



Kooperatif Postası

KARINCA

Ekim 2021

YIL: 88

SAYI: 1018

ISSN: 1300-1450



*29 Ekim
Cumhuriyet Bayramı
Kutlu Olsun.*



KARINCA

Yıl: 88 Sayı: 1018

Ekim 2021

ISSN: 1300 - 1450

Türk Kooperatifçilik Kurumu Basın, Yayın, Araştırma
Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına

Sahibi

Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY

Yazı İşleri Müdürü ve Baş Editör

Prof. Dr. Hasan YAYLI

Editörler Kurulu

Prof. Dr. Nurettin PARILTI

Prof. Dr. Serdar SAĞLAM

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN

Prof. Dr. Turhan ÇETİN

Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU

Prof. Dr. Hasan YAYLI

Prof. Dr. Mehmet BAŞ

İdare ve Yazışma Adresi (Yönetim Yeri)

Head Office and Correspondence Address
Mebusevleri Mah. Turgut Reis Cad. No: 15/6

06570 Çankaya - ANKARA

Tel: (0312) 472 99 59 - 472 99 11

Belge Geçer: (0312) 472 97 64

www.koopkur.org.tr

koopkur@gmail.com

admin@koopkur.org.tr

Hesaplarımız

T.C. Ziraat Bankası Anadolu Meydanı Şubesi

Hesap Nu: 7970378-5004

IBAN: 15 0001 0012 8207 9703 7850 04

Abone Şartları

Yıllık Abone Bedeli: 120 TL. (KDV Dahil)

Fiyat: 10 TL. (KDV Dahil)

The Subscription Price to the review is (USA Dollars)
24 a year, airmail included Correspondence relating to
the review should be sent to

"Türk Kooperatifçilik Kurumu" Basın, Yayın, Araştırma
Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına
Mebusevleri Mah. Turgut Reis Cad. No: 15/6

06570 Çankaya - ANKARA

20 Mayıs 1931'de kurulan kamu yararına çalışır,
TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

Basın, Yayın, Araştırma Danışmanlık ve Eğitim
Hizmetleri İşletmesinin aylık dergisi

"KARINCA" is the monthly journal of Turkish Cooperative
Association founded in 1931

Yazılarda savunulan fikirler yazarlarına aittir.

Gönderilen yazı ve haberler iade edilmez

Yazılar elektronik ortamda teslim edilir.

Yayın Türü

Yaygın Süreli Yayın

Basım Tarihi

8 Kasım 2021

Basım Yeri & Tasarım

GÜVEN MATBAACILIK

Ali Ferhat ÖREN

Kazım Karabekir Cad. 39/47 İskitler/ANKARA

Tel: 0312 342 02 82 Faks: 0312 342 02 32

info@guvenmatbaacilik.net

Bu Sayıda.....

BAŞYAZI	3
MUSTAFA YAVUZ KOOPERATİFLERİN KAYBOLAN VEYA YİTİRİLEN TİCARİ DEFTER VE BELGELERİ İÇİN ZAYİ BELGESİ ALINABİLMESİ	5
ÖZDEM SATICI TOPRAK KOOPERATİF DENETÇİLERİNİN CEZAI SORUMLULUKLARI	12
ARDA ÖZÇAĞLAR DİJİTALLEŞEN DÜNYADA PLATFORM KOOPERATİFÇİLİĞİ	16
YETER DEMİR USLU YEŞİL HASTANELERDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	19
ERDAL ZORBA DİSİPLİNLER ARASI KÖPRÜLER KURMAK "BİLİMSEL ARAŞTIRMALARDA KÖPRÜLER KURMAK"	24
HASAN YAYLI İKLİM POLİTİKALARI VE KOOPERATİFLERİN ROLÜ ÜZERİNE	27
HAZAL OĞUZ SIRADIŞI BİR REKLAM POLİTİKASI: ÜRÜN YERLEŞTİRME	31
SELEN BİTKİN YENİ TİCARET MODELİ E-TİCARET	36
EDA SANCAR OYUN TERAPİSİ VE SOSYAL HİZMET	42
EMRULLAH GÜNEY EFLAK BOĞDAN'DAN GÜNÜMÜZE...	47

*Dergimizde yayınlanan yazıların sorumluluğu
yazarlarına aittir.*

Başyazı

Değerli Kooperatif dostları;

1992 yılında Rio zirvesinde imzalanan iklim değişikliği çerçeve sözleşmesinin hayata geçirilmesinde kullanılan uygulama araçları arasında yer alan Kyoto Protokolünün süresinin dolmasına karşın küresel düzeyde işbirliği esasına dayanan devam anlaşması ancak 21. Taraflar Toplantısının düzenlendiği Paris'te, üzerinde uzlaşılan bir anlaşmaya dönüştü. 12 Aralık 2015'te Paris İklim Zirvesi'nin sonunda 195 ülkenin katılımıyla kabul edilen Paris İklim anlaşması, 22 Nisan 2016'da aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 175 ülke tarafından imzalandı ve formalite süreçleri tamamlandı. Anlaşmada temel hedef yüzyılın sonunda, taraf ülkelerin ulusal katkı beyanlarında yer alan emisyon azaltım adımlarıyla küresel sıcaklık artışını 2 derecenin kayda değer şekilde altında tutmayı başarmak, mümkünse 1,5 derecede sınırlamak ve 2050 itibarıyla tüm gezegende karbon-nötr hedefine ulaşmak olarak ifade edilebilir.

Türkiye Paris iklim anlaşmasını imzalamış olmasına karşın uluslar arası anlaşmaların yürürlüğe girme koşullarından biri olan **TBMM**'nin uygun bulması prosedürünü yerine getirmemiştir. Bir yandan **AB** ve **ABD**'de yeşil mutabakat olarak formüle edilen ve genelde tüm ekonomik kalkınmaya yönelik hedefler ve uygulama araçları içeren politikaları kapsayan uygulamaların yaygınlaşması, özelde de 2050 karbon-nötr hedefine odaklanan uygulamaların yaygınlaşmasına yönelik taahhütlerin artması ile Türkiye de bu sürecin dışında kalamayacağını görmüş ve Paris iklim anlaşmasının yürürlüğe girmesine yönelik iradesini önce **BM** toplantısında Cumhurbaşkanı aracılığı ile beyan etmiştir. Ayrıca Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 27 Eylül'deki kabine toplantısının ardından **'Yeşil Kalkınma Devrimi'** başlatacaklarını duyurmuş ve **"Yaşadıkları yerler su altında kalacak milyonlarca insan her geçen yıl bu hakikatle yüzleşmek zorunda kalacaktır. Bizim böyle bir sürecin dışında kalmamız düşünülemez."** ifadelerini kullanmıştı. Öncesinde **BM** genel kurulunda da ortaya koyulan taahhüde dayanarak da Paris anlaşması **TBMM**'de uygun bulunarak 7 Ekim 2021 tarihli resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiş bulunmaktadır.

Anlaşma özünde iklim değişikliğinin en önemli sebebi olarak görülen sera etkisi yaratan emisyonların sınırlandırılmasına odaklanmaktadır. Bu çerçevede özellikle karbon temelli fosil yakıt kullanımının azaltılması ve daha çok yenilenebilir enerjiye dayanan bir enerji politikasının öncelenmesi gerekliliği temel strateji olarak ortaya çıkmaktadır.

TÜİK'in paylaştığı verilere göre, Türkiye'nin toplam sera gazı emisyonu 2019 yılında 506,1 Mt CO2 eşdeğeri olarak hesaplanmış durumda. Bunun %72'sini enerji sektörü oluşturuyor. **EPIAŞ** tarafından paylaşılan güncel üretim istatistiklerine göre ise, Ağustos 2021 itibarıyla enerji üretiminin yüzde 30'u kömürden elde ediliyor. Bu istatistik veriler bile tek başına Türkiye'nin Paris iklim anlaşması hedefleri için çok şey yapması gerekliliğini ortaya koyması bakımından önemlidir. Ancak şu unutulmamalıdır ki **"hiçbir şey yapmamak birşeyler yapmaktan daha pahalı"** bir

tercihtir. Bu çerçevede sürdürülebilir bir ekonomik ve toplumsal kalkınma için insanın doğal çevresi üzerinde tahakküm kurma iradesinden vazgeçerek birlikte yaşama yollarını bulmaya dönük çözüm arayışları içinde olması gerekmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutunu oluşturan sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlar aynı zamanda kooperatif sektörünün de üç boyutunu oluşturması bakımından sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin en güçlü paydaşı olma potansiyelini göstermektedir.

İklim değişikliği ile mücadele politikalarında kooperatif işletmelerin son derece güçlü bir paydaş olarak konumlanması politika üreticileri açısından göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur. Zira doğaları gereği, kooperatiflerin üçlü işleve sahip organizasyonlar olduğu bilinmektedir.

Bir ekonomik aktörler olarak kooperatifler iş, geçim ve gelir yaratma fırsatları içerirler.

Sosyal hedefleri olan insan merkezli işletmeler olarak kooperatifler gelir paylaşımındaki yeniden dağıtıcı aktör olarak sosyal eşitlik ve adalete katkıda bulunurlar.

Yönetim sürecinin ortaklar eliyle yürütüldüğü demokratik kurumlar olarak kooperatifler sosyal ve ekonomik hayatın demokratikleşmesine katkıda bulunurlar. Dolayısı ile Kooperatifler, sürdürülebilir ve dayanıklı toplumlar inşa etme konusunda güçlü bir deneyime sahiptir.

Örneğin, birçok tarım kooperatifleri, sürdürülebilir tarım uygulamaları yoluyla ürün yetiştirdikleri arazinin ömrünü uzatmak için çalışır. Tüketici kooperatifleri ürünleri için sürdürülebilir kaynakları giderek daha fazla desteklemekte ve tüketicileri sorumlu tüketim konusunda eğitmektedir. Konut kooperatifleri, güvenli ve uygun fiyatlı konutların sağlanmasına yardımcı olur.

Kooperatif bankaları müşterilerine yakınlıkları sayesinde istikrara katkıda bulunur ve yerel düzeyde finansmana erişim sağlar ve uzak bölgelerde bile yaygındır. Kamu hizmeti kooperatifleri ise başta su ve enerji olmak üzere bir çok yeni nesil kooperatifçilik uygulamaları ile yerel düzeyde kamusal ihtiyaçların karşılanmasında önemli bir rol üstleniyorlar.

Cumhuriyetimizin 98. Yılı'nı kutladığımız bu günlerde aynı zamanda Cumhuriyetimizin 130. Yılına karşılık gelen 2053 yılı için karbon-nötr hedefini “**yeşil kalkınma devrimi**” ile ifade edilmiş olması son derece önemlidir.

Küresel ölçekte üretim, tüketim, enerji, ekonomi, kalkınma gibi birçok kavramın “**yeşil**”, “**temiz**” gibi sıfatlarla sıfatlandırıldığı bir sürecin gerisinde kalmamak Cumhuriyetimizin banisi **Gazi Mustafa Kemal Atatürk**'ün belirlediği muasır medeniyet seviyesine ulaşma şiarının da bir gereğidir.

Bu vesile ile tüm paydaşlarımızın Cumhuriyet Bayramını kutluyor başka Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları olmak üzere bu toprakların vatan olması için canını veren tüm şehitlerimize Allah'tan rahmet diliyorum.

KOOPERATİFLERİN KAYBOLAN VEYA YİTİRİLEN TİCARİ DEFTER VE BELGELERİ İÇİN ZAYİ BELGESİ ALINABİLMESİ

Mustafa YAVUZ*

1. Giriş

Kooperatifler, 1163 sayılı Kooperatifler Kanununda¹ (**KoopK**) yapılan atıf kapsamında, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununda² (**TTK**) öngörülen ticari defterleri tutmak ve defterlerinde, ticari işlemlerini, kooperatifin iktisadi ve mali durumunu, borç ve alacak ilişkilerini ve her hesap dönemi içinde elde edilen neticeleri, anılan Kanuna göre açıkça görülebilir bir şekilde ortaya koymakla yükümlüdür. Hem ticari defterler, hem de kooperatifin faaliyetleriyle ilgili belgeler, ticari hayatın en temel unsurlarını oluşturmaktadır.

Bu kapsamda kooperatiflerin, defter ve belgeleri mevzuatta öngörülen sürelerle uygun olarak saklanması ve yetkili kurum, kuruluş ve kişilerce talep edilmesi halinde usulüne uygun olarak ibraz etmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, zaman zaman saklamakla yükümlü olunan defter ve belgeler kooperatifin iradesi ve kusuru dışında ziyaa uğrayabilmekte, başka bir deyişle kaybolabilmekte veya yitirelebilmektedir.

Bu durumda, kooperatiflerin ne şekilde hareket etmesi gerektiği, kooperatifler hakkında da uygulanan **TTK**'nın 82. maddesinin yedinci fıkrasında düzenlenmiş olup, anılan hüküm uyarınca kooperatifler, saklamakla yükümlü olduğu defter ve belgelerin, yangın, su baskını veya yer sarsıntısı gibi bir afet veya hırsızlık sebebiyle ve kanuni saklama süresi içinde ziyaa uğraması halinde mahkemeden kendisine zayi belgesi verilmesini isteyebilmekte ve buna bağlı olarak hukuki ve cezai sorumluluktan kurtulabilmektedir.

İşte bu çalışmada, kooperatiflerin kaybolan veya yitirilen (*ziyaa uğrayan*) ticari defter ve belgeleri için zayi belgesi alınabilmesi hususu detaylı olarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

*Gümrük ve Ticaret Uzmanı

1) 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 10.05.1969 tarihli ve 13195 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır.

2) 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, 14.02.2011 tarihli ve 27846 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanmıştır.



2. Genel Olarak Zayi Belgesi

Zayi olan ticari defter ve belgelere ilişkin olarak TTK'nın 82/7. maddesinde, **“Bir tacirin saklamakla yükümlü olduğu defterler ve belgeler; yangın, su baskını veya yer sarsıntısı gibi bir afet veya hırsızlık sebebiyle ve kanuni saklama süresi içinde ziyaa uğrarsa tacir ziyayı öğrendiği tarihten itibaren onbeş gün içinde ticari işletmesinin bulunduğu yer yetkili mahkemesinden kendisine bir belge verilmesini isteyebilir. Bu dava hasımsız açılır. Mahkeme gerekli gördüğü delillerin toplanmasını da emredebilir.”** hükmü yer almaktadır.³ Söz konusu hüküm uyarınca, kooperatiflerin saklamakla yükümlü olduğu defter ve belgelerin, yangın, su baskını veya deprem gibi bir afet veya hırsızlık sebebiyle ve kanuni saklama süresi içinde ziyaa uğraması halinde kooperatif, mahkemeden kendisine bir belge verilmesini talep edebilme hakkına sahiptir. Bahsi geçen madde uyarınca mahkemelerce verilen bu belge veya karara, uygulamada **‘zayi belgesi’** denilmektedir.

Görüldüğü üzere, TTK'ya göre zayi belgesi, her durumda değil, sadece yangın, sel, deprem gibi bir tabii afet veya hırsızlık durumunda verilebilmektedir. Hükümde **‘gibi bir afet’** ifadesine yer verilmek suretiyle defter ve belgelerin ziyasına sebep olan doğal olaylar tahdidi olarak değil, örnek verilerek sayılmıştır. Dolayısıyla kooperatifin tamamen iradesi ve kusuru dışında ve de elinde olmayan nedenlerle gerçekleşen olağanüstü ve beklenilmeyen olayların tamamı zayi olma kapsamında değerlendirilebilir. Kooperatif, zayi belgesi almakla, defter ve belgeleri saklama yükümlülüğünü ihlal etmemiş ve TTK'nın 562/6. maddesinde⁴ öngörülen cezai yaptırımla da karşı karşıya kalmamış olur.

Öte yandan, vergi kanunlarında zayi belgesine ilişkin bir düzenlemeye yer verilmemiş, bununla birlikte mükelleflere defterlerinin kaybolduğunu ispat etme hakkı tanınmıştır. Keza 213 sayılı Vergi Usul Kanununun⁵ (VUK) 30/2-3 maddesi gereğince tutulması mecburi olan defterlerin vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlara herhangi bir sebeple ibraz edilmemesi resen takdir nedeni sayılmış, ancak 373. maddede de **“Bu Kanunda yazılı mücbir sebeplerden herhangi birinin vukua geldiği malum ise veya tevsik ve ispat olunursa vergi cezası kesilmez”** denilmiştir. Dolayısıyla, bir doğal afette ticari defter ve belgeleri zayi olan kooperatiflerin, defterlerini ibrazdan kaçınmış sayılmamaları için zayi belgesi almaları bir bakıma zorunluluk arz etmektedir.⁶

Zayi belgesi verilmesi, çekişmesiz yargı işi olduğundan buna ilişkin dava hasımsız olarak açılır. Davanın açılacağı görevli ve yetkili mahkeme ise kooperatifin bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesi, bu mahkemenin kurulu bulunmadığı yerlerde asliye hukuk mahkemesidir. Mahkemeye başvururken, defter ve belgelerin yitirilmesine yol açan olaya ilişkin delillerin yanı sıra,

3) TTK'nın 82/7. maddesi, esas itibarıyla 6762 sayılı mülga Türk Ticaret Kanununun 68/son maddesinin tekrarıdır. İki hüküm arasındaki en temel farklar ise; yangın, su baskını veya yer sarsıntısı gibi bir afet yanında “hırsızlığın” da saklamakla yükümlü olunan defter ve belgelerin zayi olma sebepleri arasında sayılması, bu davaların hasımsız olarak açılacağı sarıh bir şekilde belirtilmesi ve yeni düzenlemede “Böyle bir vesika almamış olan tacir defterlerini ibrazdan kaçınmış sayılır.” hükmüne yer verilmemiş olmasıdır.

4) TTK'nın 562. maddesinin altıncı fıkrası; “Ticari defterlerin mevcut olmaması veya hiçbir kayıt içermemesi yahut bu Kanuna uygun saklanmaması hâllerinde, sorumlular üçyüz günden az olmamak üzere adli para cezasıyla cezalandırılır.” hükmünü amirdir.

5) 213 sayılı Vergi Usul Kanunu, 10-12.01.1961 tarihli ve 10703-10705 sayılı Resmi Gazetelerde yayımlanmıştır.

6) Soner Altaş, Selden Zarar Gören İşletmeler Nasıl Zayi Belge Alabilir? 24 Eylül 2009, Dünya Gazetesi.

hangi defter ve belgeler için zayi belgesi istenildiğinin ayrıca belirtilmesi gerekir. Mahkeme, gerekli gördüğü delillerin toplanmasına karar verebilir. Zira çekişmesiz yargı işi niteliğinde olan davalarda resen araştırma ilkesi hâkimdir. Bu doğrultuda mahkeme, itfaiye raporu, karakol tutanağı, olay yeri inceleme tutanağı, noter tescili gibi belgeleri getirtebilir, dosyayı bilirkişiye gönderebilir veya olaya ilişkin tanık dinlenmesini kabul edebilir.

Diğer taraftan, mahkemeden alınmış olan zayi belgesi kesin delil niteliğinde değildir. Bu nedenle, zayi belgesi verilmiş olsa dahi üçüncü kişiler, belge konusu defter ve belgelerin zayi olmadığını iddia ve ispat edilebilir. Bu arada, kooperatifin zayi belgesi almış olması, defter tutma yükümlülüğünü sona erdirmez. Dolayısıyla, kooperatifin zayi olan defter yerine yeni bir defter ihdas ettirmesi ve söz konusu defterin açılış onayını notere yaptırması gerekir.

3. Kooperatiflerin Zayi Belgesi Alabilme Koşulları

3.1. Saklamakla Yükümlü Olduğu Defter ve Belgeleri Zıyaa Uğrayan Gerçek ya da Tüzel Kişinin Tacir Olması

Yangın, su baskını veya deprem gibi bir afet veya hırsızlık sebebiyle saklamakla yükümlü olunan defter ve belgelerin zıyaa uğraması halinde mahkemeden zayi belgesi alınabilmesi için bahsi geçen defter ve belgelerin bir tacire ait olması gerekmektedir. Eğer ki, zayi olmuş defter ve belgelerin sahibi tacir değilse, **TTK** md. 82/7 kapsamında zayi belgesi için mahkemeye başvurulamaz; başvurulmuşsa dahi anılan belge verilmez.

Bu bağlamda, kooperatiflerin tacir olup olmadığı önem arz etmektedir. **KoopK**'nın 1. maddesinde kooperatifler, '*değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklar*' olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla anılan Kanun, kooperatifleri ortaklık (**şirket**) olarak kabul etmiştir. **TTK**'nın 124/1. maddesinde de kooperatifler ticaret şirketleri arasında sayılmış ve aynı Kanunun 16/1. maddesinde ticaret şirketlerinin tacir sıfatını haiz olduğu ifade edilmiştir. Yargıtay Hukuk Genel Kurulunun 29.11.2017 tarihli ve E.2017/1658, K.2017/1464 sayılı kararında da kooperatiflerin tacir olduğu açıkça belirtilerek bu hususta dile getirilen bazı tereddütler tamamen giderilmiştir. O halde, tacir sıfatına sahip olan kooperatifler, saklamakla yükümlü oldukları defter ve belgelerin kaybolması veya yitirilmesi halinde zayi belgesi alabilirler.

3.2. Zayi Olan Defter ve Belgelerin Kooperatiflerce Saklanması Gereken Defter ve Belgelerden Olması

TTK'nın 82/7. maddesinde "*Bir tacirin saklamakla yükümlü olduğu defterler ve belgeler (...)*" ibaresine yer verilmek suretiyle zayi belgesinin ancak kooperatiflerin saklamakla yükümlü olduğu ticari defter ve belgeler için alınabileceği ifade edilmiştir. Peki, tacirlerin ve dolayısıyla kooperatiflerin saklamakla yükümlü olduğu defter ve belgeler hangileridir?

Öncelikle ifade edelim ki, **KoopK**'nın 89. maddesinde, kooperatiflerin mecbur olarak tutacakları defterler hakkında **TTK** hükümlerinin uygulanacağı hükme bağlanmıştır. O halde diğer tacirler gibi kooperatifler de, **TTK**'da öngörülen gerekli ticari defterleri tutmakla yükümlüdür. Anılan Kanunun 64. maddesine ve Ticari Defterlere İlişkin Tebliğ⁷ göre kooperatiflerce tutulması zorunlu ticari

7) Ticari Defterlere İlişkin Tebliğ, 19.12.2012 tarihli ve 28502 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

defterler; yevmiye defteri, defteri kebir, envanter defteri, pay defteri, yönetim kurulu karar defteri ile genel kurul toplantı ve müzakere defteridir.

Kooperatiflerin saklamakla yükümlü olduğu defter ve belgeler ise **TTK**'nın 82. maddesinde tâdâdi olarak sayılmıştır. Buna göre her kooperatif; ticari defterlerini, envanterleri, açılış bilançolarını, ara bilançolarını, finansal tablolarını, yıllık faaliyet raporlarını ve bu belgelerin anlaşılabilirliğini kolaylaştıracak çalışma talimatları ile diğer organizasyon belgelerini, alınan ticari mektupları (*bir ticari işe ilişkin tüm yazışmaları*), gönderilen ticari mektupların suretlerini, ticari defterlere yapılan kayıtların dayandığı belgeleri sınıflandırılmış bir şekilde fiziki ve/veya elektronik ortamda saklamakla yükümlüdür.

O halde, kooperatifler yukarıda sayılan defter ve belgelerden ziyaa uğrayanlar için zayi belgesi verilmesini talep edebilir, bunların dışında kalan diğer belgeler için ise zayi belgesi verilemez. Bunun yanında, henüz kullanılmaya başlanılmamış boş defter ve belgeler ile yine boş faturalar hakkında zayi belgesi istenemez ve dolayısıyla bu nitelikteki defter, belge ve faturaların zayi olması halinde **TTK** md. 82/7 hükmü uygulanmaz.

3.3. Defter ve Belgelerin Kanuni Saklama Süresi İçinde Zayi Olması

Zayi belgesi, cari yıla ait olup kullanılmakta olan ve/veya geçmiş yıllara ait olmakla birlikte saklamakla yükümlü olunan ticari defter ve belgeler için alınabilir. Ancak, ziyaa uğramış defter ve belgeler için zayi belgesi alınabilmesi için bunların kanuni saklama süresi içinde ziyaa uğraması gerekmektedir.

Ticari defter ve belgelerin saklama süresi **TTK** ve **VUK**'a göre farklılık arz etmektedir. Kooperatiflere ait ticari defter ve belgelerin saklanma süresi; **TTK**'ya göre 10 yıl, **VUK**'a göre ise 5 yıldır. Ancak, zayi belgesine ilişkin düzenlemenin **TTK**'da yer alması nedeniyle, bu Kanunun 82/7. maddesinde geçen "**kanuni saklama süresi içinde ziyaa uğrarsa**" ibaresi, 10 yıllık saklama süresine işaret etmektedir. Dolayısıyla, saklamakla yükümlü olunan defter ve belgelerin 10 yıllık saklama süresi içinde ziyaa uğraması halinde kooperatifler zayi belgesi almak için mahkemeye başvurulabilir. Saklama süresi geçtikten sonra defter ve belgelerin ziyaa uğraması durumunda zayi belgesi verilmesi için artık mahkemeye müracaat edilemez.

3.4. Kooperatifin Zayi Olan Defter ve Belgelerin Korunması Hususunda Basiretli Bir İş Adamı Gibi Davranmış Olması

TTK'nın 18/2. maddesinde, "**Her tacirin, ticaretine ait bütün faaliyetlerinde basiretli bir iş adamı gibi hareket etmesi gerekir.**" hükmüne yer verilmiştir. Basiretli iş adamı gibi davranma yükümlülüğü, **TTK**'da tacir olarak kabul edilen her gerçek ve tüzel kişiler için geçerlidir.

Bu yükümlülük, tacirin ticari işletmesine ilişkin tüm işleri kapsamaktadır. Dolayısıyla, tacir sıfatını haiz olmaları nedeniyle kooperatifler, belirtilen faaliyetleri basiretli bir iş adamı gibi yerine getirmekle yükümlüdür.

Basiretli bir iş adamı gibi hareket, kooperatifin gerek hukuki gerekse ticari işlerinde göstermesi gereken dikkat, ihtimam, tedbir ve ölçülü hareket ve özenli davranma demektir. Bu yükümlülük, objektif bir özen ölçüsü getirmekte ve kooperatifin faaliyetlerinde kendi yetenek ve imkanlarına göre

ondan beklenebilecek özeni göstermesinin yeterli olmadığını, aynı alanda faaliyet gösteren tedbirli ve öngörülü bir kooperatiften beklenen özeni göstermesinin zorunlu olduğunu vurgulamaktadır.

Bu noktada kooperatiflerin, ticari defter ve belgeleri saklarken özenli ve basiretli davranması ve kendisinden beklenen bütün tedbirleri alması gerekir. Aksi takdirde kooperatife zayi belgesi verilmez.

Buna istinaden mahkemelerin, sadece tarafların beyanları ile yetinmeyip, kooperatifin ziyaa uğradığını iddia ettiği defter ve belgelerin saklanması hususunda gereken özeni gösterip göstermediğini ve kusurlu olup olmadığını resen araştırması ve bütün delilleri değerlendirerek kesin bir kanaate varması beklenir.

Ancak, kooperatife atfedilen kusur genel bir kusur olmayıp, ticari defter ve belgelerin saklanması yükümlülüğüne aykırılık teşkil eden bir kusurdur.

3.5. İddia Olunan Zayi Olma Durumunun Samimi ve İnandırıcı Olması (Yaşamın Olağan Akışına ve Gerçeklere Ters Düşmemesi)

Yangın, su baskını veya yer sarsıntısı gibi bir afet veya hırsızlık sebebiyle defter ve belgelerin kaybolması ve yitirilmesi halinde bu defter ve belgeler için istenen zayi belgesine ilişkin talebin samimi ve inandırıcı olması, olayların gerçekleşme sürecinin hayatın olağan akışına ve gerçeklere ters düşmemesi ve zayi olma durumunun tüm şüphelerden uzak bir şekilde gerçekleşmiş olması gerekmektedir.

Bir başka deyişle, beyan edilen sebep ile defter ve belgelerin kaybolması arasında, zaman, mekan, sebep ve sonuç ilişkileri bakımından makul ve mantıksal bir ilişki bulunmalıdır. Ayrıca, defter ve belgeler, kasten veya kasta yakın bir kusurun varlığı nedeniyle ziyaa uğramamış olmalıdır. **TTK**'da buna ilişkin bir dava şartına yer verilmemekle birlikte, genel kurallar çerçevesinde Yargıtay'ın⁸ kökleşmiş içtihadı bu yöndedir.

3.6. Kooperatifin Zıyayı Öğrendiği Tarihten İtibaren 15 Gün İçinde Mahkemeye Başvurmuş Olması

Saklamakla yükümlü olunan defter ve belgelerin afet veya hırsızlık sebebiyle ve kanuni saklama süresi içinde ziyaa uğraması halinde kooperatifin zıyayı öğrendiği tarihten itibaren 15 gün içinde dava açması gerekmektedir.

Bahsi geçen 15 günlük dava açma süresi hak düşürücü niteliktedir. Dolayısıyla, zayi belgesi talep davasının kooperatifin zıyayı öğrendiği tarihten itibaren 15 gün içinde açılmasına ilişkin kural dava şartıdır. Bu süre içinde davanın açılmaması halinde kooperatifin dava açma hakkı ortadan kalkar.

Hak düşürücü sürenin dolup dolmadığı hâkim tarafından resen ve davanın her aşamasında kendiliğinden araştırılır. Söz konusu süre şartına uyulmaması halinde dava reddedilir.

8) Yargıtay 11. H.D.'nin 23.06.2005 tarihli ve E.2004/9947, K.2005/6685 sayılı; 01.11.1988 tarihli ve E.1988/4960, K.1988/6318 sayılı; Yargıtay Hukuk Genel Kurulunun 25.09.1985 tarihli ve E.1984/11-12 K. 1985/728 sayılı kararları.

Bu arada, bahsi geçen dava açma süresi, defter ve belgelerin tabii afet veya hırsızlık sebebiyle zayi olduğu tarihten değil, tacirin zıyayı öğrendiği tarihten itibaren başlar. Sürenin başlangıç tarihinin yanlış bilinmesi, sürenin kaçırılmasına ve hak kayıplarına yol açabilir.

3.7. Ticari Defterler İçin Açılış ve/veya Kapanış Onaylarının Yaptırılmış Olması

TTK'da zayi belgesi almak için dava şartı olarak düzenlememekle birlikte Yargıtay, gerekli açılış ve/veya kapanış onayları (**tasdikleri**) yaptırılmamış olan ticari defterler için zayi belgesi verilemeyeceği görüşündedir.

Yüksek Mahkeme birçok kararında, usulünce açılış ve/veya kapanış onayları bulunmayan ticari defterler için zayi belgesi talebini reddeden ilk derece mahkemesi kararlarını onamış veya zayi belgesi verilmesine ilişkin kararları da bozmuştur.

Bu hususta, gerekli onayların yaptırılmış olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla mahkemeler, kooperatifin bahsi geçen durumu kanıtlamasını veya konuya ilişkin noterden bilgi talep edilmesini istemektedir.⁹

Diğer taraftan, TTK'ya göre tutulması gereken tüm defterler açılış onayına tabi iken, kapanış onayına tabi olan defterler sadece yevmiye defteri ve yönetim kurulu karar defteridir.

Bu noktada, kooperatifler tarafından fiziki ortamda tutulan ticari defterlerin açılış onayları kuruluş sırasında ve kullanmaya başlamadan önce, izleyen faaliyet dönemlerindeki açılış onayları ise defterlerin kullanılacağı faaliyet döneminin ilk ayından önceki ayın sonuna kadar; yevmiye defterinin kapanış onayının izleyen faaliyet döneminin altıncı ayının sonuna kadar, yönetim kurulu karar defterinin kapanış onayının ise izleyen faaliyet döneminin birinci ayının sonuna kadar notere yaptırılması gerekir.

3.8. Defter ve Belgelerin Nerede ve Kimin Elinde Bulunduğunun Bilinmemesi

Kooperatifin saklamakla yükümlü olduğu defterler ve belgelere ilişkin zayi belgesi verilebilmesi için bunların yangın, su baskını veya yer sarsıntısı gibi bir afet veya hırsızlık sebebiyle ve kanuni saklama süresi içinde zıyaa uğramış olması gerekmektedir. Zıyaa uğramayıp, nerede ve kimin elinde olduğu bilinen defter ve belgeler için zayi belgesi talep edilemez.

4. Sonuç

Kooperatifler, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununda öngörülen ticari defterleri tutmakla ve bu defterler ile kooperatifin faaliyetlerine ilişkin belgeleri saklamakla yükümlüdür.

Ancak, söz konusu defterler ve belgelerin; yangın, su baskını veya yer sarsıntısı gibi bir afet veya hırsızlık sebebiyle ve kanuni saklama süresi içinde kaybolması veya yitilmesi halinde kooperatif,

⁹ Yargıtay 11. H.D. 'nin 22.05.2000 tarihli ve E.2000/3392, K.2000/4523 sayılı; 09.06.1997 tarihli ve E.1997/4020, K.1997/4349 sayılı; 16.05.1989 tarihli ve E.1988/5750, K.1989/2940 sayılı kararları.

asliye ticaret mahkemesinden kendisine zayi belgesi verilmesini isteyebilir. Kooperatif bu davayı hasımsız açar.

Mahkeme gerekli gördüğü delillerin toplanmasını emredebilir.

Defter ve belgeleri ziyaa uğramış olan kooperatiflere zayi belgesi verilebilmesi için **TTK**'da bazı koşullar öngörülmüştür.

Buna göre; zayi olan defter ve belgelerin gerçek ya da tüzel kişi bir tacire ait olması, zayi belgesi başvurusunun ancak kooperatiflerin saklamakla yükümlü olduğu defter ve belgeler için yapılması, zayi olma durumunun öğrenildiği tarihten itibaren 15 günlük hak düşürücü süre içinde mahkemeye müracaat edilmesi ve ayrıca defter ve belgelerin 10 yıllık kanuni saklama süresi içinde kaybolmuş veya yitirilmiş olması gerekir. Kooperatifler tacir sıfatını haiz oldukları için bu şartlar, kooperatifler için de geçerlidir.

Söz konusu koşullara ilave olarak Yargıtay'ın yerleşmiş içtihatlarına göre ayrıca; ticari defter ve belgelerin saklanması hususunda kooperatiflerin basiretli bir iş adamı gibi davranmış olması, zayi belgesine ilişkin talebin samimi ve inandırıcı olması, olayların gerçekleşme sürecinin hayatın olağan akışına ve gerçeklere ters düşmemesi ve zayi olma durumunun tüm şüphelerden uzak bir şekilde gerçekleşmiş olması, bu kapsamda zayi olma halinin kooperatifin tamamen iradesi ve kusuru dışında ve de elinde olmayan nedenlerle gerçekleşmesi, defter ve belgelerin nerede ve kimin elinde bulunduğunun bilinmemesi gerekmektedir. Son olarak belirtelim ki Yüksek Yargının kararları uyarınca, açılış ve/veya kapanış onayları yaptırılmamış olan ticari defterler için zayi belgesi verilmemektedir.

Kaynakça

213 sayılı Vergi Usul Kanunu, (10-12.01.1961 tarihli ve 10703-10705 sayılı R.G.).

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu (10.05.1969 tarihli ve 13195 sayılı R.G.).

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (14.02.2011 tarihli ve 27846 sayılı R.G.).

Altaş, Soner, Selden Zarar Gören İşletmeler Nasıl Zayi Belge Alabilir? 24 Eylül 2009, Dünya Gazetesi.

Ticari Defterlere İlişkin Tebliğ (19.12.2012 tarihli ve 28502 sayılı R.G.).

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu ile Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin muhtelif tarihli ve sayılı kararları.



KOOPERATİF DENETÇİLERİNİN CEZAI SORUMLULUKLARI

Özdem SATICI
TOPRAK*

I - Giriş

1895 yılında kurulan ve kısa adı **ICA** olan Uluslararası Kooperatifler Birliği tarafından kabul edilen Kooperatif Kimliği Bildirgesinde yer alan ilkelerden biri de bu kuruluşlarda ortaklar tarafından gerçekleştirilen demokratik kontroldür. Bu görev tüm ortakların temsil edildiği genel kurul namına denetçiler tarafından yerine getirilir. 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nda kooperatif denetçilerine özellikle inceleme ve rapor düzenleme yükümlülükleri getirilmiş; söz konusu temel görevlerin ihmali halinde muhtelif cezai hükümler öngörülmüştür. Denetçiler, kooperatif yönetim kurulu üyeleri ile memurları hakkında getirilen kamu görevlisi gibi cezalandırılma kapsamı dışında tutulmakla birlikte Türk Ceza Kanunu'nda denetçiler için denetim göreviyle ilgili bazı eylemlerinden dolayı muhtelif cezalar öngörülmüştür.

II - 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu'nda Yer Alan Cezai Sorumluluk

II. 1. Kooperatifler Kanunu'nda Denetçiler İçin Öngörülen Cezai Sorumluluğun Yasal Dayanağı

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 24/02/1969 tarihinde kabul edilmiş; yasadaki en radikal revizyon 06/10/1988 tarih ve 3476 sayılı yasa ile gerçekleştirilmiştir. Bu yasa ile birlikte kooperatif yöneticileri ve denetçilerinin muhtelif eylemleri için cezai sorumluluk öngörülmüş; yönetim kurulu üyelerinin cezai sorumlulukları Ek:2/1 ve Ek:2/2; denetçilerin sorumlulukları ise Ek:2/3 maddesinde düzenlenmiştir. Anılan maddede, aşağıda belirtilen eylemleri nedeniyle kooperatif ve üst kuruluşlarının denetim kurulu üyelerinin bir aydan altı aya kadar hapis ve otuz günden üç yüz güne kadar adli para cezası ile cezalandırılmaları öngörülmüştür. Diğer taraftan 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nun Ek:2/3. Maddesinin Anayasa'nın 10. maddesine

*Ticaret Başmüfettişi, Ticaret Bakanlığı

aykırı olduğu gerekçesiyle Bodrum 1. Sulh Ceza Mahkemesi tarafından 2012 yılında Anayasa Mahkemesi'ne yapılan başvuru 2013 yılında reddedilmiştir.¹

II.2.1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu'nun Ek: 2/3. Maddesi Kapsamında Cezai Sorumluluk Gerektiren Eylemler

II.2.1.Yönetim Kurulu Üyelerinin Şartlarını Araştırmama

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nda yönetim kurulu üyelerinin Türk vatandaşı olmak, aynı türde başka bir kooperatifin yönetim kurulu üyesi olmamak, devletin güvenliğine karşı suçlar, Anayasal düzene ve bu düzenin işleyişine karşı suçlar, zimmet, irtikâp, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli iflas, ihaleye fesat karıştırma, edimin ifasına fesat karıştırma, suçtan kaynaklanan malvarlığı değerlerini aklama veya kaçakçılık suçlarından ya da bu Kanun hükümlerine göre mahkum olmamak ve kooperatif ortağı olmak şartlarını taşımaları gerektiği ifade edilmiştir. (KK Md.56/1)

Ayrıca, bazı kooperatiflere ait ana sözleşmelerde yönetim kurulu üyelerinde aranacak bu genel şartlara ilaveten özel şartlara yer verilmiştir.

Örneğin, esnaf sanatkarlar kredi ve kefalet kooperatifleri ana sözleşmesine göre kooperatif yöneticilerinin **“aynı zamanda kooperatifte denetçi olmamak, aynı zamanda diğer yönetim kurulu üyelerinden birinin eşi olmamak ve birbirleri ile ikinci derece dahil kan ve kayın hısımlığı bulunmamak, banka ve/veya kooperatif kaynaklarından kullanılan krediler nedeniyle, asaleten veya kefaleten genel kurul tarihinden 30 gün öncesinden banka ve/veya kooperatif takibine intikal etmiş ve halen ödenmemiş kredi borcu bulunmamak”** şartlarını da taşımaları gerekmektedir.²

Diğer yandan, kooperatif denetçilerinin yönetim kurulu üyelerinin, ana sözleşmede yazılı şartları taşıyıp taşımadığını da araştırma yükümlülükleri bulunmakla birlikte suç ve cezaların kanuniliği ilkesinin³ gereği olarak denetçilerin ana sözleşmede yazılı şartları araştırmamaları nedeniyle 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nun 56. Maddesi kapsamında cezalandırılmayacakları düşünülmektedir.

II. 2.2. Yönetim Kurulunun Toplantı Nisabını Kaybetmesi Halinde Yedek Üye Çağırma

Kooperatifler Kanunu ile denetçilere yüklenen görevlerden biri de yönetim kurulunun toplantı nisabını kaybetmesi halinde boşalan yönetim kurulu üyeliklerine gecikilmeksizin yeteri kadar yedek üye çağırılmasıdır. (KK Md. 56/4) Yasa koyucu bu noktada, yönetim kurulunun toplanarak yedek üyeyi çağırma olanağı olmadığından söz konusu görevi denetçilere vermiştir.

II. 2.3. İnceleme Yükümlülüğünü Yerine Getirmeme

Kooperatif denetçilerinin temel görevlerinden biri de yönetim kurulu üyelerinin işlem ve faaliyetlerini incelemek ve bu inceleme sonuçlarını genel kurula sunmaktır. Bu bağlamda, kooperatif

1) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/07/20130726-37.htm>

2) <https://ticaret.gov.tr/data/5d41a0a913b87639ac9e0138/ea475824d7d01dfc8f360365ade7a753.pdf>

3) 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 2/1. Maddesine göre Kanunun açıkça suç saymadığı bir fiil için kimseye ceza verilemez ve güvenlik tedbiri uygulanamaz.

denetçilerinin görevleri çerçevesinde işlerin yürütülmesinde gördükleri noksanlıkları, kanun veya ana sözleşmeye aykırı hareketleri genel kurula haber vermeleri gerekmektedir. (KK Md.66)

II. 2.4. Rapor Düzenlememe

Denetçilerin yukarıda belirttiğimiz inceleme sonuçları ile ilgili olarak yazılı rapor tanzim etmek ve her yıl bu raporu kooperatifin olağan genel kurul toplantısında ortakların bilgisine sunmaları şarttır. (KK Md.67) Söz konusu rapor, 11/06/2008 tarih ve 26903 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan **“Kooperatifler Ve Üst Kuruluşları Denetim Kurulu Üyelerinin Genel Kurul Toplantılarına Sunacakları Denetim Kurulu Raporunun Usul Ve Esaslarına İlişkin Tebliğ”** hükümlerine göre düzenlenmelidir.⁴

II. 2.5. Bağdaşmayan Görev Yasağını Bildirmeme

1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu’na 2011 yılında eklenen bir madde ile kooperatif yöneticileri ve denetçileri ile bunların yakınlarının, kooperatif ve kooperatifin % 50’den fazla hissedarı oldukları şirketlerde görev almalarına yönelik bazı kısıtlamalar getirilmiştir. (KK Md. Ek Madde 3)

Yasada **“Bağdaşmayan Görevler”** başlığı ile yer alan düzenlemede, ilgililerin söz konusu yükümlülüğe aykırı hareket edip etmediklerine yönelik incelemenin denetçiler tarafından yapılacağı düzenlenmiştir. Dolayısıyla, kooperatif denetçilerinin bağdaşmayan görevlerle ilgili incelemelerde bulunmaları ve varsa bu yöndeki tespitlerini raporlarına intikal ettirmeleri gerekmektedir. (KK Md. Ek Madde 3/4)

III - Türk Ceza Kanunu’nda Yer Alan Cezai Sorumluluk

III. 1. Bağımsız Denetim Görevi İle İlgili Cezai Sorumluluk

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’nda denetçilerin ortak olan veya olmayan kişiler arasından genel kurulca seçilmesi düzenlenmiş; 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’nda ise denetçinin Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanununa göre ruhsat almış yeminli mali müşavir veya serbest muhasebeci mali müşavir unvanını taşıyan ve Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumunca yetkilendirilen kişiler ve/veya ortakları bu kişilerden oluşan sermaye şirketi olacağı öngörülmüştür. (KK Md.65/2, TTK Md. 400/1)

Diğer yandan, 4572 sayılı Kanun’da Bakanlıkça ortak sayısı ve ciro gibi kıstaslar dikkate alınarak belirlenen birliklerin, 13/1/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun ilgili hükümlerine göre bağımsız denetime tabi olacakları düzenlenmiş; bağımsız denetim kriterleri ise son olarak 26/03/2018 tarih ve 2018/11597 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile belirlenmiştir.

Bu bağlamda, Türk Ceza Kanunu’nun sırasıyla 207, 239 ve 278. maddelerinde düzenlenen özel belgede sahtecilik, ticarî sır; bankacılık sırrı veya müşteri sırrı niteliğindeki bilgi veya belgelerin açıklanması ve suçu bildirmeme gibi suçlarla ilgili olarak bağımsız denetime tabi kooperatiflerdeki bağımsız denetçilerin cezai sorumluluklarına gidilebilecektir.

III. 2. Türk Ceza Kanunu 164. Madde Kapsamında Cezai Sorumluluk

4) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/06/20080611-15.htm>

5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nda kooperatif denetçileri için yer alan suçlardan biri de genel kurulların aldatılmasını önlemek amacıyla getirilen⁵ **“Şirket veya Kooperatifler Hakkında Yanlış Bilgi”** başlıklı 164. Maddedir. Esasen kuruculardan tasfiye memurlarına kadar birçok kişi hakkında cezai sorumluluk öngören bu düzenlemeye göre, bir kooperatifin kurucu, ortak, idareci, müdür veya temsilcileri veya yönetim veya denetim kurulu üyeleri veya tasfiye memuru sıfatını taşıyanlar, kamuya yaptıkları beyanlarda veya genel kurula sundukları raporlarda veya önerilerde ilgililerin zarara uğramasına neden olabilecek nitelikte gerçeğe aykırı önemli bilgiler verecek veya verdirtecek olurlarsa altı aydan üç yıla kadar hapis veya bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılacaklardır.

Dolayısıyla, bu suçun faillerinden olan denetçiler özellikle genel kurula sundukları raporlarda ve kamuya yaptıkları beyanlarda yanlış ve ilgilileri zarara uğraticı bilgilere yer vermemelidir. Buradaki **“ilgili”** kavramından da, yalnızca kooperatife ortak olan kimseler anlaşılmalıdır.⁶

IV - Sonuç

Kooperatiflerde iç denetim denetçiler tarafından yerine getirilir. Denetçiler genel kurul namına kooperatif yönetim kurulu üyelerinin işlem ve faaliyetlerini inceleyerek bu hususta hazırlayacakları raporu ortakların bilgi ve onayına sunmakla mükelleftir. Kooperatif denetçilerininin 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nda yer alan yükümlülüklerini yerine getirmemeleri halinde aynı Kanun'un Ek.2/3. Maddesi kapsamında cezai sorumlulukları söz konusu olacaktır. Ayrıca denetçilerin Türk Ceza Kanunu'nun 164. Maddesinde yer alan kooperatif genel kurul toplantısına yanlış bilgi verme suçu ve bağımsız denetime tabi tarım satış kooperatifleri birliklerinde bağımsız denetçilerin yine aynı Kanun'un 207, 239 ve 278. Maddelerinde hüküm altına alınan özel belgede sahtecilik, ticarî sır; bankacılık sırrı veya müşteri sırrı niteliğindeki bilgi veya belgelerin açıklanması ve suçu bildirmeme kapsamında da cezalandırılmaları mümkündür.

Kaynakça

- 1-T.C.Yasalar (1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, Anayasa, 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu)
- 2- Mustafa ARTUÇ, Malvarlığına İlişkin Suçlar, Adalet Yayınevi, Ankara, 2020
- 3-Örnek Ana sözleşmeler (<https://ticaret.gov.tr>)
- 4-Resmi Gazete (<https://www.resmigazete.gov.tr>)
- 5-TBMM İnternet Sayfası (<https://www.tbmm.gov.tr>)

5) <https://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem22/yil01/ss664m.htm>

6) ARTUÇ Mustafa, Malvarlığına İlişkin Suçlar, Adalet Yayınevi, Ankara, 2020, s.880

DİJİTALLEŞEN DÜNYADA PLATFORM KOOPERATİFÇİLİĞİ

Arda ÖZÇAĞLAR*

Giriş

Her geçen gün, internet kullanımı daha fazla artmakta ve internet teknolojileri, işyerlerimizi, ilişkilerimizi ve toplumlarımızı dönüştürmektedir. Uber, Amazon, Facebook ve Airbnb gibi şirketler, konaklama, ulaşım ve arama ve sosyal paylaşım gibi olgular gibi ekonominin hayati sektörlerini ele geçirdiği bu dönemde, internete güvenen hepimizin, günlük olarak bizi bilgilendiren bu platformlar üzerinde hemen hemen hiçbir kontrolü bulunmamaktadır. Tam bu noktada, platform kooperatifleri alternatif olarak belirlemek ve dijitalleşen dünyada kooperatifçiliğin temel ilkelerini benimseyen bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Şu an dünyanın birçok bölgesinde büyüklü küçüklü yüzlerce platform kooperatifi ortaklarına düzenli ve iyi bir gelir, iş güvencesi sunmak için çalışmakta ve rekabeti değil dayanışmayı, iş güvencesini ve refah seviyelerini arttırmayı önemseyen insanları kooperatiflere yöneltmektedir.

Platform Kooperatifçiliği

Farklı alanlarda birçok farklı anlamda kullanılan 'platform' kavramı, dijital ekonomide ürün ve hizmetlerin satışı için oluşturulmuş her türlü web sitesi ve mobil uygulamayı kapsamaktadır. Başka bir deyişle, çok sayıda satıcı ve müşterinin etkileşime girmesine olanak tanıyan bir teknolojik altyapı olarak tanımlanmaktadır. Dijital ekonominin büyümesiyle platform iş modelleri çeşitlenmeye ve global ekonomiye hakim olmaya başlamıştır. Bu kapsamda, You Tube, Amazon, Spotify, Uber, Airbnb, Facebook ve daha birçok uygulama gündelik hayatımızda sıklıkla kullandığımız platformlar arasında yerini almaktadır. Ülkemizde de, Yemek Sepeti, Sahibinden ve Hepsi Burada gibi web siteleri yerel platformlardan birkaçıdır.

*Ticaret Uzmanı, Esnaf, Sanatkârlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, a.ozcaglar@gtb.gov.tr

Platform kooperatifleri, platform iş modeli ile kooperatifçilik girişimin bir bileşimi olarak tanımlanmaktadır. Platform kooperatifleri evrensel kooperatifçilik ilkeleri çerçevesinde toplumsal mülkiyet ve demokratik yönetim değerlerine dayanmaktadır. Toplumsal mülkiyet, platform kooperatifçiliğinin merkezinde yer alan teknolojik altyapının mülkiyetinin kooperatifçilik yoluyla ortaklaştırılmasıdır. Demokratik yönetim ise sadece platform ortaklarının birlikte demokratik olarak (her ortak 1 oy) yönetime katılması değil, kooperatifin kâr amacı gütmeyen toplumsal kurum ve kuruluşlarla dayanışma içinde, herkesin yararını gözetecek şekilde, şeffaf ve adil bir biçimde yönetilmesidir.

Platform kooperatifleri; çalışanlarının ortak sahibi olduğu, katılım sağladığı, bağlı olduğu ve ondan geçimini elde ettiği dijital platformlardır. Bu kooperatifler, üretimi, dijital emek aracılığını, topluca sahip olunan ve demokratik olarak denetlenen web tabanlı market alanlarını ve bu ekonomik modelle ilgili diğer faaliyetleri destekleyen çevrimiçi uygulamalar yoluyla mevcut teknolojileri düzenlemektedirler. İşçi mülkiyetli platform kooperatifleri kendilerinin nasıl yönetildiğine ve organize edildiğine ilişkin karar alma süreçlerine katılırken aynı zamanda kooperatiflerde riskler ve menfaatler paylaşılmakta ve daha iyi sözleşmeler için müzakere edilmektedir.

Platform kooperatifleri, tasarlanmış bir web sitesi veya mobil uygulama aracılığıyla bir hizmet sağlamak veya bir ürün satmak için kurulmuş dijital bir oluşumdur. Platform kooperatifleri, elde ettiği kazancı kooperatif ortaklarına, çalışanlarına ve bu hizmeti kullananlara dağıtmaktadır. Bu kooperatifler, kooperatif girişim modelini online ekonomi eko-sistemine taşımaktadır. Ayrıca, bu kooperatifler kişisel verilerin korunması, çalışanların hak kayıplarının ve tekelleşmenin önüne geçilmesi anlamında birtakım tezler öne süren uluslararası bir kalkınma hareketi olarak bilinmektedir. Özellikle, son günlerde önemi artan kişisel verilerin korunmasında platform kooperatifleri önem arz etmektedir. Ortaklarının bir araya gelerek kurmuş olduğu platform kooperatifleri web adresi ve mobil uygulamalar aracılığıyla elde ettiği kişisel verileri üçüncü kişilerle paylaşmamaktadır.

Platform Kooperatifçilik Uygulamaları

Platform kooperatifçiliği, bir dayanışma ve işbirliği ile dijital ekonomide yenilikçi bir mülkiyet modeli sunmaktadır. Bu model, mülkiyetin ve kârın belirli bir kesimin elinde yoğunlaştığı var olan modellere bir alternatif teşkil etmektedir.

Platform kooperatiflerin sayısı tüm dünyada hızla artmaktadır. Örneğin, Fairmondo Almanya merkezli, ortak olmak isteyen herkese açık olan, ortaklar tarafından demokratik olarak yönetilen bir çevrimiçi pazar yeridir. Hepsiburada, N11 gibi şirketlere bir alternatif oluşturur. Green Taxi Cooperative, ABD'nin Denver eyaletinde yerel taksiciler tarafından yönetilen UBER ve Lyft gibi ulaşım sektöründe faaliyet gösteren şirketlere alternatif taksi uygulamasıdır. Pazar payının yaklaşık %40'ını elinde tutmaktadır.

Loconomics, bebek bakıcılığı, evcil hayvan bakımı gibi küçük gündelik işler yapanlarla, bu hizmetlere ihtiyaç duyanları bir araya getiren bir platform kooperatifidir. Komisyon alma yerine, aylık sahiplik ücreti ödeyen herkesin katılabildiği, yönetimde oy kullanabildiği ve hatta yönetim kuruluna aday olabildiği bir kooperatiftir. Stocksy United, internette yüzlerce bulunan bir stok fotoğraf ve video satış sitesidir. Tüm fotoğraf ve video üreticilerinin ortak olarak katılabildiği ve benzeri diğer sitelere oranla çok daha fazla para kazanabildiği bu kooperatif, 2015 yılında 8 milyon dolarlık satış yapmıştır.

Up & Go, yerel işçi kooperatiflerinin emekçileri için yardım isteyenler tarafından ev temizliği (ve yanında çocuk bakımı ve köpek gezdirme gibi) gibi profesyonel ev hizmetleri sunmaktadır. Up



& Go, çalışanların gelirinin % 30'una tekabül eden muhtelif ev hizmetleri platformlarının aksine platformu korumak için yalnızca% 5 ücret talep etmektedir.

Modo, Vancouver merkezli bir araç kiralama kooperatiftir. 1997 yılında sadece iki araç ve 16 ortakla kurulan kooperatif, bugün 16.000'den fazla ortağı ve 500'den fazla araç filosuna sahip bir işletmedir. Bu platformun sağladığı mobil uygulama ve web sitesi aracılığıyla saati 4\$'a araç kiralamak mümkün olmaktadır.

Ülkemizde, platform kooperatifçiliği yeni bir olgu olmasına karşın platform kooperatiflerinin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu kapsamda **ELBİRKOOP** Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi danışmanlığında, gıda ve tarım alanında, yeni nesil kooperatifçilik anlayışıyla, elektronik ticareti, il ve ilçe bazındaki reel yapılanmayı buluşturan, geniş katılımlı dinamik bir organizasyon olarak www.gidahavuzu.com adresinden faaliyetine başlamıştır. Bu proje ile, gıda ve tarım sektörünün en önemli sorunlarından biri olan tarla ile sofraya arasındaki makasın en aza indirilmesi yanında alternatif bir pazaryerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Gıda ticaretinde yer alan üretici, satıcı, sanayici, aracı ve nihayetinde tüketicinin, internet platformu üzerinden kooperatife ortak olarak bulunduğu sistem, tüm tarafları aynı havuzda buluşturmaktadır.

Ayrıca, Platform Kooperatifçiliği İnisiyatifi ülkemizde platform kooperatifçiliğini tanıtmak, savunmak ve Türkiye ekonomisine özgü platform kooperatifi modelleri üzerinde çalışmak amacıyla oluşturulmuştur. Uluslararası Platform Kooperatifçiliği Hareketini takip eden İnisiyatif, yurt dışında platform kooperatifçiliği ile ilgili yapılan çalışmaları, iyi örnekleri ve gelişmeleri Türkiye'deki girişimcilere, kooperatifçilere, kamu ve sivil toplum çalışanlarına aktarmaktadır. Türkiye'de platform kooperatifçiliğinin desteklenmesi için sivil toplum ve kamuda lobicilik faaliyetlerinde bulunan inisiyatif platform kooperatiflerinin kurulmasını kolaylaştıracak bir kuluçka merkezi oluşturmak için çaba sarf etmektedir.

Sonuç

Platform kooperatifçiliğinin önemi ülkemizde ve dünyada günden güne artmaktadır. Geleneksel kooperatifçiliğin dijitalleşmiş hali olan platform kooperatiflerinin sağladığı ürün ve hizmetler bu kooperatiflerin sağladığı mobil uygulama ve web adresleri aracılığıyla tüketiciyle buluşmaktadır. Ayrıca, platform kooperatifleri kişisel verilerin korunması, çalışan haklarının güçlendirilmesi ve tekelleşmenin önüne geçilmesi açısından da büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle, önümüzdeki süreçte platform kooperatifleri tüm dünyada daha çok konuşulmaya başlayacak ve Amazon, Uber, Airbnb ve Youtube gibi büyük online platformlara rakip olabilecek düzeye gelebileceklerdir.

Kaynakça

SCHOLZ, Trebor (2016). Platform Cooperativism Challenging the Corporate Sharing Economy, Rosa Luxemburg Stiftung New York Office.

YEŞİL HASTANELERDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Yeter DEMİR USLU*

1. Giriş

Ekonomik durumların değişmesi, nüfusun artması, politikaların değişkenlik göstermesi, doğaya ve çevreye olan duyarlılığın artması gibi nedenlerden her sektörün etkilendiği gibi sağlık sektörü de etkilenmektedir. Bu nedenler başta olmak üzere sağlık sektörü her geçen gün ihtiyaçlar doğrultusunda kendini güncellemektedir. Belirtilen süreçlerden insan sağlığı da olumsuz olarak etkilenmekte olup insan sağlığına verilen önemin artırılması gerekmektedir. Sağlık hizmetleri sunumu gerçekleştiren hastanelerin sundukları hizmetlerin sürdürülebilirliğini sağlamak için yeşil hastane kriterini benimsemeleri gerekmektedir. Bu sayede sürdürülebilirliği artırıp çevreye daha duyarlı olup insan sağlığına da daha fazla önem verilmiş olacaktır. Hastaneler; az tüketen ve tüketirken çevreye zarar vermeyen, enerji tasarrufuna sağlamaya dikkat eden, kullanılan malzemelerden geri dönüşüme uygun olanları tercih eden, ulaşılabilirlik açısından ise özellikle toplu taşıma ve halkın kolayca ulaşım sağlayacağı yerlerde inşa edilen, suyun tüketimini en aza indiren, iç mekan kalitesine önem veren kurumlar haline gelirlerse yeşil hastane kriterlerinin en önemli maddelerine uyum sağlamış olacaklardır. Bu kriterleri sağlayan hastanelerin ise sürdürülebilirliği artacaktır (Sev, 2009).

2. Yeşil Düşünceye İlişkin Kavramlar

Bir canlının veya canlılar topluluğunun yaşamlarını devam ettirebilmesi için gerekli olan süreçlerin, enerjinin ve maddesel varlıkların bütünlüğüne çevre denir. Fransızca kelime olan environ sözcüğünden türeyen çevre kavramı ise insan ile çevre ilişkilerinin bozulması sonucunda çevre

* Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi Öğretim Üyesi

sorunlarının ortaya çıkmasıyla beraber literatüre girmiş bir kavramdır. İnsanoğlunun doğaya karşı sorumsuz davranışları sonucu ise çevre sorunları zamanla artış göstermektedir (Demir & Yalçın, 2014).

Su, hava, toprak kirliliğinin yanı sıra gürültü kirliliği bunlara bağlı küresel ısınma, ozon tabakasının zarar görmesi, dünya da biyoçeşitliliğin azalması, bazı hayvan nesillerinin tükenmesi başlıca çevre sorunları olarak göze çarpmaktadır (Kırımhan, 2006).

2.1. Sürdürülebilirlik

İnsanların çevreye zarar vermeden gelecek nesillerin var olabilmesi için doğa ile uyum içerisinde yaşamaları ve üretmeye bu şekilde devam etmeleri sürdürülebilirlik olarak tanımlanabilir. Üretkenliğin devam edebilmesi için doğanın var olması gerekmektedir, dolayısıyla doğaya zarar vermeden tüketmeye özen gösterilmelidir. Bu şekilde sürdürülebilirlik mümkün olacak ve gelecek kuşaklara yaşanabilir bir hayat bırakılabilme imkanı doğacaktır (Akgül, 2010).

Son yıllarda ise iş dünyasının ilgi odağı haline gelen kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ön plana çıkmaktadır. Şirketlerin kurumsal sürdürülebilirliğin sağlayabilmesi için üst düzey yönetici veya resmi sorumlular görevlendirdiği bilinmektedir. Günümüzde yeşil bina tasarımlarının da özellikle tercih edildiği, önce yapım aşamasında uygun arazi kullanımından başlayarak yapı aşamasında ise yoğun kaynak tüketimi ve atık üretimi konularının yanı sıra enerjinin, suyun, malzemenin yanlış kullanımları sonucu çevreye olumsuz etkileri göz önüne alınarak yüksek tedbirler doğrultusunda yeşil hastane tasarımların gerçekleştirildiği ve sürdürülebilirliği, ekonomik ve ekolojik verimliliği sağladıkları görülmektedir (Sezer, 2007).

2.2. Yeşil Bina Sertifika Sistemleri

İnşaat endüstrisi profesyonelleri başta olmak üzere günümüzde yapıların tasarımlarının yanı sıra yapıların performanslarıyla da ilgilenmektedirler. Hastanelerin performanslarını da yeşil hastane kriterlerini tamamlayarak arttırmak istemektedirler. Yeşil hastanelerin sürdürülebilir bir tasarım ve yapım kriterlerini oluşturan, farklı farklı alanlarda hastaneleri değerlendiren yeşil hastane sertifika sistemleri bulunmaktadır. Dünya da en çok tercih edilen sertifika sistemleri; BREEAM for Healthcare, LEED for Healthcare, CASBEE, Green Star, DGNB sertifikasyonlarıdır (Erten, 2018).

2.2.1. Breeam for Healthcare

BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) ilk kapsamlı yapı değerlendirme yöntemidir ve 1990 yılında ortaya çıkmıştır. İngiltere ve Kanada'nın ardından sırasıyla Hong Kong, Avustralya daha sonra da gelişmiş ülkelerde zaman içerisinde gelişim göstermiştir (Schwartz & Raslan, 2013).

2.2.2. Leed for Healthcare

LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) Amerikan Yeşil Bina Konseyi tarafından 1998 yılında inşaat sektörünün sürdürülebilirlik konusunda gelişim göstermesi için ortaya çıkarılan bir değerlendirme sistemidir. Puan tabanlı bir sistem olup inşa edilen binalar yeşil bina ölçütleri doğrultusunda puan kazanarak LEED sertifika seviyesi belirlenir (Cevahir, 2010).

2.2.3. Casbee

CASBEE (The Comprehensive Assessment System for Building Environmental Efficiency) 2004 yılında Japonya'da ortaya çıkmış olup anlamı Binalarda Çevresel Verimlilik İçin Kapsamlı

Değerlendirme Sistemi'dir. Sistemin amacı CASBEE' de yer alan geliştirme politikalarını tasarımcılar ve katılımcıları teşvik ederek kriterlere uygun binaları inşa edenlerin ödüllendirilmeleri, Japonya ile Asya'ya özgü sorunları göz önünden bulundurarak planlamaların yapılması hedeflenmektedir (Köteşli, 2013).

2.2.4. Green Star

Green Star, 2003 yılında Avustralya'da binaların çevresel tasarımı amacıyla geliştirilmiş bir sistemdir. Bu sistem doğrultusunda binaların ideal tasarım, yapım ve yönetim süreçlerinin çevresel olarak potansiyelleri belirlenmektedir. BEEAM ve LEED sertifikasyonlarından farklı olarak ulusal ölçekte değerlendirmelerde bulunur (Anbarcı, Giran & Demir 2012).

2.2.5. DGBN

DGBN (*Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen*) sürdürülebilir bina konseyi sistemi olan ve 2008 yılında Almanya'da oluşturulan bir sistemdir. DGBN sistemi özellikle kaliteye dikkat eder ve yapı planlaması, yapı değerlendirmesi için Alman Bina Konseyi ile birlikte inşaat, ulaşım ve kentsel ilişkiler birleşmiş bakanları tarafından yerleştirilmiş bir sistemdir (Sturge, 2007).

3. Yeşil Hastane Kavramı

Hastaneler kısaca hastaların ve yaralanan kişilerin hizmet sunumu gerçekleştiren doktor, hemşire ve sağlık çalışanları tarafından muayenelerin ve tedavilerin yapıldığı, poliklinik hizmetlerinin verildiği gerekli durumlarda tahlil ve cerrahi işlemlerin yapıldığı tesisler olarak tanımlanabilir (Sungur Ergenoğlu, 2006).

Hastanelerin bünyelerinde sağlık durumları nedeniyle geçici olarak bulunan kullanıcılar dışında sağlık çalışanları ve idari personeller gibi hastane de uzun süre bulunan kullanıcılar da bulunmaktadır. Ayrıca sağlık durumları nedeniyle gelenlere yardımcı olmak amacıyla refakatçilerde hastaneleri kullanmaktadır. Özetlemek gerekirse bir sağlık durumuna bağlı olmaksızın hastaneler kullanıcılar tarafından kullanılmakta olup hastanelerde yeterli konfor alanlarının oluşturulması ve beklentilere karşılık verilmesi gerekmektedir.

Hastanelerin yapımında yanlış tasarımların tercih edilmesi, hastaların ve kullanıcıların sağlık durumlarını olumsuz etkileyecek hatalı mimari yapılar, düşük maliyetler nedeniyle steril ortamlara uygun olmayan ürünlerin tercih edilmesi, sağlık çalışanlarının sağlıklarını koruyacak yeterli havalandırma sistemlerinin oluşturulmaması hastaneleri tedavi edici olmaktan çok hasta eden binalar haline gelmelerine neden olmaktadır (Hoşgör, 2014).

Yeşil hastanelerin giderek çoğalmasıyla birlikte yapısal çevrenin, insan ve çevre sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmektedir.

Buna bağlı olarak enerji, su ve doğal kaynakları faydalı olarak kullanılmakta, kirliliği ve atığı en aza indirmekte, çevresel zararı ise yok etme noktasına getirilmektedir. Böylece insan sağlığının korunması hedeflenmekte olup bu doğrultuda planlamalar yapılmaktadır.

Yapılan araştırmalara göre hastanelerin en çok enerji tüketen ticari sektörler arasında yer aldığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda gün geçtikte dünya genelinde yeşil bina kavramı önem kazanmaktadır.

Ülkeler yeşil bina kriterlerini geliştirmekte olup yeni binalara yeşil bina olmaları konusunda teşvikte bulunmaktadır (Albrecht, Petrin, 2010).



4. Sonuç

Yeşil bina kavramı özellikle son yıllarda dünya genelinde artış göstermekte olup buna bağlı olarak yeşil hastanelerde yaygınlaşmaktadır. Bazı ülkeler kendi sertifika kriterlerini belirlemektedir bazı ülkeler ise mevcut sertifikasyon sistemlerini kullanmaktadır. İnşa edilecek olan binaları yeşil bina kriterlerine uygun olarak yapmak isteyen şirketler başvurularını yaparak mevcut sertifikasyon sistemlerin kriterlerini tamamlayarak yeşil bina, hastaneler ise yeşil hastane olmayı hedeflemektedirler.

Yeşil hastaneler, çevrenin insan ve çevre sağlığındaki negatif etkilerini minimuma indirmek, enerji-su ve doğal kaynakları en verimli şekilde tüketmek, bu kaynakların tüketilenden daha fazla üretilmesine imkan sağlamak, daha fazla üretkenliğe yönelmek, her türlü israfı önlemek, kirliliği ve atığı minimuma indirerek çevreye verilen zararı ortadan kaldırmak dolayısıyla insan sağlığını hedefini korumayı hedeflemektedir.

Ayrıca enerjinin verimli kullanılması, su tasarruflarının sağlanması, tıbbi ve evsel atıkların en aza indirilmesi, geri dönüşüm projelerinin yaygınlaşması, çevreye zararlı ürünlerin satın alınmaması, yeşil alanların genişletilmesi gibi kriterleri yerine getirmektedir. Ulaşılabilirlik açısından ele aldığımızda toplu taşıma duraklarına yakın olması ve bu şekilde toplu taşımayı teşvik ederek kişisel araçların kullanımını en aza indirerek araçlardan kaynaklanan emisyon oranı dahi en aza indirilmektedir.

Yeşil hastanelerde ozon tabakasına zarar vermemek ve küresel ısınmayı tetiklememek için uygun havalandırma sistemleri tercih edilmektedir. Klima santralleri de ısıyı geri kazanımlı olacak şekilde çalışmaktadır.

Yeşil binalar inşa edilirken kağıt, karton, cam, plastik gibi geri dönüşümü olan atıklar geri dönüşüme kazandırılmaktadır. Bina mimarisinde plastik esneklikte malzemeler tercih edilmiş olup olası dizayn değişikliklerinden problem yaşanmaması hedeflenmektedir.

Yeşil bina kriterlerine göre hastaların ve hasta yakınlarının gün ışığından, manzaradan en yüksek oranda yararlanılması hedeflenmiş olup hasta odalarında yatak başı perde aydınlatma kontrolü tasarımları bile düşünülmüştür.

Sonuç olarak bu uygulamalarla hem hastane enerji tasarrufu sağlamış hem yüksek kalitede hizmet sunumu gerçekleştirmiş hem de çalışan ve hasta memnuniyeti artmıştır.

Yeşil hastane kriterleri doğrultusunda mevcut ve gelecek nesillerin var olabilmesi için, insanların çevreye zarar vermeden doğa ile uyum içerisinde üretkenliklerini devam ettirmeleri şeklinde ifade edilen sürdürülebilirlik kavramı da benimsenmiş olmaktadır.

Sağlık hizmeti sunumu gerçekleştiren yeşil hastaneler hem sunmuş oldukları hizmetin sürdürülebilirliğini arttırmış olup hem de çevreye daha duyarlı, insan sağlığına da daha fazla önem veren kurumlar haline gelmektedirler.

Kaynakça

Sev A. (2009). Sürdürülebilir Mimarlık 1.baskı, s.72 , Yem Yayınları. İstanbul.

Demir E, Yalçın H. (2014). Türkiye’de Çevre Eğitimi. Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi 7(2);7.

Kırımhan S. (2006). Hava Kirliliği ve Kontrol. 1.baskı, s.1-2, Turhan Kitapevi, Ankara.

Akgül U. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma:Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı. Antropoloji Dergisi, 14 ;133-164.

Sezer Ö. (2007). Küresel Konferanslar Ve Çevre Sorunları: Çevre Kalkınma Ve Etik Açından Eleştirel Bir Değerlendirme. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi (ICANAS 38) Sunulan Bildiri s.762, Ankara.

Erten D. (2018). Yeşil Bina Tasarımı. s.203, İçinde: Demir Uslu Y. Yeşil İşletme. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.

Schwartz Y, Raslan R. (2013). Variations in Result of Building Energy Simulation Tolls and Their Impact on BREEAM and LEED Ratings: A Case Study. Energy and Buildings. 62;350-359.

Cevahir S. (2010). Sustainable Building Assessment Systems and Applications in Turkey. Mimar Sinan Fine Arts University İnstitüde of Science and Technology, Graduate Thesis By, p.45, İstanbul.

Köteşli T. (2013). Yeşil Bina Sertifikasyonları Kapsamında Yerel Sistem Gerekliliğinin Değerlendirilmesi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s.21-22, İstanbul.

Anbarcı M, Giran Ö, Demir İ.H. (2012). Uluslararası Yeşil Bina Sertifika Sistemleri ile Türkiye’de Bina Enerji Verimliliği Uygulaması. NWSA - Engineering Sciences. 1(7);374.

Sturge K. (2007). European Property Sustainability Matters. Benchmark Tools and Legal Requiriements. 3;32.

Sungur Ergenoğlu A. (2006). Sağlık Kurumlarının İyileştiren Hastane Anlayışı ve Akreditasyon Bağlamında Tasarımı ve Değerlendirilmesi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi. s.36-37 , İstanbul.

Hoşgör H. (2014). Yeşil Hastane Konsepti ve Türkiye Deneyimi. Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi, 2; 75-84.

Albrecht S, Petrin B. (2010). Establishing a Sustainable Vision for Healthcare. Worcester Polytechnic Institute. Degree of Bachelor of Science, p.5, Worcester.



DİSİPLİNLER ARASI KÖPRÜLER KURMAK

“BİLİMSEL ARAŞTIRMALARDA KÖPRÜLER KURMAK”

Erdal ZORBA*

Özet

Gelişen ve değişen dünya her geçen gün ortaya yeni alanların çıkması sonucunu doğurmaktadır. Disiplinler yaklaşımının dar sınırları içinde bu yeni gelişen alanları incelemek ve öğretmek mümkün olamamaktadır. Bu bağlamda disiplinler arası yaklaşıma ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Disiplinler arası öğretim belirli bir kavram, problem ya da konunun farklı disiplinlerin bakış açıları ile değerlendirildikten sonra tekrar bir bütün halinde getirilmesi görüşüne dayanmaktadır. Disiplinler arası yaklaşım yirminci yüzyıl terimi gibi görülmesine rağmen bu kavramın tarihsel bir geçmişi bulunmaktadır. Disiplinler arası yaklaşım ile bütünleştirme fikri ilk olarak Platon'un Politeia'sında görülmektedir.

Disiplinler arası öğretim belirli bir kavram, problem ya da konunun farklı disiplinlerin bakış açıları ile değerlendirdikten sonra tekrar bir bütün haline getirilmesi görüşüne dayanmaktadır. Disiplinler arası öğretim yaklaşımını merkeze bir konuyu, olayı, problemi, başlığı ya da deneyimi, birden fazla disiplinin yöntemi ve anlayışıyla ele alan bir yaklaşım olarak tanımlamıştır. Disiplinler arası öğretimde belirli bir kavram temel alınarak, bu kavrama değişik yönlerden ışık tutabilecek bilgi ve beceriler ilgili alanlardan alınarak bütünleştirilir. Yani disiplinler arası bir organizasyon sayesinde öğretim süreci, hem belirli disiplinlere ait bilgi ve becerilerin öğrenilmesine hem de bunların anlamlı bir biçimde bir araya getirilerek kullanılmasına yardımcı olur.

Disiplinler arası öğretim yaklaşımının son zamanlar önem kazanmasının bilim alanlarında iki önemli ihtiyaçtan kaynaklandığı söylenebilir. Bunlardan birincisi, tüm dünyada problemleri çok yönlü değerlendirebilen ve öğrenilen becerileri gerçek yaşamda karşılaşılan problemlere uygulayabilen, düşünme becerilerine sahip bireylere ihtiyaç olması ve bu sorunların kendi içinde karmaşık yapısının ancak disiplinler arası eğitim programları ile anlaşılabilceği düşüncesidir.

**Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Ankara, Türkiye*

İkinci temel ihtiyaç ise 2005 ilköğretim program felsefesinin öğrenci ilgi ve ihtiyaçlarına dayalı öğrenme diyebileceğimiz farklı yaklaşımların eğitim programlarında değişimlerin gerçekleşebilmesi için tek disipline dayalı geleneksel yapıyı zorlamasıdır. Tüm bu sebeplerden dolayı disiplinler arası yaklaşım eğitim sisteminin önemli bir parçası haline gelmektedir.

İçerisinde bulunduğumuz dijital çağın gereksinimlerini karşılamak için 21. Yüzyıl becerileri ile donatılmış bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. 21. Yüzyılda ülke olarak her alanda gelişmek için ve liderlik edebilmek için bu becerilerden yararlanılması gereğini ortaya koymaktadır.

Bunlardan en önemlisi **STEM** eğitimi olarak nitelendirilmektedir. **STEM** eğitimi disiplinler arası ve uygulamaya yönelik yaklaşımı içeren fen, teknoloji, mühendislik ve matematik gibi dört önemli disiplinin birbirleriyle entegrasyonunu hedefleyen bir öğretim sistemidir.

Geçmişte ve günümüzde insanın yaşam içinde kendisiyle, çevresiyle ve kurumlarla ilişkilerini inceleyen birçok disiplin bulunmakta, bu disiplinler de genel olarak sosyal, sağlık, fen ve eğitim bilimleri vs. adı altında toplanmaktadır. Meslek grupları arasında etkili iletişimin artırılması, multidisipliner, interdisipliner ve transdisipliner modellerin oluşturulması ve çalışma politikalarında yapılacak düzenlemeler, son yıllarda en çok çalışılan konulardan birisini oluşturmaktadır.

Disiplinler arası yaklaşım Jacobs'a (1989) göre; "Bir temanın, kavramın, problemin incelenmesi için, birden fazla disiplinin yöntem ve bilgisinden yararlanan program anlayışı", Erickson'a (1995) göre; **"Farklı disiplinlerdeki kavramların kavramsal bütünleşmesi",** Yıldırım'a (1996) göre; **"Geleneksel konu alanlarının belirli kavramlar etrafında anlamlı bir biçimde bir araya getirilerek sunulması"** olarak tanımlamıştır. Lake (1994), genel olarak disiplinler arası yaklaşımla ilgili verilen tanımların hepsinde:

- Konuların birleştirildiği,
- Planlara önem verildiği,
- Ders kitaplarının ötesinde kaynakların kullanıldığı,
- Kavramlar arasında ilişki olduğu,
- Konuya ait ünitelerin kullanıldığı,
- Programların esnek tutulduğunu bildirmektedir.

İnterdisipliner yaklaşım; ortak bir konuda, belirli disiplin bilgisine farklı disiplinlerin katkıda bulunmasıdır**. Disiplinler sınırlarını zorlar ve karşılıklı bir etkileşim içine girerler. Multidisipliner yaklaşım; Ortak bir konuda, herkesin bir diğerinin ne yaptığı ile ilgilenmesine gerek kalmadan kendi işini yapmasıdır*.

Transdisipliner yaklaşım; Farklı disiplinlerdeki uzmanların hepsinin bir sorun ya da çözümlenmesi gereken bir durum karşısında ortak kesişen noktaların belirlenmesi ve kendilerine uygun çözümleri ortaya koymalarıdır.

Spor ve diğer bilim dalları, son yıllarda birbirinden ayrılmayan muhteşem gruplar olarak hayatlarına devam etmektedir. Bir çoğumuz günlük hayatta çeşitli sporlarla uğraşırız. Globalleşen dünyada spor bir endüstri haline gelmiştir. Spor ürünlerinin geliştiricileri de her daim daha iyi ürünü sporcuya sunmalıdır. Aksi halde başarı rakibin ellerinin arasına kaçır. Rekabetten oluşan ortamdan yararlanan firmalar, teknolojilerini geliştirerek sporculara daha iyisini sunmayı görev edinmişlerdir. Günümüzde kullanılan; Akıllı stadyumlar, akıllı spor salonları, performansı artırıcı spor malzemeleri ve antrenman sistemleri sporcuların performansını olumlu yönde etkilemektedir.



Kaynaklar

1. Devecioğlu, S., & Altıngöl, O. (2011, May). Spor teknolojilerinde inovasyon. In 6th International Advanced Technologies Symposium (LATS'11), Elazığ (16-18 Mayıs) (pp. 46-49).
2. Ellis, M. J., Cordingley, D., Girardin, R., Ritchie, L., & Johnston, J. (2017). Migraine with aura or sports-related concussion: case report, pathophysiology, and multidisciplinary approach to management. *Current sports medicine reports*, 16(1), 14-18.
3. Işıkgöz, E. (2015). Beden Eğitimi Ve Spor Öğretmenliği Bölümü Öğretmen Adaylarının Bilgi Ve İletişim Teknolojilerine Yönelik Tutumları: Batman Üniversitesi Örneği.
4. McCrory, P., Meeuwisse, W., Dvorak, J., Aubry, M., Bailes, J., Broglio, S., ... & Davis, G. A. (2017). Consensus statement on concussion in sport—the 5th international conference on concussion in sport held in Berlin, October 2016. *Br J Sports Med*, bjsports-2017.
5. Reilly, T., Williams, A. M., Nevill, A., & Franks, A. (2000). A multidisciplinary approach to talent identification in soccer. *Journal of sports sciences*, 18(9), 695-702.
6. Sorkkila, M., Aunola, K., & Ryba, T. V. (2017). A person-oriented approach to sport and school burnout in adolescent student-athletes: The role of individual and parental expectations. *Psychology of Sport and Exercise*, 28, 58-67.
7. Tercan, H., & Bıçakçı, M. Y. (2016). Sağlık Bilimlerinde Transdisipliner Yaklaşım İçerisinde Çocuk Gelişimcinin Rolü. *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3, 156-178.
8. Türkmen, M., & Mutlutürk, N. (2014). Spor Malzemelerinde Nano-Teknoloji Kullanımı Ve Performansa Katkısı. *International Journal of Social Science Research*, 3(1).

İKLİM POLİTİKALARI VE KOOPERATİFLERİN ROLÜ ÜZERİNE

Hasan YAYLI*

1992 yılında Rio zirvesinde imzalanan İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nin hayata geçirilmesinde kullanılan uygulama araçları arasında yer alan Kyoto Protokolünün süresinin dolmasına karşın küresel düzeyde işbirliği esasına dayanan devam anlaşması ancak 21. Taraflar Toplantısı'nın düzenlendiği Paris'te, üzerinde uzlaşılan bir anlaşmaya dönüştü. 12 Aralık 2015'te Paris İklim Zirvesi'nin sonunda 195 ülkenin katılımıyla kabul edilen Paris İklim Anlaşması, 22 Nisan 2016'da aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 175 ülke tarafından imzalandı ve formalite süreçleri tamamlandı. Anlaşmanın temel hedefi; yüzyılın sonunda taraf ülkelerin ulusal katkı beyanlarında yer alan emisyon azaltım adımlarıyla küresel sıcaklık artışını 2 derecenin kayda değer şekilde altında tutmayı başarmak, mümkünse 1,5 derecede sınırlamak ve 2050 itibarıyla tüm gezegende karbon-nötr hedefine ulaşmak olarak ifade edilebilir.

Küresel sıcaklığın 2 derecede tutulması ile 1,5 derecede tutulması arasındaki farkın ne olacağına ilişkin geliştirilen simülasyonlarda 2 derecelik bir küresel sıcaklık farkının sel riskini yüzde 170 artıracığı, şiddetli sıcaklığa maruz kalacak nüfusun 410 milyon olacağı ve aşırı sıcak hava dalgalarından etkilenen nüfusun toplam nüfusa oranının yüzde 28 olacağı yönündedir. Şayet küresel sıcaklık artışı 1,5 derecede tutulabilir ise sel riskinin yüzde yüz oranında artması beklenmekte, şiddetli sıcaklığa maruz kalacak nüfus 350 milyon kişi olarak öngörülmekte ve nüfusun yüzde 9'unun aşırı sıcak hava dalgasından etkilenmesi beklenmektedir. Ayrıca her yarım derecelik sıcaklık artışının tarımsal üretim üzerindeki etkisi de olumsuz düzeyde gerçekleşecektir. Tüm bu beklentilerin insanlık için birçok olumsuz sonuçlar doğuracağını öngörmek kehanet olmayacaktır.

Her şeyden önce karşı karşıya olduğumuz en önemli risk, küresel düzeyde sıcaklık artışlarının sonucunda yaşanan iklim değişikliğinin bazı coğrafyalarda yaşam koşullarını olumsuz yönde etkileyeceği ve bu olumsuzluğun iklim göçlerini doğuracağı gerçeğidir. Bu çerçevede etkilenecek nüfusun bir milyarı bulacağı yönündeki hesaplamalar özellikle yeni bir uluslararası göç dalgasını

* *Prof.Dr. Kırıkkale Üni. İİBF SBKY Öğretim Üyesi, hyayli@hotmail.com*



doğurabilecektir. İstikrarsızlaşan iklim nedeni ile mevcut yaşam çevresini terk etmek zorunda kalacak bu yeni göçmenler için hedef ülke ya da transit ülke olarak görece daha istikrarlı bir iklime sahip olacağı öngörülen ülkelerin hedefleneceği de açıktır. Bu çerçevede özellikle bu tür bir göçten birincil düzeyde etkilenme potansiyeli taşıyan Türkiye gibi ülkelerin iklim değişikliği ile mücadele politikalarına yönelik yatırım yapmaları ve küresel düzeydeki işbirliklerine daha aktif olarak katılmaları gerekmektedir.

İklim değişikliğinin temel sebebi olarak görülen ve sera etkisi yaratan emisyonların azaltılması ile küresel düzeydeki sıcaklık artışının kontrol edilebileceği öngörülmektedir. Bu öngörünün gerçekleşmesi için ise yapılması gereken en önemli uygulama, karbon salınımlarının kısa vadede azaltılması ve en nihayetinde nötr hale gelmesinin sağlanması olarak belirtilmektedir. Bu tür bir stratejinin akla gelen ilk uygulaması ise anlaşmaya taraf ülkeler için zorunlu emisyon azaltım hedefler/yükümlülükleri koyulması olarak beklense de Paris İklim Anlaşması taraf ülkelerden bir taahhüt beklememektedir. Anlaşma taraf ülkelerin ne zaman ve ne kadar sera gazı azaltım taahhüdünde bulunacağına kendilerinin karar verdikleri ve bu kararlarını ulusal katkı beyanlarıyla İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Sekretaryasına iletmeleri esasına dayanan bir uygulama içermektedir. Dolayısı ile Paris Anlaşması, ülkelerin kendi şartlarına göre hazırladıkları beyanlarını **(Ulusal Katkı Beyanı)** baz alıyor ve ülkeleri her beş yılda bir bu beyanlarını iyileştirmeye davet ediyor. Taraf ülkelere emisyon azaltım yükümlülüğü yüklenmesi esasına dayanan Kyoto Protokolünün başarısızlığı Paris İklim Anlaşması'nın daha esnek mekanizmalar içermesini ve farklılaştırılmış yükümlülükler esasına dayanan yeni bir işbirliğini doğurmuştur. Anlaşmaya göre ülkelerin emisyon salım düzeyleri ve taahhütleri takip edilerek performansları uluslararası kamuoyu ile paylaşılacak ve böylece de küresel ölçekte *"beklenen işbirliğini yeterli düzeyde katkı sağlamayan ülke"* gibi olumsuz betimlemelerle ülkelerin işbirliğine zorlanacağı beklenmektedir. Geleceğin dünyasının *"yeni dünya düzeninin"* karbonsuz bir dünya olarak öngörüldüğü bir gerçektir. Zira küresel emisyonların yüzde ellisinden sorumlu olan **Çin, ABD, AB ve Hindistan** gibi ülkeler dahi emisyon salımlarında geleceğe yönelik azaltım taahhütlerinde bulanmaktadır. **AB** 2030 yılına kadar emisyonlarını yüzde 55 azaltmayı taahhüt ederken **ABD** 2050 yılında, Çin ise 2060 yılında karbon-nötr hedefini açıklamış durumdadır. Bu göstergelerden hareketle geleceğin dünyasında önemli bir insani kalkınmışlık göstergesi olarak yer alacak olan *"karbon"* düzeyinin nötr hale getirilmesi hedefi Türkiye için 2053 olarak belirlenmiştir. Bu hedefe ulaşmak için geliştirilecek program ise *"yeşil kalkınma devrimi"* olarak isimlendirilmiştir.

Türkiye'nin **BM** Sekretaryası'na sunulan Niyet Edilen Ulusal Katkı Beyanı'nda, 2012 yılında 430 milyon ton olan toplam sera gazı emisyonlarının azaltım önlemleri ile 2030 yılında 929 milyon tona kadar çıkarılabileceği belirtilmişti. Başka bir deyişle Türkiye sera gazı emisyonlarını azaltma taahhüdü vermemiş, iki katından fazla artırabileceğini ifade etmiştir. Türkiye bunu yaparken, eğer hiç önlem alınmazsa emisyonlarının 2030'da 1 milyar 175 tona çıkacağını, verilen beyanla bu miktarın 929 milyon tonda tutulacağını ifade etmektedir. Bu beyanını da *"artıştan yüzde 21 oranında azaltım"* olarak tanıtmaktadır. Türkiye'nin resmi planlarında 2030 sonrasındaki dönemde de sera gazı emisyonunu azaltmaya yönelik bir hedefi bulunmamakla birlikte son dönemde ortaya koyulan politika değişiklikleri ile 2053 yılı için belirlenen karbon-nötr hedefine ulaşmak adına yeni düzenlemeler ve hedeflemelerin ortaya koyulacağı beklenebilir.

Türkiye Paris İklim Anlaşmasını imzalamış olmasına karşın uluslararası anlaşmaların yürürlüğe girme koşullarından biri olan **TBMM**'nin uygun bulması prosedürünü yerine getirmemiştir. Bir yandan **AB** ve **ABD**'de yeşil mutabakat olarak formüle edilen ve genelde tüm ekonomik kalkınmaya yönelik hedefler ve uygulama araçları içeren politikaları kapsayan uygulamaların yaygınlaşması, özelde de 2050 karbon-nötr hedefine odaklanan uygulamaların yaygınlaşmasına yönelik taahhütlerin artması ile Türkiye de bu sürecin dışında kalamayacağını görmüş ve Paris İklim Anlaşması'nın yürürlüğe girmesine yönelik iradesini önce BM toplantısında Cumhurbaşkanı aracılığı ile beyan etmiştir. Ayrıca Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 27 Eylül'deki kabine

toplantısının ardından ‘Yeşil Kalkınma Devrimi’ başlatacaklarını duyurmuş ve ‘Yaşadıkları yerler su altında kalacak milyonlarca insan her geçen yıl bu hakikatle yüzleşmek zorunda kalacaktır. Bizim böyle bir sürecin dışında kalmamız düşünülemez.’ ifadelerini kullanmıştı. Öncesinde **BM** genel kurulunda da ortaya koyulan taahhüde dayanarak da Paris Anlaşması **TBMM**'de uygun bulunarak 7 Ekim 2021 tarihli resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiş bulunmaktadır.

Anlaşma özünde iklim değişikliğinin en önemli sebebi olarak görülen sera etkisi yaratan emisyonların sınırlandırılmasına odaklanmaktadır. Bu çerçevede özellikle karbon temelli fosil yakıt kullanımının azaltılması ve daha çok yenilenebilir enerjiye dayanan bir enerji politikasının öncelenmesi gerekliliği temel strateji olarak ortaya çıkmaktadır.

TÜİK'in paylaştığı verilere göre, Türkiye'nin toplam sera gazı emisyonu 2019 yılında 506,1 Mt CO2 eşdeğeri olarak hesaplanmış durumda. Bunun yüzde 72'sini enerji sektörü oluşturuyor. **EPIAŞ** tarafından paylaşılan güncel üretim istatistiklerine göre ise, Ağustos 2021 itibarıyla enerji üretiminin yüzde 30'u kömürden elde ediliyor. Bu istatistik veriler bile tek başına Türkiye'nin Paris İklim Anlaşması hedefleri için çok şey yapması gerekliliğini ortaya koyması bakımından önemlidir. Ancak şu unutulmamalıdır ki *“hiçbir şey yapmamak bir şeyler yapmaktan daha pahalı”* bir tercihtir. Bu çerçevede sürdürülebilir bir ekonomik ve toplumsal kalkınma için insanın doğal çevresi üzerinde tahakküm kurma iradesinden vazgeçerek birlikte yaşama yollarını bulmaya dönük çözüm arayışları içinde olması gerekmektedir.

Araştırmalar, Türkiye'nin aktif bir iklim politikası yürütmesi halinde milli gelirinin yüzde 7 artacağını göstermektedir. Türkiye toplam sera gazı emisyonunun yüzde 72'sini oluşturan enerjide yüzde 70'lerin üzerinde dışa bağımlı bir ülkedir. Türkiye'nin enerjide dışa bağımlılığının temel nedeni de fosil yakıtlardan kaynaklanmaktadır. Zira özellikle petrol ve doğalgazda büyük oranda dışa bağımlı bir ülke olan Türkiye'nin enerji üretiminde yenilenebilir enerji kaynaklarını tercih etmesi birçok noktada ulusal çıkarları ve politika öncelikleri ile de bağdaşmaktadır. Enerji kaynaklarında dışa bağımlılığın azaltılması bir yandan enerji arz güvenliği açısından önemli iken diğer taraftan cari açıkla mücadele açısından önemlidir. Ayrıca enerjide dışa bağımlılığın azaltılmasının dış politikada da daha bağımsız hareket etme imkânı sağlayacağı bilinmektedir.

Türkiye'nin enerji üretiminde fosil kaynaklardan vazgeçerek yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmesinin yukarıda ifade edilen stratejik avantajlarının yanı sıra çevresel güvenlik açısından da ortaya koyulan birçok politika önceliğini de temellendireceği açıktır. Bu çerçevede karbon-nötr hedefine ulaşmak için en önemli sera gazı emisyon kaynağı olan enerjide, sera gazı emisyonlarının kontrol altına alınması gerekecektir. Bu yapılırken takip edilecek yol ise yerli ve milli bir enerji kaynağı olan kömür yerine yenilenebilir enerji kaynaklarının tercih edilmesi olmalıdır. Her ne kadar birincil enerji kaynağı olarak kömürün tercih edilmesi özellikle enerjide dışa bağımlılığın azaltılması için son dönemlerdeki tercihlerden biri olsa da uzun vadeli karbon-nötr hedefine ulaşılması ve geleceğin yeni dünya düzeninin aktif bir paydaşı olmak için kömürün terk edilmesi gerektiği açıktır. Yerli bir enerji kaynağı olarak kömürün sağladığı maliyet avantajının sera gazı emisyonları nedeni ile gelecekte karbon fiyatlamasından dolayı bir avantaj olma niteliğini yitirecek ve bir yük haline gelecektir. Ayrıca en büyük sera gazı emisyonuna sahip fosil yakıt olduğu için de gerek ulusal ve gerek de küresel iklim politikaları ile bağdaşmadığı açıktır.

Türkiye geçmiş yıllarda yenilenebilir enerjinin ilk kuruluş maliyetlerinin çok yüksek olması ve özellikle de güneş ve rüzgar gibi yüksek potansiyelli enerji kaynaklarında “emre amade”lik ilkesinin hayata geçmemesi nedeni ile birincil enerji kaynağı olarak fosil yakıtları tercih etmek yönünde bir politika tercihinde bulunmuştur. Ancak günümüzde gerek yenilenebilir enerji kaynaklarının kuruluş maliyetlerinin azalması ve bu kaynakların kuruluşunda kullanılan teknolojilerin büyük oranda yerleşmesi, diğer yandan da üretilen enerjinin *“emre amade”* olmasını sağlamaya dönük enerji depolama imkânı sağlayacak pil/batarya teknolojilerinde yaşanan gelişim, yenilenebilir

enerji kaynaklarına yönelimi bir tercih olarak artırmıştır. Ancak bu güne kadar bir tercih olan bu politikalar artık bir zorunluluk olarak ortaya çıkmış görünmektedir.

İklim Politikası ve Kooperatifler

Sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutunu oluşturan sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlar aynı zamanda kooperatif sektörünün de üç boyutunu oluşturması bakımından sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin en güçlü paydaşı olma potansiyelini göstermektedir.

İklim değişikliği ile mücadele politikalarında kooperatif işletmelerin son derece güçlü bir paydaş olarak konumlanması politika üreticileri açısından göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur. Zira doğaları gereği, kooperatiflerin üçlü işleve sahip organizasyonlar olduğu bilinmektedir.

Bir ekonomik aktörler olarak kooperatifler iş, geçim ve gelir yaratma fırsatları içerirler.

Sosyal hedefleri olan insan merkezli işletmeler olarak kooperatifler gelir paylaşımındaki yeniden dağıtıcı aktör olarak sosyal eşitlik ve adalete katkıda bulunurlar.

Yönetim sürecinin ortaklar eliyle yürütüldüğü demokratik kurumlar olarak kooperatifler sosyal ve ekonomik hayatın demokratikleşmesine katkıda bulunurlar. Dolayısı ile kooperatifler, sürdürülebilir ve dayanıklı toplumlar inşa etme konusunda güçlü bir deneyime sahiptir.

Örneğin, birçok tarım kooperatifleri, sürdürülebilir tarım uygulamaları yoluyla ürün yetiştirdikleri arazinin ömrünü uzatmak için çalışır. Tüketici kooperatifleri ürünleri için sürdürülebilir kaynakları giderek daha fazla desteklemekte ve tüketicileri sorumlu tüketim konusunda eğitmektedir. Konut kooperatifleri, güvenli ve uygun fiyatlı konutların sağlanmasına yardımcı olur.

Kooperatif bankaları müşterilerine yakınlıkları sayesinde istikrara katkıda bulunur ve yerel düzeyde finansmana erişim sağlar ve uzak bölgelerde bile yaygındır. Kamu hizmeti kooperatifleri ise başta su ve enerji olmak üzere birçok yeni nesil kooperatifçilik uygulamaları ile yerel düzeyde kamusal ihtiyaçların karşılanmasında önemli bir rol üstleniyorlar.

Türkiye'nin 2053 yılı için ortaya koyduğu karbon-nötr politikasının ulaşılabilir bir hedef olarak uygulanması sürecinde önemli bir paydaşının da kooperatifler olarak belirlenmesi gerekmektedir. Bu çerçevede gerek kooperatif strateji belgeleri ve gerekse iklim strateji belgelerinin bu doğrultuda yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Zira kooperatiflerin bu süreçte etkin bir paydaş olarak yer alması kooperatiflerin üstlendiği her üç işlevle de yakından ilgilidir. Bir ekonomik aktör olarak kooperatiflerin enerji, gıda, sağlık gibi alanlarda etkin bir paydaş olması özellikle istihdam oluşturma ve gelir yaratma politikaları için önemli olacaktır. Diğer taraftan yapısı gereği çok ortaklı girişimler olan kooperatifler toplumda gelir dağılımında adaletin sağlanmasına katkı sağlayacağı gibi demokratik yönetim ilkesi ve çok ortaklı yapısı gereği de iklim politikaların toplumsal düzeyde benimsenmesini sağlayacağından uygulanmasını kolaylaştıracaktır. Bu sayede iklim politikası için belirlenen hedeflere erişim daha kolay hale gelecektir.

SIRADIŞI BİR REKLAM POLİTİKASI: ÜRÜN YERLEŞTİRME

Hazal OĞUZ*

Giriş

Şirketlerin farkındalık yaratma adına giderek agresifleŐen reklam politikalarının tüketicilerin reklam kuŐaklarına olan güvenini zedelemesi ve markaya olan sadakatini zayıflatması nedeniyle işletmeler, “ürün yerleştirme uygulamaları” gibi geleneksel reklam kuŐaklarına alternatif yeni ticari iletişim stratejilerine ihtiyaç duymaktadır.

Ürün yerleştirme, temelde farkındalık yaratma ve bunu arttırma çabasına yönelik olarak markaların bir bedel karşılığında çeşitli medya mecralarına yerleŐtirilmesidir. Ülkemizde reklam sektöründe henüz yeni ivme kazanmış bir uygulama olan ürün yerleştirmenin etkileri üzerine gerçeleŐtirilmiş keŐfedici, tanımlayıcı ve deneysel çalışmalar literatürde yer almaktadır. Bu çalışmada ürün yerleştirme kavramının ne anlama geldiği çeşitli tanımlar ve tarifler üzerinden tartiŐılacak, ardından ürün yerleştirme türlerine değinilecek ve ürün yerleştirme kavramının benzer kavramlardan farklılıkları ele alınacaktır.

1. “Ürün Yerleştirme” Ne Anlama Gelir?

20. yüzyılın başında, tesadüfi uygulamalar olarak ortaya çıkan ürün yerleştirme uygulamaları, tüketici tutum ve davraniŐları üzerindeki etkilerinin anlaşılmasıyla birlikte; kitle iletişim araçlarının hızlı ve karmaşık gelişimi karşısında güçsüz kalan geleneksel pazarlama iletişim faaliyetlerine alternatif bir tutundurma faaliyeti olarak dikkat çekmektedir.

Bir pazarlama iletişim stratejisi olarak adlandırılabilcek ‘ürün yerleştirme’ kavramının ortaya çıkış süreci ve tesadüfi doğası gereği tek bir tanımını yapmak mümkün olamamaktadır. Büyük oranda kitle iletişim araçlarının ortaya çıkış ve gelişim süreçleriyle paralel olarak doğmuş ve yaygınlaŐmış

**Ticaret Uzmanı, Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü*

hazal.oguz@ticaret.gov.tr



olması bu durumun en önemli nedenini teşkil etmektedir. Kitle iletişim araçlarının hızlı ve karmaşık gelişim sürecinin 'ürün yerleştirme' faaliyetine yansımaları doğal olarak kaçınılmazdır.

Yine temel amacı, tüketiciye mesaj vermek ve marka hakkında farkındalık yaratmak olduğundan, firmaların, bu amaç doğrultusunda kitle iletişim araçlarıyla birlikte faaliyetlerini gerçekleştirebileceği diğer uygun mecraların geçmişte ve günümüzde kullanılıyor olması da ürün yerleştirmenin kavramsal çerçeveye oturması süreç içerisinde farklılık göstermesine yol açmıştır. Bu bölümde iletişim ve pazarlamanın gri alanlarından biri olarak kabul edilen 'ürün yerleştirme' kavramının netleştirilmesine yönelik olarak geçmiş uygulamalar ve güncel örnekler çerçevesinde tanımlamalara yer verilecektir.

Bu alanda yapılan çalışmaların ilk örneklerinden birini gerçekleştiren Nebenzahl ve Secunda (1993), ürün yerleştirme kavramını, **"tüketici ürün ya da hizmetlerinin büyük Hollywood stüdyoları tarafından peşin ücretler veya pazarlamacıların reklam programlarında, filmlere yönelik karşılıklı tutundurma çabasında bulunması karşılığında, sinema salonlarına dağıtımı yapılan uzun metrajlı filmlere dahil edilmesi"** olarak tanımlamıştır (Tokgöz, 2009).

Yapılan tanımda, ürün yerleştirme uygulamalarının ilk ve en yaygın örneklerinin Hollywood sinema endüstrisi içerisinde görülmesine paralel olarak, ürün yerleştirme faaliyetlerinde kullanılan kitle iletişim araçları yalnızca sinema mecrası ile sınırlandırılmış bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, ürün yerleştirme uygulamalarının, reklam amacıyla yapılan bilinçli bir pazarlama faaliyeti olduğu ve ücret karşılığında yapıldığı üzerinde durulmuştur.

Balasubramanian (1994)'a göre ürün yerleştirme, **"markalı bir ürünün sinema filmlerine veya televizyon programlarına planlı ve göze çarpmayan girişleri yoluyla sinema veya televizyon izleyicilerini etkilemeyi amaçlayan ücretli bir ürün mesajıdır"**. Nebenzahl ve Secunda (1993) tarafından yapılan tanımdan farklı olarak, televizyon programları da tanıma dahil edilmiş; ürün yerleştirme uygulamalarının gerçekleştirilebildiği mecralar genişletilmekle birlikte; tüketici tutum ve davranışları üzerinde oynadığı rol vurgulanmıştır (Chan, 2012:39-60).

Kullanılan kitle iletişim araçlarında sınırlama yoluna gitmeyen Karrh (1998) ise ürün yerleştirmeyi, markalı ürünlerin ya da marka tanımlayıcılarının işitsel ve/veya görsel araçlar yolu ile kitle iletişim ortamlarına bir ücret karşılığında dahil edilmesi" olarak tanımlayarak; bu alanda en geniş tanımlamayı yapan araştırmacılardan biri olmuştur (Chan, 2012:39-60).

Ürün yerleştirme de kullanılan teknikler arasında. Öyle ki 1965'li yıllara bakıldığında herhangi bir tüketici reklamların %34'lük kısmını hatırlayabilirken, bugün sadece %2.21'lik bir bölümünü hatırlayabilmektedir. Verilerden de anlaşılacağı üzere günümüzde artık beyinlerde yer etmek zorlaşmıştır. Ancak zekice planlanmış reklamlarla tüketicinin uzun süreli belleğinde yer edinmek mümkün.

1990'lı yıllarda yapılan tanımlarda ağırlıklı olarak mecra sınırlandırılmasına gidilmiş; ancak, 2000'li yıllara gelindiğinde, kitle iletişim araçlarının çeşitlilik göstermesiyle birlikte, ürün yerleştirmenin kavramsal çerçevesi yeniden şekillenmiş; mecraların sınırlandırılmaması yönünde bir yaklaşım sergilenmiştir.

Örneğin; Schneider ve Cornwell (2005) tarafından, Balasubramanian'ın 1994 yılında ürün yerleştirmeye ilişkin yaptığı tanım, sadece belirli medya mecralarını, filmler ve televizyon programlarını ilgilendirmesi; bilgisayar oyunları, romanlar ya da müzik videolarını dışarda bırakması nedeniyle eleştirilmektedir. Ayrıca tarafların, takas anlaşmaları gibi, finansal olmayan benzeri anlaşmaları göz ardı etmesi ve sadece belli bir ücreti barındıran ürün yerleştirme uygulamalarını içermesi nedeniyle tanımı sınırlı bulmaktadır (Reijmersdal and Neijens, 2009:429-449).

Ürün yerleştirme günümüzde artık bir marka için çok önemli bir yer tutmaktadır. Markanın tanıtımı, tüketiciye ulaştırılması açısından başarılı ürün yerleştirmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Tüketicinin algısına odaklanarak onunla iletişime geçmesidir. Bu iletişim yapılırken ürün hakkında düşüncelerde olumlu fikirler oluşmasıdır. Ayrıca markanın hedef kitlesine her zaman hitap etmesi ve kendini anlatması gerekmektedir. Bu ancak hedef kitleye anlamlı çağrışımlar yapan mesajların iletilmesiyle mümkündür.

2. Ürün Yerleştirme Türleri

Ürün yerleştirme stratejilerine yönelik ilk sınıflandırmalardan biri Oliver (1986) tarafından ileri sürülmüş olan “**yaratıcı yerleştirmeler**” ve “**doğal ortamında (set üzerinde) yerleştirmeler**” şeklindeki sınıflandırmadır (Johnstone ve Dodd, 2000, s:143). Yaratıcı yerleştirmeler, dolaylı olarak filmin içine dâhil olan markalar iken; set üzerinde yerleştirmelerde ürünün, doğal ortamı içerisinde yer alması hedeflenir

Diğer yandan, Gupta vd. (2000, s:41-42) ürün yerleştirmeleri, film prodüksiyonu içerisinde fiziksel olarak yer alan “**gerçek yerleştirmeler**” ve çekim esnasında o sahnede bulunmayan bir ürünün, montaj sırasında kurguya dâhil edildiği “**sanal yerleştirmeler**” olarak iki başlık altında sınıflandırmıştır. Sheehan ve Guo (2005, s:80-82) ise ürün yerleştirmeleri, reklam verenlerin kontrol düzeyi ve markanın konu ile bütünleşme seviyesi olarak iki boyutta ele almış ve dört tip ürün yerleştirmenin varlığından söz etmiştir:

- **Geleneksel ürün yerleştirme:** Markaların, sinema filmleri ya da televizyon programlarında sahne dekoru içerisinde kullanıldığı yerleştirme türüdür.
- **Geliştirilmiş ürün yerleştirme:** Ürün ve hizmetler, hikâye içerisinde önemli bir yere sahiptir.
- **Ürün entegrasyonu:** Bir markanın, film ya da televizyon programının pek çok sahnesinde sürekli olarak kullanıldığı, film ya da programın olay örgüsü ile bütünleştiği yerleştirme türüdür.
- **Ürün özümseme:** Markanın film ya da televizyon programının konusu haline gelmesidir. Marka gizlenmeye gerek duyulmaksızın, iletişimin öncelikli mesajı olarak sergilenmektedir.





3. Ürün Yerleştirme Kavramının Benzer Kavramlardan Farklılıkları

• Örtülü Reklam

Reklamın görsel ve işitsel unsurlar taşıyan bir iletişim aracı olmasının ötesinde, tüketici haklarını doğrudan ilgilendiren ekonomik sosyal ve kültürel bir olgu olması nedeniyle; mesajı algılayan hedef kitleler tarafından reklamın '**reklam**' olduğunun anlaşılması vazgeçilemez unsur olarak kabul görmüştür. Çünkü reklamın fonksiyonları hedef kitleye bir bilgi aktarımı ile sınırlı olmayıp; reklamlar herhangi bir ürün veya hizmetin satın alınmasına yönelik teşvik etme işlevi gördüğü için tüketici çıkarlarının doğrudan etkilenmesi söz konusu olmaktadır.

Örtülü reklam, **"yayıncı tarafından reklam yapma maksadıyla, malların, hizmetlerin, ismin, ticari markanın veya üretici veya hizmet sağlayıcının faaliyetlerinin, para karşılığı veya benzer sebeplerle, programlarda logo, ticari unvan, tescilli marka, görüntü, sözlü ifade veya bunları çağrıştırabilecek imalar yoluyla tanıtımı"** olarak tanımlanmıştır (İnal ve Baysal, 2008). Yapılan tanımda örtülü reklam yapma tekniği ifade edilmekle birlikte, reklam yapma iradesinin bulunmasına rağmen; reklamın üstü kapalı bir şekilde yapıldığına değinilmemiştir. Buna göre, diğer bir deyişle örtülü reklam, **"reklamın basın malzemesi olarak objektif bir bilgi görünümünde sunulmasıdır."** (Narinova, 2012).

İşletmeler, satışlarını arttırmak gibi mesleki veya ticari beklentilerinin yanı sıra, geleneksel reklam metotlarına duyulan güvenin azalması ve tütün ürünleri, alkollü içecek ve ilaç reklamı gibi, reklamı yapılmasında hukuki engeller bulunan belirli ürünlerin tanıtımını gerçekleştirmek, **RTÜK** payını ve vergilerini ödemekten kaçınmak gibi pek çok gerekçe ile reklam verenler örtülü reklama yapma eğilimi göstermektedirler (Gürbüz ve Aktekin, 2009:41-56).

• Program Desteklemesi (Sponsorluk)

Genellikle, spor, sanat, kültür gibi toplumsal alanları ilgilendiren konularda, destek olma, biçiminde ortaya çıkan sponsorluk anlaşmaları, sosyal sorumluluk anlayışına hizmet etmesinin yanı sıra, bir yandan sponsor firmanın iletişim hedeflerine ulaşma çabasını, öte yandan da sponsor olunan faaliyetin sağladığı finansal katkısı buluşturması açısından ivazlı bir sözleşme olarak kendisini göstermektedir. Barry Ball tarafından bir halkla ilişkiler aracı olarak sponsorluk, karşılıklı olarak kabul edilmiş ticari faydaları sağlamak amacıyla bir bireyi, organizasyonu, olayı ya da faaliyeti desteklemek için ticari bir kuruluş ya da hükümet tarafından aynı ya da nakdi destek sağlamak olarak tanımlanmıştır (Okay, 1998).

Sonuç

Reklam sektörünün gelişimi ve değişimi ile birlikte ürün yerleştirme uygulamaları pazarlama iletişimi stratejisi olarak daha yoğun bir şekilde uygulama alanı bulmaktadır. Bunun yanı sıra, bir pazarlama iletişimi stratejisi olarak ürün yerleştirmenin, halk ya da tüketici tarafından nasıl algılandığı ve bu algılamaların davranışa yönelik etkisinin açıklanması reklam verenler ve üretici firmalar için önemli hale gelmektedir.

Bu şekilde, hedef kitleye yönelik daha verimli iletişim çabaları geliştirilebilir ve söz konusu stratejilerin uygulanması ile kazanılacak potansiyel müşteriler hakkında detaylı bilgi edinilebilir.

Kaynakça

Balasubramanian, S. K. (1994). Beyond Advertising and Publicity: Hybrid Messages and Public Policy Issues. *Journal of Advertising*, 23(December), 29–46

Chan, F.F.Y. (2012) Product placement and its effectiveness: a systematic review and propositions for future research. *Marketing Review*, 12 (1), 39-60

Gupta, P.B. ve Gould, S.J. (1997). Consumer Perceptions of the Ethics and Acceptability of Product Placement in Movies: Product Category and Individual Differences. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 19(1), 37-50.

Gürbüz, B. Aktekin, B. (2009). Türkiye’de örtülü reklamlar ve uygulamadaki durum. *Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi*, 9 (9), 41-56.

İnal, E. ve Baysal, B. (2008). Reklam Hukuku ve Uygulaması. İstanbul: On İki Levha Yayınları.

Johnstone, E. ve Dodd, C.A. (2000). Placements as Mediators of Brand Salience within UK Cinema Audience. *Journal of Marketing Communications*, 6(3), 141-158.

Karrh, J. A. (1998) Brand placement: a review *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 20(2): 31-49.

Narinova, V. (2012) Kırgızistan Kitle İletişim Araçlarındaki Örtülü Reklam –Ürün Yerleştirme: Uygulamalı bir çalışma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Nebenzahl, I.D. ve Secunda, E. (1993). Consumers’ Attitudes Toward Product Placement in Movies. *International Journal of Advertising*. January, 1–11.

Okay, A. (1998). Halkla İlişkiler Aracı olarak Sponsorluk. İstanbul: Epsilon Yayınları.

Oliver, B. (1986).“The Latest Screen Stars. *Marketing*, (March), s:38-39.

Reijmersdal, E.V. Neijens, P. Smit, E.G. (2009). A new branch of advertising reviewing factors that influence reactions to product placement. *Journal of Advertising Research*, December, 429-449

Schneider. L.P. ve Cornwell, T.B. (2005). Cashing in on crashes via brand placement in computer games: the effects of experience and flow on memory. *International Journal of Advertising*, 24(3), 321–343.

Sheehan, K.B. ve Guo, A. (2005). Leaving on a (Branded) Jet Plane: an Exploration of Audience Attitudes Towards Product Assimilation in Television Content. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 27(1), 79-91.

Tokgöz, A. (2009). Tüketicilerin sinema filmlerinde ürün yerleştirmeye yönelik tutumları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi.

YENİ TİCARET MODELİ E-TİCARET

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9289-5432>

Selen BİTKİN*

Giriş

Dijital teknolojinin büyük bir hızla yaşamımıza girmesi kullandığımız cihazları ve iletişim kurduğumuz mecraları değiştirmiştir. Geleneksel ticaretin pazar yeri tanımı internetin de yaygınlaşmasıyla sanal ticarete doğru evrimleşmeye başlamıştır.

Özellikle tüketici tarafından alışveriş alışkanlıklarımızın değişimini çok net bir şekilde görebilmekteyiz. Dijital dünyanın nimetlerden faydalanmak isteyen işletmeler artık ticareti sanal ortamlardan yürütmektedir.

En basit ve açık haliyle e-ticaret; internet üzerinden mal ve hizmet alım satımı olarak tanımlanabilmektedir. E-ticaret sayesinde günümüzde hepimiz, bulunduğumuz yerlerde alışveriş yapabilmekteyiz.

Şirketler ise belki de hiç yüz yüze gelmeyecek bir ülkedeki bir müşteriye çok rahat bir şekilde ulaşım, sipariş alabilmektedir.

E- ticarete amaç yalnızca hızlı ve kolay ulaşım değil ayrıca üretimden tedarige tüm süreçlerdeki kişilerle iletişimi ve ilişkileri sağlıklı yürütmektir. Yeni nesil pazar yeri olan alışveriş siteleri X, Y, Z tüm kuşakların yer aldığı küresel bir yer haline gelmiştir.

COVID-19 pandemisiyle e-ticaret hacminde büyük gelişmeler e-ticarete ciddi oranda sıçramalar yaşatmıştır.

Bu yükselişler göz önünde bulundurulduğunda birçok kavram da literatürde yer almaya başlamıştır. Araştırma ve analizlerin yapılacağı yeni bir alan haline gelmiştir.

**Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Uzmanı,
selenbitkin@gmail.com*

E-Ticaret Kavramı

Ülkemizde ise e-ticaret, 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda “fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrimiçi iktisadi ve ticari her türlü faaliyet” olarak tanımlanmaktadır (*Ticaret Bakanlığı, 2019*).

Kıyası e-ticaret geleneksel ticaret yöntemlerinin internet ya da mobil platformlarda gerçekleşmesine verilen isimdir.

E-ticarete ürünlerin satışı, dağıtımı, ödemesi ve reklam süreçleri internet üzerinden gerçekleştirilmektedir (*URL 1*).

Tanımlardan sadece alıcı ile satıcı arasındaki ilişkiler kastedilmemekte aynı zamanda oldukça geniş ve çok yönlü ticari işlemleri de kapsamaktadır.

Nihayetinde ticari sonuçları da beraberinde getiren ve destekleyen eğitim, tanıtım, reklam, kamuoyunu bilgilendirme amacıyla elektronik ortamdan yürütülen çalışmaların bütünü olarak ifade edilmektedir. E-ticaret ile yürütülen faaliyetleri doğrudan ve dolaylı olarak ikiye ayrılmaktadır (*Canbolat, 2001: 14*).

- Doğrudan e-ticaret yönteminde, sanal olarak da adlandırılan gayri fiziki mal ve hizmetlerin siparişi, teslimi ve bedelinin ödenmesi yine elektronik ortamda, on-line olarak gerçekleştirilmektedir.
- Dolaylı e-ticaret yönteminde, malların siparişi elektronik ortamda verilmekle birlikte, teslimat işlemleri geleneksel yollarla yapılmaktadır.

Geleneksel Ticaret ile E-Ticaret Arasındaki Farklar

- E- Ticaret kelimesinin hayatımıza girmesi geleneksel ticarete yaşanan zorluklar ve internetin hayatımıza girmesiyle şekillenen bir olgudur. Söz konusu sektörler aralarında ciddi oranda farklılaşmaktadır. Bu farklar şöyledir (*URL1*);
- Geleneksel ticarete yapılan işler itibarıyla bir zaman dilimine sığdırılmak zorundadır. E- ticarete ise zaman ve mekan kavramlarından tamamen bağımsızdır.
- Geleneksel ticarete özel gün, resmî tatiller ve hafta sonlarında hizmet verilmezken e ticarete böyle bir sınır söz konusu değildir.
- Geleneksel ticarete alım- satım işlemlerinde alıcı ile satıcı bir aradadır ve iletişim halinde olmaktadır. E ticarete sadece sitede ürünleri, ürün yorumlarını veya fotoğraflar ve videoları incelemek iletişim için yeterlidir. Hatta yapılan yorumlar sayesinde satın almalar daha kolay olmaktadır.
- Geleneksel mağazacılıkta genel yönetim giderlerine katlanmak zorundayken; kira, elektrik, su, aidat, vb. E-ticarete bu zorunluluk ortadan kalkmaktadır.
- Geleneksel ticarete yalnızca lokasyon bazlı bir ticaret söz konusuyken e-ticarete dünyanın bir ucuna ürünler satılabilmektedir.
- E-ticaret firmaları geleneksel ticarete göre daha fazla reklam ve pazarlama çalışması yapmakta ve böylece fiziksel mağazalardan daha çok satış yapma imkânı yakalanmaktadır.

E-Ticaretin Sağladığı Avantajlar ve Yarattığı Dezavantajlar

Geleneksel ticarete göre çok daha avantajla sahip e ticarete duyulan ilgi, satıcıların ve alıcıların söz konusu pazar içerisinde buluşmaya çok daha güçlü oranda etki etmektedir. Her iş sahasında olduğu gibi e-ticaretin de bazı avantajları ve dezavantajları söz konusudur.

E-Ticaretin Sağladığı Avantajlar

Eticaret işletmeler ve müşteriler açısından avantajları şunlardır (*Dijital Benim İşim Projesi, 2021: 208-209*);

- Maliyetleri ucuzdur. İnternet ortamından yapılabilecek içerikler; metinler, resimler, videolar çok daha kolay ve ucuz bir şekilde yönetilmektedir. Dijital ortamdan birbirinden değişik ulaşılabilecek kaynaklar vasıtasıyla zamandan ve maliyetten tasarruf etme imkanı sağlamaktadır. Bu imkanlar ışığında birçok firma uygun rekabet koşullarında büyüme fırsatı yakalayabilmektedir.
- Ulaşılabilen alan genişliği dünya ile sınırlıdır. E- ticaret faaliyetlerini Türkiye'nin bir ucundan; bir yana dünyanın bir ucundan bir ucuna satışlar yapıp ürünler, hizmetler pazarlanabilmektedir. Dolayısıyla buradan da internetin olduğu her yer pazar yeri olarak tanımlanabilmektedir. Üstelik mobil teknolojiler sayesinde bu imkan herkesin cebinde taşıdığı bir yapı haline gelmiştir.
- Aracısız satış yapma imkanı sunar. Markalar, ürünlerin hiçbir aracıya gerek kalmadan tanıtımını ve satışını yapabilir, müşterilerin taleplerini, eğilimlerini, profillerini izleyerek satış stratejilerini geliştirebilirler.
- 7/24 çalışır. İnternet ortamı sanal mağazanızın 365 günü 24 saat satışa hazır olmasını sağlar. Şirket yetkilileri gece uyurken müşterileri siteye girip istedikleri ürünleri satın alıp, ödemelerini gerçekleştirebilirler.

Müşteri açısından avantajları:

- Oturduğumuz yerden tek tuşla alışveriş yapma imkanı sağlar.
- Ürün ya da hizmet ile ilgili fiyat araştırması için sarf edilen emek alım yapmak için harcanan zaman ve ulaşım giderleri ortadan kalkmaktadır.
- Ürün çeşitliliği içinde tercih yapma imkanı sunar.
- Ürünleri karşılaştırma imkanları çok daha geniştir.
- İstenilen ürün hakkında araştırma ve kullanıcı deneyimlerine ulaşmak kolaydır.
- Ürün hakkında birincil ağızdan gerçekçi bilgilere ulaşma imkanı sağlar .

E-Ticaretin Yarattığı Dezavantajlar

Dijital ortamın sağladığı fırsatların yanı sıra yarattığı dezavantajlar da vardır.

Bunlar ise (URL3);

- İnternet alışverişlerinde ürünlerine hemen sahip olunamaz. Müşteriler tarafından görülmeden, dokunulmadan satın almadan dolayı fiziki mağazalara oranla daha az güvenilmesine neden olmaktadır.
- Lojistik aşamasıyla bekleme zorunluluğun ortaya çıkması ve kargo sürecinde yaşanabilecek, hasar hatalı teslimat vb. problemler söz konusu olabilmektedir.
- Pazarda büyük derecede artan rekabete uyum sağlayabilme açısından zorluklar yaşanabilmektedir.
- Müşteriler ile yüz yüze görüşme imkânı olmadığı için satıcıyla müşteri arasında birebir iletişim kurmaktaki zorluklar yaşayabilmektedir. Örneğin ürünle ilgili bir sorun olduğunda yetkili kişiye anında ulaşmak pek mümkün olmamaktadır.
- İnternet siteleri zaman zaman çökebiliyor. İnternet sitelerinin teknik altyapıları yeterli değilse ve düzenli olarak bakımı yapılmıyorsa siteler çökebilir ve bu yüzden de siparişler gecikebilir. Alışveriş yapıldığına dair olan bilgilerde aksaklıklar yaşanabiliyor. Bu durumda da o firmayla telefon ya da e-posta ile irtibata geçip teknik destek almak gerekebiliyor.

E-Ticaret Firmalarının Kullandığı Pazarlama Yöntemleri

E-ticarette işletmeler ürün, hizmet ve kampanyalarını tanıtmak, marka bilinirliğini artırmak ve hedef kitlelerinde yer alan kişilere ulaşmak için tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapması gerekmektedir. En çok kullanılan yöntemler (URL1);

- **Arama Motoru Optimizasyonu (SEO):** İşletmeler belirledikleri anahtar kelimelerle Google'da üst sıralarda yer almaktadır. Üst sırada çıkmak için yapılacak tüm çalışmalar SEO olarak nitelendirilmektedir.
- **Google Ads Reklamları:** Google'da ücretli reklam vermek isteyen işletmeler amaçlarına daha kolay ulaşabilmektedir.
- **Sosyal Medya Reklamları:** Günümüzde sosyal medya platformlarını kullanan milyonlarca kişi yer almaktadır. Bir e-ticaret firmasının hedef kitlesinde yer alan kişilerin büyük bölümü sosyal medya platformlarındadır. Dolayısıyla sosyal medya platformlarında iletişimin ve kampanyaların yürütmesi ve sosyal medya reklamların vermesi ciddi oranda avantaj sağlamaktadır.
- **E-mail Marketing:** Bir işletme ürün, hizmet ve kampanya tanıtımı yapabilmek için hedef kitlesine ya da e-ticaret siteleri üzerinden alışveriş yapan kullanıcılara mail göndererek tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapabilmektedir.
- **SMS Pazarlama:** Firmaların mobil iletişim kanalları ile iletişim yoluyla ulaşılabilen zaman ve mekan dolaylı aktivitelerdir (*Hofacker vd., 2016*).
- **Influencer Marketing:** Pazarlama tekniğinde yeni bir versiyon olan influencer tarafından yapılan pazarlamadır. Belirli bir konu hakkında kanaat önderlerini temsil eder. Sosyal medya fırsatlarını artmasıyla ortaya çıkan ürünleri oluşturduğu ve kendini kabul ettirdiği topluluğa yönelik yaptığı faaliyetlerdir (*Belanche vd, 2021*).
- **İçerik Pazarlaması:** İçerik merkezli bir iletişim olarak da ifade edilmektedir. En basit tabiriyle belirlenmiş hedef kitleye amaçlar dahilinde hedef kitleyi etkileyebilecek yazılı, görsel olarak hazırlanmış her türlü mesajlardır (*Handley ve Chapman, 2015*).

Gelir Arttırma Teknikleri ve Ortaklıklar

E-ticarete uygulanan pazarlama yöntemleriyle beraber işletmelerin geliri arttırmak adına uyguladığı bazı yöntemler bulunmaktadır. Bunlardan bazıları (*Dijital Benim İsim Projesi, 2021: 228-229*);

• Çıkış Işık Kutusu (Exit Light Box)

Dijitalde yer alan müşterileri gerçek müşteriye dönüştürmek birincil ve önemli amaçlardan biridir. E-ticarete karşılaşılabilecek potansiyel müşteriye formu doldurmadan önce sitenize son teklif sunan bir çıkış ışık kutusunu eklenmesi etkili yöntemlerdendir. Bu yöntem müşteriler siteden çıkmadan önce açılır ve kayıt tutarak bu ziyaretçilerin iletişim bilgilerini bırakmalarını sağlar. Ziyaretçiler eğer ilk çıkan ışık kutusunda duracak kadar sizinle ilgileniyorlarsa potansiyel indirimler onları geri getirebilir ve satış sağlayabilir.

• Çapraz Satış Ürünleri (Cross-sell)

İşletme müşterinin aldığı ürünle ilgili aksesuarlara ihtiyacı olacağını veya aynı ürünün daha iyisini satın alacağını bildiğinde ortaya çıkmaktadır. Bu yöntemle mevcut müşteri takip edilerek satış arttırmayı büyük oranda gerçekleştirebilir.

• Gelir Ortakları Bulmak

Bu yöntem ürünün daha fazla kişinin tanınmasına yardımcı olmaktadır. Burada yalnızca satış olduğunda bir ödeme gerçekleştirilir. Komisyon ile çalışan gelir ortakları, elde edilen karların belirli bir yüzdesini vermek suretiyle çalışsa da satıştaki artışlar ile kazançlar daha fazla gerçekleşmektedir.

E-ticaret firmalarının hedeflerine ulaşabilmek ve gelirleri arttırmak adına düzenlediği birçok kampanya türü bulunmaktadır. E-ticarete en çok düzenlenen kampanyalar şunlardır (URL1);

- 3 AL 2 Öde
- X Ürünüden alana y ürününde %10 – 5 TL indirim
- X ürünüden alana z kategorisindeki ürünlerde %10 – 5 TL indirim
- 100 TL üzeri siparişlerde ücretsiz kargo
- Alışveriş Çeki
- Üye olup hediye çeki kazanma
- Havale ile yapılan ödemelerde %5 indirim
- Arkadaşını davet edenlere hediye çeki
- Kasa önü fırsatları

Sonuç

Günümüzde en çok konuşulan kavramların başında globalleşme gelmektedir. En önemli unsurlardan biri de bilgi ve bilgiye kolay ve hızlı ulaşımı sağlayabilmektedir. Rekabetin temel

unsuru ise iletişim ve hızdır. Teknolojik gelişmeler sayesinde işletmelerin ulusal pazarlardan uluslararası pazarlara çıkması çok daha kolaylaşmıştır. Geleneksel işletmelerin yeni ekonomi ve dijital dönüşüm çerçevesinde sürdürülebilirliklerini sağlamaları hususunda dijitalleşmeye yönelmeleri gerekmektedir.

Teknolojinin sağlayacağı kazançlar için yapılması gereken, teknolojinin ve değişimin gerisinde kalmamak, değişimi yaşamak ve öğrenmek gerekmektedir. Rekabetin gün geçtikçe arttığı, ticaretin yeni dünyasında, müşteriye doğru zamanda doğru ürünü sunabilmek, satış fırsatını satışa çevirmek için çok önem taşımaktadır. Müşterinin daha önceki alışverişlerini ve tercihlerini, web sitesinde ve sosyal medyada bıraktığı verileri takip edebilen şirketler, mobil teknolojilerle müşterilerine kendilerine özel anlık teklifler sunarak satışa dönüşüm oranlarını artırmaktadırlar. Ayrıca şunu da unutmamalıyız ki bilgisayarlı etkin kullanabilen, sanal ticaretin kurallarını, ilkelerini ve sınırlarını iyi kavrayan bireyin ülke ekonomisine büyük katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S., (2021), Understanding influencer marketing: The role of congruence between influencers, products and consumers. Journal of Business Research, 132, 186-195.

Canpolat Ö., (2001), E-Ticaret Ve Türkiye'deki Gelişmeler, Yayın No: 89, ISBN 975-6918-59-4

Handley, A., ve Chapman, C.C., (2015), Dijital Çağda İçerik Yönetiminin Kuralları, Mediat – digitalage. İstanbul.

Hofacker, C. F., De Ruyter, K., Lurie, N. H., Manchanda, P., ve Donaldson, J. (2016), Gamification and mobile marketing effectiveness, Journal of Interactive Marketing.

Dijital Benim İşim Projesi, 2021, https://drive.google.com/file/d/1gSzh_Z9ZdZ_-5n1OQTYaD5PH-WjeyXEJ/view?usp=sharing

Ticaret Bakanlığı, 2019, <https://ticaret.gov.tr/hizmet-ticareti/elektronik-ticaret/dijital-ticaret-tanim-ve-kavramlar> 28.02.2021

URL 1 , <https://www.ticimax.com/blog/e-ticaret-nedir-nasil-yapilir> Erişim Tarihi: 27.09.2021

URL 2, <https://www.eticaret.gov.tr/haberler/10040/detay> 28.02.2021 Erişim Tarihi: 28.03.2021

URL 3, <https://www.stockmount.com/e-ticaretin-avantajlari-ve-dezavantajlari-nelerdir/> Erişim Tarihi: 27.09.2021



OYUN TERAPİSİ VE SOSYAL HİZMET

Eda SANCAR*

Giriş

Kitaplar, film/belgeseller, müzeler, yaratıcı dramalar, danslar ve oyunlardan yararlanılan ve sanatın dışavurumcu olma özelliğini barındıran sanat terapisi, terapötik bir süreçtir (Çelikbaş, 2019). Sanat terapisi uygulayıcıları arasında farklı meslek elemanları bulunmaktadır. Sosyal hizmet uzmanları da bu uygulayıcılar arasındadır.

Oyun terapisi çocukların kendilerini ifade etmesini kolaylaştırması ve çocukların iç dünyalarını, travmalarını, bunalımlarını, korkularını anlamak açısından oldukça faydalıdır. Sosyal hizmet mesleğinde oyun terapisi, çocuk müracaatçılarıyla uygulamaların etkililiğinin artırılması ve sağlıklı iletişim kurulması amacıyla kullanılabilir.

Bu çalışmada oyun terapisi ve oyun terapisinin sosyal hizmet mesleğindeki yeri hakkında bilgi vermek amaçlanmıştır.

Oyun Terapisi

Oyun, insanların sevdikleriyle, çevreyle ve kendisiyle nasıl bağlantı kurduğunun ayrılmaz bir parçasıdır. Oyun, hayatın zorlukları için prova olan ve bu zorlukların üstesinden gelmeye yardımcı bir süreçtir (O'Connor, Schaefer, ve Braverman, 2016).

Oyunlar temel olarak 5 grupta toplanmıştır. Bunlar fiziksel oyunlar (**zıplama, toplama, atlama, yakalamacılık, saklambaç gibi fiziksel aktivite gerektiren oyunlar**), nesne oyunları (**çocukların ellerinde sopa, taş, oyuncak gibi nesnelere oynanan oyunlar**), sembolik oyunlar (**dil, kelime, sayı ve müzikle oynanan oyunlar**), dramatik oyunlar (**evcilik, öğretmenlik gibi çocuğun sosyal roller içeren oyunlar**), kurallı spor oyunları, kart oyunları gibi oyunları içeren kurallı oyunlardır (Teber, 2015).

Oyunun hayatta birçok faydası vardır. Oyun eğlencelidir, eğitici, yaratıcıdır. Stres azaltıcı ve olumlu sosyal etkileşimlerle birlikte iletişimi teşvik eder. Çocuklar oyun oynarken hayal

*Karabük Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyal Hizmet Programı

kırıklıklarına tahammül etmeyi, duygularını düzenlemeyi, bir görevde başarılı olmayı öğrenirler. Oyun, çocuklara kendi becerilerinde ustalaşma şansı verir. Çocuklar ihtiyaçlarını paylaşacak kelimeleri olmadığında iletişim kurmak için oyunu kullanabilirler (Schaefer, 2011).

Uluslararası Oyun Terapisi Derneği'ne göre oyun terapisi "Eğitilmiş oyun terapistlerinin, danışanların psikososyal zorlukları önlemesine veya çözmeye uygun düzeyde büyüme ve gelişmeyi gerçekleştirmesine yardımcı olmak için oyunun terapötik güçlerini kullandığı kişilerarası bir süreç oluşturmak için teorik bir modelin sistematik kullanımı" olarak tanımlanmaktadır (Association for Play Therapy, 2021).

Oyun terapisi, çocuklarla iletişim kurmak için oyuncaklar, sanat malzemeleri, oyunlar ve diğer oyun araçlarını kullanıldığı küçük çocuklara rehberlik etme yaklaşımıdır. Çocuklar terapistle iletişim kurmak için oyuncakları, sanatı, hikayeleri ve diğer eğlenceli araçları kullanabilirler. Oyun terapisinde oyun aşağıdakilerin sağlanmasında bir araç olabilir (Kottman, 2011):

- Çocuklarla ilişki kurmak,
- Çocukların dile getiremedikleri duygularını açığa çıkarmalarına yardımcı olmak,
- Danışmanların çocukları ve onların etkileşimlerini anlamalarına yardımcı olmak,
- Kaygı, gerilim veya düşmanlık duygularını yapıcı bir şekilde dışa vurmak,
- Sosyalleşme becerilerini öğretmek,
- Çocukların sınırları test edebilecekleri, kendi davranışları ve motivasyonları hakkında içgörü kazanabilecekleri, alternatifleri keşfedebilecekleri ve sonuçları öğrenebilecekleri bir ortam sağlamak.

Çocuklar dünyalarında neler olup bittiğine dair farkındalıklarını oyun yoluyla iletirler. Oyun terapisinde oyuncaklar çocuğun sözcükleri, oyun ise çocuğun dili (bir etkinlik dili) olarak görülür. O halde, yetişkinler için danışmanlık veya psikoterapi ne ise, oyun terapisi de çocuklar için odur. Oyun terapisinde çocuklara iç dünyalarını ifade etme aracı sağlayan oyunun sembolik işlevi çok önemlidir. Duygusal açıdan önemli deneyimler, oyuncakların sağladığı sembolik temsil aracılığıyla daha rahat ve güvenli bir şekilde ifade edilebilir.

Oyuncak kullanımı çocukların kaygılarını, korkularını, fantezilerini ve suçluluk duygularını aktarmalarını sağlar. Oyun süreci aynı zamanda çocukların gerçekte mümkün olmayan yeni olasılıkları düşünmelerini sağlar, böylece çocukların benlik ifadesini büyük ölçüde genişletir. Bu süreçte çocuklar kendilerince güvendedir çünkü oyun travmatik olay ve deneyimlerden uzaklaşmayı sağlar. Terapist oyun terapisi sürecinde kişisel ve etkileşimli bir şekilde çocuğun dünyasının iç boyutlarını deneyimlemektedir (Landreth ve Bratton, 1999). Oyunun terapötik güçleri aşağıdaki sınıflandırılabilir (Schaefer, 2011):

- İletişim,
- Duygusal düzenleme,
- İlişki geliştirme,
- Ahlaki yargı,
- Stres yönetimi,
- Ego artırma,
- Hayata hazırlık,
- Kendini gerçekleştirme.

Oyun terapisinin, aşağıdaki alanları içeren ancak bunlarla sınırlı olmayan çeşitli çocuk sorunları için etkili bir terapötik yaklaşım olduğu kanıtlanmıştır (Landreth ve Bratton, 1999):

- İstismar ve ihmal
- Saldırganlık ve oyunculuk
- Bağlanma zorlukları
- Otizm
- Yanık mağdurlar
- Kronik hastalık
- İşitme ve fiziksel engelli çocuklar
- Ayrışma ve şizofreni
- Duygusal olarak sorunları olan çocuklar
- Enürezis ve enkoprezis sorunları
- Korku ve endişe
- Yas
- Hastaneye yatış
- Öğrenme zorlukları
- Zihinsel engelli çocuklar
- Okuma zorlukları
- Seçici sessizlik
- Benlik kavramı ve benlik saygısı
- Sosyal uyum sorunları
- Konuşma zorlukları
- Travma

Oyun terapisinin psikanalitik ve Jungian oyun terapisi, çocuk merkezli oyun terapisi, bilişsel-davranışçı oyun terapisi, filial oyun terapisi, ekosistemik oyun terapisi, Theraplay ve kurallı oyun terapisi gibi çeşitleri vardır (O'Connor, Schaefer, ve Braverman, 2016). Oyun terapisi kuramları ise klasik dönem ve modern dönem olarak ayrılmaktadır (Öğretir, 2008):

Tablo 1: Oyun Terapisinde Klasik Dönem Kuramları

Klasik Dönem Kuramları
Fazla Enerji Kuramı (Surplus Energy Theory)
Eğlence Kuramı (Recreation Theory)
Tekrarlama Kuramı (Recapitulation Theory)
Pratik ve Egzersiz Öncesi Kuramı (Practice-Preexercise Theory)
Uyandırma-Değiştirme Kuramı (Arousal Modulation Theory)

Tablo 2: Oyun Terapisinde Modern Dönem Kuramları

Modern Dönem Kuramları
Psikoanalitik Kuram (Psychoanalytic Theory)
Zihinsel Kuram (Cognitive Theory)
Sosyo-Kültürel Kuram (Socio-Cultural Theory)

Oyun Terapisi ve Sosyal Hizmet

Sosyal hizmet mesleği değişen ve gelişen toplum yapısında gerekli olan, temelinde insan haklarını ve sosyal adaleti barındıran bir meslektir. Sosyal hizmet mesleği insan etkileşimlerini arttırmak, sorunları çözmek, sosyal ilişkileri güçlendirmek amaçlarını taşımaktadır. Sosyal hizmetin faaliyet alanında mikro düzeyde bireyler ve bireyin yakın ilişkileri; mezzo düzeyde gruplar; makro düzeyde örgüt, topluluk, devlet ve tüm toplumla yapılan çalışmalar yer almaktadır. Sosyal hizmet uzmanları bu çalışmalarda farklı kuramlar ve müdahale teknikleri kullanmaktadır. Çalışma alanında gençler, yaşlılar, kadınlar, engelliler, çocuklar, sığınmacı ve mülteciler, şehit ve gazi yakınları gibi dezavantajlı bireyler bulunan sosyal mesleğinde sosyal hizmet uzmanları farklı roller üstlenmektedir. Bu roller arabulucu, araştırmacı, savunucu, eğitici, danışman, vaka yöneticisi vb. olarak sıralanmaktadır (*Horejsi ve Sheafor, 2016*).

Sanat terapisi psikologlar, psikolojik danışmanlar, doktorlar, ergoterapistler, sosyal hizmet uzmanları ve bu alanda lisansüstü eğitim almış kişiler tarafından uygulanmaktadır (*Çelikbaş, 2019*). Oyun terapisi çocukların başa çıkmalarına yardımcı olmak için iyi düşünülmüş, felsefi olarak tasarlanmış, gelişimsel temelli ve araştırma destekli bir yaklaşımdır (*Landreth ve Bratton, 1999*). Çocuklar, sosyal hizmet mesleğinde ve oyun terapisinde ortak paydadır. Çocukların kendilerini ifade etmelerini kolaylaştırmak amaçlı oyun terapisi kullanılmaktadır.

Sosyal hizmet mesleğinin gelişen bir dalı olan okul sosyal hizmetinin faaliyetleri düşünüldüğünde de oyun terapisinin önemi kaçınılmazdır (*Ray vd., 2015*). Tıbbi sosyal hizmet açısından bakıldığında ise tıbbi prosedürlerle karşı karşıya kalan çocuklar için oyun terapisi müdahaleleri desteklenmektedir. Çocuklarda kronik hastalık ve engellilik durumları önemli ölçüde stres üretebileceği ve yoğun korkuları tetikleyebileceği için, hastaneye kaldırılan çocukların oyun oynamaya ve neşe duymaya güçlü bir ihtiyacı vardır. Bu noktada çocuklarda oyun, sıkıntılarının panzehiri olabilmektedir (*Weil, 2012*).

Gelişimsel oyun terapisinin çocuk evlerinde kalmakta olan 4-8 yaş grubu çocukların travma sonrası duygusal streslerine olan etkilerinin incelendiği araştırmanın analizlerine göre gelişimsel oyun terapisi programının çocukların travma sonrasında ortaya çıkan stres belirtilerini azaltmada olumlu etkiye sahip olduğu bulunmuştur (*Altun, Demir, ve Ünübol, 2019*). Engelli çocukların kendilerini daha iyi ifade edebilmesini, olumlu benlik kavramının gelişmesini ve sosyal uyumsuzluğun anlaşılabilir giderilmesini sağlama özellikleri olan çocuk merkezli oyun terapisinin sosyal hizmet uygulamaları içinde yer almasıyla müdahalenin etkililiği ve verimliliği artmaktadır. Akranlarından gelişim dönemlerinin özelliklerinde ve gelişim döneminde farklılık gösteren çocuklarla iletişim kurulurken oyundan ne şekilde yararlanılacağı benzer şekilde engelli çocuklarda oyunun nasıl kullanılacağı sosyal hizmet eğitiminin içinde yer alması gereken bir konudur (*Aykara,2017*).

Sonuç

Oyunlar çocukların kendilerini ifade etmesinde kullanılan bir araçtır. Oyunun çocuklar için farklı faydaları ve terapötik güçleri mevcuttur. Oyun terapisi eğitilmiş kişiler tarafından uygulanan terapötik bir süreç olarak görülmektedir. Oyun terapisi uygulayıcılarından biri de sosyal hizmet uzmanlarıdır.

Oyun terapisinde güçlü yönleri dayalı bir bakış açısıyla sosyal hizmet uzmanları her bireyin benzersiz potansiyelini tanır ve danışanların güçlü yönlerini keşfetmek için gizli kaynaklardan yararlanır. Oyun terapisinin sosyal hizmet uzmanları tarafından etkili bir müdahale olarak görüldüğü fakat kullanım oranının az olduğu belirtilmektedir (*Weil, 2012*).



Sosyal hizmet müdahalelerinde etkili ve uygun oyun terapisi kullanımı için oyun terapisi eğitiminin teorik ve pratik çerçevede lisans ve yüksek lisans sosyal hizmet müfredatında yer alması gerekmektedir.

Kaynaklar

Altun, K., Demir, V., & Ünübol, H. (2019). Gelişimsel Oyun Terapisinin Çocuk Evlerinde Kalmakta Olan 4-8 Yaş Grubu Çocukların Travma Sonrası Duygusal Streslerine Olan Etkileri. *International Journal Of Social Science*, 2(2), 35-46.

Association for Play Therapy (2019). What is play therapy?. <https://www.a4pt.org/> Erişim Tarihi: 01.10.2021.

Aykara, A. (2017). Çocuk Merkezli Oyun Terapisinin Engelli Çocuklara Yönelik Sosyal Hizmet Uygulamaları Açısından Önemi. *Toplum Ve Sosyal Hizmet*, 28(1), 169-186.

Çelikbaş, E. Ö. (2019). DIŞAVURUMCU SANAT TERAPİSİ. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 20-37.

Horejsi, C.J. ve Sheafor, B.W. (2016). Sosyal Hizmet Uygulaması Temel Teknikler ve İlkeler (3.Baskı). Ankara:Nika.

Kottman, T. (2011). Play therapy: Basics and beyond. (2. Baskı). Alexandria, VA: American Counseling Association.

Landreth, G., & Bratton, S. (1999). Play Therapy. ERIC Digest.

O'Connor, K. J., Schaefer, C. E., & Braverman, L. D. (2016). Handbook of play therapy. Canada:John Wiley & Sons.

Öğretir, A. D. (2008). Oyun ve oyun terapisi. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 94-100.

Ray, D. C., Armstrong, S. A., Balkin, R. S., & Jayne, K. M. (2015). Child-centered play therapy in the schools: Review and meta-analysis. *Psychology in the Schools*, 52(2), 107-123.

Schaefer, C. E. (Ed.). (2011). Foundations of play therapy. John Wiley & Sons.

Teber, M. (2015). Gençlik, Oyun ve Oyun Terapisi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 3(3) ,1-22.

Weil, S. (2012). Social Workers' Role in the Delivery of Play Therapy to Children.

EFLAK BOĞDAN'DAN GÜNÜMÜZE...

Emrullah GÜNEY*

Bükreş Hava Limanına doğru alçalırken uçak, ben Doğu Avrupa'nın güzel ülkesi hakkında bildiklerimi belleğimde yinelemeğe çalışıyorum... Göre İlkokulunda öğretmenim, Nevşehir MGOda coğrafya dersimize giren rahmetli Kemal İktürk'ün gür sesi kulaklarımda: **"Romanya'nın bizim tarihimizdeki adı Eflak,Boğdan...Osmanlı'nın Tuna vilayetinin kuzey bölümü...Güzel ülke: Dağlar, platolar,ovalar, deniz kıyısı düzlükleri, Tuna Deltası...Halkına gelince, Kuzeydeki Rusya ile Güneydeki Bulgaristan arasında, slav olmayan Latin kökenli Daç ulusunun yaşadığı ülke."**

1960 başlarında Ortaokul öğrencisi iken İbrail (**Braila**) doğumlu , Balkanların Maksim Gorkisi olarak bilinen Panait Istrati'yi keşfediyorum. Yaşar Nabi Nayır çevirilerinin tiryakisi oluyorum. Kodin sanki Anadolu'yu anlatıyor. Yaşar Kemal'in Çukurovasındaki bataklıkların kokusu burnumda...Baragan'ın dikenleri Anadolu bozkırlarını anlatan Talip Apaydın'dan çok da ayırık değil. Sünger Avcısı sanki Halikarnas Balıkçısı'nın anlattığı Bodrum'dan bir öykü...

1973 yılında emmimoğlu Hüseyin ile çıktığımız büyük yurt gezisinde uğradığımız Erzurum'da Kitap Sarayı'nda bulup aldığımız, kitaplığımın en seçkin eseri Tuna'dan Batıya (**İsmail Habib Sevük**) kuru tarih ve kıraç coğrafya bilgi kırıntıları dışında gözümü açan, gönlümü kıvançla dolduran bir betik olmuştu. Tuna ortasında, günümüzde artık olmayan, Yugoslavya ile Romanya'nın yaptığı ortak barajla oluşan gölün suları altında kalan Adakale Türk yerleşmesini okurken göz yaşlarımı tutamamıştım.

Adım başı çiçekçi dükkanlarında gazete, kitap da satılıyor Bükreş'te. Panait Istrati adını görüyorum. Kitaplarla ilgilendiğimi görünce anlatmağa başlıyor bir beyefendi. **"Ben Türküm,"** deyince başlıyor İngilizce konuşmağa: **"Evet, Panait Istrati Romanyalı idi ama tüm dünya onu bir Fransız sanır."** Ben eserlerinin adını sayınca mutlu bir şaşkınlık yaşıyor; Kira Kiralina, Kodin, Perlmutter Ailesi,Akdeniz, Hayat Yollarında...

Sabiha Gökçen'den kalkan uçağımız **KB**'ya doğru Karadeniz üzerinden ilerliyor. Köstence'deki rafinerilere ham petrol taşıyan dev tankerler görülüyor aşağıda. Bulgaristan'ın **KD**'sundan geçen uçak Tuna'nın kuzeye döndüğü dirseğin üzerinden kısa süre sonra Bükreş'e, iniyor. Çavuşesku Rejimi sona erince tüm devlet çiftlikleri özelleştirilmiş olmalı. Haziran ortalarında Anadolu sararmağa başlamıştı,

*Dr.Turizm Coğrafyası Profesörü, emrullahguney@gmail.com



oysa Tuna boyları gömgök...Transilvanya Alplerinden güneye doğru akan çayların üzerinde sayısız gölek oluşturulmuş. Romanya'nın bu kesimi düzenli bir bahçenin insanda uyandırdığı ferahlığına sahip.

Avrupa'nın büyük ülkelerinden biri Romanya. Fransa kadar büyük. Elbette Rusya'dan küçük. Tam olarak tanımak için ülkeyi dört mevsim gezmek gerek. Hem de yıllarca...Güney sınırını Tuna çiziyor: Bizim Tuna...Tuna Nehri akmam diyor dediğimiz, devrim türkülerimizde adı geçen , Kızılırmak kadar, Meriç-Tunca-Arda-Ergene, Çoruh,Menderesler, Bakırçay, Gediz, Seyhan-Ceyhan, Aras-Deli Kür, Dicle-Fırat kadar, Sakarya kadar bizim olan Tuna...Mavi Tuna bugün Demirkapı Baraj Gölü'nde bırakıyor tüm sanayileşmiş Avrupa'nın kirini,pasını, tortusunu ve Karadeniz'e kadar "mavi" akıyor... Romanya ekonomisini iflasa sürükleyen Tuna Kanalı bir savurganlık projesiydi ve hiçbir zaman ülkeye katkı sağlamamış, güzel memleketin gelişmesine yardım etmemiş, tam tersine halkı yoksullaştırmış; vergiler ağırlaşınca da ayaklanma çıkmış ve diktatörün sonu gelmiş.

Osmanlılar Tuna'yı ilk kez 1390'da geçerek Romanya topraklarında ilerlediler. Yıldırım Beyazıt denilince hemen Niğbolu'yu düşünürüz. Bugün Nikopol, Bulgaristan'da. Karşısına Topal Kasırga Timur çıkmasaydı, Yıldırım muhakkak ki Tuna'nın şimaline de çıkacak, 1400 öncesi oraları da Osmanlı egemenliğine alacaktı. Tuna'nın kuzeyine geçen Osmanlı akıncıları bu düzlüklere Eflak demişler. Günümüzde Valachia. Peki Eflak dedikten sonra hemen aklımıza gelen Boğdan neresi? Moldavya...

Eflak ve Boğdan öylesine Osmanlı mülkü sayılmış ki, bu iki bölgeye Memleketeyn adı verilmiş. Anlamı: İki ülke...Eflak bir Ulah diyarı idi ve Ulahya olarak anılıyordu. Eflak'ın merkezi 1600'e değin Targovişte iken bu tarihten sonra Bükreş yapıldı. Boğdan'ın merkezi de önce Suçeva iken, sonra Yaş oldu. Eflak, tam 488 yıl Türk egemenliğinde (**himaye**) kaldı. Boğdan ise Fatih Sultan Mehmet döneminde 1455'de Osmanlıya bağlandı ve 1878 Berlin Antlaşması'na değin, 423 yıl , zaman zaman voyvodaların ayaklanmasına karşın Türk sınırları içinde kaldı.Bu iki Romen Prensiğinin iç işlerinde özerkliği vardı. Voyvodalar yüksek bir vergi öderler zaman zaman savaşlarda asker de verirlerdi. Osmanlı oordusu hiçbir izin, merasim olmadan Eflak-Boğdan topraklarından geçer gider, gelip geçerdi. Voyvodaları doğrudan Sultan atardı.Romen ya da Yunan (**Fener Rumları**) asilzadelerden istediğini buraya gönderirdi. Voyvodalardan bazılarının islamı seçtiği de bilinmektedir...

Eski 15 Sovyet Cumhuriyeti'nden biri olan Moldova ise Osmanlı'nın Besarabyası...Günümüzde Bükreş sokaklarında geçerken karşımıza çıkan duvar yazılarında en çok gördüğümüz şudur : Moldova is a Romanian province... Ya Erdel...Transilvanya Bölgesi'nin Osmanlılarca adı...İç işlerinde özerk bir Macar prensliği idi. İstanbul'a vergi ve asker verirdi. 1526'dan 1699'a değin 173 yıl Türk yönetiminde kalmış , Karlofça Antlaşması ile de Avusturya'ya geçmişti.

Ve Osmanlı'nın en değerli valileri bu diyarı abadlaştırmış. Midhat Paşa ilk Erkek Sanat Enstitüsü'nü buralarda açmış. Anadolu varsın yolsuz, köprüsüz, susuz kalsın. İlk demiryolu da bugünkü Ruse (**Ruşçuk**) ile Varna arasında yapılmış. Osmanlı'nın borçla döşettiği raylar bugün Bulgaristan'da... Ve hala Tuna koyağını Karadeniz kıyısına bağlayan en kestirme yol olarak Bulgaristan ekonomisine yardımcı oluyor...

Macar ulusçusu Petöfi'nin şiirlerinde geçen Temeşvar...Bükreş yönetiminin Romanyalılaştırmağa çalıştığı güzel belde. Üniversitelerinde Romence, Macarca, Almanca, Sırpça eğitim verilen aydın kent. Tiyatrolarında dört dilde oyun sahnelenen, Avrupa'nın ilk elektrikli tramvayının raylar üzerinde hareket ettiği...Hayat Dergisinde haftabölük bir yazı dizisini anımsıyorum: Gavurun Esiri...Temeşvarlı Osman Ağa'nın Esaret Hatıratı...Nasıl istekle, sabırsızlıkla bekleyerek okumuştum...

1970 ortalarında Doğu Avrupa'nın hem tarımda, hem sanayide gelişmiş sosyalist ülkesi. Türk aydınları gezer, dolaşır ve gördüklerini, izlenimlerini gazetelerde, dergilerde yayımlatırlardı. **KÖY-KOOP** vardı bizde. Universal Traktörlerini getirip düşük bir ederle çiftçimize dağıtmıştı. Önceleri büyük bir özveri ile karşılanan olay giderek bir düş kırıklığına dönüştü. Çünkü traktörler kısa zamanda çürüğe çıkmıştı; yedek parçası bulunmuyordu, standard lastik ölçülerine uymuyordu ve o ucuz traktörler ekenek sınırlarında, köy evlerinin hayatlarında kalakaldı, paslandı, giderek yok oldu. Anlayan anladı elbette; traktörlerin düşük fiyatla satılması çiftçimize pek pahalıya mal olmuştu: **"Ben ucuz mal alacak kadar zengin değilim,"** Britanya atalar sözünün anlamı bizde bu ithalatla ortaya çıkmıştı.

İşte Braşov...Dilber kent. Çevresi dağlar, orman tümüyle...Sanki XVI. yüzyıldayız, sokaklarında yürürken. Onarılmış, bakımlı dükkanlar, aşevleri gezgin kaynıyor...Eski konakları üniversite yapmışlar. Tarihe saygının somut anlatımı izleniyor...Vakit olsa da teleferikle yukarılara, ormanlara doğru çıksak...

İşte Sibiu...Tarihsel miras deyip duruyoruz da biz ne durumdayız, Romanya ne kadar yol almış? Bir Viyana, bir Prag, bir Budapeşte kadar güzel, bakımlı...Sokaklarında gez de Rönesans İtalya'sında olduğunu düşün...Ne kadar modernleşse de , yeni marka oteller kent dışına yapılırsa da, kentin eski bölümleri onarılmış olarak turistlere açılmış...

Sibiu dışında geniş bir alanda bir açık hava müzesi. Tüm Romanya burada: Minyatür bir örneği ülkenin... Karpat Dağlarının köy evleri...Sıcak ekmek kokusu...Tuna Deltasının balıkçı köyleri...Cluj-Napoca köylerinin tipik örnekleri...Saatlerce gez, yorulunca otur aşevine, karnını doyor ve sonra düşün, toprak genişliğimiz daha fazla, neden bizde böyle bir açık hava müzesi yok diye üzül dur...

Tirgu Mureş...Tam dört dönem bize, Dicle Üniversitesi'ne gönderdiği öğrenciler eders verdiğimiz Dimitri Kantemir Üniversitesi'ne sahip...Kimdir Kantemir? Devlet adamı, müzisyen, tarihçi...

Ülkenin kuzeyinde laşi. Bizim tarihimizde Yaş olarak geçen 7 tepeli belde...Rusya ile savaştan sonra barış antlaşması Yaş'ta imzalanmış... Avusturya'nın da bağlaşıklık olarak Rusların yanında yer aldığı 1786 Osmanlı-Rus Savaşı sonrasında imzalanan 1792 Yaş Antlaşmasının nedir özelliği ? Osmanlının Balkanlardaki, Tuna diyarındaki nüfuzu ve egemenliği sarsılmaktadır artık. Kırım'ı işgal eden Ruslara karşı aciz kalmışızdır. Antlaşma ile gerileme ve parçalanma dönemi başlamıştır. Çarlık artık açıkça "Sıcak denizlere yayılma" isteğini dillendirmektedir. Bir Rus prensi gidip İstanbul'da Bizans İmparatoru olarak tahta oturacaktır. Osmanlının idam fermanı imzalanmıştır: Fransızlar, Britanyalılar, Venedikliler, İspanyollar, Sicilya Krallığı da desteklemektedir Rusları...Dikkat çeken bir nokta: Osmanlı Sultanlığı ve Rus Çarlığı,Antlaşmayı imzalamak için toplanan delegelere değeri son derece üstün armağanlar dağıtmıştır...Osmanlı eserleri bugün Ermitage Müzesi'nde olmalı da, acaba bizim delegelere dağıtılan Rus eserlerinden günümüze ne kalmıştır, duranlar da nerelerdedir? Yaş,

Romanya'nın en güzel beldelerinden biri...

Ve Köstence...Constanta...Karadeniz'in dilber beldesi. Turizm, tecim, sanayi...Kentin güneyindeki, kuzeyindeki her kilometre karış karış planlanmış, değerlendirilmiş...

Romanya...Tarihsel derinliğiyle, toprak genişliğiyle büyük ülke...İnsanı şaşırtan pek çok özelliğe sahip. Doğu Karpat Dağları'nın Siret Irmağı koyağına doğru bakan doğu yamaçlarında Sakson köyleri yer alıyor. Halk bir tür Ortaçağ Almancası konuşuyor. İnişli çıkışlı Romanya tarihinde, ekonomisi sağlam olmayan ülkede birçok dönem Almanya'ya göç etmişler. Doğu Avrupa'da düzenli Alman köyleri. Halk protestan. Bir kilise çevresinde gelişmiş köyler. Penceresinde çiçek olmayan, avlusunda ağaç, fidan olmayan tek bir ev yok...Okullar temiz, bakımlı, alca kiremitli yapılar insanı imrendiriyor. Göç etmek isteyen halkı Berlin yönetimi yerinde tutmak istiyor. Neyle? Elbette para yardımıyla...

Doğu Karpatlar üzerindeki beldelerin iki adı var: Almanca ve Romence...Braşov-Kronstadt, Sibiu-Hermannstadt, Sighişoara-Schassburg, Tirgu Mureş-Neumarkt...Macaristan sınırında da durum aynı: Satu Mare-Sathmar, Sebeş-Mühlbach, Cluj Napoca-Klausenburg, Oradea-Grosswardein, Temeşvar-Timişoara, Alba Lulia-Karlsburg...

Her yerde onarılan tapınaklar...Musevilerin sinagogları...Belki cemaati İsrail'e göç etmiş olsa da tarihsel değeri var diye onarımlar sürüyor...Macar katolik kiliseleri, Ermeni Kilisesi (**ve müştemilatında soykırım müzesi de unutulmamış, buradan İstanbul'a, Yozgat'a, Erivan'a kaç km olduğu da tabelalarda belirtilmiş**), Sırp Ortodoks kiliseleri , Romanya protestan kiliseleri onarılmakta. Her yerde yoğun bir çalışma. Güz soğukları başlamadan, Tuna'nın heryeri donduran yelleri esmeğe başlamadan işleri bitirmenin ivcenliğiyle sürdürülüyor onarım işleri...

Bulgaristan'da gezerken Türk olduğunuzu söylediğinizde tepki görebilirsiniz, hiç olmazsa insanlar suratlarını buruştururlar. 1924 mübadillerini bir yana bırakırsanız Yunanistan'da da benzer durumlarla karşılaşabilirsiniz. Aynı dinden olsa ka Arnavutluk insanı da bize sıcak bakmaz. Belki Bosna Hersek halkı, Boşnaklar, Makedonlar konukseverlik gösterirler. Bulgaristan pomakları da bize saygılı davranışta



bulunurlar. Romanya'da günlerce gezin, Köstence'den Arad'a; Bükreş'ten Botoşani'ye nereye giderseniz gidin, ovalardan dağlara, deniz kıyılarından yaylalara...Hiç bir yerde Türk olduğunuz için bir tepki, ağır söz, aşağılama, surat buruşturma görmüyorsunuz...Bu cihetten rahattır bu ülke...

Ağır ekonomik bunalımlar, darboğazdan geçişler ülke insanındaki karşılıklı saygıyı azaltmamış. Kaldırımdaki banka oturup söyleşmekten keyif aldığım Bükreşliler "**Ben Türküm**," deyince, başlıyorlar İstanbul'u anlatmağa. Gözleri ışıltıyor. O sırada raylar üzerinde ilerleyen eski modeel, yıprak tramvay ışıktadır. Bakıyorum içindekiler "**haç**" çıkarıyor. Çünkü, yakında bir katedral var. Kimse, önünden geçtiği dinsel yapıya bir saygı belirtisi göstermeden geçmiyor...

Bükreş...Bucuresti...Denizden 87 metre yükseklikte...Efsaneye göre Bucur adlı bir çoban ilk olarak Vlasia ormanı içinde bir kale olarak kurmuş. Önceleri adı yokmuş kurulan kalenin, kentin. İstanbul'a giden yollar üzerinde bir durak, kavşak yeri olduğundan süratle kalabalıklaşmış. Güney Karpatlar'dan doğan, göllerde dizginlenen ve sonra Tuna'ya ulaşan Damboviça ve Argeç Irmağı ve kolları burada Bükreş gibi bir büyük merkezin ortaya çıkmasına yol açmış. Suların önünü kesip göller, gölcükler yaratmışlar. Toprak da bitek olunca kısa zamanda ormanlar ortaya çıkmış. Bugün de kentin içinden gürül gürül çaylar akmakta...Ol nedenle bütün kent bir park...Kent içinde orman yok; ormanlar içinde bir kent var. Sonuçta her yapay gölün çevresi iyi planlanmış aşevleri, gazinolarla dolu. Temiz sulu göllerde kayıklar, gezgin motorları, spor için kürek çekenler, yüzenler...Bükreş tam bir sporcu cenneti...

Doğu Avrupa'nın rengarenk halklar mozaïği Bükreş...Yiddiş denen Museviler, Ukraynalılar, Ruslar, Sırlar, Macarlar, Grekler, Gagauz Türkleri, Dobruca Türkleri, Alman, Roman (çingene), Sırp... Sıcaklar bastırıldı mı Haziran ortalarında, çevre yaylalar, köyler kalabalıklaşıyor, dağlar canlanıyor. 1878 Berlin Antlaşmasıyla yeni oluşturulan Romanya Krallığı'nın merkezi olmuş. Günümüzde yalnız devletin merkezi olmakla kalmıyor; bilimin, kültürün, sanatın, turizmin de merkezi sayılıyor. Ülkenin ilk üniversitesi de burada 1864'te açılmış. Politeknik Enstitüsü Avrupa'da en ileri eğitim kuruluşlarından biri sayılıyor.

Müzeler...Bu kentin tüm müzelerini herbir objenin önünde bir dakika durarak gezmek istesiniz ömür yetmez. Köy El Sanatları Müzesi tüm ülkenin köy evlerinin minyatür örnekleriyle dolu. Mısır öğüten bir değirmeni alıp aynen getirip kurmuşlar. Başlarında öğretmenleriyle minik öğrenciler geziyorlar buraları, ülkelerini tanımağa buradan başlıyorlar...Doğa Tarihi Müzesi, Jeoloji Müzesi...Saymakla bitmez...Ve öğretmen iseniz , söylemeniz yetiyor, bilet fiyatları yarı yarıya düşüyor.Gezmekle doyumuyor. Fakat, bir üzüntümü de belirtmeliyim. Bizde neden tam bir Jeoloji Müzesi yok. Romanya'da yerbilimlerinin kurucuları, başjeologdan, en küçük bir alanda inceleme yapmış jeologa kadar herkesin yağlıboya tabloları duvarlarda asılı; gençler, çocuklar onları göre göre tanıyor...Örneğin bizde Ord Prof Dr Hamid Nafiz Pamir'i, Prof Dr İhsan Ketin'i, Prof Dr Reşat İzbirak'ı, Prof Dr Sırrı Erinç'i kim tanıyor? MTA Müzesi dışında neden geniş kapsamlı bir müzemiz yok ? Bizde neden bir köy okulundaki öğrenci dinozoru tanımaz, neden yok olduğunu bilmez!

Diimitri Kantemir, Jorga gibi bilim adamları Osmanlı Tarihi yazarı olarak ortaya çıkmışlar. Tarihimize ilgili ayrıntılı çalışmalar yapmışlar...

Bükreş...Romanya...Seviyorum bu ülkeyi...Ailemizin bir bölümünün orada yaşadığından değil yalnızca... Kalem gibi , minare gibi dümdüz ağaçların yer aldığı gürbüz ormanlarıyla, binbir mineralli içme sularıyla, kentlere de adını veren şifalı sıcak sulu hamamlarıyla (**termal terapi, adında Baia olan yerlerde sıcak iyileştirici sular çıkarıyor**), bakımlı doğa koruma alanlarıyla, botanik bahçeleriyle, parklarıyla ve mütevazı, şık olmasa da temiz giyimli, olgun davranışlı, duygulu, düşünceli, saygılı halkıyla, binbir ürün yetiştiren toprak insanlarıyla (**Köylü pazarlarındaki hayvan ürünlerinin çeşitliliği göz kamaştırır**) bu ülke sevilmeği hakediyor. Bir pulsever olarak, doğa koruma konusuna ayrıcalıklı önem vererek yeni yeni ürünleri bize sundukları için de sevilmeğe değer...

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

YÖNETİM KURULU

Başkan	: Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY
Başkan Yrd.	: Prof. Dr. Nurettin PARILTI
Muhasip Üye	: Prof. Dr. Mehmet ARSLAN
Üye	: Prof. Dr. Nevzat AYPEK
Üye	: Prof. Dr. Enver AYDOĞAN
Üye	: Prof. Dr. Turhan ÇETİN
Üye	: Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU
Üye	: Prof. Dr. Mehmet BAŞ
Üye	: Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman OKUR
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÖZER

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

DENETİM KURULU

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN
Doç. Dr. Emine ÖNER KAYA
Dr. Öğr. Üyesi Cemil ŞENEL

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

HAYSİYET DİVANI

Hüsnü POYRAZ
Prof. Dr. İhsan ERDOĞAN
Özdemir ÜNSAL

Yazarlarımıza Duyuru

1. Dergiye gönderilen yazıların elektronik ortamda teslim edilmesi
2. Yazılarda yer alacak resimlerin yazarlar tarafından metne yerleştirilip olarak teslim edilmesi
3. Yazıların 11 Punto ve Times New Roman karakteriyle yazılması
4. Tercüme yazılarda kaynak belirtilmesi
5. Araştırma ve bilimsel yazılar dışındaki yazıların en çok 5 (A4) sayfası olarak yazılması
6. Dergimize gönderilen yazıların başka bir dergiye gönderilmemiş ve yayınlanmamış olması gerekmektedir.

Yönetim Kurulu Herhangi Bir Maaş, Ücret ve Huzur Hakkı Almamaktadır.



Kooperatif Postası

KARINCA

Ekim 2021 YIL: 88 SAYI: 1018 ISSN: 1300-1450



9 771300 145005