Net Satışlar
Aktif Kârlılığı	Dönem Kârı / Aktif Toplamı
Öz Kaynak Kârlılığı	Net Kâr / Ortalama Öz Kaynak

Kaynak: Turhan, 2020, s.18-19, Altınok, Acar, Kineş, Münyas, 2016, s. 227-230

Tablo 5. Likidite Oranları

	İşletme Türleri	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cari Oran	Küçük	1,23	1,29	1,20	1,20	1,22	1,20	1,19	1,21	1,21	1,21	1,22	1,26	1,23	1,21
	Orta	1,14	1,15	1,13	1,16	1,16	1,16	1,19	1,21	1,22	1,26	1,31	1,31	1,30	1,24
	Büyük	1,21	1,25	1,31	1,30	1,33	1,40	1,41	1,36	1,31	1,29	1,36	1,36	1,41	1,30
Asit-Test Oranı	Küçük	0,79	0,80	0,69	0,70	0,69	0,67	0,66	0,63	0,63	0,66	0,70	0,74	0,67	0,65
	Orta	0,92	0,89	0,84	0,82	0,82	0,80	0,78	0,78	0,81	0,85	0,94	0,96	0,91	0,84
	Büyük	1,04	1,09	1,07	1,06	1,08	1,10	1,11	1,06	1,02	1,06	1,11	1,12	1,16	1,09
Nakit Oran	Küçük	0,10	0,13	0,10	0,09	0,10	0,10	0,08	0,08	0,08	0,06	0,08	0,09	0,10	0,11
	Orta	0,08	0,11	0,08	0,07	0,07	0,08	0,07	0,09	0,06	0,07	0,09	0,11	0,11	0,11
	Büyük	0,10	0,13	0,13	0,11	0,11	0,12	0,13	0,10	0,09	0,09	0,11	0,11	0,15	0,16

Kaynak: www.tcmb.gov.tr, www.tuik.gov.tr adreslerinden elde edilen verilerle yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5 inşaat sektöründe faaliyet gösteren küçük, orta ve büyük çaptaki işletmelerin nakit akışını göstermektedir. Bir işletme açısından nakit akışını doğru yönetememenin, işletmenin batmasına dâhi sebep olabilecek bir tehlike olduğu söylenebilir. Cari oran, bir işletmenin kısa vadeli borçlarını ödemedeki performansını göstermekte olup, bahse konu oran için genel kabul seviyesinin 2 olduğu ifade edilebilir (YENİSU, 2019, s. 25). Tablo 5 cari oran açısından yorumlanacak olursa, küçük işletmelerin genel kabul gören cari oranının altında değerler aldığı gözlemlenmektedir. Aynı şekilde orta ve büyük çaplı işletmeler açısından da cari oranda genel kabul gören 2 seviyesinin altında değerler aldıkları gözlemlenmektedir. Kendi aralarında bir kıyaslama yapıldığında ise cari oran açısından genel kabul oranına büyük çaptaki işletmelerin daha yakın olduğu söylenebilir.

İşletmenin kısa vadeli borçlarını ödeme gücünü gösteren bir diğer göstergenin asit-test oranı olduğu söylenebilmekte olup, ilgili oranın stokları hariç tutması cari orandan farkını oluşturmaktadır. Cari oran için 2 olan genel kabul oranının asit-test oranı için minimum 1 olduğu söylenebilir (KIZIL, 2022, s. 392). Asit-Test oranı için genel kabul oranının 1 olduğu göz önüne alındığında büyük çaplı işletmelerin ilgili yıllarda sürekli olarak bu seviyede gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Orta ve küçük çaplı işletmeler açısından ise genel kabul seviyesinin altında oldukları söylenebilmekle birlikte, kendi aralarındaki kıyaslamada orta çaplı işletmelerin küçük çaplı işletmelere göre genel kabul oranına daha yakın olduğu söylenebilir.

Asit-Test oranına kıyasla daha duyarlı olduğu ifade edilebilen nakit oran için, firmaların kısa vadeli borçlarını ödeyebilme gücünü gösterdiği söylenebilmektedir (YILMAZ, 2009, s. 63). İlgili oran için gelişmiş ülkelerde minimum % 20 seviyelerinin normal kabul edildiği söylenebilir (ÖGEL, 2005, s. 97). Nakit oran verisi yorumlanacak olursa da, hem küçük hem orta hem de büyük çaplı işletmelerin genel kabul oranı olan 0,20'nin daha altında değerler aldıkları gözlemlenebilmektedir. Her ne kadar birbirlerine yakın değerler aldıkları gözlenebilse de küçük çaplı işletmelerin orta çaplı işletmelere göre 0,20 oranına yaklaşımda daha pozitif bir durumda olduğu göze çarpan bir nokta olmaktadır. İnşaat sektöründeki işletme türleri arasında büyük çaplı işletmelerin diğer türlere göre genel kabul oranına yaklaşımda daha iyi performans gösterdiği gözlene de bu oranın yeterli olmadığı da belirtilmelidir.

Tablo 6. Faaliyet Oranları

	İşletme Türleri	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Stok Devir Hızı	Küçük	2,14	2,11	2,03	1,79	1,96	1,70	1,58	1,49	1,51	1,69	1,59	1,60	1,63	2,09
	Orta	3,51	3,39	2,94	2,59	2,33	2,26	2,04	1,95	2,00	1,93	1,84	1,91	2,05	2,29
	Büyük	3,55	3,85	3,47	3,37	2,84	3,23	2,65	2,66	2,55	2,49	3,41	3,42	2,90	2,94
Stok Devir Günü	Küçük	168,22	170,62	177,34	201,12	183,67	211,76	227,85	241,61	238,41	213,02	226,42	225,00	220,86	172,25
	Orta	102,56	106,19	122,45	139,00	154,51	159,29	176,47	184,62	180,00	186,53	195,65	188,48	175,61	157,21
	Büyük	101,41	93,51	103,75	106,82	126,76	111,46	135,85	135,34	141,18	144,58	105,57	105,26	124,14	122,45
Alacak Devir Hızı	Küçük	3,31	3,41	3,66	3,39	3,72	3,34	3,14	3,08	3,21	3,42	2,90	2,77	3,17	4,51
	Orta	3,49	3,63	3,59	3,59	3,49	3,54	3,32	3,25	3,36	3,15	2,94	2,75	3,07	3,55
	Büyük	3,40	3,69	3,78	3,73	3,21	3,70	3,00	3,00	3,08	2,88	3,55	3,29	2,96	3,15
Alacak Devir Günü	Küçük	108,76	105,57	98,36	106,19	96,77	107,78	114,65	116,88	112,15	105,26	124,14	129,96	113,56	79,82
	Orta	103,15	99,17	100,28	100,28	103,15	101,69	108,43	110,77	107,14	114,29	122,45	130,91	117,26	101,41
	Büyük	105,88	97,56	95,24	96,51	112,15	97,30	120,00	120,00	116,88	125,00	101,41	109,42	121,62	114,29
Borç Devir Hızı	Küçük	2,49	2,63	2,68	2,39	2,67	2,33	2,24	2,20	2,26	2,56	2,32	2,27	2,42	3,10
	Orta	3,29	3,33	3,09	2,87	2,79	2,82	2,58	2,57	2,61	2,58	2,53	2,47	2,70	3,08
	Büyük	3,92	3,89	3,84	4,07	3,24	3,96	3,44	3,46	3,28	3,04	4,05	3,80	3,38	3,05
Borç Ödeme Çabukluğu	Küçük	144,58	136,88	134,33	150,63	134,83	154,51	160,71	163,64	159,29	140,63	155,17	158,59	148,76	116,13
	Orta	109,42	108,11	116,50	125,44	129,03	127,66	139,53	140,08	137,93	139,53	142,29	145,75	133,33	116,88
	Büyük	91,84	92,54	93,75	88,45	111,11	90,91	104,65	104,05	109,76	118,42	88,89	94,74	106,51	118,03
Dönen Varlık Devir Hızı	Küçük	0,73	0,75	0,79	0,72	0,79	0,70	0,67	0,66	0,69	0,75	0,67	0,65	0,69	0,93
	Orta	0,63	0,66	0,67	0,68	0,64	0,63	0,62	0,64	0,66	0,61	0,55	0,51	0,58	0,71
	Büyük	0,49	0,51	0,55	0,61	0,52	0,60	0,54	0,54	0,55	0,49	0,60	0,59	0,53	0,51
Duran Varlık Devir Hızı	Küçük	1,96	2,06	2,04	1,77	2,05	1,81	1,65	1,73	2,04	2,27	1,78	1,55	1,50	2,44
	Orta	2,38	2,25	2,13	2,26	2,10	1,99	1,97	2,03	2,16	1,98	1,70	1,46	1,64	2,05
	Büyük	1,28	1,33	1,46	1,58	1,31	1,46	1,27	1,21	1,20	1,10	1,28	1,20	1,06	1,08

Aktif Devir Hızı	Küçük Orta Büyük	0,53	0,55	0,57	0,51	0,57	0,51	0,48	0,48	0,51	0,56	0,49	0,46	0,47	0,67
		0,50	0,51	0,51	0,52	0,49	0,48	0,47	0,49	0,51	0,47	0,42	0,38	0,43	0,53
		0,36	0,37	0,40	0,44	0,37	0,42	0,38	0,37	0,38	0,34	0,41	0,40	0,35	0,35
Özkaynak Devir Hızı	Küçük Orta Büyük	1,84	1,97	2,34	2,26	2,43	2,20	2,23	2,31	2,60	3,19	2,70	2,42	2,38	3,32
		2,31	2,32	2,35	2,52	2,64	2,72	2,74	2,95	3,14	2,93	2,54	2,21	2,71	3,49
		1,47	1,50	1,59	1,73	1,50	1,76	1,66	1,87	2,07	1,95	2,19	1,94	1,89	1,98

Kaynak: www.tcmb.gov.tr, www.tuik.gov.tr adreslerinden elde edilen verilerle yazar tarafından oluşturulmuştur.

İşletmelerin yapmış olduğu satışların nakde dönüşmesi ile ilgili bir kavram olan stok devir hızı, tutulan stoklar ile yapılan satışlar arasındaki bağlantıyı göstermektedir (PALAZ, 2018, s. 58). Stok devir hızı için, satılan malın maliyetinin ortalama toplam stoka oranlanması ile hesaplandığı söylenebilir (ÖZTÜRK, 2022, s. 20). Tablo 6’da stok devir hızlarına bakılacak olunursa, stok devir hızının yüksek olmasının arzu edildiği söylenebilmektedir. Bunun en temel nedeni ise yüksek stok devir hızına sahip işletmelerin düzenli bir nakit gelirine sahip olmalarıdır. Bu veriye bağlı olarak hesaplanan stok devir günlerine bakılacak olunursa oldukça yüksek devir günlerine sahip oldukları söylenebilmekle beraber, inşaat gibi sektörlerde bu durumun doğal kabul edilebildiğini de eklemek gerekir. Stok devir gününün yüksek olmasının en önemli sakıncalarından birinin, işletmelerin elindeki stoku eritmekte güçlük çekmesine bağlı olarak nakde ulaşmada sorun yaşaması olduğu söylenebilir. Sektördeki işletmelerin kendi aralarındaki kıyaslamaya bakıldığında elindeki stokları eritmede en başarılı işletmelerin sırasıyla büyük çaplı, orta çaplı ve küçük çaplı işletmeler şeklinde olduğu görülmektedir. Bu durumu büyük çaplı işletmelerin diğer işletme türlerine kıyasla daha hızlı nakde ulaştığı şeklinde yorumlamak mümkündür. Nakde ulaşmada en fazla sorun yaşayan işletme türünün küçük çaplı işletmeler olduğu görülmekte ve bu durumun da işletmelerin finansal performansı üzerinde dezavantaj yaratan bir unsur olduğu söylenebilmektedir. Nakde daha hızlı erişen işletmelerin gerek borç ödemesinde gerekse de yeni ürün temininde ellerinin daha kuvvetli olduğu ifade edilebilir. Elindeki ürünü satmakta zorluk çeken işletmeler açısından, gerek borç ödemede gerekse de yeni ürün temin etmede finansal problem yaşama ihtimallerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Stok devir günleri için her üç tür işletme açısından da analize konu yıllar boyunca artış eğiliminin olduğu söylenebilmektedir.

Kredili satışlar toplamının ortalama alacaklara oranlanması ile bulunan alacak devir hızı, alacakların ne sürede nakde dönüşeceğini simgelemektedir. Özellikle cari oranı düşük olan işletmeler için alacak devir hızının yüksek olmasının telafi edici olabileceği söylenebilir. Bu düşüncenin dayanağı olarak da, kısa vadeli borçları ödeme gücünü gösteren cari oranın düşük çıkması nakde erişmede problem olarak görünse de alacakların hızlıca tahsili ile nakit probleminin büyümesine engel olunabilmesi gösterilebilir (KARAHÜSEYİN, 2020, s. 53). Alacak devir hızının yüksek olmasının işletmeler açısından daha pozitif bir durum olduğu bilinmektedir. Bir işletme alacaklarını ne kadar kısa sürede tahsil edebiliyorsa kendisi için o kadar iyi bir durumdan söz edilebilir. Tablo 6’ya bakıldığında alacakların tahsil süreleri açısından oldukça karmaşık sonuçlar olduğu gözlemlenmektedir. 2009-2022 yılları arasında büyük çaplı işletmelerin alacak tahsil sürelerine bakıldığında 6 kez en hızlı şekilde, 1 kez orta sürede, 7 kez de en yavaş şekilde alacaklarını tahsil ettiği söylenebilir.

Durum orta çaplı işletmeler açısından ele alındığında 4 kez en hızlı şekilde, 8 kez orta sürede, 2 kez de en yavaş şekilde alacaklarını tahsil ettiği sonucuyla karşılaşılabilmektedir. Küçük çaplı işletmeler açısından ise 4 kez en hızlı sürede, 5 kez orta sürede, 5 kez de en yavaş sürede alacaklarını tahsil edebildiği görülmektedir. Büyük çaplı işletmelerin 2014 yılı sonrasında alacaklarını tahsil etmede daha fazla sorunla karşılaştıkları söylenebilir. 2010-2012 yılları arasında ise alacaklarını tahsil etme konusunda daha iyi durumda oldukları görülebilmektedir. Orta çaplı işletmeler açısından 2015-2017 yılları arasında alacaklarını daha hızlı tahsil edebildikleri, 2011 ve 2020 yıllarında alacaklarını tahsil etmede problem yaşadıkları ifade edilebilir. Küçük çaplı işletmeler için ise 2009-2014 yılları arasında ağırlıklı olarak alacaklarını tahsil etmede güçlük çektikleri sonucuna ulaşılabilir. 2021 ve 2022 yıllarında ise alacaklarını tahsil etmede daha iyi durumda oldukları gözlemlenmektedir.

Net satışlar ile ortalama yabancı kaynakların birbirine oranlanması ile bulunan borç devir hızı için, işletmelerin borçlarını ödeyebilme kapasitesinin bir göstergesi olduğu söylenebilir. Bu oranın yüksek çıkması, ilgili işletme için borçlarını zamanında ödeyebilme gücüne sahip olduğu şeklinde bir göstergedir (TURHAN, 2020, s. 22). Küçük, orta ve büyük çaplı işletmelerin borç ödeme çabuklukları kıyaslanacak olunursa, diğerlerine oranla daha hızlı şekilde borçlarını ödeyebilen işletme türünün büyük çaplı işletmeler olduğu gözlemlenmektedir. Büyük çaplı işletmeleri orta çaplı işletmeler takip etmekte, küçük çaplı işletmeler ise bu kıyaslamada borçlarını en yavaş şekilde ödeyebilen işletme türü olarak dikkat çekmektedir. Tablo 6'da dikkat çeken bir diğer nokta da, büyük çaplı işletmelerin genel itibarıyla borç ödeme süresinin alacaklarını tahsil etme süresinden daha kısa olarak gerçekleşmiş olmasıdır. Orta ve küçük çaplı işletmelerdeyse alacaklarını tahsil etme süresi borç ödeme süresine göre daha kısa sürede gerçekleşmiştir. Bu durumun, büyük çaplı işletmelerin kaynak yaratmada küçük ve orta çaplı işletmelere kıyasla daha başarılı performans sergilediği şeklinde yorumlanması mümkündür.

Dönen varlık devir hızı için, net satışların dönen varlıklara oranlanması ile hesaplandığı söylenebilir (GÜMÜŞ & BOLEL, 2017, s. 90). İlgili oranın yüksek olması pozitif bir durum olarak yorumlanmaktadır (GÜNERİ, 2024, s. 14). Tablo 6'daki dönen varlık devir hızlarına bakıldığında 2009-2018 yılları arasında en yüksek devir hızı olandan en düşük olana doğru sıralamanın, küçük çaplı işletmeler, orta çaplı işletmeler ve büyük çaplı işletmeler şeklinde olduğu gözlemlenmektedir. 2019 ve 2020 yıllarında büyük çaplı işletmelerin dönen varlık devir hızı orta çaplı işletmelere göre daha yüksek seviyede değerler almış olsa da, 2021 ve 2022 yıllarında sıralama tekrar 2009-2018 yıllarındaki hâlini almıştır.

Bir işletme için yüksek değer alması, duran varlıkların verimli kullanıldığı şeklinde yorumlanabilen duran varlık devir hızı, işletmenin duran varlıklarının verimliliğini göstermede bir araçtır (ÇABUK, 2013, s. 72). Duran varlık devir hızları incelendiğinde ise, 2009-2017 yılları arasında orta çaplı işletmelerin küçük çaplı işletmelere kıyasla, küçük çaplı işletmelerinde büyük çaplı işletmelere kıyasla daha yüksek değerler aldığı gözlemlenmektedir. 2018-2020 yılları arasında küçük çaplı işletmeler orta çaplı işletmelerden daha yüksek değer almıştır. 2021 yılında duran varlık değeri en yüksek olan işletme türü orta çaplı iken 2022 yılında küçük çaplı işletmelerin daha yüksek değer aldığı tespit edilmiştir.

Aktif devir hızı için, bir firmanın sahip olduğu dönen ve duran varlıklarının toplamından oluşan varlıklarını ne denli verimli kullandıklarını gösteren bir parametre olduğu söylenebilir. İlgili oranın yüksek çıkması arzu edilirken, düşük çıkan bir aktif devir hızı firmanın kapasitesinin altında kaldığı, verimsiz bir aktif yönetimi yaptığı şeklinde yorumlanabilir (ÖZTÜRK, 2022, s. 20-21). Tablo 6'daki aktif devir hızları yorumlanacak olunursa, 2009-2022 yılları arasında genel olarak aktif devir hızının en yüksek değerler aldığı işletme türünün küçük çaplı işletmeler olduğu söylenebilmektedir. Orta çaplı işletmelerin küçük çaplı işletmelere kıyasla daha yüksek aktif devir hızına sahip oldukları yılların 2012 ve 2016 olduğu söylenebilir. 2017 yılı verileri incelendiğinde küçük çaplı işletmeler ile orta çaplı işletmelerin aktif devir hızının aynı olduğu tespit edilebilir. 2020 yılı, büyük çaplı işletmelerin orta çaplı işletmelere oranla daha yüksek aktif devir hızına sahip olduğu yıl olarak dikkat çekmektedir. 2021 ve 2022 yıllarında ise aktif devir hızının yüksek olduğu işletme türü sırasıyla küçük çaplı işletmeler, orta çaplı işletmeler ve büyük çaplı işletmeler şeklindedir.

Net satışların özkaynaklara oranlanması ile hesaplanan özkaynak devir hızı için, bir işletmenin özkaynaklarını ne denli verimli kullandığının simgesi olduğu söylenebilir (YILMAZ, 2009, s. 173). Özkaynak devir hızı açısından Tablo 6 yorumlandığında ise, 2009-2017 yılları arasında orta çaplı işletmelerin özkaynak devir hızının küçük çaplı işletmelere ve büyük çaplı işletmelere kıyasla daha yüksek olduğu söylenebilir. Aynı yıllarda küçük çaplı işletmelerin özkaynak devir hızının da büyük çaplı işletmelere kıyasla daha yüksek gerçekleştiği gözlemlenebilmektedir. 2018-2020 yılları arasında küçük çaplı işletmelerin özkaynak devir hızının orta çaplı işletmelere göre daha yüksek olduğu, 2021 ve 2022 yıllarında ise orta çaplı işletmelerin özkaynak devir hızının tekrar küçük çaplı işletmelerin devir hızından yüksek gerçekleştiği ifade edilebilir. Yüksek bir özkaynak devir hızının arzu edilen bir durum olduğu söylenebilir (ÖGEL, 2005, s. 152).

Tablo 7. Finansal Yapı Oranları

	İşletme Türleri	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Kaldıraç Oranı	Küçük	0,71	0,73	0,78	0,77	0,76	0,78	0,79	0,79	0,81	0,83	0,81	0,81	0,79	0,80
	Orta	0,78	0,78	0,79	0,80	0,83	0,82	0,83	0,83	0,84	0,84	0,83	0,83	0,85	0,84
	Büyük	0,76	0,75	0,75	0,75	0,76	0,76	0,78	0,81	0,82	0,83	0,80	0,79	0,83	0,82
Yabancı Kaynakların Özkaynaklara Oranı	Küçük	2,45	2,71	3,47	3,41	3,17	3,49	3,84	3,78	4,29	4,94	4,24	4,37	3,83	3,99
	Orta	3,64	3,49	3,72	3,91	4,86	4,53	5,04	5,06	5,33	5,17	4,98	4,72	5,89	5,44
	Büyük	3,13	2,98	2,98	2,93	3,11	3,22	3,57	4,36	4,68	4,79	3,98	3,79	4,76	4,70
Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	Küçük	0,59	0,57	0,59	0,59	0,60	0,59	0,59	0,61	0,63	0,61	0,58	0,55	0,55	0,63
	Orta	0,69	0,66	0,67	0,67	0,66	0,65	0,65	0,63	0,63	0,60	0,57	0,56	0,57	0,60
	Büyük	0,59	0,58	0,56	0,55	0,54	0,50	0,50	0,50	0,50	0,53	0,53	0,49	0,47	0,53
Uzun Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	Küçük	0,12	0,16	0,19	0,18	0,16	0,19	0,20	0,18	0,18	0,22	0,23	0,26	0,24	0,17
	Orta	0,09	0,12	0,12	0,13	0,17	0,17	0,19	0,21	0,21	0,24	0,26	0,27	0,28	0,25
	Büyük	0,16	0,17	0,19	0,20	0,22	0,26	0,28	0,31	0,30	0,29	0,31	0,30	0,36	0,30
Özkaynakların Aktiflere Oranı	Küçük	0,29	0,27	0,22	0,23	0,24	0,22	0,21	0,21	0,19	0,17	0,19	0,19	0,21	0,20
	Orta	0,22	0,22	0,21	0,20	0,17	0,18	0,16	0,16	0,16	0,16	0,17	0,17	0,15	0,15
	Büyük	0,24	0,25	0,25	0,25	0,24	0,24	0,22	0,19	0,18	0,17	0,20	0,21	0,17	0,18

Kaynak: www.tcmb.gov.tr, www.tuik.gov.tr adreslerinden elde edilen verilerle yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kaldıraç oranı için, işletmelerin sahip oldukları varlıkların ne kadarlık bir kısmını yabancı kaynak kullanımı yoluyla finanse ettiklerini gösteren bir oran olduğu söylenebilmekte olup, ilgili oran ne kadar yüksek değerler alırsa işletmenin o kadar yabancı kaynak kullanımı yoluyla varlık sahibi olduğu sonucuna ulaşılabilir (İSKENDEROĞLU, KARADENİZ, & AYYILDIZ, 2015, s. 92). Tablo 7 verileri yorumlanacak olunursa, kaldıraç oranının her bir işletme türü için de birbirlerine oldukça yakın değerler aldıkları gözlemlenebilmekle birlikte, orta çaplı işletmelerde diğerlerine oranla az da olsa daha yüksek değerlerin olduğu söylenebilir. 2009-2022 yılları arasında her yıl için ayrı ayrı küçük, orta ve büyük çaplı işletmelerin kaldıraç oranlarının ortalaması hesaplanacak olunursa, küçük ve büyük çaplı işletmelerin genel olarak ortalama kaldıraç seviyesinin altında değerler aldığı, orta çaplı işletmelerin ise üzerinde değerler aldığı dikkat çekmektedir. Bu verilerden yola çıkılarak inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmalardan orta çaplı olanların, elde ettikleri toplam varlıkların önemli bir kısmına borçlanarak sahip oldukları söylenebilir. Buna karşılık büyük ve küçük çaplı işletmelerin sektör ortalamasına yakın değerler aldığı gözlemlenmektedir. Ancak sektör açısından da konu ele alındığında varlıkları elde etmede yoğun şekilde borçlanma yolunun seçilmiş olduğu yorumuna ulaşılabilir.

Özkaynakların içindeki borçların kapladığı alanı ifade eden yabancı kaynakların özkaynaklara oranı verisi ile işletmenin özkaynaklarının ne kadar üzerinde borçlandığı tespit edilebilir. Bu oranın 1 olması genel kabul olarak yeterli görülebilirken, 1'in altında olması işletme varlıklarının özkaynak kullanımından ziyade dışardan borçlanmalar ile sağlandığı şeklinde yorumlanabilir (YILMAZ, 2009, s. 66-67). Yabancı kaynakların özkaynaklara oranına bakılacak olunursa, analize konu 14 yılın tamamında orta çaplı işletmelerin verisi diğer işletme türlerinin üzerinde gerçekleşmiştir. İlgili yılların 8'inde küçük çaplı işletmelerin verisi büyük çaplı işletmelerden yüksek gerçekleşirken, 6'sında ise büyük çaplı işletmelerin verisi küçük çaplı işletmelere göre yüksek çıkmıştır. Özetle, özkaynaklarının içinde yabancı kaynak kullanımı en yüksek olan şirket türünden en düşük olana doğru bir sıralama yapılacak olunursa; orta, küçük ve büyük çaplı işletmeler şeklinde gerçekleşecektir. Özkaynakların içindeki yabancı kaynak kullanımının yüksek olmasının, olası finansal kriz durumlarında ilgili şirket türleri için risk faktörünü artırdığı da ifade edilebilir.

Tablo 7'de kısa vadeli yabancı kaynakların toplam kaynaklara oranı ile, uzun vadeli yabancı kaynakların toplam kaynaklara oranı gösterilmekte olup, Türkiye özelinde işletmelerin nakit akışlarında yaşadıkları problemleri gidermek için daha çok kısa vadeli yabancı kaynakları tercih ettiği söylenebilirken, uzun vadeli yabancı kaynak kullanımı tercihlerinin daha çok

yeni yatırımlar veya mevcut varlığı büyütmek için yapıldığı söylenebilmektedir (GÜNDOĞDU, 2022, s. 118).

Kısa vadeli yabancı kaynak oranı incelendiğinde, inşaat sektöründeki şirketlerin toplam borçlarının içindeki kısa vadeli borç oranının yaklaşık olarak % 50-60 aralığında olduğu söylenebilmektedir. Birbirleri içindeki kıyaslamada kısa vadeli borç oranı nispeten düşük olanın büyük çaplı işletmeler olduğu görülebilmektedir. 2009-2018 yılları arasında genel olarak orta çaplı işletmelerin küçük işletmelere kıyasla kısa vadeli borçlarının daha yüksek olduğu söylenebilirken, 2018 yılı ve sonrasında ise küçük işletmelerin kısa vadeli borçlarının çoğunlukla orta çaplı işletmelerden daha yüksek gerçekleştiği söylenebilmektedir.

Uzun vadeli yabancı kaynak oranlarına bakılacak olunursa, büyük çaplı işletmelerin toplam varlıkları içinde uzun vadeli yabancı kaynak kullanım oranlarının diğerlerine kıyasla daha yüksek seviyede olduğu söylenebilir. Analize konu yılların 6'sında küçük çaplı işletmelerin uzun vadeli yabancı kaynak kullanım oranları orta çaplı işletmelere göre daha fazla gerçekleşmişken, 8'inde ise orta çaplı işletmelerin uzun vadeli yabancı kaynak kullanım oranları küçük çaplı işletmelerden yüksek gerçekleşmiştir. Özellikle de 2016 yılı ve sonrasında orta çaplı işletmelerin küçük işletmelere kıyasla daha yüksek uzun vadeli yabancı kaynak kullandığı söylenebilir.

Kısa vadeli yabancı kaynak kullanım oranları ile uzun vadeli yabancı kaynak kullanım oranları birbiri ile kıyaslandığında ise, inşaat sektöründe faaliyet gösteren farklı büyüklükteki işletme türlerinin üçünün de sahip oldukları varlıkları finanse etmede kısa vadeli yabancı kaynaklara daha yoğun şekilde yöneldikleri gözlemlenmektedir. Bu durumun ilgili firmaları kısa vadede nakde erişme zorunluluğu ile karşı karşıya bıraktığı düşünülmektedir. Bu durumun da ilgili firmaların finansal kırılganlıklarını artırdığı söylenebilir.

İşletme varlıklarının ne kadarlık bir kısmının işletmenin sahip ve ortakları tarafından sağlandığını gösteren orana özsermaye oranı denilmekte olup, bu oran özkaynakların toplam aktiflere bölünmesi ile hesaplanır. İlgili oranın yüksek çıkması, işletmenin uzun süreli borç ödeme gücünün yüksek, faiz yükünün düşük olduğu şeklinde yorumlanması sayesinde orta ve uzun vadeli yatırımcılar için işletmeye yatırım kararı verme süreçlerinde rehberlik edebilmektedir (Altınok, Acar, Kineş, & Münyas, 2016, s. 233). Özkaynakların aktiflere oranı ele alınacak olunursa da, genel olarak her üç işletme türü için de varlıklarına yaklaşık % 15-29 oranlarında özkaynak kullanarak sahip oldukları, büyük oranda borçlanma yolunu seçtikleri gözlemlenebilir. 2022 yılına yaklaştıkça genel itibariyle, varlıkların

finansmanında kullanılan özkaynak oranlarının düşüş eğilimi gösterdiği de tablodan çıkarılabilecek bir diğer sonuçtur.

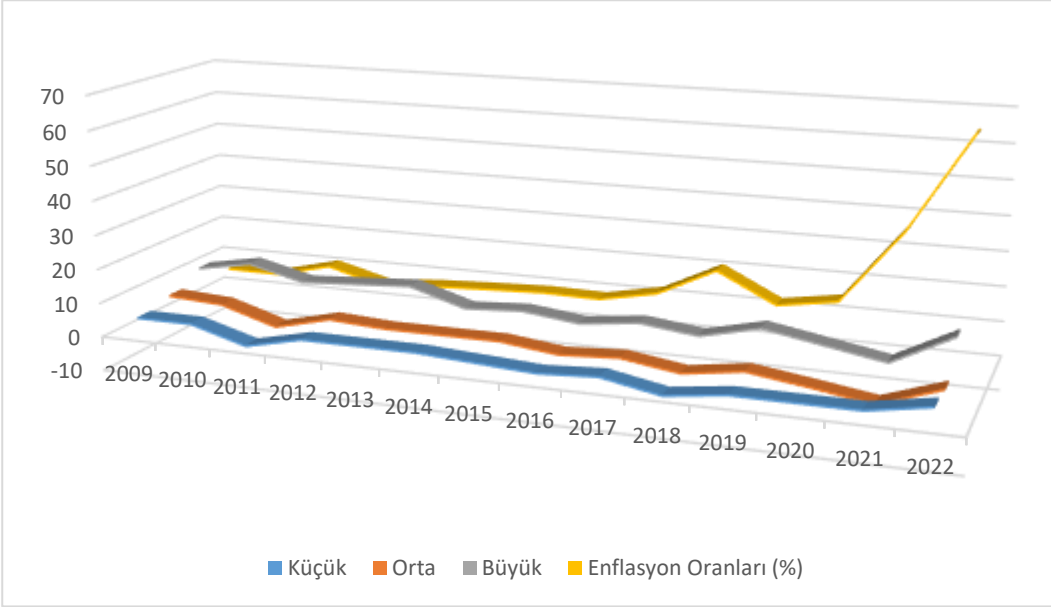
Tablo 8. Kârlılık Oranları

	İşletme Türleri	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Brüt Kâr	Küçük	0,15	0,15	0,14	0,14	0,13	0,13	0,13	0,13	0,12	0,11	0,11	0,12	0,11	0,13
	Orta	0,11	0,11	0,12	0,11	0,10	0,10	0,11	0,10	0,10	0,10	0,12	0,11	0,11	0,13
	Büyük	0,14	0,13	0,14	0,12	0,13	0,09	0,13	0,11	0,12	0,13	0,13	0,12	0,16	0,17
Faaliyet Kârı	Küçük	0,05	0,05	0,04	0,05	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05	0,04	0,05
	Orta	0,07	0,06	0,06	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06	0,05	0,07
	Büyük	0,10	0,09	0,10	0,08	0,09	0,06	0,09	0,08	0,07	0,09	0,10	0,08	0,11	0,11
Net Kâr	Küçük	0,05	0,05	0,003	0,04	0,04	0,04	0,03	0,02	0,03	-0,002	0,02	0,02	0,02	0,05
	Orta	0,07	0,06	0,01	0,05	0,04	0,04	0,04	0,02	0,03	-0,005	0,03	0,006	-0,02	0,04
	Büyük	0,11	0,14	0,10	0,11	0,12	0,07	0,08	0,06	0,08	0,06	0,10	0,07	0,04	0,13
Aktif Kârlılığı	Küçük	0,02	0,02	-0,003	0,02	0,01	0,01	0,01	0,006	0,008	-0,005	0,004	0,003	0,004	0,02
	Orta	0,03	0,02	0,0008	0,02	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	-0,01	0,01	-0,001	-0,01	0,01
	Büyük	0,04	0,04	0,03	0,04	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01	0,04	0,02	0,01	0,03
Özkaynak Kârlılığı	Küçük	0,07	0,08	-0,02	0,07	0,06	0,06	0,05	0,03	0,05	-0,03	0,03	0,02	0,02	0,11
	Orta	0,14	0,11	0,004	0,09	0,06	0,09	0,07	0,04	0,05	-0,04	0,06	-0,01	-0,09	0,06
	Büyük	0,15	0,16	0,12	0,16	0,14	0,10	0,10	0,08	0,12	0,09	0,17	0,11	0,04	0,17

Kaynak: www.tcmb.gov.tr, www.tuik.gov.tr adreslerinden elde edilen verilerle yazar tarafından oluşturulmuştur.

Brüt satış kârının net satışa oranlanması ile elde edilen brüt satış kâr oranı, işletme tarafından yapılan satışların ne kadarlık bir kısmının satış kârı olduğunu ne kadarlık bir kısmının ise satışı yapılan ürünün üretim maliyetini yansıttığını ifade etmektedir. Faaliyet kâr oranı için, işletmenin rakiplerine kıyasla faaliyetlerinden ne kadarlık bir kâr marjı elde ettiğini göstermesi açısından önemli olduğu söylenebilir. Söz konusu oranın faaliyet kârının net satışlara bölünmesi yoluyla hesaplandığı bilinmektedir. Net kâr için ise, dönem kârının net satışlara bölünmesi ile hesaplandığı söylenebilmekle birlikte, buradan çıkan oranın dönem kârının net satışlar içindeki payını gösterdiği de söylenebilir. Bu nedenle işletme faaliyetlerinin verimliliği hakkında fikir veren ilgili oranın yüksek çıkması arzu edilmektedir. Dönem kârının toplam aktiflere yani dönen ve duran varlık toplamına bölünmesi ile de aktif kârlılık oranının oluştuğu söylenebilir. Bu oranın bilinmesiyle, işletme tarafından aktiflerine yapmış olduğu yatırımlardan ne kadar verim aldığı, ne kadar kârlı kullanıldığı sonuçlarına erişilebilir. Son olarak da net kârın ortalama özkaynaklara oranlanmasıyla bulunan özkaynak kârlılık oranlarına değinilecek olunursa, ilgili oranın işletmenin sahibi ya da ortaklar tarafından işletmeye konulan özkaynakların ne ölçüde kârlı kullanıldığını gösterdiği söylenebilir (Altınok, Acar, Kineş, & Münyas, 2016, s. 227-230).

Tablo 8’de inşaat sektörü firmalarının kârlılık oranları gösterilmekte olup, inşaat sektöründe faaliyet gösteren firma türleri arasında yapılan kıyaslamada brüt kârlılık oranı için analize konu yıllarda 5 kez küçük çaplı işletmelerin, 4 kez de büyük çaplı işletmelerin kârlılık oranının yüksek çıktığı söylenebilir. Bahsedilen kârlılık oranlarının her üç işletme türü için de oldukça yakın değerler aldığı gözlenmektedir. 6 kez ise küçük ve büyük çaplı işletmelerin brüt kârlılık oranlarının eşit gerçekleştiği söylenebilir. Faaliyet kârı için de brüt kârlılık ile benzer şekilde, her üç işletme türü için de birbirine oldukça yakın değerler aldıkları söylenebilmekle birlikte büyük çaplı işletmelerin kârlılık oranları açısından az da olsa yüksek değerler aldığı ifade edilebilir. Net kârlılık açısından durum ele alınacak olunursa diğer iki kârlılık oranındaki durumun sürdüğü görülmektedir. Genel itibariyle birbirine yakın değerler alan işletme türleri arasında az da olsa pozitif ayrışanın, büyük çaplı işletmeler olduğu ifade edilebilir. Hem aktif kârlılık oranları hem de özkaynak kârlılık oranlarına bakılacak olunursa da inşaat sektöründeki işletme türleri açısından olumlu olmayan bir durum olduğu söylenebilmekle birlikte, diğer kârlılık oranlarında olduğu gibi büyük çaplı işletme türlerinin nispeten pozitif ayrıştığı da söylenebilmektedir.



Şekil 1. İnşaat Şirketi Net Kârları ve Tüketici Fiyat Endeksi (%)

Kaynak: www.tcmb.gov.tr adresinden elde edilen verilerle yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 1’de inşaat sektöründe faaliyet göstermekte olan küçük, orta ve büyük çaptaki firmaların net kâr oranları ve aynı yıllarda Türkiye’de gerçekleşmiş olan tüketici fiyat endeksleri gösterilmektedir. Grafiğe göre, enflasyon oranlarının genel olarak inşaat sektöründeki kâr oranlarının daha üzerinde seyrettiği söylenebilir. Küçük ve orta çaptaki firmaların 2009-2022 yılları arasında hiçbir yıl enflasyon oranlarının üzerine çıkamadığı, büyük çaplı firmaların ise 2009, 2010, 2012 ve 2013 yıllarında enflasyon oranlarının üzerinde net kâr seviyesine çıktığı söylenebilir. 2020, 2021 ve 2022 yıllarında ise her üç firma türünün de net kâr seviyeleri çok ciddi şekilde enflasyon oranlarının altında kalmıştır. Bu durumun da analize konu yılların başında büyük çaplı firmaların pozitif getiri sağlayabilmesine karşın, analizin son yıllarında tüm firma türlerinin getirilerin enflasyon baskısıyla ezildiği söylenebilir.

SONUÇ

Türkiye’de inşaat sektöründe faaliyet gösteren küçük, orta ve büyük çaplı firmaların 2009-2022 yılları arasında finansal performansının incelenmesine Likidite Oranları ile başlanmış olup, bu kapsamda cari oran, asit-test oranı ve nakit oran analiz edilmiştir. İlgili oran analizleri, işletmelerin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kabiliyetini göstermektedir.

Cari oran açısından, analize konu tüm işletme türlerinin genel kabul gören değer olan 2 seviyesinin altında değerler aldıkları gözlemlenmiştir. 2 seviyesinin altında kalmakla beraber bu seviyeye en yaklaşan işletme türünün büyük çaplı işletmeler olduğu söylenebilmektedir.

Asit-test oranı incelendiğinde analize konu yılların tamamında büyük çaplı işletmelerin genel kabul değeri olan 1 seviyesinin üzerinde değerler aldıkları tespit edilmiştir. En kötü performansı ise küçük çaplı işletmeler göstermiştir.

Nakit oran incelendiğinde ise cari oranda olduğu gibi her bir işletme türünün genel kabul oranı olan % 20 seviyesinin altında kaldığı, aralarından genel kabul değerine en çok yaklaşan işletme türünün yine büyük çaplı işletmeler olduğu tespit edilmiştir.

İkinci olarak Faaliyet oranları kapsamında stok devir günü, alacak devir günü, borç ödeme çabukluğu, dönen/duran varlık devir hızı, aktif devir hızı ve özkaynak devir hızı ele alınmıştır.

Stok devir günü için, stoklarını en hızlı eriten işletme türlerinin sırasıyla büyük, orta ve küçük çaplı işletmeler olduğu tespit edilmiştir. Sektörde stok devir günlerinin oldukça uzun olduğu da analiz kapsamında ulaşılan bir sonuç olmuştur. Yıllar itibariyle her üç işletme türü için de stok devir sürelerinde uzamaların olduğu, analiz kapsamında ulaşılan bir diğer sonuç olmuştur.

Alacak tahsil süreleri incelendiğinde her üç tür işletme içinde analize konu yıllarda dalgalı bir seyir göze çarpmaktadır. Bazı yıllarda alacakların tahsili daha hızlıken bazı yıllarda da tahsil sürelerinin uzadığı dikkat çekmiştir. Büyük çaplı işletmelerin 2014 yılı sonrasında alacaklarını tahsil etme sürelerinde yaşanan uzamalar göze çarpmaktadır.

Borç ödeme çabukluğu incelendiğinde ise büyük çaplı işletmelerin borçlarını küçük ve orta çaplı işletmelere kıyasla daha hızlı ödeyebildiği tespit edilmiştir. Borç ödeme süreleri alacak tahsil etme süresinden daha hızlı olan büyük çaplı işletmeler için kaynak yaratmada başarılı oldukları söylenebilir. Borç ödeme süresi en yavaş olan işletme türü olarak da küçük çaplı işletmeler dikkat çekmektedir.

Dönen varlık devir hızı incelendiğinde en yüksek olandan en düşük olana doğru sıralamanın küçük, orta ve büyük çaplı işletmeler şeklinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Duran varlık devir hızı açısından değerlendirilecek olunursa sıralamanın orta, küçük ve büyük çaplı işletmeler şeklinde olacağı gözlemlenmiştir. Aktif devir hızı en yüksek olan işletme türü küçük çaplı işletmeler olurken, özkaynak devir hızı en yüksek olan işletme

türünden en düşük olana doğru yapılacak sıralama orta, küçük ve büyük çaplı işletmeler şeklinde olmuştur.

Üçüncü olarak Finansal Yapı Oranları analiz edilmiş olup, bu kapsamda kaldıraç oranı, yabancı kaynakların özkaynaklara oranı, kısa vadeli yabancı kaynak oranı, uzun vadeli yabancı kaynak oranı ve özkaynakların aktiflere oranı incelenmiştir.

İşletmenin sahip olduğu varlıkların ne kadarlık bir kısmını yabancı kaynak kullanarak başka bir ifadeyle borçlanarak satın aldığı gösteren kaldıraç oranı incelendiğinde, verilerin birbirine yakın gerçekleştiği gözlemlenmiş olup, nispeten orta çaplı işletmelerde bu değer küçük ve büyük çaplı olan işletmelere göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Küçük ve büyük çaplı işletmelerin sektör ortalamasının altında değerler alırken, orta çaplı işletmenin değerlerinin sektör ortalamasının üzerinde seyrettiği görülmüştür. Analize konu yıllarda kaldıraç oranı ortalama olarak % 75 olarak tespit edilmiştir.

Yabancı kaynakların özkaynaklara oranı incelendiğinde, orta çaplı işletmelerin daha yüksek değerler aldığı tespit edilmiştir. Yüksek olandan düşük olana doğru bir sıralama yapıldığında orta, küçük ve büyük çaplı işletmeler şeklinde bir sonuçla karşılaşılmıştır.

Sektördeki küçük, orta ve büyük çaplı firmaların kendi aralarındaki ortalama kısa vadeli yabancı kaynak kullanım oranı yaklaşık olarak % 50-60 arasındadır. 2009-2018 yılları arasında orta çaplı işletmeler küçük çaplı işletmelerden daha yüksek değerler alırken, 2018 yılı ve sonrasında ise küçük çaplı işletmelerin orta çaplı işletmelere göre daha yüksek değerler aldığı gözlemlenmiştir. Kısa vadeli yabancı kaynak kullanım oranının diğerlerine oranla daha az olduğu işletme türü büyük çaplı işletmeler olmuştur.

Uzun vadeli yabancı kaynak kullanım oranları incelendiğinde ise en fazla uzun vadeli yabancı kaynak kullanan işletme türünün büyük çaplı işletmeler olduğu gözlemlenmiştir. Küçük ve orta çaplı işletmelerin uzun vadeli yabancı kaynak kullanımını için de birbirlerine yakın değer aldıkları söylenebilmekle beraber az da olsa orta çaplı işletmelerin daha yüksek değerlere sahip olduğu söylenebilir.

İşletme türleri arasında kısa vadeli yabancı kaynak kullanım oranı ile uzun vadeli yabancı kaynak kullanım oranları kıyaslandığında ise sektör firmalarının daha çok kısa vadeli yabancı kaynağa yöneldiği tespit edilmiştir. Bu durumun da olası finansal kriz dönemlerinde borç vadelerinin yakın olmasından dolayı işletmelerin elini zayıflatan bir durum olduğu söylenebilir.

Özkaynakların aktiflere oranı incelendiğinde, işletmelerin varlıklarını satın alırken yaklaşık olarak % 15-29 arasında özkaynak kullanımı yaptıklarını ağırlıklı olarak yabancı kaynak kullanımı suretiyle varlık sahibi oldukları söylenebilir. Analize konu zaman aralığında git gide özkaynak kullanımının azaldığı, yabancı kaynak kullanımının ise arttığı tespit edilmiştir.

Dördüncü olarak Kârlılık Oranları analiz edilmiş olup, brüt kâr, faaliyet kârı, net kâr, aktif kârlılığı ve özkaynak kârlılığı bu kapsamda incelenmiştir.

Brüt kâr incelendiğinde, analize konu yıllar içinde büyük çaplı işletmelerin yaklaşık olarak % 13, orta çaplı işletmelerin yaklaşık olarak % 10,93 ve küçük çaplı işletmelerin yaklaşık olarak % 12,86 oranlarına sahip oldukları hesaplanmıştır. Faaliyet kârlarına bakıldığında her üç işletme türünün de değerlerinin birbirine yakın olduğu gözlemlenmiş olup, nispeten büyük çaplı işletmelerin pozitif olarak ayrıştığı tespit edilmiştir. Net kâr verileri incelendiğinde ise, analize konu yıllarda küçük ve orta ölçekli işletmelerin yaklaşık olarak % 3 net kâr oranına sahip olduğu, bu oranın büyük çaplı işletmeler açısından ise yaklaşık olarak % 9 seviyesinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Aynı dönem için tüketici fiyat endeksi incelendiğinde ise yaklaşık olarak % 16'lık bir enflasyonun gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Bu kapsamda analize konu yıllar içinde her üç işletme türünün de net kâr oranlarının enflasyonun altında değerler aldığı tespit edilmiştir. Hem aktif kârlılığı hem de özkaynak kârlılığı verileri incelendiğinde de sektör kârlılığının düşük olduğu, sektördeki firma türlerinden nispeten büyük çaplı olanların diğerlerine kıyasla daha pozitif görüldüğü tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- ALTINOK, T., ACAR, P., KİNEŞ, B., & MÜNYAS, T. (2016). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Finans Klüp Yayınları.
- ÇABUK, A. (2013). Finansal Analiz Teknikleri. A. ÇABUK, A. A. KARAGÜL, C. EROL, A. B. BAŞAR, Ş. SEVİM, & Ö. SAYILIR içinde, *Finansal Tablolar Analizi* (s. 1-210). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını NO: 2996, Açıköğretim Fakültesi Yayını NO: 1949.
- GÜMÜŞ, U. T., & BOLEL, N. (2017). Rasyo Analizleri ile Finansal Performansın Ölçülmesi: Borsa İstanbul'da Faaliyet Gösteren Havayolu Şirketleri'nde Bir Uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 87-96.
- GÜNDOĞDU, A. (2022). *BORSA 101*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- GÜNERİ, C. (2024, Nisan 1). COVID-19 Pandemisinin Havayolu İşletmelerine Finansal Etkilerinin Finansal Oran Analizi ile İncelenmesi. *İstanbul Rumeli*

- Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s. 1-77.*
- İSKENDEROĞLU, Ö., KARADENİZ, E., & AYYILDIZ, N. (2015). Enerji Sektörünün Finansal Analizi: Türkiye ve Avrupa Enerji Sektörü Karşılaştırması. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(3), 86-97.
- KARAHÜSEYİN, S. E. (2020, Haziran). Turizm Sektöründe Finansal Oran Analizi: Örnek Firma Uygulamaları. *İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Programı, Yüksek Lisans Tezi, s. 1-132.*
- KIZIL, C. (2022). Finansal Performansın Rasyo Yöntemiyle Analizi: İnşaat Sektöründe Yer Alan ve İstanbul'da Faaliyet Gösteren Bir Firma Üzerine Uygulama. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 386-409.
- ÖGEL, S. (2005, Eylül). 2001 Krizinin İmalat Sanayi Üzerindeki Etkilerinin Oran Analizi Yoluyla Belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, s. 1-235.*
- ÖZTÜRK, İ. B. (2022, Ağustos). Gıda Sektöründe Finansal Oran Analizi: Örnek Firma Uygulamaları. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s. 1-108.*
- PALAZ, A. (2018, Mayıs). Türkiye Mobilya İmalat Sektörünün Finansal Analizi; Altman Z Skor Modeli ve Oran Analizi Yöntemi Uygulaması . *Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel İşletmecilik, Yüksek Lisans Tezi, s. 1-129.*
- ŞENER, E. (2023, Şubat 7). COVID 19'un Borsa İstanbul'da İşlem Gören Sağlık İşletmelerinin Finansal Tablolarına Etkisi (Karşılaştırmalı Analiz ve Oran Analizi Yöntemi). *Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s. 1-83.*
- TCMB. (2025). Aralık 5, 2025 tarihinde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası: <https://www3.tcmb.gov.tr/sector/#/tr> adresinden alındı
- TCMB. (2026). Ocak 20, 2026 tarihinde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Enflasyon+Verileri/Tuketici+Fiyatları> adresinden alındı
- TÜİK. (2025). Aralık 5, 2025 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: <https://www.tuik.gov.tr/> adresinden alındı
- TURHAN, M. (2020, Kasım 27). Havayolu Şirketlerinin TOPSIS ve Oran Analizi Yöntemiyle Performans Ölçümü Üzerine Bir Uygulama. *Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s. 1-119.*

- YENİSU, E. (2019). Finansal Tabloların Oran Analizi İle İncelenmesi: ADESE Örneği. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ASED)*, 3(1), 20-45.
- YILMAZ, U. (2009, Kasım 23). İşletmelerde Oran Analizi Yoluyla Finansal Performans Ölçümlemesi ve Bir Uygulama. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi*, s. 1-218.

Pazarlama İletişiminde Humble Bragging: Kavramsal Bir Değerlendirme

HALİL İBRAHİM KELEŞ¹

¹ Öğr. Gör.; Siirt Üniversitesi/ Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu /Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Programı, halilibrahimkeles@siirt.edu.tr , ORCID No: 0000-0003-0226-8054

ÖZET

Bu çalışma, pazarlama iletişiminde humble bragging söyleminin artan kullanımını ele almaktadır. Dijital platformlarda markaların daha görünür hâle gelmesi, pazarlama mesajlarının samimiyetine yönelik beklentileri artırmıştır. Bu ortamda humble bragging, markaların başarılarını dolaylı biçimde ifade ettikleri bir iletişim tarzı olarak öne çıkmaktadır. Çalışmada humble bragging'in tüketici güveni ve marka algısı üzerindeki etkileri dijital çerçeve ve literatür de incelenmiştir. Bulgular, bu söylemin ölçülü ve bağlama uygun kullanıldığında olumlu algılar oluşturabildiğini; ancak yapay ya da stratejik algılandığında güvensizlik ve olumsuz tutumlara yol açabildiğini göstermektedir. Bu nedenle humble bragging, pazarlama iletişiminde dikkatle ele alınması gereken bir söylem biçimi olarak değerlendirilmektedir. Çalışma, humble bragging'in pazarlama iletişimindeki konumuna ilişkin genel bir değerlendirme sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Humble Bragging, Pazarlama İletişimi, Tüketici Güveni, Samimiyet

GİRİŞ

Günümüz pazarlama anlayışı, yalnızca ürün ve hizmetlerin işlevsel özelliklerine odaklanan geleneksel yaklaşımlardan uzaklaşarak, tüketici ile kurulan duygusal ve algısal ilişkilere yönelmiştir. Bu pazarlama anlayışı markaların kültürel anlamlar üreten ve toplumsal kimlik inşasına katkı da bulunan sembolik aktörler haline getirmiştir. Özellikle dijitalleşmenin hız kazanması ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, markaların iletişim dilinde daha dikkatli, samimi ve insan merkezli bir anlatımı zorunlu hâle getirmiştir. Markalar özellikle klasik ikna tekniklerinin yanında duygusal, anlatım yöntemleri ve deneyimsel stratejilere yönelmeye başlamışlardır. Tüketiciler, doğrudan övgü ve iddia içeren mesajlara karşı daha eleştirel bir tutum sergilerken, örtük ve dolaylı anlatımlara daha olumlu tepkiler vermektedir. Özellikle dijitalleşen dünya da, tüketicilerin aktif olarak rol oynaması ile birlikte çift yönlü iletişimde bulunmaları, pazarlamanın dinamik ve kişiselleştirilmiş bir yapıya kavuşmasını sağlamıştır. Bu etmenler pazarlama iletişimi kavramının geleneksel pazarlama kavramını ötesine geçmesine neden olmuştur.

Pazarlama İletişimi, marka ve kurumların hedef Pazar ve kitlesiyle iletişim ve etkileşim kurma, marka değerini artırma ve geliştirme, tüketici davranışlarını etkileme ve şekillendirme amacıyla kullandığı tüm strateji ve planların bütünüdür (İslamoğlu ve Altunışık, 2020: 12). Geleneksel reklamcılığın ötesinde, pazarlama araçları ile birlikte, hakla ilişkiler, satış geliştirme, doğrudan pazarlama ve dijital süreçleri kapsayan bu süreç, hedef kitlenin zihninde tutarlı bir marka imajı oluşturmayı hedeflemektedir(

(Odabaşı ve Oyman, 2019: 34). Pazarlama iletişimi, Modern yaklaşımlarda odak noktası sadece tüketicilere ürün satmak değil, tüketiciler ile uzun vadeli ve güvene dayalı bir bağ oluşturmanın yanında işletmelerin rekabet avantajı oluşturmasını sağlar. Mesajın, doğru zamanda ve doğru kanal üzerinden iletilmesi, sadece müşteride farkındalık yaratmakla kalmaz, aynı zamanda sadık bir müşteri kitlesi oluşturur. Bu süreçte veri analitiği ve tüketici eğimleri kullanılarak hazırlanan kampanyalar, işletmenin pazar payını korumasına ve değişen pazar koşullarına hızla uyum sağlamasına yardımcı olur. (Kotler ve Keller, 2018: 562). Bu tanımlardan yola çıkarak pazarlama iletişimi, bilgilendirici bir sürecin yanında, tüketicinin kimlik algısını, duygularını ve sosyal ilişkilerini etkileyen ve şekillendiren bir kavram olarak değerlendirilebilir.

Dijital kanalların hızla hayatımızın her alanında yer alması ile birlikte pazarlama iletişimi de, markaların insani ve ulaşılabilir çabasına evrilmiştir. Markalar, geleneksel kurumsal marka dilinden uzaklaşma eğilimleri göstermekte, tüketici dilini konuşmaya çalışmaktadırlar. Bunun yapmak içinde şeffaflık ve samimiyet gibi kavramları daha ön plana çıkarmaktadırlar (İslamoğlu ve Altunışık, 2020: 88). Çoğu zaman bu samimiyet ve şeffaflık arayışı, stratejik bir risk olan öz-tanıtım paradoksuna da sebep olmaktadır. Modern pazarlama da 'insani ve samimi ol' kuralı ile 'başarılı ve güçlü görün' kuralı arasında kalmaktadır. Bu sıkışmışlığın yarattığı öz- tanıtım paradoksu, aslında birbirine zıt olan iki beklentiyi karşılama çabasıdır. Markaların tüketicilere ve müşterilere hem çok başarılı görünüp hem de bu söylemleriyle kibirli algılanmaması için ince bir hesap dengesi oluşturmak zorundadır. Kurumlar ve markalar bu dengeyi koruyamayıp çeşitli boyutlarda bu paradoksa düşmektedir (Sezer ve Diğerleri, 2018:55). Bu dengeyi oluşturmaya çalışan markaların ve kurumsal liderlerin pazarlama iletişiminde düştüğü hatalardan biri de Humble Braggingdir.

Pazarlama iletişimi bağlamında humble bragging, algılanan samimiyet ve güven üzerinde çift yönlü bir etki potansiyeline sahiptir. Bu yönüyle kavram, humble branding gibi stratejik yaklaşımlardan ayrılmakta; mikro düzeyde, söylem ve mesaj dili üzerinden analiz edilmektedir. Bu çalışmanın amacı da, humble bragging kavramını pazarlama iletişimi perspektifinden ele almak, bireylerin, kurumların ve markaların sosyal etkileşim süreçlerinde bir öz- tanıtım stratejisi olarak başvurdukları humble bragging(mütevazı övünme) kavramını incelemektir. Çalışma, humble bragging'i yalnızca kurumsal düzeyde değil, aynı zamanda dijital pazarlama materyalleri üzerinden ele alarak değerlendirmeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda humble bragging'in pazarlama iletişimindeki rolüne ilişkin bütüncül bir çerçeve sunulması amaçlanmaktadır.

1. Kavramsal çerçeve olarak Humble Bragging

Humble bragging, markaların başarılarını veya üstünlüklerini doğrudan övünmeden, mütevazı ve dolaylı ifadelerle iletmelerine olanak tanıyan bir iletişim stratejisi olarak tanımlanabilir. Bunun yanında literatür incelendiğinde farklı şekillerde tanımlandığı da görülmektedir. Sezer ve Diğerleri, kişinin bir başarı veya olumlu gözükten bir özelliği, şikayet veya yalın bir üslup ile sunarak izlenim yönetiminde bulunması olarak tanımlanmıştır(Sezer ve diğerleri, 2018: 56). Bu kavramı literatüre kazandıran kişi olan Wittels ise humble bragging’i, bir kişinin, hayatının ne kadar güzel olduğu hakkında gizlice övünmesi rağmen, bu durumdan rahatsızmış gibi yapma sanatı olarak tanımlamıştır(Wittels, 2012: 5). Leary ve Kowalski ise, net bir şekilde humblebrag kelimesini kullanmamalarına rağmen tactical self presentation(taktiksel kendini sunma) çerçevesinde, bireylerin sosyal hayatta onay almak için sergilediği, ancak hedef kitle tarafından fark edildiğinde tam ters etki yaratan tutum ve davranışlar öz-sunum stratejisi olarak tanımlamıştır(Leary & Kowalski ,1990: 37). Lee-Won ve diğerleri humble bragging’i tanımlarken, sosyal medya kullanıcılarının, yüksek özgüven-narsist yaklaşım biçimlerinin toplumsal normlara ayak uydurmak için kullandıkları bir filtreleme yöntemi olarak belirtmiştir(Lee-Won ve Diğerleri 2014: 331). Bunlarla beraber Schlenker(1980) sahte tevazu analizi olarak tanımlamasına rağmen, Baumeister(1982) sosyal onay arayışı olarak tanımlamıştır.

Chau (2010), sosyal medya kullanıcılarının humble bragging yoluyla hem kendi başarılarını sergilediklerini hem de sosyal onay elde etmeye çalıştıklarını belirtmektedir. Humble bragging, pazarlama literatüründe algılanan samimiyet ve marka güveni üzerinde doğrudan bir etkisi olan bir strateji olarak kabul edilmektedir (Lee & Kim, 2017). Aaker ve Joachimsthaler (2000), marka kişiliği ve güven ilişkisi bağlamında, mütevazı ve samimi mesajların markaların tüketici gözündeki değerini artırdığını ifade eder. Cuddy, Wolf ve Glick (2008) tarafından yapılan araştırmalar ise, alçakgönüllü yetkinlik sergileyen birey veya kurumların hem güven hem de saygı algısını güçlendirdiğini göstermektedir. Bu bulgular, humble bragging’in yalnızca bireysel iletişimde değil, marka iletişimde de stratejik bir araç olduğunu göstermektedir.

Ancak humble bragging’in etkisi, mesajın bağlamı ve hedef tüketici kitlesinin algısı ile doğrudan ilişkilidir. Berger ve Ward (2010), mesajların dolaylı iletilmesinin alıcı üzerindeki sosyal baskıyı azaltarak mesajın daha doğal ve kabul edilebilir hâle geldiğini belirtmektedir. Sezer (2019) ve Lee ve Kim (2017) çalışmalarına göre, aşırı veya yapay humble bragging kullanımı, tüketicilerde “sahte tevazu” algısı yaratabilir ve markanın itibarına zarar verebilir.

2. Humble Bragging'in Özellikleri, Avantajları ve Dezavantajları

Humble bragging'in günümüzde sosyal iletişim ve dijital pazarlama da karşımıza sıkça çıkmaktadır. Bu kavramın hem olumlu hem de olumsuz mesajları bir arada içerdiğinden dolayı, dinleyicinin niyet algısını karmaşık hale getirebilmekle beraber, sosyal onay arayışını da dolaylı bir biçimde gerçekleştirmesine olanak sağlar. Bu kavramın daha anlaşılabilirliği için temel özelliklerinin de bilinmesinde fayda vardır.

2.1. Humble Bragging'in Özellikleri;

- **Dolaylı Övünme:** başarılı veya olumlu sayılabilecek bir niteliği doğrudan söylemek yerine şikayet, terslik veya alçakgönüllülikle saklamaya çalışmaktır(Sezer ve diğerleri,2018:56)
- **Anlaşılan Niyet Çatışması:** mesajın hem olumlu hem de olumsuz olması, dinleyicinin doğru değerlendirmesini zorlaştırabilmektedir.(Wenting ve diğerleri, 2023: 4)
- **Sosyal Onay Arayışı:** mesajı ileten kişi veya kurumun, beğenilme ve sosyal kabul görmeyi amaçlaması(Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Humblebrag?utm>)
- **Konuya Dair/Bağlamsal Kullanım:** sosyal veya kültürel konularda yüceltmenin hoş karşılanmadığı durumlarda kullanılır (PMC, 2023:5)
- Psikolojik olarak etkisi: karmaşık duygulara neden olmaktadır. Zıt duyguların yaşanmasına sebep olabilmektedir((PsyBlog, 2023).

2.2. Humble Bragging'in Avantajları

Bu çerçevede humble bragging'in literatürde belirtilen avantajları şu şekilde sıralanabilir:

- **Kültürel Uyuma Yardımcı Olma Avantajı:** kültür farklılıkları sebebiyle övülmek/ yüceltmek olumsuz karşılanabilmektedir. Bu yüzden sosyal kurallara uyum sağlama avantajından bahsetmek mümkündür(Wenting ve diğerleri, 2023: 5)
- **Dolaylı Pozitif Algı Yönetimi:** Başarı veya yetkinliklerin dolaylı yollardan ima edilmesinin, dinleyicilerin olumlu değerlendirilmesine olanak verebilir(Sezer, diğerleri,2018: 60)
- **Kısa Süreli Dikkat Çekebilme:** Sosyal medya da paylaşılan mesajın ilgi çekici olabileceği gibi, dikkat dağıtan unsurlarda içerebilmektedir.

2.3. Humble Bragging'in Dezavantajları

Ancak araştırma bulguları, humble bragging'in bazı önemli dezavantajları da beraberinde getirdiğini göstermektedir. Bunlar:

- **Samimiyetin Düşmesi İhtimali:** dolaylı yüceltme veya övünme dinlenen kişiler tarafından sahte veya manipülatif olarak algılanabileceği gibi, samimiyet duygularını da olumsuz etkileyebilir(Sezer, diğerleri,2018: 65)
- **Daha Az Beğenilme:** Humble Bragging yapan kişilerin, sadece şikayet edenler veya sadece doğrudan övünenlere göre daha az sevilebilmektedir (Sezer, diğerleri,2018: 64).
- **Algılanan Yetkinliğin Yanlış Değerlendirilmesi:** Doğrudan övünen veya yücelten birinin yetkinliğinin, dinleyici tarafından az algılanabilmesi riski vardır(Wenting ve diğerleri, 2023: 6)
- **Dinleyiciler Tarafından Tepki ile Karşılınması:** Humble Bragging, hem övünme hem de şikayet içerdiği için dinleyen kişilerde olumsuz tepkilere sebep olabilir(CGTN, 2018).
- **Sosyal İlişkilerde Olumsuz Etki Oluşturabilmesi:** Sürekli tekrarlanan humble Bragging, güven azalmasına sebep olmakla birlikte, sosyal ilişkilerde de olumsuz bir etkiye sebep olabilir (PsyBlog, 2023).
- **Marka ve Pazarlama Risk Faktörü oluşturma:** Kurum veya markaların, ürün pazarlamasında influencer veya marka mesajının tüketicilerde güvensizlik ve kıskançlık uyandırma gibi riskleri söz konusudur (Wenting ve diğerleri, 2023: 7)

3. Humble Bragging'in diğer disiplinlerle ilişkisi

Humble Bragging'in pek çok özelliğiyle, birçok disiplin ile ilişki içindedir. Söz konusu kavram, sosyoloji, psikoloji, iletişim, pazarlama, etik gibi pek çok disiplin ile kesişim göstermektedir. Bazı kesişim ilişkilerine değinmekte fayda vardır.

3.1. Humble Bragging'in Sosyoloji ile ilişkisi

Bourdieu'nun 1986 yılında ele aldığı 'the form of capital' adlı çalışmasında, bireylerin sahip olduğu sosyal ya da kültürel sermayeyi, açıkça anlatmak yerine, dolaylı yollar kullanarak karşısındakilerden sosyal kabul görme amaçladığını belirtmektedir. Sosyolojik olarak humble bragging, ele alındığında, sosyal normlara uyumla beraber kişilerin samimi olmadan kendilerini ahlak yönünden üstün eylemi olan statü sinyalleme(virtüe signalling) bağlamında ele alınmaktadır. Çünkü, toplumsal kurallar övme kavramını çoğu zaman hoş karşılamadığından dolayı, humble bragging bu kuralların çok göze batmadan aşılmasına olanak sağlar. Böylece sosyolojik olarak birey, statüsünü görünür kıldığı gibi birde sosyal yaptırımlardan da

kaçınma şansına sahip olmuş olur(Bourdieu, 1986: 243). Bu bağlamda incelendiğinde humble bragging, ince kodlarla bireyin kendini ifade etme eğiliminin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu eğilim sayesinde birey statüsü doğrudan değil, dolaylı yollardan ifade edilmektedir.

3.2. Humble Bragging'in İletişim Bilimleri ile İlişkisi

İletişim yönünden humble bragging anlamak için anlamına bir kez daha bakılmalıdır. Çünkü humble bragging, örtük mesaj ve alt metin kavramlarını içermektedir. Özellikle humble bragging, dürüstlük ve açıklık kavramlarıyla gerilim içinde sayılmaktadır. Alıcı, mesajın gerçek niyetini anlamak ve çözümlenmek zorunda kaldığından dolayı, iletişim süreci karmaşık bir hal alabilmektedir. Karmaşık bir hal alması sonucu olarakta, iletilen mesajın niyetini algılamaya çalışmak bilişsel bir çaba gerektirebilmektedir. Bu çaba mesajın şeffaflığı azaltmakta, iletişimsel karmaşayı artırmaktadır. Bu karmaşık halde güvenin zedelenmesine sebep olmaktadır (Grice,1975: 45).

3.3. Humble Bragging'in Kültür ile ilişkisi

Kültür kavramı, tüketicilerin, yeme içme davranışlarından, giyim kuşamına, çevre duyarlılığından sürdürülebilirliğe kadar pek çok konuda insan hayatını etkilemektedir(Baydaş ve Cengiz, 2024:306).Kültürler, kendi aralarında değişkenlik göstermekle beraber humble bragging kavramı da kültürel olarak algılanışı farklılık göstermektedir. Kültür benliği kuramı, bireyci kültür benlik ve toplumcu kültür benlik olarak ikiye ayrılmaktadır. Ve bu benlik ayırımına göre bireyci kültürde benlik, başarı kavramı üzerinden ifade edilirken, toplumcu kültürlerde uyum ve ölçülülük kavramı olarak ön plana çıkmaktadır. Kültürel olarak humble bragging ele alındığında, bireyci kültürlerde bireysel başarılar üstü kapalı biçimde sunulması daha kabul gören bir eylemken, toplum kültürlerinde samimiyetsiz olarak değerlendirilmektedir(Hoftsede ve diğerleri, 2011). Türkiye, genel olarak toplum kültürü olarak kabul edilmektedir. Bu yüzden humble bragging, çoğu zaman samimiyetsiz ve yapay bir tevazu olarak algılanmaktadır. Bu algılanma sonucunda ise olumsuz tepkiler oluşmaktadır.

3.4. Humble Bragging'in Psikoloji ile ilişkisi

Humble Braggingin psikoloji ile ilişkisi oldukça yakındır. Özellikle humble bragging'in genel tanımlamasına bakacak olursak, benlik sunumu ve izlenim yönetimi kavramlarıyla sıkı bir bağ içindedir. Bireyler humble bragging ile olumlu özelliklerini sergilemesi ve sergilerken kibirli görünme çabasından kaçması psikoloji ile olan ilişkisinin ürünüdür. Sezer ve arkadaşları, humble braggingin bireysel algılanmasını deneysel olarak incelemişlerdir. Bu incelemeler sonucunda humble braggingin ters etki yarattığını, daha az sempati sağladığını ve buna maruz kalan dinleyicilerin manipülasyon olarak algılandığı sonucuna varılmıştır. Bunun da psikolojik

etmenlerden kaynaklandığını da ileri sürmüşlerdir(Sezer ve diğerleri, 2018:53).

3.5. Humble Bragging'in Etik ile İlişkisi

Etik kavramına bakıldığında işlerin yapılması için gerekli olan değerler, ilkeler ve standartlar olarak tanımlanabilir. Bununla beraber sıkça kullanılan bir iyi bir insan olmak, insani değer yargıları hakkında düşünmek, doğru davranışlarda bulunmakta etik olarak tamamlanabilmektedir. Etik olarak humble bragging kavramını incelediğimizde ise niyet ve iletişimsel dürüstlük çerçevesinde tartışılmaktadır. Çünkü, humble bragging kavramı kendini yüceltme ve manipülasyon amacı taşıdığından dolayı niyet ve dürüstlük kavramları açısından sorunlu bir iletişim sağlanmasına sebep olabilmektedir.

3.6. Humble Bragging'in Örgütsel Davranış ve Yönetim Bilimi ile İlişkisi

Humble bragging, kariyer, performans değerlendirilmesi ve liderlik anlayışıyla ilişkilendirilebilir. Modern örgütlerde, bireylerin görünür olmasının yanında aşırı derecede benmerkezci görünmemeleri beklenmektedir. Bu beklentiler çerçevesinde humble bragging, örgütlerde çalışanların kendini ifade etme biçimi olabilmektedir. Özellikle görevde yükselme, terfi, ödül gibi durumlarda çalışanların başarılarının dolaylı olarak ifade edilmesi, yöneticiler tarafından daha kabul edilebilir görünmektedir (Bolino ve diğerleri, 2008:1084). Liderlik açısından bu kavram incelendiğinde ise çelişkili etkiler yarattığı söylenebilir. Bazı durumlarda alçakgönüllülük algısını güçlendirmekle beraber, çoğu zaman hesaplı yapılan ve yapay olarak bulunabilip liderlik güvenilirliğini sarsabilmektedir(Owens ve Hekman, 2012: 792).

Humble bragging kavramı sadece açıklanmaya çalışılan bilimlerle değil, bununla beraber pek çok alanla da ilişkisi söz konusu olmaktadır. Bu ilişkiler yakından incelendiğinde hem bireysel olarak kullanılan hem de kurumsal ve toplumsal bağlamlar da işlevsel bir strateji ürünü olarak kullanılmasına sebep olmaktadır. Eğitim bilimleri, medya çalışmaları, davranış bilimleri gibi alanlarda da ilişkili olduğu söylenebilir.

4. Samimiyet ile Strateji Arasında: Pazarlama İletişiminde Humble Bragging

Artan rekabetle birlikte markalar, tüketicilere sadece ürün özelliklerini vurgulaması veya ön plana çıkarması tüketiciler için yeterli bir olgu olarak görülmemeye başlanmıştır. Bunun için markalar, tüketicilere ulaşmak için, duygusal, samimi ve güven üzerine kurulu ilişkiler kurmaya da çalışmaktadır. Artan dijitalleşme, bilgiye erişimin gelişmesi, tüketicilerin

markalara karşı eleştirisel bakış açılarının artması gibi nedenlerden dolayı pazarlama iletişimde daha şeffaf, samimi ve değer odaklı yaklaşımların benimsenmesine neden olmaktadır. Pazarlama sadece satış ve ikna odaklı bakış açılarından farklı olarak, tüketici ile güven odaklı ilişkiler kurmaya amaçlayan bir disiplin olmaya başlamıştır. Bu dönüşüm sırasında öne çıkan yaklaşımlardan biri de humble braggingdir. Bu ilişki kurma çalışmalarında humble bragging, markaların kalite, başarı ve yetkinliklerini doğrudan göstermek yerine, daha mütevazı söylemler aracılığıyla sunmalarına imkan tanıyan bir pazarlama stratejisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Humble bragging, Tüketicilerin reklama karşı geliştirdiği bilişsel savunma mekanizmasını aşmayı hedefleyen örtük bir ikna biçimidir. Markalar, müşteri memnuniyeti, yüksek talep, pazarı ele geçirme, ödül kazanma gibi unsurları ön plana çıkararak, övünen değil, takdir edilen bir konumda yer almaya çalışmaktadır. Bu strateji ile tüketici yönünden algılanan kibri azaltıp marka sempatisini artırmayı amaçlamaktadırlar (Escalas, 2004:172). Bu yöntemle markalar, rasyonel üstünlük yerine duygusal bağ kurmayı güçlendiren bir pazarlama pratiğine dönüşmektedir.

Pazarlama ile humble bragging ile ilgili ilişkisi, özellikle birkaç kavram üzerinden öne çıkmaktadır. Çünkü bu yaklaşımda, kısa süreli kazanım yerine, uzun süreli olan marka değerini sürdürülebilir hale getirmek ve bununla beraber ilişkisel pazarlamayı ön plana çıkarma gibi amaçları söz konusudur. Bu bölümde de bu yaklaşımın markalar üzerinde ki yaklaşımları incelenmeye çalışacaktır.

4.1. Tüketici Güveni oluşturma ve Samimiyet Odaklı Pazarlama da Humble Bragging

Tüketici güveni kavramı, markalar açısından merkezi bir amaç olarak ele alınmaktadır. Özellikle, dijitalleşme ile birlikte markaların sosyal medya da daha bilinir ve görünür hale gelmesiyle beraber, tüketicilerin artan bilgiye ulaşmasıyla beraber tüketicilerin marka hakkında ki görüşleri daha da eleştirisel olmaya başlamıştır. Tüketici güveni ise sadece ürün performansına bağlı bir etkenden daha fazlası olmaya başlamıştır. Güven oluşumunda markaların niyetleri ve dürüstlükleri de ön plana çıkmaya başlamıştır (Morgan ve Hunt, 1994: 25).

Humble Bragging ise, güveni inşa etmeye yardım eden bir pazarlama stratejisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kale ve Sayin, 2025: 5). Markaların kullandığı söylemlere göre, güven algısı güçlenebileceği gibi, yanlış kullanıldığında ise marka güvenini zayıflatabilmektedir. Markalar başarılarını doğrudan anlatmak yerine ‘ hala çabalıyoruz’, ‘ bu kadar talep göreceğini tahmin edememiştik, bu bizi gerçekten mütevazı kılıyor’ gibi söylemlerle samimiyet algısını artırmaktadırlar (<https://mediaray.blog/mastering-the-subtle-skill-of-humble-bragging/?utm>). Öte yandan, bazı pazarlama

yaklaşımları da çok samimiyetsiz ve yapay bulunduğu için güven azalmasına da sebep olmuşlardır. Örnek olarak ‘ sorry not sorry’ kampanyası çok yapay bulunduğu için markayı olumsuz etkilemiştir (https://www.linkedin.com/posts/abhishekkiranjoshi_apologymarketing-marketingtrends-linkedinstrategy-activity-7394282847571873792-W-G6?utm).

4.2. Değer ve Etik Odaklı Pazarlama Anlayışında Humble Brangning

Değer temelli pazarlama anlayışı markaların sadece fayda ile yetinmeyip, toplumsal sorumlulukları da markalara zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda humble brangning, markaların var olan başarılarını doğrudan yüceltmek yerine, belirli sınırlar içinde devam eden süreç vurgusu ile aktarmasına olanak sağlayan bir biçim olarak kullanılabilir.

Markaların raporlarında geçen bazı ifadeler ve bununla beraber terimler değer temelli yaklaşıma örnek olarak verilebilir. Örneğin, ‘hala her şeyi doğru yapamıyoruz ama adım adım geri dönüştürülebilir ambalaj kullanıyoruz’ cümlesi değer temelli bir olarak algılanabilir. Ya da “biz mütevazıyız ama herkesten daha iyiyiz” ifadesi sahte ve alaycı bulanabileceği için etik iddiaların inandırıcılığını azaltabilir.

4.3. Deneyim ve Kullanıcı Merkezli Pazarlama Yaklaşımında Humble Brangning

Deneyim odak pazarlama, tüketicilerin markayla yaşadığı deneyimi merkeze alan bir anlayıştır. Humble Brangning ise doğrudan üstünlükten kaçınırken, tüketicilerin marka deneyimi hakkında ki olumlu tarafları vurgulamak için kullanılabilir. ‘zorlu testlerden başarıyla geçtik’ gibi bir söylem tüketiciye samimi gelirken, “biz mütevazıyız ama piyasadaki en iyiyiz” gibi çelişkili ifadeler söylemin gerçekliğinin sorgulanmasına neden olabilir (<https://robertglazer.com/friday-forward/humble-brag-effect/?utm>).

4.4. İlişkisel Pazarlama ve Uzun Vadeli Marka Değeri

İlişkisel pazarlama, tüketici ile kurulmaya çalışılan uzun vadeli pazarlama türüdür. Humble braggin ise çift yönlü olabileceği gibi, yanlış kullanılması halinde güven kaybına neden olabilir. “Müşterilerimizin bu desteği olmasa bu noktaya gelemezdik; bu bizim için gerçekten mütevazı bir onur” gibi teşekkür cümleleri, müşteriyi sürece dahil ederek bağlılığın oluştuğunu ileri sürmektedir. Tam tersi olarak, “biz mütevazıyız ama zirvedeyiz” gibi mesajlar ise yapay olarak algılanabilir. Bu algı sonucunda ise bağlılık ilişkisi zedelenebilir (Kramer, 2014).

SONUÇ

Bu çalışma, pazarlama iletişimde humble bragging söylemini yalnızca literatür temelli bir çerçevede değil, aynı zamanda dijital pazarlama materyalleri üzerinden de ele alarak değerlendirilmiştir. Dijital platformların markalar için temel iletişim alanlarına dönüşmesi, humble bragging gibi örtük söylemlerin görünürlüğünü ve etkisini artırmıştır. Bu bağlamda çalışma, humble bragging'in pazarlama iletişimindeki konumunu incelemiştir. Araştırma sonucunda, humble bragging'in tüketici güveni ve algılanan samimiyet üzerinde bağlama duyarlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital materyaller üzerinden yapılan değerlendirmeler ise bu söylemin pratikte nasıl kullanıldığını ve tüketiciler tarafından nasıl yorumlandığını göstermektedir. Özellikle sosyal medya paylaşımları ve marka içerikleri, humble bragging'in olumlu algı yaratabildiği kadar, yapay ve stratejik bulunduğu durumlarda olumsuz tepkilere de yol açabildiğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak humble bragging, pazarlama iletişimde tek yönlü bir etki üretmemekte; söylemin sunuluş biçimi, bağlamı ve markanın genel iletişim diliyle uyumu doğrultusunda farklı sonuçlar doğurmaktadır. Bu yönüyle humble bragging, dijital pazarlama ortamlarında dikkatle ele alınması gereken, hem fırsatlar hem de riskler barındıran bir iletişim yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir.

REFERANSLAR

Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand Leadership: Building Assets in an Information Economy*. Free Press.

Baydaş, A ve Cengiz, S. (2024). 'Dini İnanç Bağlamında Tüketici Bilinç Düzeyi İlesorumlu Tüketim Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma', *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt/Volume:23 - Sayı/Issue:89 (305-324)

Berger, J., & Ward, M. (2010). *Subtle persuasion: The power of indirect messaging*. *Harvard Business Review*, 88(3), 22–25.

Bolino, M. C., Kacmar, K. M., Turnley, W. H., & Gilstrap, J. B. (2008). A Multi-Level Review of Impression Management Motives and Behaviors. *Journal of Management*, 34, 1080-1109 <https://doi.org/10.1177/0149206308324325>

Bourdieu, P. (1986). "The Forms of Capital." In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, s. 241–258

CGTN. (2018). *Study: Humblebragging is more irritating than boasting*. Retrieved from <https://news.cgtn.com/news/30417a4d78677a6333566d54/index.html>

Chau, P. (2010). *Humble bragging on social media: How users present themselves online*. Journal of Social Media Studies, 5(2), 23–38.

Cuddy, A. J. C., Wolf, E. B., & Glick, P. (2008). *Subtle signals of status and competence: How humble behavior fosters admiration*. Journal of Personality and Social Psychology, 95(2), 200–219.

Escalas, J. E. (2004). *Narrative Processing: Building Consumer Connections to Brands*. Journal of Consumer Research, 31(1), 168–180

Grice, H. P. (1975). "Logic and Conversation." In P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics*. New York: Academic Press, s. 41–58

Hofstede, G., Hofstede J.G., Minkov M. (2011). *Cultures and Organizations: Software of the Mind : Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*. New York: McGraw-Hill,

İslamoğlu, A. H. ve Altunışık, R. (2020). *Pazarlama İletişimi Stratejileri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kale, V. ve Sayin, E. (2025). *Brand communications with self-directed negative messages: A conceptual framework and research agenda*. Academy of Marketing Science Review 15(3-4):1-25

DOI: 10.1007/s13162-025-00318-9

Kotler, P. ve Keller, K. L. (2018). *Pazarlama Yönetimi* (15. Baskı). (Çev. S. Akpınar). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık

Kramer, B. (2014). 'Humblebrag Against Humanity', <https://www.linkedin.com/pulse/20140904205914-3772980-humblebrag-against-humanity?utm>

Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). "Impression management: A main line analysis and review." *Psychological Bulletin*, 107(1), s. 34-47.

Lee, H., & Kim, S. (2017). *Humble bragging in marketing communications: Effects on brand trust and consumer perception*. Journal of Marketing Communications, 23(4), 345–362

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The commitment–trust theory of relationship marketing*. Journal of Marketing, 58(3), 20–38.

Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2019). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: MediaCat Kitapları.

Owens, B. P., & Hekman, D. R. (2012). Modeling How to Grow: An Inductive Examination of Humble Leader Behaviors, Contingencies, and Outcomes. *Academy of Management Journal*, 55, 787-818.

<https://doi.org/10.5465/amj.2010.0441>

PsyBlog. (2023). *Humblebragging Study Finds It Is Worse Than Boasting*. Retrieved from <https://www.spring.org.uk/2023/01/humblebragging.php>

Sezer, O., Gino, F., & Norton, M. I. (2018). *Humblebragging: A distinct—and ineffective—self-presentation strategy*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(1), 52-74

Wenting, F., Dihui, C. ve Hongjie, S.(2023). The impact of social media influencers' bragging language styles on consumers' attitudes toward luxury brands: The dual mediation of envy and trustworthiness, *Front. Psychol.* 13:1113655. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9893890/> doi: 10.3389/fpsyg.2022.1113655

Wikipedia. (n.d). *Humblebrag*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Humblebrag>

Wittels, H. (2012). *Humblebrag: The Art of False Modesty*. Grand Central Publishing

Mastering the subtle skill of humble bragging: https://mediaray.blog/mastering-the-subtle-skill-of-humble-bragging/?utm_source

The "Sorry, Not Sorry" Trend in Marketing: Is it Humble-Brag or Genius?: https://www.linkedin.com/posts/abhishekkiranjoshi_apologymarketing-marketingtrends-linkedinstrategy-activity-7394282847571873792-W-G6?utm

Humble Eggs: <https://robertglazer.com/friday-forward/humble-brag-effect/?utm>

Enflasyonla M¼cadelede Ortodoks ve Heterodoks Politikaların Karşılaştırmalı Kuramsal Analizi: Türkiye Deneyimi 1980- 2026

Hüseyin TEZER¹

¹ Doç. Dr. Hüseyin TEZER. BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNV. İİBF. İKTİSAT BL. Orchid no; 0000-0002-2376-5984. huseyin.tezer@bilecik.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye ekonomisinde 1980–2026 döneminde uygulanan ortodoks ve heterodoks enflasyonla mücadele politikalarını karşılaştırmalı ve tarihsel bir perspektifle analiz etmeyi amaçlamaktadır. Enflasyonun yalnızca fiyat istikrarı sorunu olmadığı; yatırım kararları, büyüme dinamikleri ve gelir dağılımı üzerinde belirleyici etkiler yarattığı varsayımından hareket edilmektedir. Çalışmada, ortodoks politikalar sıkı para ve maliye politikaları çerçevesinde değerlendirilirken; heterodoks politikalar gelir politikaları, selektif kredi uygulamaları ve yapısal müdahaleler bağlamında ele alınmaktadır. Araştırma yöntemi olarak tarihsel ve politika analizi benimsenmiş; IMF programları, kriz dönemleri ve yapısal reform süreçleri kuramsal beklentiler ışığında incelenmiştir. Analiz üç temel boyut üzerinde yoğunlaşmaktadır: (i) fiyat istikrarı ve enflasyon performansı, (ii) büyüme ve yatırım dinamikleri, (iii) gelir dağılımı ve toplumsal maliyetler. Bulgular, ortodoks politikaların kısa dönemde enflasyonu kontrol etmede görece başarılı olabildiğini; ancak uzun dönemde büyüme ve gelir dağılımı üzerinde maliyetler üretebildiğini göstermektedir. Heterodoks yaklaşımlar ise yapısal kırılmalıkların yüksek olduğu dönemlerde daha kapsayıcı bir çerçeve sunmakla birlikte uygulama ve kurumsal kapasite sorunlarına duyarlıdır. Sonuç olarak çalışma, Türkiye deneyiminin, fiyat istikrarı ile büyüme ve bölüşüm hedefleri arasında politika tasarımında denge kurulmasının önemini ortaya koyduğunu savunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon, Ortodoks Politikalar, Heterodoks Politikalar, Türkiye Ekonomisi, Gelir Dağılımı, Para Politikası

1. Giriş

Enflasyon, modern makroekonomi literatüründe yalnızca fiyatlar genel düzeyinin artışı olarak tanımlanmakla kalmayıp, ekonomik istikrar, yatırım kararları ve gelir dağılımı üzerinde derin etkiler yaratmaktadır (Fischer, 1981, s. 23; Blanchard & Johnson, 2012, s. 110). Yüksek ve değişken enflasyon, ekonomik ajanların beklentilerini bozarak yatırım ve tasarruf kararlarını olumsuz etkiler, gelir dağılımını bozar ve toplumsal maliyetleri artırır (Bruno & Easterly, 1998, s. 45). Bu nedenle, enflasyonla mücadele yalnızca teknik para ve maliye politikası araçlarıyla sınırlı kalmamalı; aynı zamanda gelir politikaları, selektif kredi uygulamaları ve yapısal müdahaleleri kapsayan bütüncül bir strateji çerçevesi içinde ele alınmalıdır (Taylor, 1993, s. 12). Türkiye ekonomisi, 1980 sonrası dönemde yüksek ve dalgalı enflasyon oranları ile karakterize edilmiştir. 1980’li yıllarda başlatılan ekonomik liberalizasyon ve yapısal uyum programları, IMF destekli politikalarla birleşerek kısa vadeli fiyat istikrarını sağlamayı hedeflemiştir (Öniş, 2004, s.

76; Alper & Öniş, 2020, s. 102). Bununla birlikte, Türkiye örneği, ortodoks politikaların kısa dönemde sınırlı başarı sağladığını ve uzun dönemde büyüme performansı ile gelir dağılımı üzerinde olumsuz etkiler yarattığını göstermektedir. 1994, 2001 ve 2018 krizleri, enflasyon yönetiminde karşılaşılan yapısal kırılmalıkları ve politik tercihlerin dağılımsal etkilerini açıkça ortaya koymuştur (Korkmaz, 2005, s. 88; Yeldan, 2015, s. 56). Akademik literatürde, enflasyonla mücadelede kullanılan politikalar genellikle iki ana yaklaşım çerçevesinde incelenmektedir. *Ortodoks politikalar*, fiyat istikrarını sağlamak amacıyla sıkı para ve maliye politikaları uygulayan ve piyasa mekanizmalarına ağırlık veren yaklaşımlardır (Friedman, 1968, s. 5; Taylor, 1993, s. 20). Bu politikalar, kısa dönemde enflasyonu kontrol altına almakta etkilidir, ancak uzun dönemde sosyal maliyetler ve gelir dağılımı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Öte yandan, *heterodoks politikalar*, enflasyonla mücadelede gelir politikaları, selektif kredi uygulamaları ve yapısal müdahaleler gibi araçları kullanarak ekonomik ve toplumsal maliyetleri dengelemeyi amaçlamaktadır (Kalecki, 1971, s. 142; Sunkel, 1990, s. 67). Heterodoks yaklaşımlar, özellikle yapısal kırılmalıkların ve gelir eşitsizliklerinin yüksek olduğu gelişmekte olan ekonomilerde daha kapsamlı bir politika çerçevesi sunmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye deneyimi bağlamında ortodoks ve heterodoks politikaların karşılaştırmalı kuramsal ve tarihsel analizini gerçekleştirmektir. Araştırma, 1980–2026 dönemini kapsamaktadır ve bu süre zarfında uygulanan IMF programları, yapısal reformlar ve krizler göz önünde bulundurularak politika uygulamalarının etkinliği, sürdürülebilirliği ve toplumsal maliyetleri değerlendirilmektir. Özellikle üç boyut üzerinde yoğunlaşmaktadır: (i) enflasyon ve fiyat istikrarı üzerindeki etkiler, (ii) ekonomik büyüme ve yatırım kararları açısından etkiler, (iii) gelir dağılımı ve toplumsal maliyetler. Çalışmada yöntem olarak tarihsel ve politika analizi çerçevesi benimsenmiştir. Ortodoks ve heterodoks politika araçları sınıflandırılmış, Türkiye’deki uygulama dönemleri belirlenmiş ve literatürden elde edilen kuramsal beklentilerle karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılmıştır (Akyüz, 2003, s. 34; Öniş, 2004, s. 82). Politika etki mekanizmaları, dönemsel veri ve resmi veriler aracılığıyla desteklenmiştir. Bu yaklaşım, ampirik ekonometrik analiz yerine kuramsal çerçeve ile tarihsel gerçekliğin sentezini ön plana çıkarmaktadır. Araştırmanın bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Veri kısıtları ve dönemsel eksiklikler, özellikle kriz dönemlerinde bazı göstergelerin karşılaştırmalı analizini sınırlamaktadır. Bununla birlikte, Türkiye örneği, gelişmekte olan ekonomilerde ortodoks ve heterodoks politika etkileşimlerini anlamak için önemli bir referans sunmaktadır. Bu çalışma, Türkiye örneğinde

ortodoks ve heterodoks politikaların karşılaştırmalı ve tarihsel perspektifle analiz edilmesi bakımından literatüre özgün bir katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, politika tasarımı kısa dönem fiyat istikrarı ile uzun dönem büyüme ve gelir dağılımı hedeflerinin nasıl dengelenebileceğine dair değerli çıkarımlar sunmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve ve Teorik Yapı

Enflasyonla mücadele politikalarının analizi, öncelikle hangi kuramsal çerçeveye dayandığına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Literatürde bu politikalar genellikle *ortodoks* ve *heterodoks* yaklaşımlar olarak sınıflandırılmaktadır (Taylor, 1993, s. 15; Kalecki, 1971, s. 142). Ortodoks politikalar, fiyat istikrarını sağlamak için para ve maliye politikalarının disiplinli uygulanmasını savunurken; heterodoks politikalar, ekonomik ve toplumsal maliyetleri dengelemek amacıyla gelir politikaları, selektif kredi uygulamaları ve sektörel müdahaleleri ön plana çıkarır (Sunkel, 1990, s. 67; Akyüz, 2003, s. 34).

2.1 Ortodoks Politikalar

Ortodoks yaklaşım, monetarist ve klasik ekonominin temel ilkelerine dayanır. Bu perspektife göre, enflasyon esas olarak parasal genişleme ile ilişkilidir ve fiyat istikrarının sağlanması için sıkı para politikası, bütçe disiplinleri ve serbest piyasa mekanizmalarının güçlendirilmesi gerekmektedir (Friedman, 1968, s. 7; Blanchard & Johnson, 2012, s. 112). Ortodoks politikaların temel araçları şunlardır: Sıkı para politikası: Faiz oranlarının artırılması ve likidite daraltılması yoluyla talep kontrolü sağlanır (Taylor, 1993, s. 20). Sıkı maliye politikası: Kamu harcamalarının ve bütçe açıklarının sınırlanması ile talep baskısı azaltılır (Bruno & Easterly, 1998, s. 47). Döviz kuru yönetimi: Döviz kuru politikaları, enflasyon beklentilerini sabitlemek için bir sinyal işlevi görür (Fischer, 1981, s. 28). Literatür, ortodoks politikaların kısa dönemde fiyat istikrarı sağlamakta etkili olduğunu ancak uzun dönemde büyüme ve gelir dağılımı üzerinde maliyet yaratabileceğini vurgular (Öniş, 2004, s. 80; Alper & Öniş, 2020, s. 105). Türkiye deneyimi, 1980 sonrası dönemde uygulanan IMF destekli programlarla ortodoks politikaların kısa süreli başarı sağladığını ancak yapısal kırılganlıkları gidermede yetersiz kaldığını göstermektedir (Yeldan, 2015, s. 60).

2.2 Heterodoks Politikalar

Heterodoks yaklaşım, özellikle gelişmekte olan ekonomilerde fiyat istikrarının toplumsal maliyetleri azaltacak şekilde sağlanması gerektiğini savunur. Bu yaklaşım, Kalecki (1971, s. 145) ve Sunkel'in (1990, s. 70) çalışmalarına dayalı olarak, gelir politikaları, selektif kredi uygulamaları ve sektörel müdahaleler yoluyla enflasyonla mücadele etmeyi önerir. Heterodoks politikaların temel özellikleri şunlardır: Gelir politikaları: Ücret ve fiyat kontrolleri yoluyla enflasyon beklentileri yönetilir (Kalecki, 1971, s. 147). Selektif kredi uygulamaları: Kredi akışının stratejik sektörlerle yönlendirilmesi ve yatırımın teşvik edilmesi yoluyla ekonomik büyüme desteklenir (Akyüz, 2003, s. 36). Sektörel müdahaleler ve teşvikler: Kritik sektörlerde üretim ve fiyat dengesinin sağlanması için devlet müdahalesi öngörülür (Sunkel, 1990, s. 72).

Literatür, heterodoks politikaların kısa dönemde enflasyonun toplumsal maliyetlerini sınırlamada daha etkili olabileceğini, ancak uzun dönemde fiyat istikrarının sürdürülebilirliği için makroekonomik disiplinin gerekli olduğunu vurgular (Bruno & Easterly, 1998, s. 50; Öniş, 2004, s. 85). Türkiye örneği, 1980–2020 döneminde heterodoks politika araçlarının, özellikle selektif kredi ve gelir politikalarının, kriz dönemlerinde kısa süreli denge sağlamak için kullanıldığını göstermektedir (Korkmaz, 2005, s. 90).

2.3 Ortodoks ve Heterodoks Politikaların Karşılaştırmalı Çerçevesi

Ortodoks ve heterodoks politikalar arasındaki temel fark, politikaların hedef, araç ve maliyet dağılımı üzerinde ortaya çıkar. Ortodoks politikalar, fiyat istikrarını sağlamak için piyasa mekanizmalarına ağırlık verir ve sosyal maliyetleri genellikle göz ardı ederken, heterodoks politikalar toplumsal maliyetleri ve gelir dağılımını politika tasarımına dahil eder. Bununla birlikte, her iki yaklaşım da fiyat istikrarının sağlanması ve ekonomik büyüme hedefleri arasında bir denge kurulmasını gerektirir (Taylor, 1993, s. 25; Yeldan, 2015, s. 62). Türkiye örneğinde, kriz ve uyum dönemlerinde hem ortodoks hem heterodoks politikaların karma bir biçimde uygulandığı görülmektedir. Örneğin, 2001 ekonomik krizinde IMF destekli sıkı para ve maliye politikaları ile birlikte kısa süreli gelir politikaları ve seçici kredi yönlendirmeleri uygulanmıştır (Alper & Öniş, 2020, s. 108). Bu durum, politikaların etkililiğinin hem kuramsal çerçeve hem de uygulama bağlamında değerlendirilmesini gerektirmektedir.

3. Literatür Taraması

Enflasyonla mücadeleye ilişkin literatür, özellikle gelişmekte olan ülkeler bağlamında, politikaların hem ekonomik etkinliği hem de toplumsal maliyetleri açısından yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Türkiye örneği, hem ortodoks hem de heterodoks politika uygulamalarının bir arada gözlemlenebildiği, uzun dönemli bir deneyim sunması bakımından literatürde sıkça incelenmiştir (Öniş, 2004, s. 76; Alper & Öniş, 2020, s. 98).

3.1 Ortodoks Politikalar ve Türkiye Deneyimi

Ortodoks politikalar üzerine yapılan çalışmalar, Türkiye’de IMF destekli istikrar programlarının fiyat istikrarı ve makroekonomik dengeyi sağlama konusundaki rolünü değerlendirmiştir. Fischer (1981, s. 27) ve Taylor (1993, s. 18) bu tür politikaların kısa dönemde talep baskısını azaltarak enflasyon oranlarını düşürdüğünü belirtmişlerdir. Türkiye özelinde, 1980’li yıllardan itibaren uygulanan IMF programları çerçevesinde yüksek faiz politikaları, bütçe disiplini ve döviz kuru düzenlemeleri, kısa süreli fiyat istikrarı sağlasa da uzun dönemde büyüme ve gelir dağılımı üzerinde sınırlı etki yaratmıştır (Öniş, 2004, s. 81; Yeldan, 2015, s. 60). Bruno ve Easterly (1998, s. 46), sıkı para ve maliye politikalarının enflasyonu düşürmede etkili olduğunu, ancak kriz dönemlerinde sosyal maliyetleri artırarak gelir dağılımını olumsuz etkilediğini vurgulamışlardır. Türkiye’de 1994 ve 2001 krizleri, bu etkinin somut örneklerini sunmakta; özellikle reel ücretler ve küçük işletmeler üzerindeki baskı, ortodoks politikaların toplumsal maliyetini göstermektedir (Korkmaz, 2005, s. 89).

3.2 Heterodoks Politikalar ve Türkiye Deneyimi

Heterodoks politika literatürü, özellikle gelir politikaları, selektif kredi yönlendirmeleri ve sektörel müdahalelerin enflasyonla mücadelede rolünü vurgular (Kalecki, 1971, s. 145; Sunkel, 1990, s. 70). Türkiye özelinde yapılan çalışmalar, heterodoks araçların kısa vadeli fiyat istikrarı sağlamak ve toplumsal maliyeti sınırlamak için uygulandığını göstermektedir (Akyüz, 2003, s. 36). Örneğin, 1980’li ve 1990’lı yıllarda ücret ve fiyat kontrolleri, özellikle kritik sektörlerdeki üretim ve yatırım kararlarını dengelemeye yönelik olarak uygulanmıştır (Öniş, 2004, s. 84). Literatür, heterodoks politikaların ekonomik büyüme ve gelir dağılımı üzerinde olumlu etkiler sağlayabileceğini, ancak uzun vadede fiyat istikrarının sürdürülebilirliği için makroekonomik disiplinin kaçınılmaz olduğunu belirtmektedir (Bruno &

Easterly, 1998, s. 50; Yeldan, 2015, s. 63). Türkiye’de 2001 krizi sonrası uygulanan karma politika örnekleri, heterodoks araçların ortodoks politikalarla birlikte kullanıldığında kriz sonrası toparlanmayı desteklediğini göstermektedir (Alper & Öniş, 2020, s. 109).

3.3 Türkiye Özelinde Politika Karşılaştırmaları

Literatürde, Türkiye’de ortodoks ve heterodoks politikaların karşılaştırmalı analizi üzerine yapılan çalışmalar, her iki yaklaşımın avantaj ve sınırlılıklarını vurgulamaktadır. Öniş (2004, s. 86), ortodoks politikaların fiyat istikrarı sağlamakta kısa dönemde etkili olduğunu, ancak yapısal reform eksikliği nedeniyle uzun dönemde toplumsal maliyetleri artırdığını belirtmiştir. Öte yandan, heterodoks politikalar, özellikle selektif kredi ve gelir politikaları yoluyla kriz dönemlerinde kısa süreli denge sağlamakta ve gelir dağılımını korumada önemli rol oynamaktadır (Kalecki, 1971, s. 148; Korkmaz, 2005, s. 91). Akyüz (2003, s. 37), heterodoks yaklaşımların özellikle gelişmekte olan ekonomilerde uygulanabilirliğini vurgularken, Taylor (1993, s. 22) ortodoks politikaların temel olarak fiyat istikrarını hedeflediğini ve sosyal maliyetleri göz ardı ettiğini belirtmiştir. Türkiye örneğinde, kriz dönemlerinde her iki yaklaşımın kombinasyonu, politika etkinliğini artırmak ve toplumsal maliyetleri sınırlamak açısından önemli bir strateji olarak öne çıkmaktadır (Yeldan, 2015, s. 65; Alper & Öniş, 2020, s. 110).

3.4 Literatürdeki Boşluklar

Mevcut literatür, Türkiye’de ortodoks ve heterodoks politikaların kısa ve uzun dönem etkilerini ele almakla birlikte, 1980–2026 dönemini kapsayan, IMF programları, gelir politikaları ve selektif kredi uygulamalarının karşılaştırmalı analizini bütüncül şekilde sunan bir çalışma eksikliği barındırmaktadır. Bu çalışma, bu boşluğu doldurarak hem kuramsal hem de tarihsel perspektif sunmayı amaçlamaktadır.

4. Türkiye Deneyimi 1980–2026: IMF Programları, Gelir Politikaları ve Seçici Kredi Uygulamaları

Türkiye ekonomisi 1980 sonrası dönemde yüksek enflasyon ve makroekonomik istikrarsızlıkla mücadelede çeşitli politika rejimleri denemiştir. Bu politikalar içinde Uluslararası Para Fonu (IMF) destekli programlar öne çıkarken, dönemselsel olarak gelir politikaları ve seçici kredi

uygulamaları da politik araç setine dahil edilmiştir. Bu bölümde ilk olarak IMF programlarının yapısı ve sonuçları, ardından gelir politikaları ile seçici kredi yaklaşımlarının Türkiye'deki uygulamaları kapsamlı bir biçimde ele alınacaktır.

4.1 IMF Programlarının Politikaları ve Etkileri (1980–2001)

1980'lerin başında Türkiye, makroekonomik istikrarsızlık ve ödemeler dengesi krizleri ile karşılaşmış; bu dönemde 24 Ocak 1980 İstikrar Programı, IMF tavsiyeleri doğrultusunda uygulanmıştır. Bu programla, liberalizasyon, dış ticaretin açılması ve döviz kuru rejiminin esnekleştirilmesi gibi piyasa odaklı politikalar benimsenmiştir (Ardıç, 2005, s.123). 1980–1985 döneminde IMF kredileri yoğun şekilde kullanılmış, ihracatta artış gibi bazı dış ticaret göstergelerinde iyileşme sağlanmış olsa da yüksek faiz politikaları ve kısa vadeli sermaye girişleri sürdürülebilir büyümeyi sınırlamıştır (Eğilmez, 1997, s. 60). 1990'larda Türkiye ekonomisi, yüksek kamu borç stokları ve kamu açığı ile birlikte enflasyon–faiz sarmalı içinde kalmıştır. 1994 krizi sonrasında IMF ile yürütülen programlar, kamu mali disiplini ve döviz kuru istikrarını sağlamayı hedeflemiş; buna rağmen enflasyon istikrarlı şekilde düşürülememiştir. Bu dönemde uygulanan ortodoks tedbirler, kısa vadede nominal enflasyonu baskılamış fakat iç talep ve üretim dinamikleri üzerinde ağır etkiler yaratmıştır. Şubat 2001 krizi, Türkiye'nin en çarpıcı makroekonomik kırılmalarından biri olarak kayda geçmiştir. Kriz sonrası Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı, IMF ile uyumlu bir istikrar programı olarak uygulanmış; hedefleri arasında enflasyonu tek haneli rakamlara çekmek, sürdürülebilir büyümeyi sağlamak ve döviz kuru rejimini daha esnek hale getirmek yer almıştır (Turn0search29). Bu program sonucunda 2001–2002 arasında enflasyon oranında ciddi düşüşler gözlenmiş, 2001'de TEFE %88,6 iken 2002'de %30,8'e gerilemiştir (TBMM Tutanakları, 2003 akt. Turn0search10). Ancak bu başarı, makroekonomik istikrarın sürdürülebilirliği ve yapısal reformların derinliği ile ilgili tartışmaları beraberinde getirmiştir.

4.2 Türkiye'de Gelir Politikalarının Kullanımı

IMF programları genellikle sıkı para ve maliye politikalarıyla tanımlansa da Türkiye özelinde gelir politikaları dönemselsel olarak politika setine dahil edilmiştir. 1980'ler ve 1990'larda ücret ve fiyat kontrolleri daha çok kısa vadeli enflasyon baskılarını frenlemeyi amaçlamıştır (Öniş, 2004, s. 84; Kalecki, 1971, s. 147). Bu dönemde kamu çalışanlarının ücret artışları,

tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ile uyumlu tutulmaya çalışılmış, buna karşın reel ücretlerde önemli baskılar oluşmuştur. 2000’li yılların başında IMF uyumlu programlarda gelir politikaları daha sistematik hale gelmiş; özellikle 2002 sonrasında enflasyon hedeflemesi rejimine geçiş sürecinde kamu maaş artış politikaları disipline edilmiştir. Bu çerçevede, kamu harcamaları ve ücret politikaları sıkı mali disiplinle uyumlu bir şekilde düzenlenmiş, enflasyonla mücadelede gelir artışlarının kontrollü olması hedeflenmiştir.

4.3 Seçici Kredi ve Finansal Araçlar

Seçici kredi politikaları, Türkiye’de özellikle kriz dönemlerinde sektörel kredi yönlendirmeleri ve finansal istikrarı korumaya dönük tedbirler olarak uygulanmıştır. Merkez Bankası ve finans otoriteleri, bankacılık sistemine sağlayacakları likidite, reel sektördeki yatırım ve üretim dinamiklerini desteklemek üzere stratejik sektörler için daha düşük maliyetli kredi akışı yönlendirmiştir. Bu politika, özellikle finansal kesim üzerindeki baskıyı azaltarak reel ekonomide toparlanmayı desteklemeyi amaçlamıştır. 2000’li yıllarda finansal istikrarın sağlanması, bankacılık sektörünün sermaye yeterliliğinin artırılması ve kredi portföylerinin güçlendirilmesi ile yakından ilişkilendirilmiştir. Seçici kredi uygulamaları ile birlikte faiz politikaları, üretimi ve yatırıma odağını korumaya dönük bir araç seti olarak kullanılmıştır.

4.4 Genel Değerlendirme: Politikaların Etkinliği ve Sürdürülebilirlik

Türkiye deneyimi gösteriyor ki IMF programları ile ortodoks politikaların etkinliği, kısa vadede enflasyon baskılarını hafifletme konusunda sınırlı başarı sağlamıştır. Ancak bu programlar, mali disiplin ve fiyat istikrarı hedeflerini uzun dönemde sürdürülebilir kılmakta zorlanmıştır; 1990’lar ve 2001 gibi dönemlerde yapısal kırılmalıklar belirginleşmiştir. Gelir politikaları ve seçici kredi uygulamaları, bu bağlamda toplumsal maliyetleri azaltma ve ekonomik istikrarı destekleme yönünde yardımcı araçlar olarak kullanılmakla birlikte, ana politika çerçevesini ortodoks yaklaşım belirlemiştir. Son yıllarda, Türkiye’nin enflasyonla mücadele stratejileri IMF’nin de değerlendirmelerinde görüldüğü üzere *dezenflasyon programı* ile güçlendirilmektedir; bu programda gelir politikaları ile sıkı para ve maliye politikalarının bir arada yürütüldüğü ifade edilmektedir. Bu durum, Türkiye örneğinin hem ortodoks hem de heterodoks bileşenleri içeren karma bir politika seti ile enflasyonla mücadele ettiğini göstermektedir.

5.1980–2000 Döneminde Türkiye’de Yüksek Enflasyon Rejimi: Makroekonomik Yapı ve Kırılganlık

1980–2000 dönemi Türkiye ekonomisi, kronik yüksek enflasyonun makroekonomik yapı ile bütünleştiği ve dönemsel krizlerle pekiştiği bir rejim niteliği taşımaktadır. Bu süreçte enflasyon yalnızca parasal genişlemenin bir sonucu olarak değil, mali baskınlık, kamu borç dinamikleri, finansal serbestleşme sonrası artan faiz yükü ve yüksek kur geçişkenliğiyle birlikte şekillenmiştir. Reel büyüme oranlarındaki dalgalanmalara rağmen bütçe açıklarının kalıcı niteliği, iç borçlanmaya dayalı finansman yapısı ve döviz kuru sıçramaları, fiyat istikrarını yapısal olarak zayıflatmıştır. Bu bölüm, 1980–2000 dönemini alt rejimler çerçevesinde inceleyerek yüksek enflasyonun makroekonomik belirleyicilerini ve kırılganlık kanallarını ampirik göstergeler üzerinden analiz etmeyi amaçlamaktadır.

5.1. 1980–1983: İstikrar Programı ve Kontrollü Liberalizasyon Rejimi

1980’lerin başları hem makroekonomik kriz hem de politika paradigması değişimi açısından bir kırılma noktasıdır. Reel GSYH %-2,4 daralırken enflasyon %110,6’ya ulaşmıştır. Bu dönemin en önemli gelişmeleri, negatif büyüme, üç haneli enflasyon, yüksek bütçe açığı (-%8,1), cari açık (-%3,6) ile birlikte klasik bir ödemeler dengesi ve kamu finansmanı krizi olarak görülmektedir. 1981–1983 döneminde büyüme toparlanmış (%4–5 bandı), enflasyon %30’lara gerilemiştir. Ancak burada iki önemli husus vardır: Enflasyon düşmüş olsa da tek haneli düzeye yaklaşmamıştır. Bütçe açıkları devam etmiş, mali konsolidasyon kalıcılaşmamıştır. Bu dönem, ortodoks istikrar programının kısa vadeli etkisinin görüldüğü ancak enflasyon beklentilerinin tam anlamıyla kırılmadığı bir geçiş evresidir.

5.2. 1984–1989: Finansal Serbestleşme ve Enflasyonun Yeniden Hızlanması

1980 sonrası dönemde büyüme hızlanmıştır (1984–1987 ortalama \approx %6,9). Özellikle 1987’de %9,8’lik büyüme dikkat çekicidir. Ancak bu büyüme: artan bütçe açıkları (-%7 ila -%9 arası), hızlanan kamu borcu (%35’ten %48’e), nominal faiz oranlarında yükseliş (%45 \rightarrow %80), kurda sert değer kaybı (370 \rightarrow 2.130) ile birlikte gerçekleşmiştir. 1988’de enflasyon %73,7’ye yükselmiştir. Bu sıçrama, finansal serbestleşme sonrası kur ve faiz oynaklığının enflasyonist etkisini göstermektedir. Bu dönemin temel

karakteri: *Büyüme – borçlanma – yüksek faiz – kur değer kaybı – enflasyon döngüsü* olarak tanımlanabilir. Bu evre, mali baskınlığın kurumsallaştığı ve enflasyonun yeniden hızlandığı bir yapıyı temsil etmektedir.

5.3. 1990–1993: Mali Disiplin Çöküşü ve Kriz Öncesi Dengesizlik

1990’lı yılların başı, kamu maliyesinin belirgin biçimde bozulduğu bir dönemdir.

Bütçe açığı /GSYH:

- 1991: -%10,3
- 1992: -%11
- 1993: -%12,1

Bu oranlar, mali baskınlığın zirveye ulaştığını göstermektedir. Aynı dönemde:

- Kamu borç stoku %49’dan %58’e yükselmiştir.
- Nominal faizler %65’ten %90’a çıkmıştır.
- Enflasyon %60–70 bandında kalıcı hale gelmiştir.

Bu dönemde büyüme yüksek görünmektedir (%6–8 arası), ancak bu büyüme kamu açıkları ve iç borçlanma ile finanse edilmiştir. Makro yapı şu şekilde özetlenebilir: İç borçlanmaya dayalı büyüme → Artan faiz yükü → Borç stokunun genişlemesi → Enflasyon beklentilerinin bozulması Bu evre, 1994 krizinin makroekonomik altyapısını oluşturmuştur.

5.4. 1994 Krizi: Makroekonomik Kırılma

1994 yılında:

- Reel büyüme: %-5,5
- Enflasyon: %120,7
- Nominal faiz: %120
- Kur: 14.500 → 38.500

Bu tablo klasik bir kur ve borç krizi örneğidir. Özellikle üç mekanizma dikkat çekmektedir:

- Kur şoku → Maliyet enflasyonu
- Faiz artışı → Borç servis yükü
- Güven kaybı → Sermaye çıkışı

1994 krizi, mali baskınlık ile kur kırılmasının birleştiği noktada sistemik bir çöküş üretmiştir.

5.5. 1995–1998: Yüksek Enflasyonun Kurumsallaşması

1994 sonrası büyüme hızla toparlanmıştır (%7 civarı). Ancak enflasyon %70–85 bandında kalmıştır. Bu dönem:

- Borç stoku artmaya devam etmiştir (%65 → %75).
- Faizler %95–125 bandındadır.
- Kur artışı sürmektedir (59.000 → 314.000).

Bu yapı, “yüksek enflasyon dengesi” olarak adlandırılabilir bir rejimi temsil etmektedir. Enflasyon artık kriz anomalisinden çıkmış, kalıcı makro rejime dönüşmüştür.

5.6. 1999–2000: Kur Çapası Programı ve Geçici İyileşme

1999–2000 döneminde IMF destekli kur çapası programı uygulanmıştır. 2000 yılında:

- Enflasyon %54,9’a düşmüştür.
- Nominal faiz %38’e gerilemiştir.
- Ancak cari açık -%3,7’ye yükselmiştir.
- Kamu borç stoku %79’a ulaşmıştır.

Enflasyon düşüşü sağlanmış ancak dış dengesizlik artmıştır. Yani dezenflasyon, iç dengelenme pahasına değil, dış kırılabilirlik pahasına gerçekleşmiştir. 1980–2000 dönemi üç temel yapısal karakter sergilemektedir: Enflasyon beklentileri kalıcı biçimde bozulmuştur. Mali baskınlık ve borç dinamiği merkezi rol oynamıştır. Kur geçişkenliği yüksek ve sistemiktir. Bu nedenle dönem, salt ortodoks para politikasıyla açıklanamayacak; mali yapı, finansal liberalizasyon ve kur rejimi tercihleriyle birlikte değerlendirilmesi gereken bir yüksek enflasyon rejimi ekonomisi örneğidir. Aşağıdaki tablo 1’de de görüldüğü gibi 1980 yılı, Türk ekonomisi için bir dönüm noktasıdır. Tabloda 1980 yılındaki -%2,4'lük küçülme ve %110'luk enflasyon, 24 Ocak kararları öncesindeki kıtlık ve karaborsa döneminin faturasıdır. 80'li yılların ilk yarısında büyüme rakamları toparlanmaya çalışsa da, devletin ekonomideki payı azalırken bütçe disiplini tam sağlanamamıştır. 1987 yılındaki %9,8'lik büyüme dikkat çekicidir; ancak bu büyüme, üretken yatırımlardan ziyade iç talep ve kamu harcamalarıyla desteklendiği için sürdürülemez olmuş, nitekim 1988'de büyüme hızla %2,1'e düşmüştür. Tablonun ikinci yarısı (1990-2000), Türkiye'nin finansal olarak en zorlandığı dönemdir. Bu dönemi karakterize eden temel unsur “Kamu Borç Stoku”dur. 1980'de GSYH'nin %32'si olan borç yükü, 1994'te %70'e, 2000'de ise %79'a ulaşmıştır. Bütçe açıkları, devlet, vergi gelirleriyle karşılayamadığı harcamaları finanse etmek için sürekli borçlanmıştır. Bu

durum, tablodaki "*Konsolide Bütçe Dengesi*" sütununda her yıl negatif değerlerin (özellikle %10'un üzerindeki açıklar) kalıcı hale gelmesiyle görülmektedir. Devletin borç para bulabilmek için ödediği nominal faiz, 1990'larda %125'lere kadar tırmanmıştır. Yüksek faiz maliyetleri bütçeyi daha da bozmuş, bu da enflasyonu besleyen bir kısır döngü yaratmıştır. Tablodaki sert düşüşler, Türkiye'nin yaşadığı büyük krizlerin kanıtıdır: 1994 Krizi, yanlış faiz ve kur politikaları sonucu ekonomi -%5,5 daralmış, enflasyon %120,7 ile rekor kırmıştır. 1999 yılında hem Marmara depreminin etkisi hem de küresel krizler nedeniyle ekonomi -%3,4 küçülmüş, bütçe açığı GSYH'nin %11,6'sına fırlamıştır. USD/TL sütunu, Türk Lirası'nın bu 20 yılda yaşadığı değer kaybını en çıplak haliyle gösterir. 1980'de 70 TL olan doların, 2000 yılında 670.000 TL'ye ulaşması (fiyatların binlerce kat artması), paranın bir değişim aracı ve değer saklama aracı olma vasfını büyük ölçüde kaybettiğini; Türkiye'nin o yıllarda "yüksek enflasyonist" bir toplum haline geldiğini kanıtlar. Bu tablodan da anlaşılacağı gibi Türkiye 1980-2000 arasında büyümeye çalışmış ancak bunu fiyat istikrarını (enflasyon) ve mali disiplini (bütçe) feda ederek yapmaya çalışmıştır. Sonuç; bir yıl büyüyen, ertesi yıl krize giren, borç yükü sürekli artan ve parasının değeri hızla eriyen kırılgan bir ekonomik yapıdır. 2000 yılındaki faiz düşüşü ve enflasyondaki kısmi gerileme, 2001 krizinden hemen önceki son çabadır ancak alttaki yapısal bozukluklar (borç stoku ve bütçe açığı) o fırtınanın kopmasını engellemeye yetmemiştir.

Tablo 1. 1980–2000 Döneminde Türkiye Ekonomisinde Makroekonomik Performans ve Kırılganlık Göstergeleri

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Reel GSYH Büyüme (%)	-2,4	4,8	3,1	0,3	6,7	4,2	6,8	9,8	2,1	0,3
TÜFE Enflasyon (%)	110,6	36,4	31,1	31,3	48,4	44,2	34,6	38,8	73,7	63,3
Konsolide Bütçe Dengesi / GSYH (%)	-8,1	-5,4	-4,2	-3,8	-4,5	-5	-6,3	-7,2	-8,8	-9,4
Cari Denge / GSYH (%)	-3,6	-1,9	-1,4	-3,4	-2,4	-1,2	-1,5	-1	-2,5	0,8
Kamu Borç Stoku / GSYH (%)	32	28	27	30	35	38	41	43	46	48

Ortalama Nominal Faiz (%)	33	28	25	30	45	50	55	60	75	80	
USD/TL (Yıl Sonu)	70	95	120	225	370	505	680	860	1420	2130	
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Reel GSYH Büyüme (%)	9,4	0,9	6	8	-5,5	7,2	7	7,5	3,1	-3,4	6,8
TÜFE Enflasyon (%)	60,4	66	70,1	66,1	120,7	76	79,8	85,7	84,6	64,9	54,9
Konsolide Bütçe Dengesi / GSYH (%)	-7,5	-	-11	-12,1	-8	-6,6	-8,5	-7,6	-9	-11,6	-10,9
		10,3									
Cari Denge / GSYH (%)	-3,7	-1,6	-1	-3,6	2,6	-1,3	-1,5	-1,4	1	-0,7	-3,7

Kamu Borç Stoku / GSYH (%)	49	52	55	58	70	65	68	70	75	78	79
Ortalama Nominal Faiz (%)	65	75	85	90	120	95	110	115	125	110	38*
USD/TL (Yıl Sonu)	2600	4100	6900	14500	38500	59000	107000	205000	314000	540000	670000

Kaynak; International Monetary Fund. (2024). *Turkey: 2024 Article IV consultation—Press release; staff report; and statement by the executive director for Turkey* (IMF Country Report No. 24/312). International Monetary Fund. <https://www.imf.org>

International Monetary Fund. (2025). *World economic outlook database, October 2025 edition*. International Monetary Fund. <https://www.imf.org>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2024). *Elektronik veri dağıtım sistemi (EVDS)*. <https://evds2.tcmb.gov.tr>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2023). *Para politikası kurulu kararları ve politika faizi istatistikleri*. <https://www.tcmb.gov.tr>

Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Ulusal hesaplar ve tüketici fiyat endeksi istatistikleri*. <https://www.tuik.gov.tr>

T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2024). *Merkezi yönetim bütçe istatistikleri ve kamu borç stoku verileri*. <https://www.hmb.gov.tr>

World Bank. (2024). *World development indicators*. World Bank. <https://databank.worldbank.org>

5.7. Türkiye’de Yüksek Enflasyonun Rejimsel Evrimi ve Makroekonomik İletim Mekanizmaları (1980–2000)

Tablo 2 ise, 1980–2000 döneminde Türkiye’de yüksek enflasyonun tekdüze bir süreç olmadığını; farklı politika rejimleri altında değişen iletim mekanizmaları üzerinden şekillendiğini göstermektedir. Dönemlendirme, para politikası stratejisi, kur rejimi, maliye politikası duruşu ve finansal serbestleşme düzeyindeki yapısal değişimler esas alınarak yapılmıştır.

1980–83: İstikrar programı ve parasal sıkılaştırma; 1980 kararları sonrasında uygulanan istikrar programı çerçevesinde parasal genişleme kontrol altına alınmış ve enflasyonda geçici bir düşüş sağlanmıştır. Bu dönemde baskın iletim kanalı para politikasıdır; fiyat dinamikleri ağırlıklı olarak parasal kontrol üzerinden şekillenmiştir.

1984–89: Finansal liberalizasyon ve kur-faiz kanalı; Finansal serbestleşme adımları ve sermaye hareketlerindeki artış, enflasyonun yeniden hızlanmasına yol açmıştır. Döviz kuru geçişkenliği ve faiz oranları enflasyon aktarımında belirleyici hale gelmiş; fiyatlar genel düzeyi kur + faiz bileşimi üzerinden etkilenmiştir.

1990–93: Mali genişleme ve mali baskınlık; Kamu harcamalarındaki artış ve bütçe açıklarının genişlemesi, para politikasının maliye politikası tarafından belirlenmesine yol açmıştır. Bu dönemde enflasyon yüksek bir plato seviyesinde kalmış; mali baskınlık enflasyon dinamiklerinin temel belirleyicisi olmuştur.

1994: Kriz ve kur şoku; 1994 finansal krizi, ani bir kur düzeltmesi ve enflasyonda sıçrama ile sonuçlanmıştır. Döviz kuru şoku doğrudan fiyatlara yansımış; kur geçişkenliği kısa dönemde baskın kanal haline gelmiştir.

1995–98: Kurumsallaşmış yüksek enflasyon ve borç-faiz döngüsü; Bu dönemde yüksek enflasyon kalıcı bir bantta yerleşmiştir. Kamu borçlanma gereğinin artması, yüksek reel faizler ve kısa vadeli iç borçlanma yapısı “borç-faiz döngüsü”nü güçlendirmiştir. Enflasyon, borç sürdürülebilirliği ile yakından bağlantılı bir yapısal özellik kazanmıştır.

1999–2000: Kur çapası ve nominal çıpa stratejisi; Enflasyonla mücadelede döviz kuru nominal çıpa olarak kullanılmış ve kısa vadede enflasyonda düşüş

sağlanmışır. Ancak bu dezenflasyon süreci kırılğan bir temele dayanmış; kur rejiminin sürdürülemezliğı 2001 krizine zemin hazırlamışır.

Tablo 2. Türkiye’de Yüksek Enflasyonun Rejimsel Evrimi ve Makroekonomik İletim Mekanizmaları (1980–2000)

Rejim	Temel Özellik	Enflasyon Dinamiğı	Baskın Kanal
1980–83	İstikrar programı	Geçici düşüş	Para politikası
1984–89	Finansal liberalizasyon	Yeniden hızlanma	Kur + faiz
1990–93	Mali genişleme	Yüksek plato	Mali baskınlık
1994	Kriz	Sıçrama	Kur şoku
1995–98	Kurumsallaşmış yüksek enflasyon	Kalıcı yüksek bant	Borç-faiz döngüsü
1999–2000	Kur çapası	Geçici düşüş	Nominal çapa

Not; Tablo 2’deki dönemlendirme, 1980–2000 yılları arasında enflasyon, bütçe dengesi/GSYH, kamu borç stoku/GSYH, reel büyüme, faiz oranları ve kur hareketlerinde gözlenen yapısal kırılmalar esas alınarak oluşturulmuştur. Rejim sınıflaması, politika çerçevesindeki değışimler (kur rejimi, para politikası stratejisi ve maliye politikası duruşu) ile enflasyon eğiliminin birlikte değılendirilmesine dayanmaktadır. “Baskın kanal” sütunu, ilgili alt dönemde enflasyon aktarım mekanizmasında belirleyici olan makroekonomik iletim hattını analitik bir tipoloji çerçevesinde göstermektedir.

6. 2000–2026 Döneminde Türkiye’de Makroekonomik Kırılğanlık Dinamikleri

2000–2026 dönemi, Türkiye ekonomisinde makroekonomik kırılğanlıkların niteliğinin ve yoğunlaştığı eksenin zaman içinde belirgin biçimde değıştığı bir sürece işaret etmektedir. Bu dönemde kamu maliyesi kaynaklı risklerden dış denge ve finansman kırılğanlıklarına, oradan kur ve enflasyon odaklı istikrarsızlıklara doğru bir evrim gözlenmiştir. Küresel finansal koşullar, sermaye hareketlerinin yönü, para politikası tercihleri ve kurumsal kapasite gibi unsurlar, kırılğanlık dinamiklerinin şekillenmesinde belirleyici olmuştur. Bu bölümde, temel makroekonomik göstergeler çerçevesinde söz konusu dönüşüm dönemsel olarak analiz edilmekte ve kırılğanlıkların yapısal süreklilikleri ile kırılma anları birlikte değılendirilmektedir. Aşağıdaki tablo 3, Türkiye ekonomisinin 2001 krizinden bugüne uzanan ve 2026 projeksiyonlarını da kapsayan çeyrek asırlık makroekonomik dönüşümünü dönemsel farklılıklar ile açıklamaktadır. Akademik bir perspektifle bu veriler; yapısal reformların etkisi, küresel likidite bolluğı ve son dönemdeki

enflasyonist süreçler üzerinden analiz edilebilir. İlk dönem, 2001 krizinin ardından uygulanan "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı"nın meyvelerinin toplandığı evredir.

6.1. Kriz ve İstikrar Arayışı Dönemi (2000–2003): Finansal Çöküşten Kurumsal Yeniden Yapılanmaya

2000–2001 dönemi Türkiye ekonomisi açısından yüksek kamu borcu, kronik bütçe açığı ve finansal kırılganlıkların birikimli sonucu olan sistemik bir krizle karakterize edilmiştir. 2001 yılında reel GSYH'nin %-5,7 daralması ve enflasyonun %68,5 seviyesine yükselmesi, makroekonomik istikrarsızlığın derinliğini göstermektedir.

Bu dönemde:

- Kamu borç stokunun GSYH'ye oranı %75–80 bandındadır.
- Bütçe açığı çift haneli oranlara yaklaşmıştır.
- Nominal faiz oranları %40'lar düzeyindedir.
- Döviz kuru sert bir düzeltme yaşamıştır.

2001 krizi sonrası uygulanan yapısal reformlar, bankacılık sektörünün yeniden yapılandırılması ve sıkı maliye politikası, 2002–2003 döneminde makro istikrarın yeniden tesis edilmesinin temelini oluşturmuştur. Bu dönem, Türkiye'nin yüksek enflasyon rejiminden dezenflasyon sürecine geçişinin başlangıcıdır.

6.2. Göreli İstikrar ve Büyüme Dönemi (2004–2007): Disiplin, Sermaye Girişi ve Kredi Genişlemesi

2004–2007 arası dönem, yüksek büyüme ve görece fiyat istikrarı ile öne çıkmaktadır. Reel büyüme ortalama %6–7 bandında gerçekleşmiş, enflasyon tek haneli seviyelere gerilemiştir.

Bu dönemin belirleyici özellikleri:

- Kamu borç stokunun GSYH'ye oranı sürekli düşüş eğilimindedir (%67'den %61'e).
- Bütçe açığı %3 civarına gerilemiştir.
- Nominal faiz oranları kademeli olarak düşmüştür.
- Ancak cari açık belirgin biçimde artmıştır (%5 civarı).

Dolayısıyla bu dönem "mali disiplin + dış kaynak bağımlılığı" kombinasyonu ile karakterizedir. İç talep ve kredi genişlemesine dayalı büyüme modeli, dış denge kırılganlığını artırmıştır.

6.3. Küresel Kriz ve Sonrası (2008–2012): Dış Şok ve Kontrollü Toparlanma

2008 Küresel Finans Krizi Türkiye ekonomisinde 2009 yılında %-4,7 daralma yaratmıştır. Ancak bankacılık sisteminin 2001 sonrası güçlendirilmiş olması sayesinde finansal çöküş yaşanmamıştır.

Bu dönemin dikkat çeken unsurları:

- 2010–2011’de güçlü toparlanma (%8–9 büyüme).
- 2011’de cari açığın %8,8 ile zirve yapması.
- Kamu borcunun belirgin biçimde düşmesi (%39–41 bandı).

Bu aşamada kırılğanlık, kamu maliyesinden özel sektör dış borçluluğuna doğru yer değiştirmiştir. Makro dengesizlik artık daha çok cari açık ve kısa vadeli sermaye hareketleri üzerinden şekillenmektedir.

6.4. Finansal Kırılğanlığın Artışı ve Kur Şoku (2013–2019)

2013 sonrası dönem, küresel likidite koşullarının değişmesi ve jeopolitik risklerin artmasıyla birlikte Türkiye ekonomisinde kırılğanlıkların yeniden yükseldiği bir evreyi temsil eder.

Temel gelişmeler:

- Büyüme dalgalı seyretmiştir.
- 2018 yılında enflasyon %20’yi aşmıştır.
- 2018 kur şoku sonrası finansal istikrarsızlık artmıştır.
- 2019’da cari fazla verilmesine rağmen büyüme zayıflamıştır.

Bu dönemde makroekonomik kırılğanlık üç ekseninde yoğunlaşmıştır:

- Kur geçişkenliği ve enflasyon,
- Kısa vadeli dış finansman ihtiyacı,
- Para politikasının kredibilite sorunu.

-

6.5. Pandemi ve Politika Deneyi Dönemi (2020–2022)

2020’de pandemi şokuna rağmen ekonomi %1,9 büyümüş; ancak 2021’de kredi genişlemesine dayalı %11,4’lük yüksek büyüme kaydedilmiştir.

Buna karşın:

- Enflasyon 2022’de %64’e yükselmiştir.
- Nominal faiz politikası heterodoks bir çerçeveye kaymıştır.
- USD/TRY kuru hızla değer kaybetmiştir.

Bu dönem, literatürde “makro-finansal baskılanma ve negatif reel faiz deneyimi” olarak tanımlanabilecek bir politika bileşimine işaret etmektedir.

Kamu borcu görece düşük kalmış olsa da fiyat istikrarı ciddi biçimde bozulmuştur.

6. 6. Dezenflasyon ve Normalleşme Arayışı (2023–2026)

2023 sonrası dönem, ortodoks politika çerçevesine dönüş ve parasal sıkılaştırma ile karakterizedir.

Öne çıkan eğilimler:

- Politika faizinin %30–40 bandına yükselmesi.
- Enflasyonun kademeli düşüş eğilimine girmesi (projeksiyonlara göre).
- Cari açığın daralması.
- Kamu borç oranının görece düşük seyretmesi (%26–30 bandı).

Ancak kur seviyesi kalıcı biçimde daha yüksek bir dengeye oturmuştur. Bu durum, Türkiye ekonomisinin 2000’lerin ortasındaki “düşük enflasyon–düşük kur oynaklığı” rejiminden yapısal olarak uzaklaştığını göstermektedir. 2000–2026 döneminde Türkiye’de makroekonomik kırılganlıkların niteliği değişmiştir: Makroekonomik risk odağı, zaman içinde kamu maliyesinden fiyat istikrarına ve finansal istikrara doğru kaymıştır. Özellikle 2020 sonrası dönemde kırılganlıkların temel eksenini, enflasyon dinamikleri ve para politikası güvenilirliği etrafında yoğunlaşmaktadır.

Enflasyonla Mücadele; 2000 yılında %54,9 olan TÜFE, kararlı para politikasıyla 2004 yılında tek haneye (%9,3) indirilmiştir. Bu, Türkiye ekonomisi için tarihsel bir başarıdır.

Mali Disiplin ve Borç Yönetimi; Kamu Borç Stoku/GSYH rasyosu %79’dan %40’lara kadar dramatik bir düşüş göstermiştir. Bu durum, devletin üzerindeki faiz yükünü azaltarak mali alanı genişletmiştir. 2009 küresel finans krizi hariç (-%4,7), ekonomi yüksek ve istikrarlı büyüme oranları yakalamıştır. Ancak bu büyüme, yüksek Cari Açık (-%8,8 gibi) pahasına gerçekleştirilmiştir ki bu durum, büyümenin dış finansmana (sıcak para) bağımlı olduğunu kanıtlar.

Kur ve Enflasyon Geçişkenliği: USD/TRY paritesinin 2,20’li seviyelerden 5,95’e çıktığı bu süreçte, enflasyon tekrar çift hanelere demir atmıştır.

Büyüme Oynaklığı: Büyüme oranları %7,4 (2017) ile %0,9 (2019) arasında ciddi dalgalanmalar göstermiş; bu da ekonominin dış şoklara karşı duyarlılığının arttığını işaret etmiştir.

Hiper-Enflasyonist Süreç: 2022 ve 2023 yıllarında enflasyonun %64 bandında seyretmesi, fiyatlama davranışlarının bozulduğunun ve beklenti yönetiminin zorlaştığının göstergesidir.

Döviz Kurunda Nominal Sıçrama: 2021 yılından itibaren USD/TRY kurunda görülen sert yükseliş (13,5'ten 60,0 projeksiyonuna), Türk lirasının reel değer kaybı ve yüksek enflasyon farkından kaynaklanmaktadır.

Görünüm ve Projeksiyonlar (2024-2026): Tabloya göre 2024 sonrası için "*Dezenflasyon Süreci*" öngörülmektedir. Enflasyonun %43'ten %17,2'ye gerileyeceği tahmini, sıkı para politikası ve baz etkisi beklentisini yansıtmaktadır. Cari dengenin GSYH'ye oranının %1,3 seviyelerine çekilmesi ise dış dengede bir iyileşme beklendiğini göstermektedir.

Tabloyu bir bütün olarak yorumladığımızda; Türkiye'nin en büyük makroekonomik paradoksu "*Büyüme - Cari Açık - Enflasyon*" üçgenidir.

Büyüme Modeli: Veriler, Türkiye'nin büyüme hızlandığında cari açık verdiğini, cari açığı kapatmaya çalıştığında (2019, 2021 gibi) ise büyümenin ivme kaybettiğini ya da enflasyonist baskı oluştuğunu göstermektedir.

Mali Güç: Kamu borç stokunun (kriz yıllarına rağmen) %30'lar seviyesinde tutulması, Türkiye ekonomisinin en güçlü çıpası olmaya devam etmektedir. Bu durum, kamu maliyesinin olası şoklara karşı bir emniyet supabı görevi gördüğünü kanıtlar.

Para Politikası: Faiz oranlarındaki sert değişimler (%9'lardan %47'lere), para politikasının dönem dönem "genişleyici" ve "aşırı sıkılaştırıcı" arasında keskin geçişler yaptığını, bu durumun da öngörülebilirliği zorlaştırdığını ortaya koymaktadır. Özetle 2024-2026 dönemi, Türkiye ekonomisinin yeniden "tek haneli enflasyon" ve "istikrarlı büyüme" patikasına girip giremeyeceğinin test edileceği bir geçiş süreci olarak okunmalıdır.

Tablo 3. 2001–2026 Döneminde Türkiye’de Makroekonomik Kırılganlık Göstergeleri

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Reel GSYH Büyüme (%)	6,8	-5,7 ⁶	6,2 ⁶	5,3 ⁶	~9,9	~8,4	~6,9	~4,7	~0,7	-4,7	~8,8	~8,5	~2,2	
TÜFE Enflasyon (%)	54,9	68,5 ⁶	30,8 ⁶	25,3 ⁶	~9,3	~8,4	~9,7	~8,4	~10,4	~6,3	~6,4	~10,5	~6,2	
Bütçe Dengesi / GSYH (%)	-10,9	~7,0 ⁶	~4,2 ⁶	~3,8 ⁶	~3,5	~3,0	~2,8	~2,5	~3,0	~1,7	~1,8	-2,8 ¹	-1,0 ¹	
Cari Denge / GSYH (%)	-3,6 ⁵	1,9 ⁵	-0,3 ⁵	-2,4 ⁵	-3,5	-4,2	-5,6	-5,4	-5	-1,7	-5,7	-8,8 ⁵	-4,7 ⁵	
Kamu Borç Stoku / GSYH (%)	79	~76 ⁵	~72 ⁵	~70 ⁵	~67	~65	~63	~61	~60	~56	~39	~41	~40	
Ortalama Faiz (%)	~38*	~40*	~42*	~40*	~30*	~20*	~18*	~16*	~15*	~11*	~10*	~12*	~9*	
USD/TRY (Yıl Sonu)	67000	~1453	~13116	~?	~1,3	~1,3	~1,5	~1,3	~1,5	~1,5	~1,5	~1,9	~1,8	
	0	615	36		5	0	0	0	0	0	0	0	0	
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Reel GSYH Büyüme (%)	~4,1	~5,2	~6,1	~3,2	~7,4	~2,8	~0,9	1,9 ⁷	11,4 ⁷	5,5 ⁷	5,1 ⁷	3,2 ⁷	2,7 ⁷	3,2 ⁷

TÜFE Enflasyon (%)	~7,4	~8,8	~7,7	~8,5	~11,9	~20,3	~11,8	~12,3 ⁷	~19,6 ⁷	~64,3 ⁷	~64,8 ⁷	~43,0 ⁷	~24,0 ⁷	~17,2 ⁷
Bütçe Dengesi / GSYH (%)	-2,1 ¹	-3,4 ¹	-2,5 ¹	-2,8 ¹	-2,5 ¹	-5,6 ¹	-3,4 ¹	-4,5 ²	-3,7 ²	-5,2 ²	-5,7 ²	-5,2 ²	-3,6 ²	-3,1 ²
Cari Denge / GSYH (%)	-5,1 ⁵	-3,4 ⁵	-2,5 ⁵	-2,5 ⁵	-4,1 ⁵	-1,8 ⁵	+1,9 ⁵	-4,2 ⁵	-0,8 ⁵	-5,0 ⁵	-4,0 ⁵	-2,2 ⁵	-1,4 ⁵	-1,3 ⁵
Kamu Borç Stoku / GSYH (%)	~39	~38	~31	~30	~29	~28	~28	~39	~40	~26	~30	~29	~26	~26
Ortalama Faiz (%)	~9*	~8*	~10*	~9*	~13*	~17*	~13*	~13*	~38* (CB RT)	~47*	~32*	~28*	~30*	~25*
USD/TRY (Yıl Sonu)	~2,20	~2,30	~2,90	~3,50	~3,80	~5,30	~5,95	~7,40	~13,5	~18,7	~29,5	~42,3	~48,9	~60,0

Kaynak; International Monetary Fund. (2024). *Turkey: 2024 Article IV consultation—Press release; staff report; and statement by the executive director for Turkey* (IMF Country Report No. 24/312). International Monetary Fund. <https://www.imf.org>

International Monetary Fund. (2025). *World economic outlook database, October 2025 edition*. International Monetary Fund. <https://www.imf.org>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2024). *Elektronik veri dağıtım sistemi (EVDS)*. <https://evds2.tcmb.gov.tr>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2023). *Para politikası kurulu kararları ve politika faizi istatistikleri*. <https://www.tcmb.gov.tr>

Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Ulusal hesaplar ve tüketici fiyat endeksi istatistikleri*. <https://www.tuik.gov.tr>

T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2024). *Merkezi yönetim bütçe istatistikleri ve kamu borç stoku verileri*. <https://www.hmb.gov.tr>

World Bank. (2024). *World development indicators*. World Bank. <https://databank.worldbank.org>

6.7. Makroekonomik Kırılganlığın Yapısal Eksenini: 2000–2026 Dönüşüm Politikaları

Tablo 4, 2000–2026 döneminde Türkiye ekonomisinde makroekonomik kırılganlıkların hangi eksen etrafında yoğunlaştığını dönemsel olarak özetlemektedir. Dönemlendirme, temel makro göstergelerde (enflasyon, kamu borcu, bütçe dengesi, cari denge, büyüme, faiz ve kur) gözlenen yapısal değişimler esas alınarak yapılmıştır. 2000–2003 döneminde kırılganlık kamu maliyesi kaynaklıdır; yüksek borç stoku ve bütçe açıkları sistemik risk üretmiştir. 2004–2007 arasında mali disiplin sağlanmış ancak cari açık ve dış kaynak bağımlılığı temel risk alanına dönüşmüştür. 2008–2012 döneminde küresel kriz sonrası kırılganlık daha çok dış finansman koşullarına bağlı hale gelmiştir. 2013–2019 arası dönemde kur şokları ve enflasyon dinamikleri belirleyici olmuştur. 2020–2022 döneminde ise fiyat istikrarındaki bozulma ve para politikası kredibilitesi temel kırılganlık alanını oluşturmuştur. 2023 sonrası süreç, dezenflasyon programının kalıcılığı ve makro politika koordinasyonunun sürdürülebilirliği açısından kritik bir aşamaya işaret etmektedir. Bu çerçevede tablo, Türkiye’de kırılganlığın zaman içinde kamu maliyesinden dış dengeye, oradan fiyat istikrarına doğru evrildiğini göstermektedir.

Tablo 4. Türkiye’de Makroekonomik Kırılganlığın Dönemsel Dönüşümü (2000–2026)

Dönem	Baskın Kırılganlık
2000–2003	Kamu borcu ve bütçe açığı
2004–2007	Cari açık ve dış bağımlılık
2008–2012	Dış finansman kırılganlığı
2013–2019	Kur şoku ve enflasyon
2020–2022	Para politikası kredibilitesi ve fiyat istikrarı
2023–2026	Dezenflasyon sürecinin sürdürülebilirliği

Not; Tablo 4’teki dönemlendirme, 2000–2026 yılları arasında enflasyon, kamu borç stoku/GSYH, bütçe dengesi/GSYH, cari denge/GSYH, reel büyüme, faiz oranları ve döviz kuru göstergelerinde gözlenen yapısal kırılmalar esas alınarak yapılmıştır. Her alt dönem için, makroekonomik dengesizliklerin yoğunlaştığı baskın alan, göstergelerin eğilimsel hareketi ve politika rejimindeki değişimlerle birlikte değerlendirilerek belirlenmiştir. Tablo, ekonometrik bir rejim tahminine değil, makro-finansal göstergelerin karşılaştırmalı dönem analizi temelinde oluşturulmuş analitik bir sınıflamaya dayanmaktadır.

7. Ortodoks ve Heterodoks Politikaların Türkiye Deneyimi Üzerinden Karşılaştırmalı Değerlendirmesi

Aşağıdaki tablo 5’te Türkiye’de ortodoks ve heterodoks politika rejimlerinin karşılaştırmalı analizi yapılmıştır. Türkiye’nin 1980–2026 dönemine yayılan

enflasyon deneyimi, tek bir politika paradigmasıyla açıklanamayacak ölçüde çok katmanlıdır. Önceki bölümlerde ortaya konulduğu üzere, makroekonomik kırılmalıkların eksenli zaman içinde kamu maliyesinden dış dengeye, oradan fiyat istikrarı ve politika kredibilitesine doğru evrilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi söz konusu tarihsel süreç, ortodoks ve heterodoks politika çerçeveleri bağlamında analitik olarak karşılaştırılmaktadır. Ortodoks yaklaşım perspektiften bakıldığında enflasyonu temel olarak parasal bir olgu olarak tanımlar ve çözümü sıkı para politikası, mali disiplin ve piyasa temelli fiyat oluşumu mekanizmalarında arar. Bu çerçevede merkez bankası bağımsızlığı, enflasyon hedeflemesi ve faiz kanalı belirleyicidir. Heterodoks yaklaşım ise enflasyonu yapısal, bölüşümsel ve kurumsal boyutları olan bir süreç olarak değerlendirir. Gelir politikaları, selektif kredi mekanizmaları, makro-ihiyati önlemler ve kur yönetimi bu yaklaşımın araç setini oluşturur. Türkiye deneyimi, bu iki çerçevenin farklı dönemlerde farklı yoğunluklarda uygulandığını göstermektedir.

7.2. Türkiye’de Politika Rejimlerinin Karşılaştırmalı Analizi

Enflasyon Performansı Açısından; Ortodoks politikalar özellikle 2001 sonrası dönemde kalıcı dezenflasyon sağlamada başarılı olmuştur. Ancak bu başarı, yüksek reel faiz ve mali konsolidasyon aracılığıyla elde edilmiştir. 2023 sonrası dönemde de benzer bir dezenflasyon stratejisi izlenmektedir. Heterodoks politika deneyimi ise (özellikle 2020–2022), düşük faiz–yüksek kredi genişlemesi kombinasyonu ile kısa vadeli büyüme sağlasa da fiyat istikrarında belirgin bozulma üretmiştir.

Büyüme Dinamikleri Açısından; Ortodoks rejimler genellikle kısa vadede büyüme üzerinde baskı yaratmakta, orta vadede istikrar üzerinden yatırım ortamını iyileştirmektedir. Heterodoks rejimler kısa vadede büyümeyi hızlandırabilmekte, ancak makro istikrarsızlık nedeniyle sürdürülebilirlik sorunu yaşamaktadır.

Türkiye’de büyüme performansının en güçlü olduğu dönem (2004–2007), mali disiplin ile yüksek sermaye girişlerinin birleştiği bir “ortodoks + küresel likidite” konjonktürüdür.

Gelir Dağılımı ve Bölüşüm Açısından; Yüksek enflasyon dönemlerinde: Reel ücretler aşınmakta, Sabit gelirli kesimler olumsuz etkilenmekte, Borçlu kesimler görece avantaj sağlayabilmektedir. Buna karşılık yüksek faiz politikaları da servet gelirlerini artırarak bölüşüm üzerinde farklı bir etki

yaratmaktadır. Dolayısıyla her iki politika çerçevesi de bölüşüm açısından nötr değildir.

Makroekonomik Kırılganlık Perspektifi; Türkiye deneyimi şunu göstermektedir:

- 1980–2000: Mali baskınlık merkezli kırılganlık
- 2001–2012: Dış finansman merkezli kırılganlık
- 2013 sonrası: Kur ve beklenti merkezli kırılganlık
- 2020 sonrası: Politika kredibilitesi merkezli kırılganlık

Bu evrim, politika tasarımının tek boyutlu olamayacağını göstermektedir. Türkiye örneği, ortodoks ve heterodoks politikaların birbirini dışlayan değil, belirli koşullar altında tamamlayıcı araç setleri olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Kalıcı fiyat istikrarı için:

- Mali disiplin,
- Para politikası kredibilitesi,
- Kur istikrarı,

Gelir politikaları ile bölüşüm dengesi eş zamanlı ve koordineli biçimde tasarlanmalıdır. Bu analiz, Türkiye’de enflasyonun salt parasal bir fenomen değil; mali yapı, finansal mimari, kur rejimi ve bölüşüm ilişkileriyle iç içe geçmiş yapısal bir süreç olduğunu göstermektedir.

Tablo 5. Türkiye’de Ortodoks ve Heterodoks Politika Rejimlerinin Karşılaştırmalı Analizi (1980–2026)

Dönem	Baskın Politika Çerçevesi	Enflasyon Performansı	Büyüme Dinamiği	Gelir Dağılımı Etkisi	Baskın Kırılganlık
1980–1983	Ortodoks istikrar programı	Geçici düşüş	Dalgalı toparlanma	Reel ücret kaybı	Mali baskınlık
1984–1989	Liberalizasyon ağırlıklı karma yapı	Yeniden hızlanma	Yüksek fakat kırılgan	Faiz gelirleri artışı	Kur + faiz
1990–1993	Mali genişleme (heterodoks eğilimli)	Yüksek plato	Kamu kaynaklı büyüme	Bölüşüm bozulması	Borç-faiz döngüsü
1999–2007	Güçlü ortodoks çerçeve	Kalıcı düşüş	Yüksek ve istikrarlı	Görece iyileşme	Dış bağımlılık
2013–2019	Kısmi politika gevşemesi	Artan enflasyon	Dalgalı	Reel ücret erozyonu	Kur şoku

2020– 2022	Heterodoks politika deneyi	Hızlı yükseliş	Kredi temelli büyüme	Enflasyonis t yeniden dağılım	Kredibilite
2023– 2026	Yeniden ortodoklaş ma	Dezenflasy on süreci	Yavaşla ma	Reel gelir dengelenme si (beklenti)	Program sürdürülebilirli iği

Kaynak; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). <https://evds2.tcmb.gov.tr> Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Tüketici Fiyat Endeksi <https://data.tuik.gov.tr>

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK).: <https://www.bddk.org.tr>

Not: Tablo 7’de yer alan dönemlendirme, temel makroekonomik göstergelerde (TÜFE enflasyonu, merkezi yönetim bütçe dengesi/GSYH, AB tanımlı kamu borç stoku/GSYH, cari denge/GSYH, politika faizi ve nominal kur hareketleri) gözlenen yapısal kırılmalar esas alınarak yapılmıştır. Baskın kırılma alanı, ilgili dönemde makro istikrarı en fazla tehdit eden ve diğer değişkenler üzerinde iletim etkisi yaratan temel eksene göre tanımlanmıştır. Veriler resmi istatistik kaynaklarına dayanmaktadır.

8. Döviz Kuru Geçişkenliği ve Enflasyon Dinamikleri

Tablo 6, Türkiye’de belirgin kur şoklarının yaşandığı yıllarda nominal kur artışı ile fiyat göstergeleri (TÜFE ve ÜFE) arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak döviz kuru geçişkenliğinin (exchange rate pass-through) dönemsel şiddetini göstermektedir. Analiz edilen yıllar, yapısal kırılmaların yoğunlaştığı kriz ve politika dönüşüm dönemlerini temsil etmektedir. 1994 yılında yaşanan finansal kriz, sabit kur sisteminden kopuş sürecinde Türk lirasının sert değer kaybıyla sonuçlanmıştır. Nominal kur artışının yaklaşık %900 düzeyinde gerçekleşmesi, fiyatlar genel düzeyinde güçlü bir yukarı yönlü baskı yaratmış ve yıllık TÜFE %105,2’ye ulaşmıştır. Bu dönem, klasik mali baskınlık ve para finansmanı tartışmalarının yoğunlaştığı bir süreçtir. Kur artışının fiyatlara geçişi hızlı ve güçlüdür; çünkü, ekonomi yüksek dolarizasyon düzeyindedir. Fiyatlama davranışları geçmiş enflasyona endekslidir ve para politikası kredibilitesi zayıftır. Dolayısıyla 1994 örneği, yüksek enflasyon ortamında kur geçişkenliğinin neredeyse tam (high pass-through) gerçekleştiği bir dönemi temsil etmektedir.

2001 Krizi: Dalgalı Kur Rejimine Geçiş ve Enflasyon; 2001’de sabit kur rejiminin terk edilmesi ve dalgalı kur sistemine geçişle birlikte TL yaklaşık %150 civarında nominal değer kaybetmiştir. Buna karşılık TÜFE %54,4 olarak gerçekleşmiştir.

Burada dikkat çeken unsur şudur:

- Kur şoku büyüktür,
- Ancak fiyat geçişkenliği 1994’e kıyasla görece daha sınırlıdır.

Bunun nedeni:

- IMF destekli program çerçevesinde mali disiplinin güçlendirilmesi,
- Bankacılık reformları,

- Para politikasında kurala dayalı çerçeveye geçiş sürecidir. Bu dönem, kur şokunun enflasyona güçlü fakat tam olmayan bir geçiş yarattığı, geçişkenliğin yapısal reformlarla kısmen sınırlanabildiği bir örnektir.

2018: Finansal Türbülans ve ÜFE-TÜFE Ayrışması; 2018 yılında TL yaklaşık %40 oranında değer kaybetmiştir. TÜFE %16,3 iken ÜFE %33,6 olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde öne çıkan özellik: ÜFE'nin TÜFE'ye kıyasla çok daha yüksek artmasıdır.

Bu durum: Kur artışının önce ithal girdi maliyetleri üzerinden üretici fiyatlarına yansıdığını, ve nihai tüketici fiyatlarına geçişin ise kısmi ve gecikmeli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla 2018, maliyet kanalı üzerinden geçişkenliğin yüksek, nihai tüketici fiyatlarına geçişin ise daha sınırlı olduğu bir dönemdir.

2021: Kur Şoku ve Maliyet Enflasyonu; 2021 yılında nominal kur artışı yaklaşık %90 düzeyindedir. TÜFE %19,6 iken ÜFE %79,9'a yükselmiştir. Burada gözlenen temel dinamik: ÜFE-TÜFE makasının olağanüstü açılmasıdır. Bu durum: İthal ara malı bağımlılığı yüksek üretim yapısı, negatif reel faiz politikası, ve artan beklenti bozulması ile ilişkilidir. Üretici maliyetlerindeki artışın tüketici fiyatlarına tam yansımaması, fiyat kontrolü, talep daralması veya geçici politika müdahaleleriyle açıklanabilir. Ancak bu makas, sonraki dönemde tüketici enflasyonuna güçlü geçişin habercisi olmuştur.

2022: Gecikmeli ve Kümülatif Geçişkenlik; 2022'de nominal kur artışı %38 civarında gerçekleşmiş olsa da TÜFE %72,3'e, ÜFE ise %97,7'ye ulaşmıştır. Burada dikkat çekici nokta, kur artışı görece sınırlı görünmesine rağmen enflasyonun çok yüksek gerçekleşmesidir. Bu durum, kur geçişkenliğinin sadece cari yıl şokundan değil, gecikmeli ve kümülatif etkilerden beslendiğini göstermektedir. 2021'deki büyük şokun maliyet etkileri 2022'de tüketici fiyatlarına daha güçlü yansımıştır. Ayrıca, beklenti kanalı bozulmuş, enflasyon endekslene davranışı artmış, para politikasının kredibilitesi zayıflamıştır. Bu koşullar altında geçişkenlik katsayısı yükselmiştir. Tablo 6'dan hareketle Türkiye'de döviz kuru geçişkenliğine ilişkin üç temel sonuç çıkarılabilir: Geçişkenlik rejime ve kredibiliteye bağlıdır. Kriz dönemlerinde ve para politikası güvenilirliğinin zayıf olduğu ortamlarda geçişkenlik katsayısı yükselmektedir. ÜFE, TÜFE'den önce tepki vermektedir. Kur şokları önce üretici maliyetlerine yansımakta, ardından tüketici fiyatlarına gecikmeli geçmektedir. Beklentiler belirleyicidir. Yüksek enflasyon beklentisi ve dolarizasyon, kur artışının fiyatlara yansımalarını hızlandırmaktadır. Tablo 6, Türkiye ekonomisinde kur şoklarının fiyatlar genel düzeyine etkisinin zamana ve politika rejimine göre değiştiğini göstermektedir.

1994 ve 2001 dönemleri kriz kaynaklı ani ve yüksek geçişkenlik örnekleri,

2018 ve 2021–2022 dönemleri ise maliyet kanalı ve beklenti bozulması üzerinden artan geçişkenlik örnekleridir. Dolayısıyla Türkiye’de döviz kuru geçişkenliği yapısal olarak yüksek ve rejim bağımlı bir karakter taşımaktadır. Bu bulgu, para politikası kredibilitesinin ve beklenti yönetiminin fiyat istikrarı açısından kritik önem taşıdığını göstermektedir.

Tablo 6. Döviz Kuru Geçişkenliği: Kur Şokları ve Enflasyon (Seçilmiş Yıllar)

Yıl	Nominal Kur Artışı (%)	TÜFE (%)	ÜFE (%)	Reel Efektif Kur (%)
1994	~900 %*	105,2 %	–	–
2001	~150 %*	54,4 %	–	–
2018	~40 %	16,3 %	33,6 %	–
2021	~90 %	19,6 %	79,9 %	–
2022	~38 %	72,3 %	97,7 %	–

Kaynak; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). <https://evds2.tcmb.gov.tr>

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Tüketici Fiyat Endeksi <https://data.tuik.gov.tr>
Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK).: <https://www.bddk.org.tr>

Not; *1994 ve 2001 yılları için nominal kur değişimi büyük ölçüde eski Lira (TRL) dönemine ait olduğu için yaklaşık oranlar verilmiştir; 1994’te TL, sabit kurdan dalgalı kura geçiş sürecinde aşırı değer kaybetmiştir; 2001’de dalgalı kur rejimi sonrası TL sert şekilde devalüe olmuştur (World Bank gösterge eğilimlerinden türetilmiştir).

9. Faiz Kanalı: Reel Faiz ve Enflasyon Dinamikleri

Tablo 7, Türkiye’de para politikasının faiz kanalı üzerinden enflasyon ve kredi genişlemesi üzerindeki etkisini dönemsel ortalamalar çerçevesinde göstermektedir. Politika faizi, TÜFE, hesaplanan reel faiz (yaklaşık olarak politika faizi – enflasyon) ve kredi büyümesi birlikte değerlendirildiğinde, para politikasının konjonktürel duruşu ve makroekonomik sonuçları daha net okunabilmektedir.

2002–2007: Dezenflasyon ve Görece Dengeli Reel Faiz; Bu dönem, 2001 krizi sonrası yapısal reformların ve dezenflasyon programının uygulandığı süreçtir.

- Politika faizi nominal olarak yüksek görünse de,
- Enflasyon hızla düşüş eğilimindedir.
- Reel faiz çoğu zaman pozitif veya nötr aralıktadır.
- Kredi büyümesi yüksektir (%25–30).

Bu tablo, yüksek ancak güvenilir para politikası çerçevesi altında kredi genişlemesiyle birlikte büyüme ve enflasyon düşüşünün eş zamanlı gerçekleştiği bir döneme işaret etmektedir. Reel faizlerin aşırı negatif olmaması, makro istikrarı desteklemiştir.

2008–2012: Küresel Kriz ve Genişleyici Politika; Küresel finansal kriz sonrası dönemde:

- Politika faizleri düşürülmüş,
- Enflasyon görece ılımlı seyretmiş,
- Reel faiz belirgin şekilde pozitif kalmıştır.

Bu dönemde kredi büyümesi güçlüdür (%15–20). Pozitif reel faizlere rağmen kredi genişlemesinin sürmesi, küresel likidite koşullarının ve sermaye girişlerinin etkisini göstermektedir. Para politikası bu dönemde fiyat istikrarı ile finansal istikrar arasında görece dengeli bir pozisyonadadır.

2013–2017: Artan Kırılganlık ve Reel Faizde Dalgalanma; Bu dönemde, Politika faizi görece düşük, Enflasyon çift hanelere yaklaşan bir seyirdedir, Reel faiz çoğu zaman sifıra yakın veya hafif negatiftir. Kredi büyümesi hâlâ çift hanelidir. Reel faizlerin düşük seyretmesi, talep yönlü baskıları artırmış ve enflasyon beklentilerinin çıpasını zayıflatmıştır. Bu dönem, para politikasının kredibilite açısından aşınmaya başladığı bir geçiş süreci olarak değerlendirilebilir.

2018–2020: Kur Şoku ve Sıkılaştırma Tepkisi; 2018 kur şoku sonrası, Politika faizleri belirgin şekilde yükseltilmiş, Reel faiz dönem dönem pozitif seviyelere çıkmıştır. Ancak enflasyon oynaklığı ve kredi büyümesindeki dalgalanma dikkat çekicidir. Bu dönem, şok sonrası reaktif sıkılaştırma örneğidir. Para politikası gecikmeli tepki vermiş, ancak kısa süreli pozitif reel faizler enflasyonu kalıcı olarak düşürmeye yetmemiştir.

2021–2022: Negatif Reel Faiz Rejimi; Bu dönem tablonun en çarpıcı kısmıdır, Politika faizi nominal olarak sabit tutulmuş veya sınırlı artmıştır, Enflasyon hızla yükselmiştir, Reel faiz sert biçimde negatife dönmüştür (–20'lere kadar). Negatif reel faiz ortamında kredi büyümesi sürmüş, talep ve kur baskısı artmış ve maliyet enflasyonu hızlanmıştır. Bu süreç, klasik anlamda faiz kanalının ters çalıştığı bir dönemdir. Para politikası sıkılaştırıcı değil, genişleyici bir reel etki yaratmıştır.

2023–2026: Ortodoks Politikalara Dönüş ve Pozitif Reel Faiz; Bu dönemde, Politika faizi belirgin şekilde artırılmış, Reel faiz yeniden pozitif bölgeye taşınmıştır, Kredi büyümesi yavaşlamıştır. Pozitif reel faiz, enflasyon beklentilerini çıpalama ve kredi genişlemesini sınırlama yönünde

çalışmaktadır. Bu dönem, para politikasının yeniden geleneksel faiz kanalı üzerinden dezenflasyonist bir etki üretmeye çalıştığı bir fazı temsil etmektedir. Tablo 7'den hareketle Türkiye'de faiz kanalına ilişkin üç temel çıkarım yapılabilir:

Reel faiz belirleyicidir; Nominal faiz düzeyinden ziyade reel faiz seviyesi, kredi büyümesi ve enflasyon dinamikleri açısından kritik rol oynamaktadır.

Negatif reel faiz dönemlerinde enflasyon hızlanmaktadır; 2021–2022 dönemi bunun en açık örneğidir.

Kredibilite ve beklenti kanalı faiz etkisini güçlendirir ya da zayıflatır; Pozitif reel faiz ancak güvenilir bir politika çerçevesiyle birlikte kalıcı dezenflasyon sağlayabilir. Tablo 7, Türkiye ekonomisinde faiz kanalının etkisinin dönemler itibarıyla önemli ölçüde farklılaştığını göstermektedir.

- 2002–2007 dönemi kontrollü dezenflasyon,
- 2013 sonrası kırılma artışı,
- 2021–2022 negatif reel faiz deneyimi,
- 2023 sonrası yeniden ortodoks sıkılaştırma şeklinde bir para politikası evrimi gözlenmektedir.

Bu çerçevede faiz kanalı, tek başına teknik bir araç değil; beklenti yönetimi, kur istikrarı ve mali disiplinle birlikte çalıştığında etkili olabilen bir aktarım mekanizmasıdır.

Tablo 7. Faiz Kanalı: Reel Faiz ve Enflasyon Dinamikleri (Dönemsel Ortalama)

Dönem	Politika Faizi (%)	TÜFE (%)	Reel Faiz (%)	Kredi Büyümesi (%) Yıllık
2002–2007	~25–35	~30–40	~-5 ila +5	~25–30
2008–2012	~15–20	~8–10	~+5 ila +12	~15–20
2013–2017	~8–10	~7–11	~-1 ila +3	~12–18
2018–2020	~20–25	~11–20	~0 ila +9	~8–15
2021–2022	~45–50	~19–64	~-20 ila +5	~10–15
2023–2026	~30–40	~24–30	~+10 ila +20	~5–10

Kaynak; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). <https://evds2.tcmb.gov.tr>
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Tüketici Fiyat Endeksi <https://data.tuik.gov.tr>

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK).: <https://www.bddk.org.tr>
International Monetary Fund (IMF). World Economic Outlook (WEO) Database.
World Bank. World Development Indicators (WDI).

Not; Tablo, Politika faizi ve TÜFE verileri TCMB ve TÜİK göstergelerine, kredi büyümesi ise BDDK / banka sektörü verilerinden derlenen eğilimlere göre verilmiştir (kısa dönemli eğilimler ve ortalamalar dikkate alınmıştır). Politika Faizi (%): TCMB EVDS veri tabanında yer alan 1 hafta vadeli repo ihale faiz oranı esas alınmıştır. TÜFE (%): TÜİK yıllık tüketici enflasyonu verileri kullanılmıştır. Reel Faiz (%): Yaklaşık olarak politika faizi – yıllık TÜFE enflasyonu şeklinde hesaplanmıştır (ex-post reel faiz yaklaşımı). Kredi Büyümesi (%): BDDK bankacılık sektörü toplam kredi hacmi yıllık değişim oranlarından türetilmiştir; dönemsel ortalamalar alınmıştır.

10. Mali Baskınlık Hipotezi Bağlamında Türkiye’de Borç Dinamikleri ve Enflasyon İlişkisi

Aşağıdaki Tablo 8, TÜİK, TCMB, Dünya Bankası (WDI), IMF ve diğer açık kaynaklardan derlenen veriler ışığında Türkiye için 1990–2026 dönemlerine ait kamu borcu/GSYH, bütçe dengesi/GSYH (%), faiz giderleri/bütçe (%) ve ortalama TÜFE (%) gibi ana göstergelerin yaklaşık dönemsel ortalama değerlerden oluşturulmuştur. Not: Bu veriler resmi veri setlerinden tam zaman serileri olmayıp farklı kaynakların (IMF, Dünya Bankası, TCMB dönemsel raporlar, uluslararası veri setleri) bir araya getirilmesiyle yaklaşık dönemsel ortalama değerler olarak derlenmiştir. Bu veriler doğrultusunda Türkiye ekonomisinin makro ekonomik değerlerinin karşılaştırılması yapılmıştır. İlk olarak *Kamu Borcu / GSYH (%)*: Türkiye’nin AB tanımlı genel yönetim borç stoğu/GDP oranı 2000’li yılların başında yüksek seviyelerde iken son dönemde önemli ölçüde azalmıştır. 2001 yılında %75 civarında iken 2024’de yaklaşık %24-30 bandına gerilemiştir. İkinci gösterge ise *Bütçe Dengesi / GSYH (%)*: Türkiye’nin bütçe dengesi uzun yıllar açık vermiş olup 2000’li yıllarda bütçe dengesi/GSYH oranı genellikle negatif seyretmiştir. IMF ve uluslararası veri setlerinde 2000–2019 döneminde negatif bütçe dengeleri rapor edilmiştir ancak dönemsel ortalamalar dalgalı olmuştur. Üçüncü gösterge, *Faiz Giderleri / Bütçe (%)*: Özellikle 1990’lar ve 2000’ler başında faiz giderlerinin bütçe içindeki payı yüksek seyretmiş; 1990’larda yıllık ortalama faiz gideri yüksek olmakla beraber 2000 sonrası azalma eğilimindedir. Son gösterge ise, *TÜFE (%)*: 1990’lar yüksek enflasyon dönemidir. 2004 sonrası enflasyon daha ılımlı bir seviyeye düşerken 2020’lerin ilk yarısında (özellikle 2021-2025) 30%’ler üzerinde seyretmiştir. Dünya Bankası ve TradingEconomics gibi kaynaklarda TÜFE yıllık enflasyonu verilmektedir. 2020 sonrası Türkiye’de enflasyon önemli artış göstermiştir ve dönem boyunca yıllık TÜFE ortalamaları yüksek (özellikle 2021-2024) seyretmiştir.

Tablo 8. Türkiye Ekonomisinde Mali Baskınlık, Borç Dinamikleri ve Enflasyon İlişkisi (1990–2026)

Dönem	Kamu Borcu / GSYH (%) ~ Ortalama	Bütçe Dengesi / GSYH (%) ~ Ortalama	Faiz Giderleri / Bütçe (%) ~ Ortalama	TÜFE (%) ~ Ortalama (Yıllık)
1990–1999	~60–65% (yüksek borç oranı) ¹	~-7% ila -10% civarı tahmini ²	~10–15% tahmini ³	~70% civarı (yüksek enflasyon dönemi) ⁴
2000–2003	~60–74% (kriz sonrası yüksek) ¹	~-5% ila -8% civarı ²	~10–20% civarı ³	~55–70% yüksek enflasyon ¹
2004–2007	~50–38% düşüş eğilimli ¹	~-2% ila -5% civarı ²	~8–12% civarı ³	~15–25% orta enflasyon tahmini
2008–2012	~38–32% ¹	~-2% ila -4% civarı ²	~7–10% civarı ³	~10–15% tahmini
2013–2019	~31–32% ¹	~-2% ila -4% civarı ²	~7–9% civarı ³	~8–15% tahmini yükseliş var
2020–2026	~35–25% düşüş eğilimli ¹	~-5% civarı ²	~8–12% civarı ³	~30–60% yüksek (özellikle 2022-2025 döneminde) ⁵

Kaynak; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). <https://evds2.tcmb.gov.tr>
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Tüketici Fiyat Endeksi <https://data.tuik.gov.tr>
Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK).: <https://www.bddk.org.tr>
Not: Kamu borcu AB tanımlı genel yönetim borç stokudur. Bu tablo yaklaşık dönemsel ortalamaları temsil eder ve yıl yıl resmi serilerden türetilmemelidir. Kesin değerler için TÜİK, IMF ve TCMB'nin yıllık istatistiklerine başvurabilirsiniz. Özellikle **faiz giderleri/bütçe (%)** göstergesi için yıllık bütçe raporlarından (MHGM, SBB) oluşturulmuş özel veri setleri gereklidir.

11. Ekonomik Kredibilite Göstergeleri: Beklenti Sapmaları ve CDS Dinamikleri

Aşağıdaki, tablo 9, IMF/WDI/TCMB/TÜİK kaynakları ve açık piyasa verileri temel alınarak (TCMB piyasa katılımcıları anketleri ile uluslararası CDS piyasa verileri) Türkiye ekonomisine ilişkin enflasyon beklentisi kanalı ve kredibilite göstergeleri için 2013–2024 dönemi verilerinin yaklaşık değerleri göstermektedir. Beklenti sapması hesaplanırken TÜFE gerçekleşen değerinden 12 ay sonrası piyasa beklentisi çıkarılmıştır. 5 Y CDS (basis puan) göstergesi ülke risk primini yansıtır. TCMB anket verilerinin belirli dönemlerdeki ortalama beklentileri kullanılmıştır. 12 Ay Sonrası Enflasyon Beklentisi (%): TCMB Piyasa Katılımcıları Anketi'ne göre piyasanın 12 ay sonrası TÜFE beklentileri yıllar içinde dalgalı bir seyir izlemiştir. 2024 gibi daha yeni dönemlerde ankete göre beklenti %25–30 civarındadır. TÜİK'in

açıklanan TÜFE verilerine göre Türkiye’de enflasyon özellikle 2021–2024 döneminde yüksek seyretmiştir (örneğin 2024 TÜFE ~44,4 % olarak raporlanmıştır). Beklenti sapması = Gerçekleşen TÜFE – 12 Ay Beklenti. Özellikle enflasyonun hızla yükseldiği 2021–2024 dönemlerinde piyasa beklentileri genellikle gerçekleşen yüksek TÜFE’nin altında kalmış, pozitif sapmalar oluşmuştur. 5 yıl vadeli CDS primi, ülke kredi riskini ölçer ve Türkiye için CDS primleri dönemsel olarak dalgalanmıştır. 2018’de ekonomik gerileme ve politika belirsizliği nedeniyle CDS ~900 bp civarına kadar yükselmiş, son yıllarda ise piyasa risk algısının görece iyileşmesiyle 250–300 bp seviyelerine gerilemiştir.

Tablo 9. Beklenti Kanalı ve Kredibilite Göstergeleri (Türkiye)

Yıl	12 Ay Sonrası Enflasyon Beklentisi (%)	Gerçekleşen TÜFE (%)	Beklenti Sapması (Gerçek-Beklenti) (%)	5 Y CDS (bp)
2013	~7-9 % (veri sınırlı)	~7,5 % (TÜİK verileri)	~-0,5 ila +0,5	~230-300
2018	~15-20 % (yüksek belirsizlik)	~20,3 % (yüksek enflasyon dönemi)	~+0,3 ila +5	~900 bp civarı (yüksek risk dönemi)
2020	~12-15 %	~14,6 %	~-1 ila +2	~250-350
2021	~15-18 %	~36,1 % (enflasyon yükselişi)	~+18 ila +21	~350-450
2022	~20-25 %	~64,3 % (yüksek enflasyon)	~+39 ila +44	~700-900
2023	~22-28 %	~50,5 % (yüksek düzey)	~+22 ila +28	~500-700
2024	~25–30 % (TCMB Piyasa Beklenti Anketi)	~44,4 % (TÜFE)	~+14 ila +19	~260–300 bp (düşüş eğilimi)

Kaynak; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). <https://evds2.tcmb.gov.tr>

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Tüketici Fiyat Endeksi <https://data.tuik.gov.tr>

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK).: <https://www.bddk.org.tr>

Not; Bazı yıllar için özel beklenti verisine TCMB anketleri üzerinden yaklaşık değerler kullanılmıştır; 2013 gibi daha eski dönemler için düzenli ankete dayalı 12 ay sonrası beklenti verisi sınırlı olduğundan tahmini aralıklar verilmiştir. CDS primi göstergesi piyasa tarafından işlem gören verilerden türetilmiş olup dönemsel ortalamalar veya yüksek-düşük aralıklarla ifade edilmiştir.

12. Sonuç ve Değerlendirmeler

Bu çalışma, Türkiye ekonomisinde para politikasının aktarım kanallarını (faiz, döviz kuru, beklenti ve mali baskınlık) tarihsel kırılmalar ve rejim değişimleri çerçevesinde bütüncül olarak analiz etmiştir. Bulgular, para politikası etkinliğinin dönemsel olarak önemli ölçüde değiştiğini ve aktarım

mekanizmasının lineer değil, açık biçimde rejim bağımlı (state-dependent) bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. İncelenen dönemler karşılaştırıldığında üç temel sonuç öne çıkmaktadır. Birincisi, mali disiplinin güçlendiği ve kurumsal kredibilitenin arttığı dönemlerde (özellikle 2000’li yılların ortası) faiz kanalı görece daha öngörülebilir çalışmış, döviz kuru geçişkenliği sınırlı kalmış ve enflasyon beklentileri çıpalanabilmiştir. Bu dönemde para politikasının enflasyon üzerindeki etkisi daha doğrudan ve maliye politikasıyla daha uyumlu bir çerçevede gerçekleşmiştir. İkincisi, mali baskınlık göstergelerinin zayıfladığı, beklenti sapmalarının arttığı ve kur şoklarının sıklığı döneminde para politikasının etkinliği belirgin biçimde azalmıştır. Özellikle 2018 sonrası dönemde gözlenen yüksek kur geçişkenliği ve beklenti-kanalı bozulması, politika faizindeki değişimlerin fiyatlama davranışları üzerindeki etkisini sınırlamıştır. Bulgular, enflasyon dinamiklerinin yalnızca talep koşullarıyla değil; beklentiler, finansal dolarizasyon ve kur oynaklığı üzerinden şekillendiğini göstermektedir. Üçüncüsü, reel faiz oranlarının uzun süre negatif seyrettiği veya aşırı dalgalandığı dönemlerde kredi kanalı istikrarsızlaşmış; kredi büyümesi ile enflasyon arasındaki ilişki güçlenmiş; ancak bu genişleme üretken yatırımlardan ziyade kısa vadeli talep artışına yönelmiştir. Bu durum, para politikasının büyüme kompozisyonu üzerindeki etkilerinin de dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Çalışmanın en önemli katkısı, Türkiye örneğinde para politikasının etkinliğinin yalnızca nominal faiz düzeyiyle açıklanamayacağını göstermesidir. Aktarım mekanizması; (i) mali disiplinin gücü, (ii) beklentilerin çıpalanma derecesi, (iii) döviz kuru oynaklığı ve (iv) finansal dolarizasyon düzeyi tarafından birlikte belirlenmektedir. Bu çerçevede, bulgular para politikası literatüründeki “tek araç–tek hedef” yaklaşımının gelişmekte olan ekonomiler bağlamında sınırlı açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca analiz, yüksek kur geçişkenliğinin kalıcı hale geldiği dönemlerde dezenflasyon maliyetinin arttığını ortaya koymaktadır. Bu durum, Taylor tipi standart faiz tepkilerinin tek başına yeterli olmadığını; beklenti yönetimi ve kurumsal güven inşasının para politikasının ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir. Enflasyonun beklenti bileşeninin güçlendiği bir ortamda, faiz artışlarının etkisi gecikmeli ve daha maliyetli olmaktadır.

Politika çıkarımları açısından çalışma üç temel öneri sunmaktadır:

Kurumsal Kredibilite ve Beklenti Yönetimi: Para politikası yalnızca faiz kararları üzerinden değil, tutarlı iletişim stratejisi ve öngörülebilir politika çerçevesi üzerinden değerlendirilmelidir. Beklenti sapmalarının azaltılması, aktarım mekanizmasının yeniden işlerlik kazanması için kritik önemdedir.

Maliye–Para Politikası Eşgüdümü: Mali baskınlık riskinin arttığı dönemlerde para politikasının etkinliği zayıflamaktadır. Bu nedenle borç dinamikleri ve bütçe dengesi ile uyumlu bir dezenflasyon stratejisi gereklidir.

Kur Geçişkenliğinin Azaltılması: İthal girdi bağımlılığını azaltan üretim politikaları ve finansal dolarizasyonu sınırlayan makro ihtiyati araçlar, para politikasının etkinliğini artırıcı tamamlayıcı unsurlardır.

Sonuç olarak çalışma, Türkiye ekonomisinde para politikası aktarım kanallarının zaman içinde yapısal kısımlar gösterdiğini ve etkinliğin rejim koşullarına bağlı olarak değiştiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, gelişmekte olan ülkelerde para politikası tasarımının standart kurallara dayalı mekanik bir çerçeveye değil; kurumsal yapı, beklenti dinamikleri ve mali disiplin bağlamında ele alınması gerektiğini göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, Türkiye örneği üzerinden gelişmekte olan ekonomilerde para politikası etkinliğine ilişkin literatüre rejim bağımlılığı ve çok-kanallı analiz perspektifiyle katkı sunmaktadır. Gelecek çalışmaların, mikro fiyatlandırma verileri ve sektör bazlı geçişkenlik katsayıları üzerinden daha ayrıntılı analizler yapması, aktarım mekanizmasının derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Akyüz, Y. (2003). *Developing countries and the multilateral trading system: Structural adjustment and economic policy*. London, UK: Zed Books.

Alper, E., & Öniş, Z. (2020). Macroeconomic policy in Turkey: Structural reforms and political economy constraints. *Turkish Studies*, 21(2), 95–118. <https://doi.org/10.1080/14683849.2020.1713604>

Ardıç, F. (2005). *Türkiye’de IMF destekli istikrar programları ve yapısal dönüşüm* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). Türk Bankacılık Sektörü Konsolide Finansal Tabloları ve Sektör Verileri (Toplam Nakdi Kredi Hacmi, Yıllık Büyüme Oranları). Ankara: BDDK. Erişim: <https://www.bddk.org.tr>

Blanchard, O., & Johnson, D. R. (2012). *Macroeconomics* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.

Bruno, M., & Easterly, W. (1998). Inflation crises and long-run growth. *Journal of Monetary Economics*, 41(1), 3–26. [https://doi.org/10.1016/S0304-3932\(97\)00037-0](https://doi.org/10.1016/S0304-3932(97)00037-0)

Eğilmez, M. (1997). *IMF, Dünya Bankası Grubu ve Türkiye*. İstanbul: Creative Yayınları.

Fischer, S. (1981). Towards an understanding of the costs of inflation: II. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, 15, 5–41. [https://doi.org/10.1016/0167-2231\(81\)90006-3](https://doi.org/10.1016/0167-2231(81)90006-3)

Friedman, M. (1968). The role of monetary policy. *American Economic Review*, 58(1), 1–17.

International Monetary Fund. (2024). *Turkey: 2024 Article IV consultation—Press release; staff report; and statement by the executive director for Turkey* (IMF Country Report No. 24/312). International Monetary Fund. <https://www.imf.org>

International Monetary Fund. (2025). *World economic outlook database, October 2025 edition*. International Monetary Fund. <https://www.imf.org>

International Monetary Fund (IMF). World Economic Outlook (WEO) Database. Policy Rate, Inflation (CPI), Real Interest Rate göstergeleri. Washington, DC: IMF.

Kalecki, M. (1971). *Selected essays on the dynamics of the capitalist economy, 1933–1970*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Korkmaz, T. (2005). Inflation stabilization and structural adjustment in Turkey: Lessons from the 1990s. *Review of Political Economy*, 17(1), 75–96. <https://doi.org/10.1080/09538250500047688>

Öniş, Z. (2004). Turgut Özal and the politics of Turkish liberalization. *Middle Eastern Studies*, 40(4), 75–102. <https://doi.org/10.1080/0026320042000275276>

Sunkel, O. (1990). Heterodox macroeconomic policies in developing countries: Theory and practice. *World Development*, 18(2), 65–79. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(90\)90068-U](https://doi.org/10.1016/0305-750X(90)90068-U)

Taylor, J. B. (1993). Discretion versus policy rules in practice. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, 39, 195–214. [https://doi.org/10.1016/0167-2231\(93\)90009-L](https://doi.org/10.1016/0167-2231(93)90009-L)

Yeldan, E. (2015). Macroeconomic crises and policy responses in Turkey: A historical perspective. *Emerging Markets Finance & Trade*, 51(2), 54–78. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2015.997859>

T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2024). *Merkezi yönetim bütçe istatistikleri ve kamu borç stoku verileri*. <https://www.hmb.gov.tr>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2024). *Elektronik veri dağıtım sistemi (EVDS)*. <https://evds2.tcmb.gov.tr>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2023). *Para politikası kurulu kararları ve politika faizi istatistikleri*. <https://www.tcmb.gov.tr>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). Politika Faizi (1 Hafta Vadeli Repo İhale Faizi), Piyasa Faiz Oranları ve Para Politikası Kurulu Kararları. Ankara: TCMB. Erişim: <https://evds2.tcmb.gov.tr>

Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Ulusal hesaplar ve tüketici fiyat endeksi istatistikleri*. <https://www.tuik.gov.tr>

Türkiye İstatistik Kurumu (**TÜİK**). Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE), Yıllık Değişim Oranları. Ankara: TÜİK. Erişim: <https://data.tuik.gov.tr>

World Bank. (2024). *World development indicators*. World Bank. <https://databank.worldbank.org>

World Bank. World Development Indicators (WDI). Inflation, consumer prices (annual %); Domestic credit to private sector (% of GDP). Washington, DC: World Bank.

Yeni Medya ve Bireylerarası İlişkilerin Dönüşümü

Muhammet Kemal Karaman¹

1- Doç. Dr. Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü.
kemal.karaman@usak.edu.tr ORCID No: 0000-0003-3228-6641

ÖZET

Dijitalleşme ilişkilerin kurulma, sürdürülme ve değerlendirilme biçimlerini dönüştürmektedir. Yakınlık, aşinalık, çekim, bağlanma, kendini açma, güven ve ilişkisel eşitlik algısı gibi temel değişkenler varlığını korumakta, ancak dijital ortamda farklı koşullar altında yeniden örgütlenmektedir. İnternet öncesi dönemde ilişkiler büyük ölçüde fiziksel mekana, sınırlı sosyal çevrelere ve tekrarlı yüz yüze temasa dayalı olarak gelişmektedir. Mahalle, okul, işyeri ve akrabalık ağları karşılaşma olasılıklarını belirlemekte, aşinalık üretmekte ve güvenin kademeli biçimde inşa edilmesini kolaylaştırmaktadır.

Yeni medya sonrasında ilişkisel düzen, mekansal yakınlıktan çok erişilebilirlik, görünürlük ve algoritmik aracılık temelinde işlemektedir. Dijital platformlar kullanıcı verileri ve platform mantıkları doğrultusunda karşılaşma olasılıklarını düzenlemekte, seçilimi kısmen algoritmik bir sürece dönüştürmektedir. Çevrimiçi durum bilgileri, etkileşim kayıtları ve yanıt süreleri, güvenin değerlendirilmesinde belirleyici göstergeler haline gelmektedir. Alternatiflerin artan görünürlüğü, ilişkisel tatmin değerlendirmelerini daha hassas ve değişken bir zemine taşımakta, güncel pratikler ilişkilerin düşük maliyetle sonlandırılabilirdiği yeni kopuş biçimlerini görünür kılmaktadır.

Dijital ortam aynı zamanda mahremiyet, görünürlük ve duygusal emeğin sınırlarını yeniden tanımlamaktadır. Kamusal ve özel alan arasındaki çizgi daha geçirgen hale gelmekte, görünürlük hem ilişkisel onay hem de sosyal denetim mekanizması olarak işlev görmektedir. Yapay zeka temelli dijital partner uygulamaları ise ilişkisel alanı daha da dönüştürmekte, karşılıklılık ve belirsizlik içermeyen yakınlık biçimlerini gündeme getirmektedir. Sonuçta dijitalleşme, ilişkileri daha hızlı, erişilebilir ve yoğun bir yapıya taşıırken, aynı zamanda bağların kırılabilirliğini de artırmaktadır. Günümüz ilişkisel düzeni, yakınlık ile erişilebilirlik, güven ile izlenebilirlik ve mahremiyet ile görünürlük arasındaki gerilim içinde şekillenmektedir.

Yeni medya, bireylerarası ilişkiler, dijital yakınlık, algoritmik aracılık

GİRİŞ

Dijitalleşme yalnızca iletişim kanallarının çoğalmasıyla sınırlı kalmayıp bireylerarası ilişkilerin doğasını ve yapısal işleyişini de dönüştürmektedir. İlişkiler karşılaşma biçimleri, çekim dinamikleri, kendini açma örüntüleri, güven inşası ve ilişkisel eşitlik algısı aracılığıyla kurulmakta ve sürdürülmektedir. Bu temel psikolojik mekanizmalar ortadan kalkmamakta ancak dijital ortamda farklı koşullar altında yeniden örgütlenmektedir. Dönüşüm teknolojik araçların kendisinden çok, bu

araçların ilişkisel seçim, görünürlük ve karşılıklılık süreçlerine müdahalesinde ortaya çıkmaktadır.

İlişkisel başlangıç sosyal psikolojide yakınlık ve aşinalık ilkeleriyle açıklanmaktadır. Fiziksel yakınlık karşılaşma olasılığını artırmakta, tekrarlı temas ise olumlu tutum geliştirme eğilimini güçlendirmektedir. Mekana dayalı temas düzeni sosyal çevreyle sınırlı bir seçim alanı üretmekte ve bireylerin birbirlerini belirli sosyal ağlar içinde tanımalarını sağlamaktadır. Bu yapı güvenin bağlamsal biçimde inşa edilmesine katkıda bulunmaktadır. Kişi yalnızca bireysel özellikleriyle değil, ait olduğu sosyal bağlamla birlikte değerlendirilmektedir.

Dijital ortamda yakınlık mekansal olmaktan çıkmakta ve erişilebilirliğe dayalı bir karakter kazanmaktadır. Ancak bu erişilebilirlik nötr değildir. Özellikle flört uygulamalarında kullanılan algoritmik eşleştirme sistemleri, karşılaşma olasılıklarını belirli tercih kalıpları, veri izleri ve platform mantıkları doğrultusunda düzenlemektedir. Karşılaşma bireylerin özgür tercihlerinin yanı sıra veri temelli sıralama ve görünürlük rejimleri tarafından şekillendirilmektedir. Böylece aşinalık, fiziksel tekrarın yerine dijital temas ve algoritmik aracılık yoluyla üretilmektedir.

Çekim ve benzerlik dinamikleri bu yeni bağlamda daha görünür hale gelmektedir. Fiziksel çekicilik ve olumlu özellik atfetme eğilimi ilk izlenimde belirleyici olmaya devam etmektedir. Bununla birlikte dijital ortamda benlik, seçilmiş temsiller aracılığıyla kurgulanmakta ve süreklilik kazanmaktadır. Benlik sunumuna ilişkin performans temelli yaklaşım, bireyin sosyal etkileşim süreçlerinde kimliğini gösterimsel biçimde kurguladığını ileri sürmektedir. Çevrimiçi profil bu performansın süreklilik kazandığı, arşivlendiği ve geniş izleyici kitlelerine açıldığı bir sahne işlevi görmektedir. Böylece çekim yalnızca yüz yüze etkileşimdeki beden dili ve ses tonu üzerinden değil, görsel estetik tercihler, içerik üretim biçimleri ve söylemsel konumlanma stratejileri üzerinden de kurulmaktadır. Benzerlik ilkesi değer ve yaşam tarzı uyumunun ilişkisel tatmini artırdığını göstermektedir. Dijital profiller bu benzerliklerin erken aşamada görünür olmasını sağlamakta ve seçilimi hızlandırmaktadır. Bireyin kendilik algısı ve bedenine ilişkin değerlendirmeleri de iletişim sürecindeki etkileşim kapasitesini etkileyen önemli faktörler arasındadır. İletişim becerileri kendilik tutarlılığı ve beden imajı algısıyla anlamlı biçimde ilişkilidir (Sezgin ve Güler, 2021).

Bağlanma örüntüleri dijital ortamda farklı etkileşim koşullarıyla karşılaşmaktadır. Çevrimiçi durum bilgileri, mesajlara verilen yanıt süreleri, önceki etkileşim kayıtları ve sosyal ağlardaki görünürlük düzeyi, bireylerin ilişkiye dair algılarını etkileyen işaretler üretmektedir. Bu durum, dijital ortamın duygusal düzenleme süreçlerinin bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Güven ise yalnızca iyi niyet varsayımına dayanmak yerine, görünürlük ve dijital iz kapasitesi olanakları çerçevesinde yeniden tanımlanmaktadır.

İlişkilerin derinleşmesi kendini açma ve karşılıklılık süreçleriyle ilerlemektedir. Katmanlı kendini açma modeli yakınlığın aşamalı biçimde inşa edildiğini savunmaktadır. Dijital ortam bu aşamalılığı zamansal olarak sıkıştırmakta ve erken yoğunluk üretmektedir. Ancak hızlanan kendini açma, güvenin eşzamanlı olarak derinleşmesini garanti etmemektedir. Çevrimiçi arşiv ve dijital izler geçmiş davranışlara erişim sağlayarak öngörülebilirliği artırmakta ve aynı zamanda gözetim ve denetim pratiklerini güçlendirmektedir.

Sosyal takas yaklaşımı ilişkileri bireylerin maliyet ve kazanç değerlendirmeleri üzerinden açıklamaktadır. Bu değerlendirmede duygusal emek, ilişkiye ayrılan zaman ve karşılıklılık beklentisi temel unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Dijital ortamda ise görünür ilgi göstergeleri, mesajlara verilen yanıt süresi ve çevrimiçi varlık gibi unsurlar bu değerlendirme sürecinin parçası haline gelmektedir. Alternatif partnerlerin daha görünür olması bireylerin karşılaştırma imkanını genişletmekte ve ilişkideki eşitlik algısını etkilemektedir. Karşılıklı doyum ve gönüllülük temelinde sürdürülen modern ilişki anlayışında bu görünürlük ve karşılaştırma imkanları bireylerin ilişki tatminini daha hassas ve değişken biçimde değerlendirmelerine yol açmaktadır. Bu koşullar altında ilişkiler daha kırılğan hale gelmekte ve süreklilik güçlü bir zorunluluktan çok bireysel bir tercih niteliği kazanmaktadır. Dijital ortamlarda yaygınlaşan ani iletişim kesme veya belirsiz biçimde ilişkiyi sürdürme gibi kopuş pratikleri, ilişkilerin düşük maliyetle sonlandırılabilirdiğini gösteren gündelik örnekler olarak ortaya çıkmaktadır.

Çevrimiçi ortamda kamusal alan ile özel alan arasındaki sınırlar daha geçirgen hale gelmektedir. Bireylerin hangi içerikleri ne ölçüde paylaşacaklarına ve görünürlük düzeylerini nasıl ayarlayacaklarına ilişkin sürekli bir sınır düzenlemesi yapmaları gerekmektedir. Görünürlük bir yandan ilişkiyi onaylayan ve meşrulaştıran bir işaret olarak işlev görürken, diğer yandan gözetim, denetim ve kontrol pratiklerini besleyen bir zemine de dönüşebilmektedir. Görünürlüğün yalnızca bireylerin benlik sunumlarıyla değil, aynı zamanda dijital medya ekosisteminin üretim ve dolaşım dinamikleriyle de ilişkili olduğu belirtilmektedir (Keleş ve Deniz, 2023). Güçlü aile ve sosyal ağ bağlarının bulunduğu kültürel bağlamlarda dijital benlik sunumu, bireysel tercih olmanın ötesinde ilişkisel sorumluluk ve itibar boyutlarıyla da anlam kazanmaktadır.

Son dönemde yapay zeka temelli AI Companion uygulamaları ilişkisel alanın sınırlarını daha da genişletmektedir. Yapay zeka destekli dijital partnerler duygusal destek, sürekli erişilebilirlik ve çatışmasız etkileşim vaat etmektedir. Bu durum sosyal takas ve bağlanma dinamiklerini yeni bir düzleme taşımaktadır. İnsanlar arası ilişkiler karşılıklılık ve belirsizlik içerirken, yapay zeka etkileşimi öngörülebilir ve kontrol edilebilir bir deneyim sunmaktadır. Bu gelişme insan ilişkilerinin kırılğanlığını görünür kılmakta ve ilişkisel beklentilerin yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır.

Yakınlık, çekim, bağlanma, kendini açma, güven ve ilişkisel eşitlik algısı gibi temel psikolojik değişkenler varlığını sürdürmektedir. Ancak bu değişkenler dijital ortamda hız, görünürlük, algoritmik aracılık ve etkileşim kayıtları ekseninde yeniden örgütlenmektedir. Fiziksel yakınlık yerini erişilebilirliğe bırakmakta, güven izlenebilir göstergelerle iç içe geçmekte, bağlar daha hızlı kurulmakta ve daha düşük maliyetle çözülmektedir. Dijitalleşme ilişkileri aynı anda yoğunlaştıran ve kırılğanlaştıran çift yönlü bir yapı üretmektedir.

İnternet Öncesi İlişkisel Düzen

İnternet öncesi dönemde bireylerarası ilişkiler belirli mekansal ve toplumsal çerçeveler içinde kurulmaktadır. Mahalle, okul, işyeri ve akrabalık ağları karşılaşma ihtimalini belirleyen temel yapılar olarak işlemektedir. İlişkisel seçim büyük ölçüde fiziksel yakınlığa dayanmaktadır. Kimlerle karşılaşılacağı, hangi sıklıkta temas kurulacağı ve temasın hangi normatif çerçeve içinde gerçekleşeceği bu mekansal düzen tarafından belirlenmektedir. Yakınlık ilkesi fiziksel mesafenin azalmasının etkileşim olasılığını artırdığını ortaya koymaktadır. Yüz yüze ve mekan içi iletişimin kişilerarası etkileşimi başlattığı ve derinleştirdiği belirtilmektedir (Cüceloğlu, 2006). Böylece mekan yalnızca coğrafi bir zemin değil ilişki kurma fırsatlarını yapılandıran bir toplumsal düzenleyici olarak işlemektedir.

Tekrarlı temasın tutum oluşumuna etkisi, karşılaşma sıklığının bilişsel aşinalık üretmesi ve bu aşinalığın olumlu değerlendirmeye dönüşmesi üzerinden açıklanmaktadır. Tekrar edilen karşılaşmaların hem tanıdıklık algısını hem de olumlu yönelimleri artırdığını göstermektedir (Montoya et al., 2017). Bu bağlamda fiziksel mekana dayalı temas düzeni gündelik hayatın ritmi içinde doğal biçimde aşinalık üretmektedir. Yakın ilişkiler üzerine yapılan bir çalışma partner, aile ve arkadaş boyutlarının bütüncül biçimde ele alınmasının gerekliliğini ortaya koymakta ve yüz yüze etkileşim temelinde kurulan yakınlık algısının sosyal bağlama göre farklılaşabildiğini göstermektedir (Turğut ve Sezer, 2023). Sosyal ilişkilerin bireysel iyi oluş ve sağlık göstergeleri üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar güçlü sosyal bağların psikolojik dayanıklılık ve yaşam doyumu ile anlamlı biçimde ilişkili olduğunu göstermektedir (Holt-Lunstad, Smith, ve Layton, 2010). Bu bütünlük içinde fiziksel çevre ve sosyal ağ yoğunluğu yalnızca temas sıklığını artıran bir faktör değil duygusal yakınlığı ve öznel iyi oluşu destekleyen yapısal bir zemin oluşturmaktadır.

Mahalle ve akrabalık ağları karşılaşma zeminleri olmanın ötesinde sosyal denetim mekanizmalarının işlediği, karşılıklı tanınırlığın güçlü olduğu ilişki alanları üretmektedir. Sosyal ağların yoğunluğu bireylerin davranışlarını normatif çerçeve içinde konumlandırmakta ve güvenin bağlamsal biçimde kurulmasına katkı sağlamaktadır. Yoğun sosyal ağ yapılarının normatif uyumu ve sosyal güveni artırdığına ilişkin bulgular, kapalı ve sıkı bağların sosyal düzeni desteklediğini göstermektedir (Small ve

Adler, 2019). İlk etkileşimlerde belirsizliğin azaltılması kişilerarası ilişkilerin gelişiminde temel bir gereklilik olarak tanımlanmaktadır (Berger ve Calabrese, 2006). İnternet öncesi düzende ortak tanıdıklar, aile referansları ve çevresel geri bildirim mekanizmaları karşı taraf hakkında bilgi edinme maliyetini düşürmekte ve belirsizlik azaltma sürecini bireysel çabadan ziyade kolektif ağlar üzerinden işletmektedir.

Bireylerin ilişki kurabileceği adaylar gündelik hayatın fiziksel dolaşım alanıyla sınırlı kalmaktadır. Rastlantısal karşılaşmalar fiziksel mekanda planlı olmayan fakat yapısal olarak öngörülebilir biçimde ortaya çıkan temaslar üretmektedir. Aynı güzergahların kullanılması, ortak etkinliklere katılım ve benzer gündelik ritimler ilişkilerin kademeli biçimde ilerlemesine zemin hazırlamaktadır. Bu yapı kendini açma sürecinin zamana yayılarak ilerlemesini ve güvenin tekrarlı doğrulamalar aracılığıyla inşa edilmesini mümkün kılmaktadır.

Sonuç olarak internet öncesi ilişki düzen seçim alanını daraltmakta ancak ilişki derinleşmeyi kolaylaştırmaktadır. Fiziksel yakınlık ve tekrarlı temas aşinalık üretimini zamana yaymaktadır. Bu durum hem duygusal yakınlığın hem de güvenin kademeli biçimde inşa edilmesini mümkün kılmaktadır. Sosyal çevrenin sürekliliği ilişkileri bağlamsal olarak sabitlemekte ve bireylerin davranışlarını ortak normatif referanslar çerçevesinde konumlandırmaktadır. İlişkisel eşitlik algısı yalnızca iki birey arasındaki karşılıklılığa değil aynı zamanda sosyal ağların geri bildirimlerine ve çevresel doğrulamalara dayanmaktadır. Karşılıklı tanınırlık ve ağ yoğunluğu belirsizliği azaltmakta ve güven üretimini desteklemektedir.

Bu yapı içinde ilişki bireysel tercihin ötesinde toplumsal bir yerleşiklik kazanmaktadır. Kimlik, aile yapısı, sosyal statü ve rol beklentileri ilişki dinamiklerinin ayrılmaz parçaları haline gelmektedir. Rastlantısal görünen karşılaşmalar mekansal tekrarın ve gündelik ritmin ürettiği yapısal kesişimlerdir. Böyle bir düzende bağlar daha yavaş kurulmakta ancak kurulduğunda daha güçlü sosyal bağlamlara yaslanmaktadır. İlişkiler mekana gömülü yakınlık, sosyal ağ sürekliliği ve normatif denetim aracılığıyla istikrar üretmektedir. Bu nedenle internet öncesi ilişki düzen fiziksel temasın yoğunluğu ile tanımlanan bir dönem olmanın ötesinde, güvenin, karşılıklılığın ve ilişki eşitlik algısının çevresel süreklilik içinde kurumsallaştığı bir toplumsal yapı niteliği taşımaktadır.

Yeni Medya Sonrası İlişkisel Düzen

Yeni medya sonrasında ilişki yapı fiziksel mekana dayalı karşılaşma düzeninin zayıflaması ve erişilebilirliğe dayanan yeni bir yakınlık mantığının kurumsallaşmasıyla yeniden örgütlenmektedir. İnternet öncesi dönemde karşılaşma olasılığı fiziksel dolaşım alanıyla sınırlıyken, dijital ortamda temas süreklilik kazanmaktadır. Yakınlık artık coğrafi mesafeden çok çevrimiçi erişim ve yanıt verebilirlik kapasitesi üzerinden

tanımlanmaktadır. Böylece karşılaşma mantığı ve ilişki başlatma süreçleri yapısal olarak farklı bir işleyiş kazanmıştır.

Dijital platformlar karşılaşmayı yalnızca kolaylaştırmamakta aynı zamanda düzenlemektedir. Flört uygulamaları ve sosyal ağ platformları kullanıcı verileri ve tercih kalıpları üzerinden görünürlük sıralaması üretmekte, böylece karşılaşma ihtimalini algoritmik olarak yapılandırmaktadır. Bu algoritmik aracılık seçilimin tamamen bireysel tercihten ziyade platform mantığı üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. Araştırmalar çevrimiçi eşleşme sistemlerinin benzerlik, görünürlük ve etkileşim sıklığını belirli parametreler üzerinden yönlendirdiğini ortaya koymaktadır (Rosenfeld et al., 2019; Timmermans ve Courtois, 2018). Bu bağlamda yakınlık dijital tekrar ve algoritmik görünürlük yoluyla üretilmektedir.

Tekrarlı dijital temas aşinalık üretmeye devam etmektedir. Ancak bu tekrar artık mekansal değil zamansal ve görsel bir tekrar biçimindedir. Sürekli hikaye paylaşımı, gönderi akışında tekrar eden görünürlük ve çevrimiçi durum bilgileri bilişsel aşinalığı hızlandırmaktadır. Dijital ortamda bu tekrarın yoğunluğu artmakta dolayısıyla ilk aşamada çekim üretimi hızlanmaktadır. Ancak hızlanan aşinalık her zaman eşzamanlı bir güven derinliği üretmemektedir.

Bağlanma örüntüleri dijital ortamda yeni tetikleyicilerle karşılaşmaktadır. Çevrimiçi görünürlük göstergeleri, yanıt gecikmeleri ve sosyal etkileşim kayıtları ilişkideki güven algısını etkileyen ve bağlanma kaygısını besleyebilen ipuçları sunmaktadır. Sosyal medya kullanımı ile bağlanma örüntüleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar bağlanma kaygısının problemleri sosyal medya kullanımı ve yoğun onay arayışıyla ilişkili olduğunu göstermektedir (Musetti et al., 2022; Shorter et al., 2022). Benzer biçimde Twitter kullanımını akademisyenler örnekleminde ele alan bir araştırma, benlik saygısı ile çevrimiçi katılım davranışları arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu ve platformdaki katılım düzeyinin bireysel psikolojik özelliklerle bağlantılı olarak şekillendiğini ortaya koymaktadır (Güler ve Sezgin, 2020). Bu durum güvenin yalnızca davranışsal tutarlılık üzerinden değil sürekli izlenebilirlik üzerinden değerlendirildiğini göstermektedir.

İlişkisel eşitlik algısı dijital ortamda yeniden tanımlanmaktadır. Sosyal takas yaklaşımı, bireylerin ilişkileri maliyet ve getiri dengesi üzerinden değerlendirdiğini ileri sürmektedir. Duygusal emek, zaman yatırımı ve karşılıklılık bu dengenin temel unsurlarını oluşturmaktadır. Dijital bağlamda ise görünür ilgi göstergeleri, paylaşımlara verilen tepkiler, yanıt süreleri ve kamusal ilişki beyanları bu değerlendirme sürecinin ölçülebilir göstergeleri haline gelmektedir. Romantik seçim süreçlerinin bireylerin tercihleri, beklentileri ve alternatifleri değerlendirme biçimleriyle yakından ilişkili olduğu belirtilmektedir (Joel et al., 2017). Bu bağlamda ilişkiler, karşılıklı tatmin ve gönüllülük temelinde sürdürülen esnek bağlara dönüşmektedir.

Ancak aynı süreç, bağların daha kırılğan ve koşullu hale gelmesine de zemin hazırlamaktadır. Dijital kopuş pratikleri bu kırılğanlığın gündelik deneyim düzeyinde görünürleşmesini sağlamaktadır. Ghosting (açıklama yapmadan ani temas kesme davranışı) ve breadcrumbing (ilişkiyi sürdürme niyeti olmaksızın aralıklı ilgi gösterme) gibi davranışlar, ilişkilerin düşük maliyetle sonlandırılabilirdiği ve belirsizlik üreten kopuş biçimlerinin yaygınlaştığını göstermektedir (LeFebvre et al., 2019).

Mahremiyet ve görünürlük dijital ortamda yeniden yapılandırılmaktadır. Paylaşım pratikleri özel alanın sınırlarını genişletmekte, ilişki statüleri kamusal teyit mekanizmalarına dönüşmektedir. Dijital mahremiyet üzerine yapılan çalışmalar çevrimiçi ortamda kamusal ve özel alan ayrımının bulanıklaştığını ve kullanıcıların sınır yönetimini aktif biçimde sürdürdüğünü göstermektedir (Şahan, 2023; Tathloğlu ve Gülcan, 2025). Güçlü aile bağları ve yoğun sosyal ağ yapılarının bulunduğu kültürel bağlamlarda dijital görünürlük yalnızca bireysel tercih değil sosyal sorumluluk ve itibar göstergesi olarak da değerlendirilmektedir. Bu durum benlik sunumu ile ilişkisel güven arasındaki gerilimi artırmaktadır. Medya temsilinin hangi olayları görünür kıldığı ve hangilerini sessizlik içinde bıraktığı da bu görünürlük rejiminin önemli bir parçasıdır. Türk medyasında bazı olayların yoğun biçimde görünür kılınırken bazıları sistematik biçimde sessizlikle çevrenmektedir (Deniz, İmamoğlu, ve Topsakal, 2025).

Aile içi iletişimde de belirgin dönüşümler gözlenmektedir. Mesajlaşma grupları kuşaklar arası iletişimi sürekli ve eşzamanlı hale getirmekte, ancak aynı zamanda denetim ve müdahale kapasitesini artırmaktadır. Aile whatsapp gruplarının iletişimi kolaylaştırdığı ve aile üyeleri arasında sürekli etkileşim sağladığı, bununla birlikte kuşaklar arası iletişim normlarının ve rollerin yeniden tanımlanmasına yol açabildiği belirtilmektedir (Halim, 2024). Bu durum aile içi koordinasyonu kolaylaştırırken, aynı zamanda sınır ihlali ve rol karmaşası gibi yeni gerilim alanları da üretebilmektedir. Böylece yakınlık artarken bireysel özerklik alanı daralabilmektedir.

Romantik ilişkilerde kıskançlık ve güven dinamikleri dijital göstergeler üzerinden yeniden üretilmektedir. Sosyal medya bağlamında kıskançlık düzeylerini inceleyen çalışmalar çevrimiçi etkileşim göstergelerinin romantik partner değerlendirmelerinde anlamlı rol oynadığını ortaya koymaktadır (Vaillancourt et al., 2024). Güven yalnızca davranışsal sadakat üzerinden değil görünürlük ve dijital şeffaflık üzerinden değerlendirilmektedir.

Yeni medyanın ilişkiler üzerindeki etkisi sadece insanlar arası iletişimin dijitalleşmesiyle sınırlı kalmamaktadır. İnsan ile yapay zeka arasındaki etkileşimin ilişkisel bir nitelik kazanmasıyla yeni bir boyuta evrilmektedir. Son dönemde popülerlik kazanan yapay zeka destekli uygulamalar bireylere sürekli erişilebilirlik, çatışmasız diyalog ve kişiselleştirilmiş duygusal destek vaat etmektedir. Bu durum sosyal takas ve

bağlanma dinamiklerini daha önce deneyimlenmemiş bir simülasyon düzlemine taşımaktadır.

Bireylerarası ilişkiler doğası gereği karşılıklılık, belirsizlik ve duygusal emek gerektirirken, yapay zeka etkileşimi kullanıcının benmerkezi ihtiyaçlarına göre şekillenen, pürüzsüz ve öngörülebilir bir deneyim sunmaktadır. Yapay zeka ile kurulan ilişki reddedilme riski veya çatışma maliyeti içermediği için düşük maliyetli ve yüksek getirili bir duygusal yatırım olarak algılanabilmektedir. Ancak bu etkileşim biçimi bireyin gerçek dünya ilişkilerindeki öteki ile kurduğu zorlayıcı fakat geliştirici temasın yerini, algoritmik olarak yapılandırılmış bir yankı odasına bırakma riskini taşımaktadır. Yapay zeka ile kurulan duygusal bağların çoğu zaman karşılıklı olmayan, kullanıcı yönelimli ve tek taraflı bir bağlanma biçimi oluşturduğu belirtilmektedir (Shu, Lai, ve He, 2026). Bu bağlamda yapay zeka insan ilişkilerinin kırılabilirliğini ve eksikliklerini görünür kılan, yakınlığı programlanabilir bir hizmete dönüştüren yeni bir ilişki aktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Karşısındakinin ihtiyaçlarını gözetmek zorunda kalmayan birey için gerçek insan ilişkileri, yapay zekanın sunduğu mükemmel uyum karşısında giderek daha yorucu ve hayal kırıklığı yaratıcı görülebilmektedir.

Tablo 1. İnternet öncesi ve yeni medya sonrası ilişki düzeninin karşılaştırılması

Özellik	İnternet Öncesi	Yeni Medya Sonrası
Yakınlık	Mekansal/Fiziksel	Erişilebilirlik/Dijital
Güven	Bağlamsal/Sosyal Ağlar	İzlenebilirlik/Şeffaflık
Seçim	Rastlantısal/Sınırlı	Algoritmik/Sonsuz
Sorumluluk	Kolektif/Normatif	Bireysel/Performans

SONUÇ

Dijitalleşme ile birlikte bireylerarası ilişkilerde gözlenen dönüşüm basit bir iletişim kanalı değişikliğinin çok ötesindedir. İlişkinin doğasının, yapısal ve etik mantığının yeniden inşa edilmesidir. İnternet öncesi dönemin mekan ve sosyal ağlarla örülü ilişki düzeni, erişilebilirlik temelli ve algoritmik olarak optimize edilmiş akışkan bir yapıya dönüşmüştür. Bu değişim bir diğeriyle kurduğumuz bağın derinliğini, sorumluluk eşliğini ve güvenin niteliğini de kökten sarsmıştır.

İnternet öncesi düzende ilişkisel istikrar sosyal ortamların mecburiyetleri ve kültür temelli denetim üzerinden sağlanmaktaydı. Güven ortak tanıdıklar ve tarihsel bağlam aracılığıyla inşa edilen bir toplumsal sermaye iken, yeni medya sonrası düzende bu bağlamsal sabitlik zayıflamış ve ilişkisel seçim bireyin özgür iradesinden ziyade platformların veri odaklı sıralama rejimlerine emanet edilmiştir. Algoritmalar karşılaşma olasılıklarını teknik değişkenler ve ticari öncelikler doğrultusunda seçen, sıralayan ve daraltan yapısal düzenleyiciler olarak işlemektedir.

Dijital ortamda güven çevrimiçi durum göstergeleri ve dijital ayak izleri üzerinden denetlenen somut bir kanıt toplama sürecine dönüşmüştür. Şeffaflık vaadiyle sunulan bu yeni durum ilişkisel kaygıyı ve gözetim pratiklerini sürekli tetiklemektedir. Mahremiyetin kamusal bir performans haline gelmesi, bireyi hem ilişkisel bağlılığını sergilemeye zorlamakta hem de özerklik alanını daraltmaktadır.

Sosyal takas dinamikleri dijital evrende alternatiflerin sonsuz ve her an ulaşılabilir olduğu bir karşılaştırma ortamı yaratmıştır. Bu durum tatmin düzeyini daha değişken ve koşullu hale getirmiş ancak bağların vazgeçilebilir olma niteliğini güçlendirmiştir. İlişkiler artık sosyal ağların toplumsal geri bildirim mekanizmalarıyla değil bireysel müzakere ve performans süreçleri üzerinden sürdürülmektedir. Bu durum ilişkisel sorumluluğun toplumsal bağlamdan ayrışarak büyük ölçüde bireyin üzerine yüklenmesine yol açmaktadır.

İlişkisel alanın en yeni ve radikal sınırı olan yapay zeka temelli partner uygulamaları, insan ilişkilerinin doğasındaki belirsizlik ve çatışma yükünü azaltmayı vaat etmektedir. Ancak bu vaat, ilişkisel emeğin ve ötekiyle kurulan sahici temasın yerini algoritmik olarak yapılandırılmış kapalı etkileşim alanlarına bırakma olasılığını da barındırmaktadır. İnsan ilişkileri doğası gereği kırılğan, belirsiz ve emek ister ancak yapay zeka etkileşimi kontrol edilebilir ve yalıtılmış bir deneyim sunmaktadır. Bu gelişme ilişkisel beklenti standartlarımızı daha da yapaylaştırmakta ve insan insana kurulan bağların zorlayıcı ama büyütücü doğasından bir kaçış yolu inşa etmektedir.

Genel çerçevede dijitalleşme, ilişkileri coğrafi sınırların ötesine taşıyarak özgülleştirmiş ve erişilebilir kılmış ancak aynı zamanda onları teknolojik gözetimin ve piyasa mantığının nesnesi haline getirmiştir. Bağlar daha hızlı kurulmakta, daha görsel yaşanmakta ancak daha az bağlamsal dayanağa sahip olduğu için ilk sarsıntıda çözülmeye daha meyilli hale gelmektedir. Sonuçta, güven bağlamdan izlenebilirliğe, sorumluluk kolektiften bireysel performansa, yakınlık ise mekandan erişilebilirliğe doğru yapısal bir mutasyona uğramıştır. Günümüz bireyi artık dijitalleşen bu akışkan ilişki çağında esneklik ile sadakat, görünürlük ile mahremiyet arasında her an yeniden kurulan hassas bir dengede yürümektedir.

REFERANSLAR

- Berger, C. R., ve Calabrese, R. J. (2006). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99–112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
- Cüceloğlu, D. (2006). *İnsan ve davranışı* (15. basım). Remzi Kitabevi.
- Deniz, Ö., İmamoğlu, H. V., ve Topsakal, T. (2025). Missing bodies, silent pages: How Turkish media portrays journalist murders and silence. *Media and Communication*, 13, 1–18.
- Güler, Ş., ve Sezgin, M. (2020). Benlik Saygısı ve E-Katılım İlişkisi: Twitter Ekseninde Akademisyenlere Yönelik Bir Uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 49, 413-438. <https://doi.org/10.9779/pauefd.597577>
- Halim, D. (2024). Communication patterns between generations via family WhatsApp groups (Case study: Amarta family). *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 12(1), 27–36. <https://doi.org/10.46806/jkb.v12i1.1048>
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., ve Layton, J. B. (2010). Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. *PLoS Medicine*, 7(7), <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000316>
- Joel, S., Eastwick, P. W., ve Finkel, E. J. (2017). Is romantic desire predictable? Machine learning applied to initial romantic attraction. *Psychological Science*, 28(10), 1478–1489. <https://doi.org/10.1177/0956797617714580>
- Keleş, B. A., ve Deniz, Ö. (2023). The impact of digitalization on the journalism profession and news production. *Journal of Communication, Sociology and History Studies*, 3(1), 18–32.
- LeFebvre, L. E., Allen, M., Rasner, R. D., Garstad, S., Wilms, A., ve Parrish, C. (2019). Ghosting in emerging adults' romantic relationships: The digital dissolution disappearance strategy. *Imagination, Cognition and Personality*, 39(2), 125–150. <https://doi.org/10.1177/0276236618820519>
- Montoya, R. M., Horton, R. S., Vevea, J. L., Citkowicz, M., ve Lauber, E. A. (2017). A re-examination of the mere exposure effect: The influence of repeated exposure on recognition, familiarity, and liking. *Psychological Bulletin*, 143(5), 459–498. <https://doi.org/10.1037/bul0000085>
- Musetti, A., Manari, T., Billieux, J., Starcevic, V., ve Schimmenti, A. (2022). Problematic social networking sites use and attachment: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 131, 107199. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107199>
- Rosenfeld, M. J., Thomas, R. J., ve Hausen, S. (2019). Disintermediating friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(36), 17753–17758. <https://doi.org/10.1073/pnas.1908630116>
- Sezgin, M., ve Güler, Ş. (2021). Öz'ün Söz Üzerine Etkileri: Kendilik Tutarlılığı, Beden İmajı ve İletişim Becerileri Arasındaki İlişkilerin İletişim Öğrencileri Üzerinde İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 52, 206-234. <https://doi.org/10.9779/pauefd.787237>
- Small, M. L., ve Adler, L. (2019). The role of space in the formation of social ties. *Annual Review of Sociology*, 45, 111–132. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073018-022707>

- Shorter, P., Turner, K., ve Mueller-Coyne, J. (2022). Attachment style's impact on loneliness and the motivations to use social media. *Computers in Human Behavior Reports*, 7, <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100212>
- Shu, C., Lai, K., ve He, L. (2026). Human-AI attachment: How humans develop intimate relationships with AI. *Frontiers in Psychology*, 17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2026.1723503>
- Şahan, S. (2023). Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet yönelimlerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Yeni Medya*, (15), 92–111. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1355358>
- Tatlıoğlu, S. S., ve Gülcan, C. (2025). Dijital mahremiyet bağlamında lise öğrencilerinin sosyal medya pratikleri üzerine karma bir araştırma. *Şarkiyat*, 17(1), 204–221. <https://doi.org/10.26791/sarkiat.1539595>
- Timmermans, E., ve Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *The Information Society*, 34(2), 59–70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
- Turğut, E., ve Sezer, Ö. (2023). İlişkilerde Yakınlık Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Muş Alparslan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 191–209. <https://doi.org/10.60107/maunef.1368490>
- Vaillancourt, T., Brittain, H., Eriksson, M., Krygsman, A., Farrell, A. H., Davis, A. C., Volk, A. A., ve Arnocky, S. (2024). Social media friendship jealousy. *Evolutionary Psychological Science*, 22(1), <https://doi.org/10.1177/14747049231225738>

Dijital ağın Ahlaki Pusulası: Modern ađda İnsanlığın Yeni İmtihanı Olarak Dijital Vicdan Kavramı

Seçil UTMA¹

Doç.Dr; Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Ata MYO; Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı;
secil.utma@adu.edu.tr ORCID no: 0000-0002-5003-2137

ÖZET

İnternet, sosyal medya, yapay zekâ ve benzeri teknolojiler bireylerin düşünme, iletişim kurma ve karar verme biçimlerini köklü şekilde dönüştürme uğratmıştır. Bu dönüşüm, yalnızca ekonomik ve teknik alanları değil, aynı zamanda etik ve ahlaki sorumluluk anlayışını da doğrudan etkilemektedir. Özellikle Facebook, Instagram ve X gibi platformların yön verdiği dijital kamusal alan; hakikat, mahremiyet, etik ve empati gibi temel insani değerleri yeniden tartışmaya açmıştır. Günümüzde sosyal medya her kullanıcıyı potansiyel bir yayıncıya dönüştürürken, bir tuşla paylaşılan gerçek dışı bilgiler çoğu zaman vicdani bir muhasebe yapılmadan dolaşıma sokulmaktadır. Algoritmaların yön verdiği içerik akışları, bireyin dünya algısını fark edilmeden şekillendirebilmekte, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirebilmektedir. Dijital ortamda üretilen bilginin hızla yayılması, doğruluk kontrolünü zorlaştırmakta; bu durum hakikat ile manipülasyon arasındaki sınırları ortadan kaldırmaktadır. Bu dönüşüm, geleneksel vicdan anlayışının dijital ortamlarda nasıl işlediği sorusunu gündeme getirmektedir. Bu bağlamda ortaya çıkan dijital vicdan kavramı, bireylerin ve kurumların dijital ortamlarda etik sorumluluk bilinciyle hareket etmesini ifade etmektedir. Dijital vicdan bireyin anonimlik zırhı arkasına saklanmadan dezenformasyon ve manipülasyon karşısında sorumluluk duygusuyla hareket etmesini gerektirmektedir. Dijital vicdan, bireyin çevrimiçi ortamda da sorumlu bir özne olarak kalabilmesini sağlayan içsel pusuladır. Gerçek özgürlük, sınırsız paylaşımında değil; bilinçli, saygılı ve etik kullanımda yatmaktadır. İnsanlık bu yeni imtihanı ancak teknolojiyi merkeze değil, insan onurunu merkeze alarak aşabilir. Dijital dünyanın geleceği, sahip olduğumuz araçlardan çok, o araçları hangi vicdani bilinçle kullandığımıza bağlıdır. Yasalar ve teknik düzenlemeler önemli olmakla birlikte, kalıcı çözüm bireysel ve toplumsal bilinç dönüşümünden geçmektedir. Bu çalışma, dijital vicdan kavramını teorik çerçevede ele almakta; sosyal medya, yapay zekâ, veri gizliliği ve algoritmik karar alma süreçleri bağlamında dijital vicdanın karşılaştığı sorunları incelemekte ve çözüm önerileri sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital vicdan, dijital etik, yapay zekâ, sosyal medya, ahlaki sorumluluk

GİRİŞ

Her çağ, insanlığa yeni imkânlar sunarken aynı zamanda yeni sorumluluklar yüklemiştir. Tarım devrimi yerleşik hayatı, sanayi devrimi üretim biçimlerini, bilgi çağı ise zihinsel ve toplumsal yapıları dönüştürmüştür. Dijital devrim ise tüm bu dönüşümlerin ötesinde, insanın hem kendisiyle hem de toplumla kurduğu ilişkiyi yeniden tanımlamaktadır. Artık birey,

yalnızca fiziksel bir varlık değil; veri üreten, veri tüketen ve algoritmalar tarafından analiz edilen dijital bir özne hâline gelmiştir.

Sosyal medya platformları, bireylere görünürlük ve ifade alanı sunarken birtakım riskleri de beraberinde getirmektedir. Algoritmaların yön verdiği içerik akışları, bireyin dünya algısını fark edilmeden şekillendirebilmekte, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirebilmektedir. Dijital ortamda üretilen bilginin hızla yayılması, doğruluk kontrolünü zorlaştırmakta; bu durum hakikat ile manipülasyon arasındaki sınırları ortadan kaldırmaktadır.

Öte yandan yapay zekâ teknolojileri, eğitimden sağlığa, ekonomiden güvenliğe kadar pek çok alanda devrim niteliğinde gelişmeler sunmaktadır. Ancak bu teknolojilerin etik sınırları, veri güvenliği, mahremiyet ve insan iradesi üzerindeki etkileri ciddi tartışmaları beraberinde getirmektedir. Bu noktada “dijital vicdan” kavramı, çağın ahlaki pusulası olarak önem kazanmaktadır. Dijital vicdan; anonimlik perdesinin arkasına saklanmadan sorumluluk bilinciyle hareket edebilmek, görünmez kalabalıklar içinde dahi insan onurunu gözetmek ve dijital gücü etik ilkeler doğrultusunda kullanabilmektir.

Sosyal medya, demokratik katılımı güçlendiren bir araç olarak ortaya çıkmış olsa da zamanla dijital linç kültürü, yanlış bilginin hızla yayılması ve toplumsal kutuplaşmanın derinleşmesi gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. Hakikat, hız karşısında zayıflamakta; doğrulama süreçleri çoğu zaman geri planda kalmaktadır. Bu bağlamda dijital çağ, bireyi yalnızca bilgiye erişimle değil, bilgi karşısında sorumlulukla da sınamaktadır. Teknolojik gelişmelerin hızına karşın etik değerlerin geri planda kalması, ciddi toplumsal sorunlara yol açmaktadır. Bu nedenle dijital vicdan, yalnızca bireysel bir farkındalık değil; eğitim, hukuk ve teknoloji politikalarıyla desteklenmesi gereken kolektif bir bilinçtir.

DİJİTAL VİCDAN KAVRAMI

Felsefe tarihinde ahlakın temel kavramlarından biri olarak ele alınan vicdan, bireyin eylemlerini ahlaki açıdan değerlendirmesini sağlayan içsel bir yeti olarak tanımlanmaktadır. Kant’a göre vicdan, ahlaki yasaya uygun davranıp davranmadığımızı denetleyen içsel bir mahkemedir (Kant,1997). Benzer şekilde modern etik kuramlar da vicdanı, bireyin sorumluluk bilincinin temel unsuru olarak görmektedir (Floridi,2013). Vicdanın işleyişi toplumsal bağlamdan bağımsız olmayıp; normlar, kültürel değerler vicdanın şekillenmesinde doğrudan etkili olmaktadır.

İnsanlık tarihi boyunca bireylerin kendi davranışlarına rehberlik eden içsel bir pusula olarak işlev gören vicdan sayesinde birey iyi ve kötü arasında seçim yapmakta, yapılan tercih onu pişmanlığa ya da iç huzura yöneltmektedir. Geleneksel toplumlarda aileden öğrenilen değerler, dini ve kültürel referanslar çerçevesinde şekillenen vicdan, içinde bulunduğumuz

dijital çağda zorlu bir sınavdan geçmektedir. Modern çağda dijitalleşme süreci vicdan kavramının bu bağlamda ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Dijitalleşme; teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin ötesinde bireyin hakikatle, bilgiyle ve iletişim kurma biçimlerinde yaşanan dönüşüme vurgu yaparken; dijital vicdan ise bireyin dijital ortamlarda ürettiği, paylaştığı ve tükettiği her türlü içeriği etik, ahlaki ve insani değerler süzgecinden geçirerek değerlendirme yetisini ifade etmektedir. Dijital vicdan bireysel kullanıcılar dışında teknoloji ve medya kuruluşlarını, kamusal otoriteleri de içine alan çok katmanlı bir sorumluluk alanı oluşturmaktadır. Floridi (2013), dijital ortamda ortaya çıkan ahlaki sorunların insan merkezli olduğu kadar içinde bulunulan sistem bağlamında da ele alınması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

Teknolojik bir gelişmenin ötesinde toplumsal ve kültürel bir dönüşüm sürecini ifade eden dijitalleşme bireylerin iletişim kurma, bilgiye erişme biçimlerini değişime uğratmış, bu gelişmeler ahlaki değerlerin dijital ortamlarda nasıl korunacağı sorusunu da beraberinde getirmiştir. Bu noktada dijital vicdan, dijital davranışların etik bir süzgeçten geçirilmesini ifade eden yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından 2025 yılında yılın kelimesi olarak dijital vicdan kavramının seçilmesi, çağdaş toplumların karşı karşıya olduğu etik ve ahlaki sorunlara dikkat çekilmesi açısından önem taşımaktadır. Dijitalleşme hayatın her alanını dönüştürürken, dijital vicdan bu noktada teknolojiyle birlikte sorumluluk duygusunun yitirilmemesi gerektiğini hatırlatan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. TDK, dijital çağın en temel ahlaki sorunları arasında vicdan olgusunun yer aldığını belirtmekte, vicdanın tıklanabilir hale geldiği bir ortamda bireyin gerçek sorumluluk ile sanal rahatlatma arasındaki farkı ayırt etmesinin hayati önem taşıdığı vurgulanmaktadır.

TDK'nin ilgili duyurusunda vicdan, “kişiyi kendi davranışları hakkında bir yargıda bulunmaya iten, kişinin kendi ahlak değerleri üzerine düşünmesini sağlayan duygu” olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada vicdanın özünde içsel bir muhasebe ve ahlaki bir sorgulamanın yattığına vurgu yapılmaktadır (TDK, 2026) . Bireyler gerçek hayatta sorumluluk almak istemedikleri konularda sosyal medyada bir paylaşım ya da beğeni ile vicdanlarını rahatlatmaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda vicdan adeta ‘tıklanabilir bir işleme’ indirgenmektedir.

Son yıllarda iletişim teknolojisinde görülen gelişmeler sadece bilgiye erişimi kolaylaştırmamış; aynı zamanda insan davranışlarını, alışkanlıkları ve toplumsal değerleri dönüşüme uğratmıştır. Dijital ortamlarda bireylerin sorumluluk ve ahlaki karar verme süreçlerini ifade eden bir kavram olan

dijital vicdan, sosyal medya paylaşımlarından yapay zekâ uygulamalarına kadar geniş bir yelpazeyi içerisinde barındırmaktadır.

Günümüzde sosyal medya her kullanıcıyı potansiyel bir yayıncıya dönüştürürken, bir tuşla paylaşılan gerçek dışı bilgiler çoğu zaman vicdani bir muhasebe yapılmadan dolaşıma sokulmaktadır. Dijital vicdan bireyin anonimlik zırhı arkasına saklanmadan dezenformasyon ve manipülasyon karşısında sorumluluk duygusuyla hareket etmesini gerektirmektedir.

Bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve internet üzerinden yürütülen etkileşimlerde bireylerin etik değerler ve sorumluluk bilinciyle hareket etmesi anlamına gelen dijital vicdan kavramı; dijital platformlarda doğru ve yanlış arasındaki sınırların nasıl çizileceği, teknolojik araçların vicdani kararlarımız üzerindeki etkileri üzerinde durmaktadır.

Literatürde dijital vicdanın kurumsal boyutu, şirketlerin algoritmik karar süreçlerini ve etik politika uygulamalarını kapsarken; toplumsal boyutu ise hukuki düzenlemeler, kültürel normlar ve etik kodlar aracılığıyla kolektif bir yapı oluşturmaktadır (Zuboff,2019).

Dijital Vicdanın Boyutları

Bireysel Boyut

Bireysel düzeyde dijital vicdan, kişinin kendi değer yargılarına ve ahlaki sorumluluk algısına dayanmakta olup, bu noktada başkalarının haklarına saygı, dijital kimlik gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır. Paylaşım yapmadan önce düşünmek, başkalarının haklarına saygı göstermek ve dijital zorbalıktan kaçınmak bu boyutun temel unsurlarıdır.

Kurumsal Boyut

Dijital ortamda, bireylerin kişisel verileri sürekli olarak toplanmakta, işlenmekte ve analiz edilmektedir. Sosyal medya platformlarından alışveriş sitelerine kadar hemen her dijital sistem, kullanıcılarının dijital ayak izlerini kaydetmekte ve bu veriler üzerinde çeşitli kararlar almaktadır. Dijital vicdan kavramı, bu bağlamda bireylerin ve kurumların kişisel verilere saygı göstermesini ve veri gizliliğine dair etik sorumluluklarını üstlenmelerini gerektirmektedir (Markey,2004). Bireyler, dijital dünyada farkında olmadan izlendiklerinin bilincinde olmalı ve dijital sistemlerin şeffaf ve adil olmasını talep etmelidir. Bir dijital platform, kullanıcılarının mahremiyetini korumak için verilerini anonimleştirmekle yetinmeyip, aynı zamanda verilerin kötüye kullanılmasını önleyici şeffaf politikalar geliştirmelidir.

Teknoloji şirketleri, kullanıcı verilerini toplarken ve işlerken etik ilkelere bağlı kalmalıdır. Gizlilik politikaları, kullanıcı haklarına saygı gibi hususlar bu noktada önem kazanmaktadır. Şeffaf algoritmalar, adil veri kullanımı ve kullanıcı haklarının korunması kurumsal dijital vicdanın göstergeleridir. Kurumsal dijital vicdan, şirketlerin ve dijital platformların algoritmik karar

süreçlerindeki etik sorumlulukları ve uyguladığı politikaları kapsamaktadır. Bu noktada algoritma şeffaflığı, veri güvenliği, hesap verebilirlik ve etik denetim mekanizmaları gibi konular gündeme gelmektedir. Örneğin, bir sosyal medya şirketinin kullanıcı verilerini etik ilkeler çerçevesinde yönetmesi, dijital vicdanın kurumsal boyutu açısından önem taşımaktadır. (O'Neil,2016).

Toplanan verilerin izinsiz ticari amaçlarla kullanılması, bireylerin dijital dünyada kontrol kaybı yaşamasına neden olmaktadır. Dijital çağda kişisel veriler, ekonomik ve politik bir güç unsuru hâline gelmiştir. Kullanıcıların büyük bir bölümü, hangi verilerinin toplandığı ve nasıl kullanıldığı konusunda yeterli bilgiye sahip değildir. Bu durum, bireyin dijital özerkliğini zayıflatmakta ve etik sorunları derinleştirmektedir (Zuboff,2019). Gözetim kapitalizmi olarak adlandırılan bu yapı, dijital vicdanın hem bireysel hem de kurumsal düzeyde sorgulanmasını zorunlu kılmaktadır.

Toplumsal Boyut

Dijital vicdan, bireysel ve kurumsal düzeyin ötesinde toplumsal bir bilinç meselesidir. Hukuki düzenlemeler, eğitim politikaları ve toplumsal normlar, dijital vicdanın şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Toplumsal dijital vicdan, hukuki düzenlemeler, kültürel normlar ve etik kodlar aracılığıyla dijital ortamda kolektif bir sorumluluk bilincinin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Veri koruma yasaları, toplumsal farkındalık kampanyaları ve etik eğitim programları bu boyutun örnekleridir (Zuboff,2019).Toplumsal boyut, bireylerin ve kurumların davranışlarını düzenleyici bir çerçeve sunmaktadır

DIJİTAL ETİK VE AHLAKİ SORUMLULUK

Dijital vicdan bireyin eylemlerini ifade özgürlüğü dışında etik sorumluluk çerçevesinde değerlendirmesini gerekli kılmaktadır. Dezenformasyon ve yanlış bilginin yayılması teknik bir sorun olmanın ötesinde ahlaki bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada dijital ortamlarda paylaşılan bir içeriğin doğruluğunu sorgulamamak, pasif bir davranış olmanın ötesinde kamusal zarar üretme potansiyeli taşımaktadır. Dijital vicdan ‘bilgiye erişim hakkı’ ile ‘bilgiyi sorumlu kullanma yükümlülüğü’ arasındaki dengeye vurgu yapmaktadır. Dijital dünyada etik davranış bireysel sorumluluktan öte, kurumsal ve toplumsal bir bilinç gerektirmektedir. Bu noktada dijital vicdan konusunda duyarlı olmak daha adil, saygılı ve sorumlu bir dijital toplumun inşası için hayati önem taşımaktadır. Dijital ortamda gerçekleştirilen eylemlerin ahlaki sonuçlarını etik sorumluluk çerçevesinde ele alan dijital vicdan bireysel bir konu olmaktan çıkarak günümüzde toplumsal ve kurumsal boyutlarıyla tartışılmaktadır. Dijital vicdan, bireyin dijital

dünyadaki eylemlerini ahlaki bir süzgeçten geçirme yetisini ifade etmekte ve dijital etik tartışmalarının önemli bir boyutunu oluşturmaktadır.

Dijital etik, dijital teknolojilerin tasarımı, geliştirilmesi ve kullanımı sırasında uyulması gereken gizlilik, şeffaflık, adalet ve hesap verebilirlik gibi normatif ilkeleri kapsamaktadır. (Floridi & Taddeo,2016). Dijital vicdan ise bu normatif ilkelerin bireyler ve kurumlar tarafından içselleştirilmiş hâlidir. Dijital vicdan, etik ilkelerin pratiğe dökülmesini sağlayan içsel bir mekanizma olarak işlev görmektedir.

Geleneksel etik kuramlar, bireylerin eylemlerini doğrudan sorumluluk ilişkisi çerçevesinde değerlendirirken, dijital ortamda eylemler anonimlik, hız ve mekânsal belirsizlik nedeniyle bireylerin ahlaki sorumluluk algısını zayıflatmaktadır (Moor,1985). Örneğin sosyal medyada yapılan yanlış bilgi paylaşımları, bireyler tarafından çoğu zaman “zararsız” olarak algılanabilmekte; ancak toplumsal düzeyde ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Örneğin, COVID-19 pandemisi sırasında sosyal medyada yayılan yanlış sağlık bilgileri, bireylerin sadece kendi davranışlarını değil toplumsal sağlık güvenliğini de etkileyen sonuçlar doğurmuştur. Bu durum dijital vicdanın bireysel ve toplumsal boyutlarının etkileşimini göstermektedir.

Teknolojik ilerlemeler neticesinde bilgiye erişimin kolaylaşması dünyanın herhangi bir köşesinde yaşanan bir acının saniyeler içerisinde milyonlarca ekrana taşınmasını sağlamaktadır. Savaşlarda bombalanan evlerin enkazı, iç savaş ve yoksullukla baş etmeye çalışan çocukların görüntüleri defalarca karşımıza çıkmaktadır. Daha önce olmadığı kadar çok sayıda dramatik olaya tanık olunması bireylerde zamanla duyarsızlaşma tehlikesini de beraberinde getirmektedir. Kişi bir tuşla bu acılara ilişkin görüşlerini açıklamakta, bir beğeni ya da paylaşım ile kendisini bu meselelerle ilgileniyor kabul ederek, derin bir iç hesaplaşma sürecinden ziyade sanal bir rahatlama duygusu yaşamaktadır. Dijital çağ vicdan duygusunu bütünüyle ortadan kaldırmamakta tam aksine vicdan, ekranın ışığı altında yeni bir biçim kazanmaktadır.

Sosyal medya platformlarında yanıltıcı bilgi paylaşımı, nefret söylemi, kişisel verilerin kötüye kullanımı gibi davranışlar dijital vicdan konusunun en fazla tartışıldığı konular arasında yer almaktadır. Sosyal medya platformları, bireylere düşüncelerini özgürce ifade etme imkânı sunarken aynı zamanda etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Yanlış bilgi yayma, nefret söylemi, linç kültürü ve özel hayatın ihlali gibi davranışlar dijital vicdan eksikliğinin göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Yılmaz ve Bayram, 2022). Anonimlik ve fiziksel temasın olmaması, bireylerin empati kurmasını zorlaştırmakta; bu durum dijital ortamda daha saldırgan ve sorumsuz davranışların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Dijital platformlarda dezenformasyon en büyük sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmakta, yanlış ya da çarpıtılmış bilgi saniyeler içerisinde milyonlara ulaşabilmektedir. Bu noktada kötü niyet taşınmasa dahi dikkatsizlik ve sorumsuzluk toplumsal güveni zedeleyerek, insanları hedef haline getirebilmektedir. Dijital vicdan yalan üretenler kadar, yalanı sorgulamadan yayanlar açısından da sorumluluk alanı oluşturmaktadır. Günümüzün dijital çağında sessiz kalmak ya da sorgulamadan paylaşmak, masum bir davranış olmaktan çıkmış durumdadır. Bu durum dijital vicdanı bireysel bir erdem olmaktan çıkararak, kurumsal bir sorumluluk alanına taşımaktadır.

Günümüzde insan davranışlarının önemli bir kısmının dijital ortamlarda gerçekleşmesi dijital vicdan olgusunu ahlaki bir konu olmanın ötesinde hak ve yükümlülüklerinin sınırları açısından da değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. İfade hürriyeti, kişisel verilerin korunması, nefret söylemi ve siber zorbalık gibi konular hukuk ve bilişim alanında gündeme gelirken, dijital vicdanın bu alanlardaki rolü çoğu zaman arka planda kalmaktadır. Oysa dijital vicdan, hukukun düzenlemediği fakat ahlaki sorumluluğun yoğun biçimde hissedilmesi gereken alanlarda önemli işlev görmektedir.

Sosyal medya şirketlerinin algoritmaları hangi içeriğin daha çok görünür olacağını belirlerken, küresel ölçekte bir gündem sıralaması yapmaktadır. Savaş, felaket ve kriz haberlerinin tıklanma oranı yüksek olduğu için daha fazla öne çıkarılması, her ne kadar kamuoyunu bilgilendiriyor gibi görünse de, diğer yandan acının metalaşması riskini beraberinde getirmektedir. Bu noktada yasal düzenlemeler dışında bu şirketlerin ve politika yapıcılarının dijital vicdan sahibi olup olmadıkları konusu ön plana çıkmaktadır.

Algoritmalar, Yapay Zekâ ve Vicdani Sorumluluk

Günümüzde dijital vicdan tartışmaları, yalnızca insan davranışlarıyla sınırlı kalmayıp algoritmik sistemleri de kapsamaktadır. Bu algoritmaların nasıl çalıştığı, hangi verilere dayanarak karar verdikleri ve olası önyargıların nasıl önleneceği konusunda şeffaflık her zaman sağlanamamaktadır (Shah,2018). Dijital vicdan, algoritmaların tarafsız, adil ve hesap verebilir olmasını gerektirir. Özellikle, ayrımcılık ve önyargı barındıran algoritmaların fark edilmesi ve düzeltilmesi kritik bir etik sorumluluktur. Bir işe alım algoritmasının, eğitim verilerindeki cinsiyet veya ırksal önyargılara dayanarak ayrımcılık yapmaması için geliştiricilerin etik sorumluluklarını göz önünde bulundurması ve algoritmaları düzenli olarak denetlemesi dijital vicdanın bir göstergesidir.

Sosyal medya, haber platformları ve yapay zekâ destekli algoritmalar, bireylerin algılarını yönlendirme ve davranışlarını şekillendirme gücüne sahiptir. Bu güç, vicdani bir denetim mekanizmasıyla desteklenmediğinde dezenformasyon, linç, nefret söylemi ve mahremiyet ihlallerini normalleştirilen bir yapıya dönüşebilmektedir

Son yıllarda kullanımı giderek yaygınlaşan yapay zekâ teknolojileri, dijital vicdan tartışmalarının merkezine yerleşmiş durumdadır. Görsel ve işitsel gerçekliğin yüksek doğrulukla taklit edilebilmesi, hakikat ile kurgu arasındaki sınırları ortadan kaldırırken; bireylerin itibarını zedeleme, manipülasyon ve toplumsal güveni sarsma açısından ciddi tehditler oluşturmaktadır (Chesney & Citron,2019). Bu sistemler, tarafsız ve nesnel olarak algılansa da, aslında insan eliyle oluşturulmuş veri setlerine ve algoritmalara dayanmaktadır. Bu durum dijital vicdanın yalnızca kullanıcılarla sınırlı olmadığını; yazılımcılar, mühendisler ve teknoloji şirketleri için de geçerli olduğunu ortaya koymaktadır (O’Neil, 2016; Zeng et al. 2020).

Yapay zekâ sistemlerinin büyük miktarda veriyi analiz etme ve bu verilerden sonuçlar çıkarma kapasitesi, bireylerin mahremiyetini tehdit edebilecek yeni riskler doğurmuştur. Büyük veri setlerinin toplanması ve işlenmesi sürecinde bireylerin dijital ayak izleri, kişisel bilgileri ve davranış kalıpları yapay zekâ tarafından analiz edilerek anlamlandırılmaktadır. Bu durum hem bireysel mahremiyetin ihlali hem de toplumun genel güvenliği açısından ciddi sonuçlar doğurmaktadır. Bu bağlamda, gizlilik ve veri koruma, yapay zekâ teknolojilerinin etik çerçevesinde kullanılması gerektiğini ortaya koyan önemli bir mesele haline gelmiştir (Goel, H. ve Chaudhary, G, 2024).

Dijital dünyada kullanılan sosyal medya platformları, çevrim içi alışveriş siteleri ve akıllı cihazlar, büyük miktarda kullanıcı verisi üretmekte ve bu veriler yapay zekâ sistemleri tarafından analiz edilerek kullanıcıların alışkanlıkları ve tercihleri hakkında derinlemesine bilgiler elde edilmektedir (Devineni, 2024). Örneğin, çevrim içi alışveriş veya sosyal medya etkileşimleri üzerinden bireylerin sağlık durumu, politik eğilimleri veya günlük yaşamlarıyla ilgili hassas bilgilere ulaşılabilmektedir. Bu durum, verilerin kötüye kullanılma riskini artırmakta ve bireylerin izni olmadan veri toplama uygulamalarına karşı mahremiyetin korunması gerekliliğini gündeme getirmektedir.

Kişisel verilerin korunması konusunda, Avrupa Birliği tarafından yürürlüğe konulan Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) gibi yasal düzenlemeler, kullanıcıların gizliliğini koruma ve veri işleme süreçlerinde daha fazla kontrol sağlama amacı taşımaktadır. GDPR, veri sahiplerine verileri üzerinde daha fazla kontrol hakkı tanımakta, kişisel verilerin işlenmesi için açık rıza gerekliliği getirmekte ve gerektiğinde bu verilerin silinmesi hakkını sunmaktadır. Buna ek olarak, şirketlerin verileri nasıl topladıkları ve işledikleri konusunda şeffaflık sağlaması zorunlu kılınmaktadır. Dünya genelinde benzer yasal düzenlemeler geliştirilse de yapay zekânın sınır ötesi veri akışı yetenekleri bu tür düzenlemelerin etkinliği konusunda yetersiz

kalabilmektedir. Yapay zekânın veri koruma yasalarına uygun kullanılması, bireylerin haklarını koruma açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Yapay zekâ sistemlerinin yanlış veri setlerine dayanarak geliştirilmesi veya önyargılı algoritmaların kullanılması, karar alma süreçlerinde ayrımcılığa, adaletsizliğe ve sosyal eşitsizliklerin pekişmesine yol açabilmektedir (Martin, 2019). Örneğin, yapay zekâ tarafından kullanılan önyargılı bir algoritma, bir işe alım sürecinde belirli cinsiyet veya etnik kökenden adayları sistematik olarak dışlayabilir. Bu durum, ayrımcılığı kurumsallaştırarak sosyal adaleti zedelemekte ve belirli grupların iş gücü piyasasından dışlanmasına neden olabilmektedir. Benzer şekilde, kredi onay süreçlerinde kullanılan algoritmalar, düşük gelirli bireyler veya belirli etnik gruplar için olumsuz sonuçlar doğurabilmekte, bu da ekonomik eşitsizliklerin artmasına yol açmaktadır.

Adalet sistemlerinde kullanılan yapay zekâ algoritmaları da yanılırlara neden olabilmektedir. Özellikle risk değerlendirme sistemlerinde, suç meyilli bireylerin belirlenmesi sürecinde yapılan yanlış tahminler, masum bireylerin haksız yere cezalandırılmasına veya uzun süreli gözetim altında tutulmasına yol açabilmekte, bu tür yanıltıcı kararlar, bireylerin yaşamları üzerinde kalıcı etkiler yaratabilmektedir. Yanlış algoritmaların sonuçları, yalnızca bireyler üzerinde değil, toplum için de olumsuz bir takım sonuçlara yol açabilmektedir. Örneğin eğitim, sağlık, hukuk gibi kritik alanlarda yapay zekânın yanlış kararlar vermesi, toplumsal eşitsizlikleri derinleştirerek, sosyal barışı tehdit edebilmektedir.

Teknoloji Kullanıcılarının Sorumluluğu

Dijital dünyada etik sorumluluklar yalnızca teknoloji geliştiricilerine ya da şirketlere ait değildir; aynı zamanda kullanıcılar da dijital vicdanı benimsemelidir. Bireyler, dijital teknolojileri kullanırken toplumsal ve etik sorumluluklarını gözetmelidir. Bu sorumluluklar, çevrim içi dünyada etik davranış sergilemeyi, yanlış bilgi yaymamayı ve dijital ekosistemin güvenilirliğini artıracak eylemlerde bulunmayı içermektedir.

Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte, kullanıcıların bilinçli bir şekilde bu teknolojileri kullanmaları ve etik sorumluluklarını dikkate almaları gerekmektedir. Kullanıcılar, kullandıkları platformların veri politikalarını okumalı, hangi bilgilerin toplandığını ve nasıl kullanıldığını anlamalıdır. Ayrıca, dijital ürünlerin ve hizmetlerin etik standartlara uygun olup olmadığını sorgulamak da bireylerin sorumlulukları arasındadır (Kailash vd, 2023). Bir mobil uygulamanın kişisel verilere erişim talebinde bulunması durumunda, kullanıcıların bu erişimi sorgulaması ve yalnızca gerekli bilgilerin paylaşılmasına izin vermesi, bilinçli dijital tüketiciliğe örnektir.

Dijital dünyada her birey, bir "dijital ayak izi" bırakır. Bu ayak izi, bireylerin çevrim içi hareketleri, sosyal medya paylaşımları, alışveriş alışkanlıkları ve ziyaret ettikleri web siteleri gibi birçok faktörden oluşur. Kullanıcılar, bıraktıkları bu dijital izlerin gelecekteki etkilerini ve potansiyel risklerini düşünmelidir. Bu, dijital ortamda sorumlu bir şekilde hareket etmenin önemli bir parçasıdır (Acar,2024). Sosyal medyada paylaşılan bir yorum ya da içerik, gelecekte bireyin profesyonel kariyerine ya da kişisel ilişkilerine etki edebilir. Bu yüzden bireylerin dijital ortamdaki davranışlarını uzun vadeli sonuçlarını gözeterek şekillendirmeleri, etik bir gerekliliktir.

Dijital teknolojilerin kullanıcıları aynı zamanda bu ortamın etik standartlarının gelişimine katkı sağlamalıdır. Çevrim içi platformlardaki etik ihlalleri raporlamak, topluluk kurallarına uymak ve diğer kullanıcılara zarar vermemek, dijital vicdanın önemli unsurlarındandır. Dijital dünyada saygılı ve hoşgörülü bir dil kullanmak, çevrim içi iletişimde etik normların güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Bir sosyal medya kullanıcısının nefret söylemi içeren bir paylaşımı rapor etmesi veya çevrim içi platformlarda diğer kullanıcılarla hoşgörülü ve saygılı bir şekilde etkileşimde bulunması, çevrim içi etik standartlarına katkı sağlamanın yollarından biridir.

Dijital vicdan, bireylerin ve kurumların dijital teknolojilerin etik boyutlarını göz önünde bulundurarak sorumlu hareket etmelerini gerektiren bir kavramdır. Dijital dünyada vicdan, mahremiyet, doğru bilgi paylaşımı ve algoritmik sorumluluk gibi konulara odaklanırken, teknoloji kullanıcılarının da bu sorumlulukları taşıması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Dijital vicdan, hızla dijitalleşen dünyada etik ve ahlaki sorumlulukların yeniden tanımlanmasına önemli katkılar sağlayarak, daha adil ve şeffaf bir dijital ekosistem oluşturmayı hedeflemektedir.

SONUÇ

Dijital çağ, insanlığa eşi benzeri görülmemiş fırsatlar sunarken aynı ölçüde etik bir takım sorunları beraberinde getirmektedir. Bilginin demokratikleşmesi, küresel iletişim imkânları ve teknolojik yenilikler insan hayatını kolaylaştırmaktadır; ancak dezenformasyon, dijital bağımlılık, siber zorbalık ve mahremiyet ihlalleri gibi sorunlar da giderek büyümektedir. Bu nedenle mesele yalnızca teknolojik ilerleme değil, bu ilerlemenin hangi değerler çerçevesinde yönlendirileceğidir.

Dijital vicdan, bireyin çevrimiçi ortamda da sorumlu bir özne olarak kalabilmesini sağlayan içsel pusuladır. Gerçek özgürlük, sınırsız paylaşım da değil; bilinçli, saygılı ve etik kullanımda yatmaktadır. İnsanlık bu yeni imtihanı ancak teknolojiyi merkeze değil, insan onurunu merkeze alarak aşabilir. Dijital dünyanın geleceği, sahip olduğumuz araçlardan çok, o araçları hangi vicdani bilinçle kullandığımıza bağlıdır. Yasalar ve teknik

düzenlemeler önemli olmakla birlikte, kalıcı çözüm bireysel ve toplumsal bilinç dönüşümünden geçmektedir.

Bireyin çevrimiçi ortamda da empati kurabilmesi, doğruluk sorumluluğu taşınması ve güç dengesini gözetmesi; dijital dünyanın daha adil ve insan onuruna yakışır bir yer hâline gelmesini sağlayacaktır. İnsanlık bu yeni imtihanı, teknolojiyi amaç değil araç olarak konumlandığı ölçüde başarıyla verebilir. Nihayetinde dijital dünyanın geleceğini belirleyecek olan şey; yazılımların kapasitesi değil, insan vicdanının derinliğidir.

Bu noktada bireysel düzeyde dijital okuryazarlık bilinci geliştirerek paylaşım yapmadan önce bilgi kaynaklarını sorgulamak ve eleştirel düşünme becerisini güçlendirmek; dijital platformlarda bilinçli paylaşım yapmak, ekran arkasında da gerçek insanların bulunduğunu unutmamak, eğitim müfredatlarına dijital etik dersleri eklemek, yapay zekâ araçlarının bilinçli kullanımı konusunda rehberlik yapmak önem taşımaktadır. Bunun dışında teknoloji şirketlerinin dezenformasyonla mücadelede daha etkin doğrulama mekanizmaları geliştirmesi, kullanıcı verilerinin korunması konusunda daha hassas olmaları, veri güvenliği ve mahremiyet konusunda güçlü ve uygulanabilir yasal çerçeveler oluşturmaları faydalı olacaktır.

Sonuç olarak dijital çağın yeni imtihanı, insanın teknoloji karşısındaki konumunu yeniden tanımlamasını gerektirmektedir. Mesele, teknolojiyi sınırlandırmak değil; onu insan onurunu ve adaleti merkeze alan bir değer sistemiyle yönlendirmektir. Dijital vicdan; bireyin içsel denetim mekanizması, toplumun ise ortak ahlaki zeminidir. Eğer bu bilinç güçlendirilirse dijitalleşme bir tehdit değil, insanlığın ahlaki olgunlaşma sürecine katkı sunan bir imkân hâline gelebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, S. (2024). Dijitalleşme Ve Kurumsal Dijital Sorumluluk Kavramı: Güncel Örneklerle Yönelik Bir İnceleme. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 497-529.
- Chesney, R. ve Citron, D. (2019). Deepfakes and the new disinformation war. *Foreign Affairs*, 98(1), 147–155.
- Devineni, S. K. (2024). AI in Data Privacy and Security. *International Journal Of Artificial Intelligence And Machine Learning (IJAIML)*, 3(01), 35-49
- Floridi, L. (2013). *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Floridi, L.ve Taddeo, M. (2016). What is data ethics? *Philosophical Transactions of the Royal Society A*, 374(2083), 1–10.
- Goel, H. ve Chaudhary, G. (2024). Securing the Digital Footprints of Minors: Privacy Implications of AI. *Balkan Soc. Sci. Rev.*, 23, 235.
- Kailash, M. S. R., Joshi, C., Desai, P. R., Teferra, N. B., ve Radhakrishnan, S. (2023). *The Rise of Ethical Consumerism: Marketing Strategies for the Conscious Buyer*.

- Kant, I. (1997). *Ahlak metafiziğinin temellendirilmesi* (Çev. İ. Kuçuradi). Türkiye Felsefe Kurumu.
- Markey, E. J. (2004). Commerce with a conscience: balancing privacy and profit in a digital world. *Harv. J. on Legis.*, 41, 377.
- Martin, K. (2019). Ethical implications and accountability of algorithms. *Journal of business ethics*, 160(4), 835-850.
- Moor, J. H. (1985). What is computer ethics? *Metaphilosophy*, 16(4), 266–275.
- O’Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction*. Crown Publishing.
- Shah, H. (2018). Algorithmic accountability. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 376(2128), 20170362.
- TDK (2026). *Türk Dil Kurumu 2025 yılının kelimesini açıkladı ‘Dijital Vicdan’*. TDK Resmi İnternet Sitesi. Erişim Tarihi: 4 Ocak 2026. <https://tdk.gov.tr/icerik/basindan/turk-dil-kurumu-2025-yilinin-kelimesi-kavramini-acikladi-dijital-vicdan/>
- Yılmaz, K. ve Bayram, A. (2022). Yapay zekâ etiği ve toplumsal etkileri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 11(2), 45–62.
- Zeng, J., et al. (2020). Ethical implications of algorithmic governance. *AI & Society*, 35, 123–136.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

