

T.C
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**YEŞİL EKONOMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME KAPSAMINDA
TÜRKİYE’NİN VE ALMANYA’NIN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ İLE
MÜCADELE KAMU SPOTLARININ GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ**

Dilara GEÇGEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Prof. Dr. Arzu KARACA

TUNCELİ-2021

T.C
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**YEŞİL EKONOMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME KAPSAMINDA
TÜRKİYE’NİN VE ALMANYA’NIN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ İLE
MÜCADELE KAMU SPOTLARININ GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ**

Dilara GEÇGEL
(19120315)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Prof. Dr. Arzu KARACA

TUNCELİ-2021

02/03/2021

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

İmza
Dilara GEÇGEL

Danışman
Prof. Dr. Arzu Karaca

TEŞEKKÜR

Bu çalışmamda emeği geçen tez danışmamın sayın Prof. Dr. Arzu KARACA'ya teşekkürlerimi sunarım. Çalışmamda beni motive eden anneme, babama ve sevgili eşime teşekkür ederim.

İnsan eliyle gerçekleşen iklim değişikliği krizi insanlığın karşılaştığı en büyük krizlerdendir. Bu krize karşı mücadelede, küresel düzeyde tüm insanlara görev düşmektedir. Birlikte iyi bir organizasyonla iklim değişikliğini yavaşlatabilmek, krizi doğru şekilde yönetmeye bağlıdır. Toplumsal ve nesiller arası eşitliğin sağlandığı, adaletli, mutlu ve sürdürülebilir gelişmeyle beraber ekolojik dünyada insanca bir yaşam dilerim.

Dilara GEÇGEL
TUNCELİ-2021



İÇİNDEKİLER

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	I
TEŞEKKÜR.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
ŞEKİLLER İSTESİ.....	IV
TABLOLAR LİSTESİ.....	V
SEMBOLLER LİSTESİ	VI
KISALTMALAR LİSTESİ.....	VII
ÖZET.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Yeşil Ekonomi Kavramı.....	4
1.2. Yeşil İşler ve Yeşil Yakalılar.....	8
1.3. Yeşil İşletmecilik.....	11
1.3.1. Yeşil yönetim.....	13
1.3.2 Yeşil üretim.....	17
1.3.3. Yeşil pazarlama.....	19
1.3.4. Yeşil muhasebe ve finansman.....	22
1.3.5. Yeşil insan kaynakları ve halkla ilişkiler.....	24
1.3.6. Yeşil araştırma ve geliştirme (ar-ge).....	25
1.4. Ekonomiye Yönelik Bazı Kavramsal Açıklamalar.....	27
1.4.1. Ekonomik büyüme.....	27
1.4.2. Ekonomik kalkınma.....	29
1.4.3. Sürdürülebilir ekonomik büyüme ve kalkınma.....	29
1.4.4. Yeşil büyüme.....	31
1.5. Küresel İklim Değişikliği Krizi	33
1.5.1 Küresel iklim değişikliği krizine karşı yürütülen faaliyetler.....	36
1.5.1.1. Emisyon ticareti.....	38
1.5.1.2. Gönüllü karbon borsaları.....	39
1.5.1.3. Karbon vergisi.....	40
1.6. Türkiye’de Küresel İklim Değişikliği Kriziyle Mücadele Faaliyetleri.....	40
1.7. Almanya’da Küresel İklim Değişikliği Kriziyle Mücadele Faaliyetleri	46
2. YÖNTEM.....	52
2.1. Araştırma Konusu.....	52
2.2. Araştırma Amaç ve Kapsamı.....	52
2.3. Araştırma Sınırlılıkları.....	53
2.4. Araştırma Yöntemi.....	53
2.5. Araştırma Evreni ve Örneklemi.....	55
3. ANALİZ VE BULGULARI.....	56
3.1. Ben Anadoluyum Kamu Spotu Filminin İncelenmesi.....	56
3.1.1 Ben Anadoluyum kamu spotu filminin görüntüsel anlatımı ve genel gösterenleri göstergeleri.....	56
3.1.2. Ben Anadoluyum kamu spotu dizisel/dizimsel yapısı.....	77
3.2. İklim Koruması: İklim Koruması Sadece Birlikte Mümkündür (Der klimaschutzplan: Klimaschutz Geht Nur Gemeinsam) Kamu Spotu Filminin İncelenmesi.....	78
3.2.1. İklim koruması: İklim koruması sadece birlikte mümkündür kamu spotu filminin görüntüsel anlatımı ve genel gösterenleri.....	78

3.2.2. İklim koruması: İklim koruması sadece birlikte mümkündür kamu spotu dizisel/dizimsel yapısı.....	93
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	94
5.KAYNAKLAR.....	101
ÖZGEÇMİŞ	



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Yeşil ekonomi.....	4
Şekil 3.1.1. Ben Anadoluyum kamu spotu filminden kesitler.....	57
Şekil 3.2.1. İklim koruması: İklim koruması sadece birlikte mümkündür kamu spotu filminin kesitler.....	79



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1.1. Ekonomilerin gelişmişlik düzeyine göre yeşil ekonomi anlayışının önündeki zorluklar.....	6
Tablo 1.2. Yeşil işlerin büyüme potansiyeli.....	10
Tablo 1.3. Geleneksel yönetime karşı yeşil yönetim.....	15
Tablo 1.3.3. Yeşil pazarın dört dilimi.....	20
Tablo 1.3.3. Hangi şirket yeşil pazarlama için ne yaptı?.....	21
Tablo 1.3.5. Yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamaları.....	26
Tablo 1.5. Çevre tarihinde yapılan uluslararası konferans/antlaşma/sözleşmeler.....	37
Tablo 1.5.1.1. Emisyon ticareti aşamaları.....	39
Tablo 1.6 İklim değişikliğinin Türkiye'ye olası etkileri.....	43
Tablo 1.6. Sektörlere göre sera gazı emisyonları.....	45
Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi.....	62
Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin genel çerçevesi.....	76
Tablo 3.1.2. Karşıtlıklar.....	77
Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi.....	83
Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin genel çerçevesi.....	92
Tablo 3.2.2. Karşıtlıklar.....	93

SEMBOLLER LİSTESİ

CO₂	: Karbondioksit
N₂O	: Diazotmonoksit
CH₄	: Metan
CFC	: Kloroflorokarbon
N₂O	: NitrözOksit



KISALTMALAR LİSTESİ

BM	: Birleşmiş Milletler
DSİ	: Devlet Su İşleri
UNDP	: Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNEP	: Birleşmiş Milletler Çevre Programı
GSMH	: Gayri Safi Milli Hâsıla
GFC	: Yeşil İklim Fonu
GW	: Gigawatt
MCED	: Çevre ve Kalkınma Bakanlar Konferansı
NEAP	: Ulusal Çevre Eylem Planı
IMF	: Uluslararası Para Fonu
İDÇS	: İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi
İDEP	: İklim Değişikliği Eylem Planı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WWF	: Dünya Doğayı Koruma Vakfı
İKY	: İnsan Kaynakları Yönetimi

ÖZET

Günümüzün en çok tartışılan konularından biri küresel iklim değişikliği krizidir. Doğal iklim değişikliğinin aksine krize neden olan bu iklim değişikliğinin nedeni insanlardır ve bu krizin yaşanmasında en çok sorumluluk payı geleneksel yönetim anlayışına sahip işletmelerdedir.

Bu çalışma küresel iklim değişikliği karşında Türkiye ve Almanya ülkelerinin iklim değişimine karşı tutumlarını incelemekte ve karşılaştırmalı bir perspektif çizmektedir. Bu bağlamda hem gelişmekte olan ülkeler hem de gelişmiş ülkeler açısından küresel iklim değişikliği krizinin yönetim durumu ve krize yönelik yürütülen çalışmalar yorumlanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada iklim değişikliği ile mücadele kamu spotları aracılığıyla Türkiye’de ve Almanya’da ülke yöneticilerinin insanlarda nasıl bir davranış değişikliği oluşturmak istediğine bakılmıştır. Küresel iklim değişikliği krizine karşı toplumsal bilinci ve farkındalığı nasıl geliştirmeye çalıştıkları, buna bağlı olarak yeşil işletmecilik anlayışını nasıl etkiledikleri, işletmelerin hangi nedenlerle yeşil işletme olacağı, bu durumda işletmelere düşen yükümlülükler ve sorumluluklar nelerdir sorularına cevap aranmıştır. Kamu spotlarında iklim değişikliği ile mücadele mesajlarının işletmelere ve topluma nasıl verildiği göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Kamu spotları filmleri incelendiğinde; işletmelerin doğa dostu üretim seçeneklerine yönlendirildiği, bu çerçevede yenilenebilir enerjilerle üretim faaliyetlerinin yapılması, doğa dostu ambalajların kullanılması mesajları bulunmaktadır. Almanya’nın kamu spotu filminde, söz konusu krizin herkes tarafından bilindiği ve buna bağlı olarak kamu spotunda rasyonel çekiciliğin uygulandığı; 2050 yılına kadar çevre dostu uygulamaların başarıyla hayata geçirilerek karbon salınımını düşürme hedefine ulaşılacağı gösterilmektedir. Türkiye’nin kamu spotu filminde duygusal ve korku çekiciliği uygulanarak işletmelerde/tüketicilerde genel olarak toplumda iklim değişikliği krizinin farkına varma çağrısı bulunmaktadır.

Ayrıca bu çalışmada küresel iklim değişikliği krizi ile gündeme gelen yeşil ekonomik faaliyetleri, yeşil ekonomiye ilişkin politikaları, küresel iklim değişikliği krizinin sosyo-ekonomik etkilerini, çevresel etkilerini, bu etkilerin işletmeleri nasıl etkilediğini ve yeşil yönetim kültürüne nasıl yön verdiğini genel boyutlarıyla disiplinler arası şekilde görmek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Yeşil ekonomi, yeşil işletmecilik, göstergebilim, Türkiye, Almanya

ABSTRACT

Semiotic Analysis Of Green Ecomy And Sustainable Development And The Struggle Within Turkey's Public Spotlight With Germany's Climate Change

One of the most controversial issues today is the global climate change crisis. Contrary to natural climate change, the cause of this crisis is people and the most responsibility share in this crisis is in businesses with traditional management understanding.

This study in Turkey despite global climate change and to examine their attitudes towards climate change in Germany and draws a comparative perspective. In this context, it has been tried to interpret the management status of the global climate change crisis and the studies conducted regarding the crisis in terms of both developing countries and developed countries. In this study, the public spotlight in Turkey through the struggle with climate change and how to create the look you want a change in behavior in humans country manager in Germany. The questions of how they try to develop social awareness and awareness against the global climate change crisis and how they affect the understanding of green business, for what reasons the businesses will become green enterprises, in this case, what are the obligations and responsibilities of the businesses are sought. How messages are delivered to businesses and the society in public service announcements has been analyzed using semiotic analysis method. When the public service ads are examined, there are messages that enterprises are directed to environmentally friendly production options, ensuring production with renewable energies and using environmentally friendly packaging. Germany is known by the public that everyone said the crisis in the spotlight and while expressing will reduce carbon emissions by 2050. Turkey's public spotlight based rather than fear appeal marketing and climate change, there is a call to recognize the crisis.

In addition, in this study, it is possible to see the green economic activities that came to the agenda with the global climate change crisis, the policies regarding the green economy, the socio-economic effects of the global climate change crisis, the environmental effects, how these effects affect the businesses and how they guide the green management culture in an interdisciplinary manner.

Keywords: Green economy, green business, semiotics, Turkey, Germany

1. GİRİŞ

İşletme, sistemli bir şekilde üretim faktörlerini bir araya getirerek insan ihtiyaçları doğrultusunda mal veya hizmet üretimi hedefleyen üretim birimi olarak tanımlanmaktadır. İşletmelerin kullandığı üretim faktörleri; doğa, emek, sermaye ve girişimcidir. Kurulan her işletme; kar elde etmek, topluma hizmet etmek ve işletmenin yaşamını devam ettirebilmek amaçlarına sahiptir. İşletmeler ekonomik sistemlerin temel birimleridir (Yıldırım, 2021). Ekonomi sözcüğünün kökenine baktığımızda ise ekoloji kelimesinden geliştiği ve yaşanan yerdeki işlerin yönetilmesini ifade ettiği görülmektedir. Ekoloji ise genel anlamda insanlarla doğal kaynaklar arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır. Buradan anlaşılabacağı üzere ekonominin ve ekolojinin birbirinden ayrı düşünülmemesi gerekmektedir. Ekonominin birimi olan işletmeler, üretim faktörlerini sunan çevreye sırtını dönmemelidir; ekonomi ve ekoloji arasındaki denge göz ardı edilmeden insanlar faaliyetlerini sürdürmelidir. 18. yüzyılda Endüstri Devrimi'nin yaşanmasından sonra işletmeler büyük ölçekte üretimler yapabilmıştır. Endüstri Devrimi'yle teknolojik gelişmeler ilerlemiş, üretim ve tüketim artmıştır. Bu da dünyada hızlı bir ekonomik büyümeye yol açmıştır. 1995 yılından 1998 yılına kadar ekonomik büyümede kaydedilen artış, tarımın başlangıcından 1990 yılına kadarki 10.000 senelik bir zaman diliminde gerçekleşen artışı geçmiştir. Dünya ekonomisinde 1997 yılında yaşanan büyüme, tek başına bütün 17. yy dünya ekonomik büyümesini aşmıştır (Kovel, 2005). Dünyada bu kadar hızlı ekonomik büyüme yaşanmasının arka planında büyümeye dayalı bir refah anlayışı düşüncesi vardır. Fakat sürekli artan ekonomik büyümeye karşın R. A. Easterlin (1974) çalışması ile ortaya çıkan Easterlin paradoksu, “ortalama mutluluk seviyesinin kişi başına düşen ulusal gelire göre çok büyük bir fark” oluşturmadığıdır. Bu da büyümeye dayalı bir refah fikrinde sorgulamalara yol açmıştır. Bu araştırma dışında Roma Kulübü tarafından 1972 yılında sunulan “Büyümenin Sınırları” adlı rapor; doğal çevre ve ekonomik yapı arasındaki bağımlı ilişkiye değinerek, söz konusu durum neticesinde yüz yıllık bir zaman dilimi içerisinde ekonomik büyümenin sınırlarına ulaşılacağı ve sonuç olarak nüfus ve endüstriyel üretim hacminin kapasitesinde muhtemel bir düşüşün yaşanacağını öngörmektedir (Şahin, 2004). Geleneksel işletme yönetimi anlayışını benimsemiş yöneticiler tarafından, üretimde doğa dostu olmayan üretim süreçleri uygulanmıştır; üretimle oluşan atıklar önemsenmemiştir ve tüketicilerin ürün atıklarını ne yaptıkları dikkate alınmamıştır. Toplumun da bilinçsiz davranışları neticesinde işletmelerin neden olduğu çevresel kirlilik daha da artmış ve topyekûn doğaya

ciddi zararlar verilmeye başlanmıştır. Tarihsel çerçeveden de anlaşılıyor ki bu sorunun gelişmesinin başlıca temel nedeni, doğal kaynakların sınırsız olduğunu kabul edip klasik iktisadi düşünceyle hareket eden işletme yöneticileridir. Bu dönemlerde işletmelerin faaliyetlerinde ekolojik dengeyi göz ardı etmesinde ana sebep, çevresel duyarlılığın işletmeye ek maliyetler doğuracağı fikridir. Artık çağımızda gelişen iletişim teknolojisiyle beraber dünyada yaşanan gelişmelerden küresel düzeyde haberdar olmak kolaylaşmıştır. Hemen hemen her kesim dünyada küresel iklim değişikliği krizinin bilincindedir. Bu nedenle işletme yöneticileri çevresel duyarlılığın ek maliyetlere neden olacağı fikirden sıyrılmalı, geleneksel üretim anlayışının yerine yeşil işletmecilik anlayışını uygulamalıdır. Yeşil işletmecilik dünyanın her yerinde olabildiğince benimsenmiş bir kültür haline gelmelidir. Yeşil istihdam sağlanmalı, yeşil yakalı olmayı çalışanlar tercih edebilmeli ve yeşil düşünce bir örgüt kültürüne dönüşmelidir. Kaldı ki çağımızda işletmeler; pazar paylarını koruyabilmek, rekabet edebilmek ve sürdürülebilir olmak için tercih etmeseler dahi paydaşları tarafından yeşil işletme olmaya zorlanmaktadır. Hem üretimi hem kaynakları hem de toplumsal düzeni yıpratıcı bir ekonomik sistem neticesinde meydana gelen küresel iklim değişikliği krizine karşı ekonomik faaliyetlerin yürütülme şeklinin değiştirilmesi zorunludur. Küresel iklim değişikliği krizi hakkında, küresel düzeyde insanlar bilinçlendikçe ekonomik faaliyetlerin yapılma şeklini sorgulamış, farkındalık oluşmasıyla beraber davranış değişimi görülmüş ve tüketiciler ürün/hizmet tercihlerini doğaya duyarlılık yönünde değiştirmiştir. Günümüzde bilinçli bireyler örgütleri, örgütler kurum ve kuruluşları oluşturarak politika yapıcılar üzerinde ve üretim birimleri olan işletmeler üzerinde iklim değişikliğini önemsemeleri için etki oluşturmaya çalışmaktadır. Ayrıca yeşil ekonominin 2008- 2009 küresel ekonomik krizinden sonra kamuoyunun daha çok gündeminde olduğunu ve 2012 yılında düzenlenen G-20 zirvesinde ülkelerin ulusal ve uluslararası planlarında yer aldığını söylemek mümkündür. Bazı yönetimler de gönüllü olarak küresel iklim değişikliği krizini yönetebilmek amacıyla çalışmaktadır. Mücadelelerini etkin kılmak için gerekli durumlarda yurttaşlarına yaptırımlar, cezai işlemler, kısıtlamalar getirdiğini; çevresel duyarlılık taşıyanları ise ödüllendirdiği, isimlerini duyurduğunu bu araçlarla insanlarda bilinç ve farkındalık geliştirmek için çabaladıkları gözlemlenmektedir.

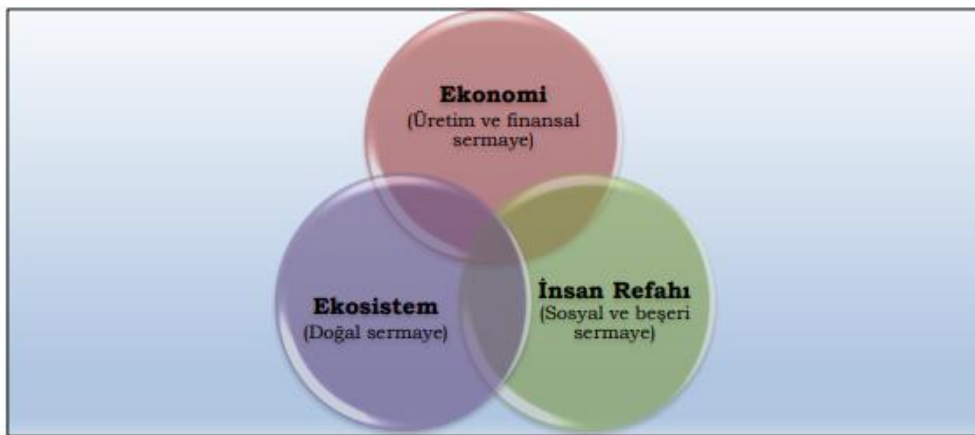
Sonuç olarak hepimizin evi olan dünyanın kendi dengesine göre sürdürdüğü işleyiş; Sanayi Devrimi'nden itibaren işletmelerin yanlış üretim politikaları tercih etmeleri, anaakım iktisatçıların ekonomik yorumlanmalarını sınırlı dünyada sürekli büyümeye dayanarak

yapmaları bir bütün halindeyse her kesimden insanın çevre konusundaki bilinçsizliği/duyarsızlığı bugün bizleri büyük bir felaketle karşı karşıya bırakmıştır. Artan karbon salınımı ve kirlilik sera etkisi yaratarak küresel ısınma ve iklim değişikliği krizine sebep olmuştur. Küresel ısınma ve iklim değişikliği krizi günümüzde yeryüzündeki bütün canlıların varlığını tehdit eden büyük bir kriz haline gelmiştir. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi bu krizle mücadeleye bağlıdır. Krizle mücadele bizleri, *yeşil işletmecilik* anlayışını geliştiren, üretimde kaynakların etkin şekilde kullanımına olanak tanıyan ve sosyal sorumluluk ile düşük karbon salınımını tercih eden *yeşil ekonomi* alternatifine yönlendirmektedir. Bu çalışmada küresel ısınmanın sebep olduğu küresel iklim değişikliği krizi incelenerek yeşil ekonominin önemine değinilmiştir. Yeşil ekonomiyle beraber yeşil işler, yeşil yakalılar ve istihdam, yeşil işletmecilik ve yeşil işletme fonksiyonları örneklerle irdelenmiştir. Krizin durumu daha net görmek için yeşil ekonominin sürdürülebilir kalkınma için gerekliliğine, yeşil işletmelerin önemine, gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler açısından karşılaştırabilmek ve gözlemlemek adına Türkiye ve Almanya ülkelerinin küresel iklim değişikliği krizi ve yeşil ekonomi çalışmaları incelenmiştir. Konuyla bağlantılı olarak küresel iklim değişikliği krizine, dünyada bu konu ile mücadelede yapılan çalışmalara da değinilmiştir. İşletme anabilim dalında, uluslararası olarak yeşil işletmecilik ve yeşil yönetim önemini ortaya koymak için çalıştığım ve göstergebilimsel analiz uyguladığım özgün bir çalışmadır.

Bu tez çalışması; giriş, yöntem, analiz ve bulgular, sonuç ve öneriler, kaynaklar olmak üzere beş bölümden oluşmaktadır. Tezde giriş bölümünde yeşil ekonomiye yönelik birkaç iktisadi kavram açıklanmıştır. Uygulamada, iklim değişikliği ile mücadele kamu spotları incelenmiştir. Örneklem, Türkiye Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafınca İklimin Projesi kapsamında hazırlanan ve iki dakika kırk saniye uzunluğundaki “Ben Anadoluyum” kamu spotu ile Almanya Federal Çevre, Doğa Koruma ve Reaktör Güvenliği Bakanlığı’nca Ulusal İklim Koruma Girişimi (Nationale Klimaschutzinitiative) kapsamında hazırlanan iki dakika kırk altı saniye uzunluğundaki (Der Klimaschutzplan: Klimaschutz Geht Nur Gemeinsam), “İklim koruması: İklim Koruması Sadece Birlikte Mümkündür” kamu spotlarıdır. Örneklemde, göstergebilimsel analiz tekniği uygulanmıştır. Sonuç kısmında araştırma ile ilgili sonuçlara ve disiplinler arası önerilere yer verilmiştir.

1.1. Yeşil Ekonomi Kavramı

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) yeşil ekonomiyi, insanlığın refahı ve sosyal eşitliği oluşturulurken çevresel riskleri ve ekolojik kısıtları azaltmaya yönelik politikalar şeklinde tanımlamıştır (UNEP, 2011). Fiziki, beşeri, ve doğal sermaye varlıklarının en iyi ve en verimli kullanımı sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasına bağlı olup, buna giden yol ise yeşil ekonomilerdir (Pearce, 1898). Yeşil ekonomi anlayışı, düşük karbon emisyonlu ekonomi olarak da ifade edilmektedir (Topçu, 2018). Yeşil ekonominin; dünya ekonomisinde yeniden canlanma, ekonomide sürdürülebilir büyüme ve kapsayıcı büyüme sağlamak, yeni işlerinin geliştirilmesi ile iş kayıplarının önlenmesi ve toplumun kırılgan kesimlerinin korunmasına destek olmak gibi temel amaçları bulunmaktadır (UNEP, 2011). Yeşil ekonomi kaynak tüketimini azaltarak da büyümenin mümkün olduğunu savunmaktadır. Yenilenebilir enerji ve atık dönüşüm sektörlerinin hacmi, istihdam ve yatırım tutarları, yeşil ekonomiye geçişin önemli bir işaretidir. Bunlar yeşil ekonominin temel sektörlerindeki yatırım, istihdam ve üretim göstergeleridir. Üretimde kullanılan enerjinin hangi kaynaktan sağlandığı, ekonomide hammadde kullanım sıklığı ve atık dönüşüm sektörünün ne kadar organize olduğu ile ekonomik büyüme ve çevresel zararlarının birbirinden ne kadar ayrıştırılabildiğinin ölçülmesine olanak tanınmaktadır. Ekonomik refah, yoksulluk, doğal kaynakların yenilenebilmesi ile yeşil ekonomiye geçişi yorumlamak mümkündür.



Şekil 1.1. Yeşil ekonomi (European Economic Area (EEA), 2013)

Yeşil ekonomi, sosyal adaleti içselleştiren çevre aktivistleri ile yeşil politikacıların etkisiyle tabandan başlamış bir yaklaşımdır ve hâkim ekonomik yapıdan farklılaşmaktadır (Molly, 2009). Yeşil ekonomi, yeşil işler adı verilen meslek gruplarının çevresel kirliliği yüksek olan mesleklere karşı geliştireceğini ve yaygınlaşacağını bu şekilde de büyümenin sağlanabileceğini desteklemektedir. Yeşil ekonomi, ekonomik faaliyetlerin toplumsal ve insani boyutuna öncelik vermektedir. Örneğin toprak, su, temiz çevre gibi gıda ekonomisinin temelini oluşturan faktörlerin durumuna, insan faktörüne, üretim şartlarına, çocuk işçiliğine, sosyal sigorta ve iş güvenliği gibi sosyal ve çevresel faktörlere öncelik tanınmaktadır ve sıralamanın en sonunda para piyasası ve finansa bakılmaktadır. Yeşil ekonomide ekolojik sürdürülebilirlik göstergelerini anlamlandırmak adına aşağıdaki endeksler geliştirilmiştir (Aşıcı, 2012):

- Çevresel Sürdürülebilirlik Endeksi (Environmental Sustainability Index)
- Çevresel Performans Endeksi (Environmental Performance Index)
- Çevresel Kırılganlık Endeksi (Environmental Vulnerability Index)
- Sürdürülebilir ve İktisadi Refah Endeksi (Index of Sustainable and Economic Welfare)
- Yeşil Net Milli Hâsıla (Green Net National Product)

Yeşil ekonomi, ekonomik faaliyetlerin doğa üzerindeki etkisini irdelemektedir. Bir birim milli gelir üretebilmek için kullanılan doğal kaynak miktarı zaman içinde nasıl ilerlemektedir? Bu gibi sorunlara yeşil ekonomi çözüm üretmeye çalışmaktadır. Bu temelde söz konusu ekonomik sistem ekonomik faaliyetlerin çevresel etkilerini daha gerçekçi bir şekilde ortaya koyan yeni milli gelir ölçüm yöntemleri üzerinde durmaktadır. Bu çerçevede yeşil ekonominin doğal sermayenin ve ekolojik çalışmaların ekonomik rejim içerisinde direkt değere sahip olduğu ekonomilerdir denilebilmektedir (Kılıç, 2012). Görüldüğü üzere yeşil ekonominin yapı taşı çevreyi düşünerek üretim ve tüketim yapmaktır. Burada sorumluluk işletmelere de düşmektedir.

Sonlu kaynaklardan sonsuza kadar faydalanmak imkânsızdır, sonlu uzayda sonsuza kadar genişlemek imkânsızdır ve ekonomiyle ekosistemde her şey birbirine bağlıdır. Buna bağlı olarak insan faaliyetleri doğayla uyum içine girecektir (Lawson, 2006). Yeşil ekonomik sistem, gelecek nesilleri düşünmektedir ve insanların bugünkü hareketleri sonucunda, gelecek nesillerin daha az tüketmek zorunda kalacağını ve mutsuz olacağı bunun neticesinde nesiller arası eşitsizlik doğacağını varsaymaktadır. Yeşil düzen, ekolojik krizle

beraber ekonomik ve toplumsal krize de aynı anda çare bulmaya çalışmaktadır (Yalçın, 2016). Kamu kaynaklarının gerekse özel kaynakların hem doğa hem insan refahı için kullanımı savunan bir politikasıdır (Aşıcı, 2012). Dünya ekonomisinde yaşanmakta olan yoksulluk ve eşitsizlik sorunu, çevresel tahribatla birlikte ele alınmakta Sahra Altı Afrika ve Güneydoğu Asya’da yaşanan yoksulluğun ve bu bölgelerde küresel ısınma ve iklim değişiklikle oluşan çevresel tahribatla doğrudan bağlantılı olduğu bilinmektedir (Yalçın, 2016). Genel olarak yeşil ekonomik düzene geçişin üç hedefi vardır (Agah, 2020):

- İstihdam geliştirerek ve krizden zarar görmüş grupları koruyarak dünya ekonomisinin yeniden canlanmasına olanak tanımak
- Karbon bağımlılığını azaltarak ekonomilerin temiz enerji kullanarak dengeli şekilde kalkınma yoluna girmesine aracı olmak
- Sürdürülebilir kalkınma sağlayarak aşırı yoksulluğu engellemek

Tablo 1.1. Ekonomilerin gelişmişlik düzeyine göre yeşil ekonomi anlayışının önündeki zorluklar

	Kirlilik	Tüketme	Yoksulluk
Gelişmiş ekonomiler	Yüksek karbon salınımına bağlı sera gazı Zehirli maddelerin kullanımı Kirli yerleşim alanları	Materyal kısıtlılığı Tekrar kullanım/geri dönüşüm imkansızlığı	Azınlık işsizlik Kentsel işsizlik
Gelişmekte olan ekonomiler	Endüstriyel emisyonlar Kirlenmiş su Kanalizasyon ve artıma kanalı problemleri	Yenilenebilir kaynakların yüksek kullanımı Sulama suyunun israf edilerek kullanımı	Kentsel bölgelere göç edilmesi Kalifiye çalışan yetersizliği Gelir dağılımı dengesizliği
Az gelişmiş ekonomiler	Gübre ve odun yakmak Sağlık hizmetleri kısıtlılığı Gelişmeye bağlı olarak ekosisteme zarar verilmesi	Orman/yeşil alanların ortadan kaldırılması Otlakların gereksiz ve yüksek otlatılma ile kaybı Toprakların kaybedilmesi	Nüfus artışı Kadın çalışanların iş sektörlerinde düşük mevkilerde çalışması

Kaynak: (Hard ve Al,1997)

Yukarıdaki tablodan yola çıkarak dünyada bazı ülkelerin ekonomisi gelişmiş bazıları gelişmekte ve bazıları az gelişmiştir. Bu şartlar altında da her ülkenin yeşil ekonomiye entegre olması, yeşil işletmecilik kültürünün gelişmesi değişmektedir. Gelişmiş bir ülkenin örneğin; yoksulluk açısından değerlendirdiğinde kentsel ve azınlık işsizliği durumunda olduğunu görülürken, az gelişmiş bir ülkenin ise nüfus artışı, kadınların iş hayatında düşük statüde çalıştırılması probleminin olduğu anlaşılmaktadır. Bu da yeşil ekonomi de ülkenin durumuna göre tanımlama geliştirmesine olanak vermektedir. İnsanların salgın hastalıklarla boğuştuğu ve insana yakışır yaşam şartlarına imkân olmayan gelişmemiş bir ülkenin; refah düzeyi yüksek gelişmiş bir ülkenin şartlarına göre kıyaslanması yanlış olacaktır. Bu çerçevede insan ihtiyaçlarını karşılayan işletmeler devletlerinin olanaklarına göre hareket etme zorunluluğundadır. Yeşil ekonomi alternatifi tüm toplumsal kesimlere hitap eden, insani değerleri ön planda tutan bir ekonomidir. Ülke ekonomileri yeşil bakış açısıyla değerlendirildiğinde açık yeşil ekonomiler, orta yeşil ekonomiler ve ileri yeşil ekonomiler olarak üç grupta sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

Açık yeşil ekonomi: Açık yeşil ekonomide devlet müdahalesi olmadan ihtiyaç olan değişimin gerçekleşmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Yeşil ekonomiye geçiş büyümenin bir fonksiyonu olarak görülmektedir. Söz konusu politikayı destekleyenler Bar ve ark. (2011), doğal kaynakların değerlendirilmesi ve doğru fiyatlandırma birleşimine teknolojik yenilikler eklenince ekonomik büyüme sürecek ve kaynakların fazla tüketimi önlenecektir. Açık yeşil ekonomi savunucuları neo-liberal ekonomiyi desteklemektedir. Neo-liberal küreselleşmenin yarattığı sorunların serbest piyasa düzenlemeleriyle en aza indirilebileceğini varsaymaktadırlar (Stiglitz, 2016).

Orta yeşil ekonomiler: Orta yeşil ekonomi savunucuları yeşil ekonomiye geçişin yeni iş fırsatları yaratması ve yoksullukla mücadele de etkin olacağını ve yeni büyüme potansiyellerinin açığa çıkacağını savunmaktadır. Orta yeşil ekonomi savunucuları piyasa temelli ekonomi anlayışını yetersiz bulmaktadırlar, reformlarla birlikte yeşil ekonomiye geçişin daha yüksek bir karşılığı olduğunu desteklemektedir (Ehresman ve Chukwumerije, 2015). Orta yeşil ekonomi destekleyicileri çevresel kısıtlamaların var olduğunu, yeşil endüstriler teşvik edilirken kahverengi sanayilerin piyasadan zamanla çıkarılması sonucu yeşil ekonominin kazananları ve kaybedeceklerinin olacağını ifade etmektedir (Bar ve ark. 2011). Orta yeşil ekonomi anlayışında hükümet müdahalesi piyasada meydana gelebilecek durumlara karşı ve yeşil ekonomiye adil bir geçiş için gerekli olduğunu savunmaktadırlar.

Azınlık toplulukları durumu, iş haklarını korunması, endüstriyel kirliliğin düzenlenmesi, iklim değişikliği emisyonlarını yönetimi gibi unsurlar vurgulanmaktadır. Bu unsurlara dikkat ederek yeşil ekonomiye geçişin başarı sağlanması için yönetimde devlet aktörünün en etkin güç olması gerektiğine ısrar etmektedirler (Duit ve ark., 2016).

İleri yeşil ekonomiler: İleri yeşil ekonomi anlayışı 1960 ve 1970'lerin çevre hareketlerine dayanan; kimyasallar, aşırı nüfus ve gıda güvenliği gibi alanlarda farkındalık oluşturarak çevre bilinci geliştirilmesine ön ayak olmuştur. Küresel ekonominin temelini oluşturan yapısal adaletin, sürdürülebilirliği sağlamanın şartı olduğunu belirtilmektedir. İleri yeşil savunucularının bazıları merkezi idareden yerel egemenliğe geçişi desteklemektedir. Bazıları hükümetin yeşil bir ekonomiye geçişte önderlik etmesi gerektiğini desteklerken, çoğunluk ise yerel topluluk üyeleri tarafından sosyal ve ekonomik düzenin ve adaletin temin edilmesi gerektiğini savunmaktadır (Brockington, 2012). İleri yeşil ekonomi destekçileri büyümenin göstergeleri olarak refah ve refah önlemlerini incelemektedirler.

1.2. Yeşil İşler ve Yeşil Yakalılar

Yeşil işler işgücüne verimli çalışma olanağı sunan, yeterli gelir ve sosyal koruma sağlayan, işçi haklarına saygılı ve hayatlarını etkileyen kararlara katılım imkânı veren işlerdir (ILO, 2013). Yeşil işlerin tanımıyla ilgili pek çok açıklama mevcuttur. Fakat genel anlamda bakıldığında yeşil işlerin; ekosistemi korumaya yardım ettiği, verimli stratejiler yolu ile enerji, malzeme, su tüketiminin azaltılması sera gazı emisyonunun düşürülmesi, her türden atık ve kirlilik üretiminin azaltılması ve önlenmesi olarak dört ana özelliği bulunmalıdır; buna göre bir işin yeşil iş olması için nihai olarak çevresel bir mal veya hizmet üretmesi gereklidir (Özsoy, 2016). Uluslararası Çalışma Örgütü (International Labour Organization (ILO)), yeşil işleri ekonomilerin, girişimlerin, iş yerlerinin, iş piyasalarının insan onuruna yakışır iş olanağı sağlayan sürdürülebilir, düşük karbon ekonomisi değerlerine dönüşümü olarak tanımlamıştır (Başol, 2013). Yeşil işlerin gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılması, az gelişmiş halkların yaşam şartlarında geniş tabanlı bir iyileşmenin sağlanabilmesi ve temiz bir ekonomik büyüme için faydalı olacağı düşünülmektedir (Ergin ve Ayşen 2015). Tarımsal çalışmalar, üretim, araştırma ve geliştirme, idari ve genel olarak çevreyi koruyarak yeniden yapılandırmaya yönelik katkı sağlayacak hizmet aktivitelerde çalışan kimseler yeşil yakalılarıdır. Yeşil yakalıları, daha çevreci ve sürdürülebilir bir dünyanın ihtiyacı olan iş kollarını kapsamaktadır.

Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından 2008 yılında yayınlanan rapora göre, 2030 yılına gelindiğinde güçlü bir politika yardımıyla biyoyakıt ilişkili tarım ve sanayi firmalarında 12 milyona yakın insanın çalışabileceği ve 2,1 milyon insanın rüzgâr enerjisiyle alakalı iş bulabilecektir. Güneş enerjisiyle alakalı alanlarda da 6,3 milyon kadar insanın çalışacağı tahminlerinde bulunmuşlardır. Geçmişte bakıldığı zaman 2005 yılında rüzgâr enerjisi sektöründe 235.000 çalışan varken 2009 yılına gelindiğinde bu sektörde çalışanların %9 artışla 601.500 çalışan seviyesine yükselmiştir. Yenilenebilir ve temiz enerji sektörlerinde ABD, Almanya, Çin, Brezilya, İspanya, İtalya ve Hindistan öncü ülkelerdendir. Türkiye bu seçili ülkeler arasında 15. sırada yer almaktadır (WorldAtlas, 2021).

2011 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü'nün Cenevre'de düzenlediği toplantı verilerine göre İspanya Navarre bölgesinde 2002-2006 yılları arasında yenilenebilir enerji alanlarında %183 oranında istihdam artışı sağlanmıştır. Bu gelişmenin yaşanmasında elverişli coğrafi ve iklimsel şartların yanında özel ile kamu sektörünün uyguladığı net politikalarda etkili olmuştur. Hedef her alanda yeşil iş olanakları geliştirmek ve çevreye duyarlı yaşamı oturtmaktır. Fransa'da yeşil işler için otomotiv, turizm, inşaat, yenilenebilir enerji sektörleri edilerek 11 sektörel komite geliştirmiştir. Komiteler, her bir sektör için gereken eğitim ve istihdam politikaları ihtiyacına göre nicel ile nitel analizler gerçekleştirmeyi öngörmüştür. Fransa yeşil işler ve yeşil istihdam için "Ulusal Gözlem Merkezi" kurmuştur (URL-1, 2021). Norveç 1989-1990 yıllarında yeşil gelişmeye ters düşen Morina Krizi'nin ardından izinli avlanmalara sınırlamalar getirmiştir. 2005 yılına kadar belirli balıkçılık sektörleri kapatılmıştır. Azalan istihdam ve olumsuz diğer etkilere karşın ülke yönetimi farklı iş kaynakları bulunması ve borçların silinmesi gibi desteklerde bulunmuştur. Gelir kaybı yaşayan balıkçılara Balıkçılık Güvence Fonu geliştirmiştir, balıkçılık filosunun baştan yapılandırılması, yeni iş alanları için balıkçıların eğitilmesi için ülke kaynak ayırmıştır. Burada önemli nokta ülkenin uzun vadede etkili olacak çözümler üretilmiş, çevreye duyarlı olan istihdam politikaları hazırlanmıştır. Böylelikle Norveç, doğal kaynaklar krizini çözebilmiş ve yeşil politikalarla yönetebilmiştir (Reyhan ve Duygu, 2015).

Tablo 1.2. Yeşil işlerin büyüme potansiyelleri

Sektör	Alt sektör	Yeşillenme Potansiyeli	Yeşil İşlerin Günümüze Kadar Olan Gelişimi	Yeşil İşlerin Uzun Vadede Potansiyeli
Enerji	Yenilenebilir enerjiler Karbon yakalama ve depolama	Mükemmel Orta	İyi Yok	Mükemmel Bilinmiyor
Sanayi	Çelik Alüminyum Çimento Kâğıt hamuru ve kâğıt Geri dönüşüm	İyi İyi Orta İyi Mükemmel	Orta Orta Orta Orta İyi	Orta Orta Orta İyi Mükemmel
Ulaşım	Yakıt tasarruflu otomobiller Toplu taşıma Demiryolu Havacılık	Ortadan iyiye Mükemmel Mükemmel Sınırlı	Sınırlı Olumsuz Sınırlı Sınırlı	İyi Mükemmel Mükemmel Sınırlı
Binalar	Yeşil binalar Yenileme Aydınlatma	Mükemmel Mükemmel Mükemmel	Sınırlı Sınırlı İyi	Mükemmel Mükemmel Mükemmel
Tarım	Verimli ekipman ve aletler Küçük ölçekli sürdürülebilir tarım Organik tarım	Mükemmel Mükemmel Mükemmel	Orta Olumsuz Sınırlı	Mükemmel Mükemmel İyiden mükemmele
Ormancılık	Çevresel hizmetler Yeniden ağaçlandırma/ormanlaştırma Tarımsal ormancılık Sürdürülebilir ormancılık yönetimi	İyi İyi İyiden mükemmele Mükemmel	Sınırlı Sınırlı Sınırlı İyi	Bilinmiyor İyi İyiden mükemmele Mükemmel

Kaynak: (UNEP, 2008)

Tablo 1.2.'de belli sektörlerin yeşil iş olma potansiyeli görülmektedir. Tablo 1.2. incelendiğinde enerji, sanayi, ulaşım, binalar, tarım ve ormancılık sektörlerinde çevreye duyarlılığın gelişmesi ve doğa dostu olarak ilerleme ihtimalleri verilmiştir. Genel olarak tüm sektörlerde doğa dostu işletme olabilme olanağı vardır. Yeşil ekonomide, işletmeler doğa dostu olarak faaliyet yürütmektedir. Bu ekonomi de çalışan doğayı koruyarak, doğaya öncelik değer kabul etmektedir. Böylelikle bu ekonomi de yeşil istihdam olanakları oluşmakta çalışanlar da yeşil yakalı olmaktadır. Yeşil yakalı insanlar, insana yakışır işlerde çalışmaktadır. Bunun anlamı, tatmin eden gelir, sosyal güvence, sağlık güvencesi, mesleki

ilerleme fırsatı, cinsiyet eşitliği, sendikal örgütlenme hakkı gibi güvencelerin ve hakların verilmesidir. Yeşil ekonomiye geçiş var olan bazı işletmeleri yok edecek bazıları için gelişme fırsatı tanıyacaktır. Burada önemli olan işletmelerin yeşile geçebilmesi için doğa dostu olabilmeyi seçmeli ve gereken değişim ve dönüşüme adım atmalarıdır.

1.3. Yeşil İşletmecilik

Günümüz koşullarının gereği olarak; küreselleşen dünya ve gelişen teknoloji işletmelerin, hızlı değişime uyum sağlayabilmesi için esnek bir yapıda olmasını zorunlu kılmıştır. Her gün yeni çıkan kavramlar ve yükselen trendler süratli bir değişimle hem işletmeleri hem de işletmelerin organik bağı bulunan stratejik baskı/çıkar gruplarını da etkilemektedir. Çevre sorunlarının 1970’li yıllardan itibaren dünya gündemine gelmesiyle beraber yeşil işletmecilik olgusuna ilişkin çalışmaları başlatmıştır (Palmer ve Hartley, 2006). 1985’ten itibaren yeşil hareket; özellikle toplumsal, ahlaki. Politik açılardan güç kazanarak, ekonomiyi ve işletmeleri önemli ölçüde etkilemiştir. Globalleşen ekolojik felsefe, işletmeleri bu bakış açısından fırsat oluşturmaya ve yaşam kalitesi ile birleştirmeye yönlendirmektedir (Emgin ve Ziya, 2004).

1993 yılında Harvard International Review dergisinde yazılan bir makalede 5 yıl sonra gerek iş dünyasının gerekse tüketicilerin daha yeşil bir çevre için yeni çözümler üreteceği, uluslararası pazarlarda başarılı olabilmek için en önemli olgunun yeşil olacağı ileri sürülmüştür (Han ve Sanderland, 1993).

Yeşil bakış açısı özellikle üretim yapan işletmeleri, üretim sürecine girdi şeklinde katılan doğal kaynakların korunması, atıkların yönetimi konusunda daha hassas davranmaya itmiştir. Yeşil uygulamaları benimseyen işletmelerin faaliyetlerinin sonucu olarak, çevrenin korunması ve kirliliğin önlenmesi konularında çözüm amaçlı çok sayıda ulusal ve uluslararası anlaşmalar imzalanmıştır (Cihangir ve ark., 2006). Bu durum, 21. yüzyılda başarılı işletmecilik anlayışının en önemli dayanaklarından birini yeşil stratejiler geliştirmeye bağlamaktadır (Düren, 2000). Örgütten ya da işletmeden etkinliğini sürdürebilmek için bu durumu göz önünde bulundurarak; çağdaş yönetim anlayışıyla çevreye verecekleri zararı düşünerek strateji geliştirmesi beklenmektedir.

Yeşil işletmecilik, bir başka ifadeyle çevreye duyarlı işletmeciliktir. Çevre; canlıların yaşamsal işlevlerini, biyolojik, ekonomik, sosyo-kültürel yaşamlarını devam

ettirdiği ortamdır. İşletme bilimi açısından ise çevre, organizasyonun sınırları dışında kalan bütün her şeydir (Akatay ve Aslan, 2008).

Yeşil işletmecilik, karar alma süreçlerinde ekolojik çevreyi önemli ve etkin bir unsur olarak gören, işletme faaliyetlerini yürütürken çevreye verilen zararın en aza indirilmesini ya da tamamen ortadan kaldırılmasını hedefleyen anlayıştır. Bu temelde ürünlerin tasarımını, paketlenmesini, üretim süreçlerini değiştiren, ekolojik çevrenin korunmasını işletme kültürü haline çeviren, sosyal sorumluluğu bulunan topluma karşı görevlerini yerine getiren işletmelerin benimsediği bir anlayıştır (Nemli, 2000).

İşletmelerin yeşil yani çevreci bir işletme olmasında, bilinçlenen tüketiciler de etkili olmaktadır. Çünkü tüketiciler aldıkları ürünün üretim koşullarını araştırmakta, çevreye etkisini sorgulamaktadır. İşletmelerin yeşil etiği ve yeşil sorumluluğu; başta tüketicileri etkilemekte ve toplumların diğer kesimlerini de etkileyerek yeşil anlayışın yaygınlaşmasında itici güç haline gelmektedir. Bu da işletmelerin pazar paylarını korumak, rakip firmalarla rekabetini sürdürebilmek, tüketicilerin yani toplumun gözünde iyi bir imaj oluşturmak, uzun vadedeki planlarını korumak, işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamak gibi amaçlarla; işletmeleri çevre dostu teknolojileri kullanmaya, çevreci pazarlama stratejilerini geliştirmeye, geri dönüşüm ve vergi teşvikleri gibi araçlarla üretim maliyetlerini düşürmeye çalışmaya itmektedir. Hem sosyal sorumluluk hem de tüketici talepleri doğrultusunda işletme yöneticileri üretim koşullarını revize etmeye başlamaktadır. Yani bilinçlilik düzeyindeki artış, yapılması gerekeni göstermektedir. Küresel iklim değişikliği krizinin temel sorumlularından olan işletmeler, krizin etkilerini takip etmek de ve çevreci kurum olduklarını ispatlama çabalarına girmektedir. Yüzyılımızda bilgiye ulaşım son derece kolaylaşmıştır. Hemen her kesim gündemi kolaylıkla takip edebilmektedir. Bu durum aslında işletmeleri ve ülkeleri zorunlu bir değişime de yönlendirmektedir. Sera gazı salınımını düşürmek için ülkelere, işletmelere büyük sorumluluk düşmektedir. WWF-Türkiye (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) Genel Müdürü Aslı Pasinli, iklim değişikliğinin durumunu “gezegen üzerindeki yaşam için felaket” olarak tanımlamakta ve “iklim değişikliği ile mücadelede en güçlü adımları atmak enerji, ulaşım, gıda gibi tüm sektörlerin düşük karbonluya geçişini hızlandırmaktan başka çaremiz yok” demektedir (Sözer, 2019). Buradan da yeşil işletmelerin bu krizle mücadeledeki önemi bir kez daha anlaşılmaktadır.

Yeşil işletmeler, çevreye duyarlılıkları karşısında aldıkları ödüller ve sembollerle kolaylıkla tanınmakta ve tüketiciler tarafından takip edilerek, takdir edilmektedirler. İşletmeler sürdürülebilirliklerini korumak ve günümüzde yaşanan süreci yönetmek için bu

stratejiyi uygulamaktadır. Yeşil işletmecilik açısından ilk adımları, işletmenin faaliyetlerinin başlangıcı olan, kuruluş yeri seçimi ve tesisin çevresel yeterliliği oluşturmaktadır. İyi planlanmış yeşil binalar/tesisler, standart binalara göre tesisleşme maliyetlerini azaltmakta, çalışanların verimliliğini arttırmakta, iş görenlerin işe devam sorununu ortadan kaldırmakta ve işe olan bağlılıklarını kuvvetlendirmektedir (Lockwood, 2008). Çevre düzeninin korunmasında yeşil tesisle hareket eden yeşil işletme, üretim süreçlerinde çevreye zarar vermeyen teknolojiler kullanan, kaynak ve enerjinin verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayacak altyapısı bulunan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanabilen veya kendi enerjisini üretebilen, atıkları tekrar kazanarak ya da sıfır zararlı hale getiren yapıdadır. Yeşil işletmecilik anlayışına göre işletme fonksiyonları incelenmiştir.

Bu tezde yeşil işletmecilik konusuna bağlı alt başlık olarak açıklanan işletme fonksiyonlarına dair bilgiler, genel olarak yeşil işletmecilik temelinde esas konudan uzaklaşmadan ve detaya girmeden değerlendirilmiştir.

1.3.1. Yeşil yönetim

Yeşil yönetimin yani çevreye duyarlı yönetimin çıkış noktası sürdürülebilir kalkınma anlayışından gelişmiştir (Karabulut, 2004). Çevrenin korunması ile ekonomik büyüme kavramlarının uzun dönemli olarak birlikte düşünülmesi esasına dayanan sürekli bir süreci belirtmektedir. Her tür işletme ve organizasyonun çevresel performansını yönetme olarak ifade edilmektedir. Bir bakış tanıma göre, şirket çevreciliği olarak nitelendirilen yeşil yönetimi, çevreyle ilgili konuların işletme tarafından anlaşılması ve konuların karar alma süreciyle bütünleştirilmesidir. Ayrıca, çevreyle alakalı konuların stratejik planlama ile strateji oluşturma süreciyle birleştirilmesidir (Akdoğan, 2003).

Bansal ve Roth'un yaptıkları araştırma sonuçlarına göre çevreyle alakalı yasa ve yönetmeliklere uymak, rekabet avantajı elde etmek, ortakların neden oldukları baskıdan kaynaklı sorumluluk, değerlere uymakla beraber üst yöneticilerin istekleri sebebiyle işletmeler; yeşil olmakta ve yeşil yönetim anlayışına uygun faaliyetler gerçekleştirmeyi arzulamaktadır (Bansal ve Roth, 2000).

Morrow ve Rondinelli'nin yaptıkları çalışmalar neticesinde; işletmelerin yeşil yönetimi uygulama nedenleri arasında çalışanları motive etmek, işletme imajı arttırmak, enerji kaynaklarının kullanımı azaltmak, işletmenin çevreye olan olumsuz etkilerini

azaltmak, rekabet avantajı edinmek, etkinliği yükseltmek ve yasal zorunluluklar gibi bulgulara varılmıştır (Morrow ve Rondielli, 2002).

Yeşil yönetim anlayışı konusunda yürütölen çalışmalar ile işletmelerin yeşil yönetim anlayışını benimsemesinde 4 amaç sunulmuştur (Haklik, 2021):

- Organizasyonlar, faaliyetlerinin çevreye verdiği etkiyi belirlemeli ve kontrol etmelidir.
- Organizasyonlar, çevre yönetim sistemi kurmalıdır. Bu sistem; politika, program, amaçlar ve çevre konularını kapsamalıdır.
- Organizasyonlar, çevre konusunda sosyal sorumluluklarını bilmeli, çalışanlarının çevre duyarlılığı için eğitim almasına fırsat sunmalıdır.
- Tepe yönetici, organizasyonun çevre politikasını açıklamalı ve bu politika, çevreyi korumayı ve onu sürekli gelişmesini içermelidir.

İş insanı H. Ford tarafından Akatay (2008); endüstri ile toplum arasındaki ilişkinin değiştiğini ve işletmelerden daha çok insani değerlere hizmet edilmesi, kamunun diğer üyelerine karşı sorumluluk taşınması gerektiğini belirtilmesi işletmede yeşil yönetim anlayışını neden benimsememiz gerektiğini daha net anlamamıza olanak tanımaktadır.

Ayrıca işletmenin Karakuş ve Çelebi (2018) yeşil yönetim anlayışını kabul etmesinde ve uygulamasında zorlayıcı nedenler de bulunmaktadır. Bunlar;

- Çevresel mevzuatların ve yasal zorunlulukların sürekliliği artması ve geliştirme süreçlerine çevresel kaygıların dâhil olması,
- Yeşil tüketici olarak adlandırılan, çevreye duyarlı bireylerin dâhil olduğu niş bir pazarın varlığı,
- Çevreyi koruma amaçlı örgüt ve sivil toplum kuruluşlarının sayısının ve saygınlığının artmasıyla birlikte çevreye zarar veren işletmelere karşı harekete geçme farkındalığını topluma vermeleri,
- İşletmelerin doğal kaynakları kullanmanın sadece ekonomik verimliliği sunmadığını ve üretim maliyetlerini düşürebildiklerinin bilincine ulaşmaları
- Günümüzde işletmeler için çevresel performansının yüksek olmasının önemli bir rekabet olanağı olarak kabul etmesi.

Tablo 1.3.1. Geleneksel yönetime karşı yeşil yönetim

	Geleneksel Yönetim	Yeşil Yönetim
Amaçlar	-Ekonomi olarak büyümek ve kar etmek -Ortakların kazancı	-Sürdürülebilirlik ve yaşam kalitesi -Ortakların refahı
Değerler	-Benmerkezcilik -Rasyonellik	-Ekoloji merkezli -İçgüdüsel ve anlamaya dayalı
Ürünler	-Fonksiyon, stil ve fiyat olarak tasarlanmış ürünler	-Çevreye göre tasarlanmış çevre dostu ürünler
Üretim sistemi	-Enerji ve kaynakların yoğun kullanımı -Teknik olarak etkinliğin sağlanması	-Düşük düzeyde enerji ve kaynak kullanımı -Çevresel olarak eko-etkinliğin sağlanması
Organizasyon	-Hiyerarşik yapı -Yukarıdan aşağıya karar verme -Merkezi yönetim	-Hiyerarşik olmayan yapı -Katılımcı karar verme -Merkezkaç yönetim
Çevre	-Çevreye hâkim yönetim -Çevrenin sadece bir kaynak unsuru olarak görülmesi -Kirlilik ve atıkların işletme dışını ilgilendiren unsurlar görülmesi	-Doğayla uyum içinde olma -Doğal kaynakların sınırlı olduğunun farkına varılması -Kirlilik ve atıkların azaltılması ve yönetimi
İşletme fonksiyonları	-Pazarlama tüketimi arttırmayı -Finansman kısa dönemde karı maksimize etmeyi amaçlar -Muhasebe geleneksel maliyetlerle ilgilenir -İK iş verimliliğini arttırmayı amaçlar	-Pazarlama tüketiciyi eğitmek için vardır -Finansman uzun dönemde sürdürülebilir büyümeyi hedefler -Muhasebe çevre ile ilgili maliyetleri dikkate alır -İK yönetimi işyerinde sağlık ve güvenlik sağlayıcı ortam geliştirir

Kaynak: (Shrivasta, 1995; Yüce, 2020)

Bu tabloya göre işletme yönetiminin en temel bakış açısı farkı çevre faktördür. Yeşil yönetim anlayışı tüm faktörlerde çevresel etkiyi baz alarak hareket etmektedir. Sürdürülebilirliğin sağlanması ve yüzyılımızın ve hatta gelecek yılların gerekliliği olarak işletmelerin yeşil işletme olması ve yeşil yönetim anlayışını kazanması önem arz etmektedir.

Toplam kalite yönetimi hakkında çalışmalar yapan Deming, çevre kalitesi üzerine de çalışmalar yaparak yeşil yönetim anlayışı üzerine şu ilkeleri açıklamıştır (Green, 1993):

- Rekabetçi avantaja elde etmek ve çevreye verilen zararları azaltmak için hedef sürekliliği oluşturmak,

- Yeni dünya düzeninde kabul edilebilir kirlilik oranları ile çevre tahribatının olamayacağını kabullenmek,
- Atıkların ortaya çıkmasının ardından temizlemek yerine, çevre korumanın üretim süreçlerine dâhil edilmesine olanak sağlamak,
- İşletmeleri değerlendirirken çevre koruma ve kaliteyle alakalı ölçütler kullanmak,
- Sistem üzerinde sürekli çalışarak çevre sorunlarını belirlenip önlemler almak,
- Çevre koruması hakkında çalışanları eğitmek için yeni yöntemler tasarlamak
- Üretim hattında çalışanların sorumluluğunu çevre koruma, kalite ve atıkların azaltılması konularını içerecek şekilde yönlendirmek,
- İşletme içerisindeki tüm çalışanların çevre konusunda etkin çalışmasına olarak sunmak,
- İşletmedeki bölümler arası engelleri kaldırarak her bölümde çevreyle ilgili oluşabilecek sorunların beraber çözülmesine imkân sağlayan bağlantıyı kurmak,
- Çalışanlara çevre koruması için gerekli araçları temin etmek,
- İş standartlarını çizerken çevre korunmasına özen gösterilmesini göz önünde bulundurmak,
- Çalışanların çevreye sağladıkları yarardan dolayı onur duymasına imkân vermek,
- Çalışanlara çevre koruma konusunda detaylı bir eğitim ve geliştirme programı vermek,
- Yöneticilerin çalışanları çevre koruma konusunda motive edecekleri ortamlar geliştirmek.

Starik ve Rands (1995) yaptıkları çalışmalar doğrultusunda yeşil yönetim anlayışının ilkelerini 5 başlık altında sınıflandırmışlardır; ekolojiye ilişkin unsurlar, iş yapısına bağlı unsurlar, örgütsel politik-ekonomik ve sosyal-kültürel unsurlar.

Deming'in on dört yeşil yönetim ilkeleriyle beraber bir bütün olarak bakabilecek Piper'in işletmelerin sürdürülebilir kalkınma doğrultusunda yeşil yönetim anlayışının belirlenebilmesi için gerekli olan on adet ilkesi ise şunlardır (Piper, 2002):

- Sürdürülebilir kalkınmasının işletmenin vizyon ve amaçları arasında bulunması,
- Ekolojik, sosyal ve ekonomik sistemin bir bütün şeklinde ele alınıp sistemlerin birbirleri üzerindeki etkisinin incelenmesi,
- Şimdiki nesillerden yola çıkarak gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarının planlanması ve kaynakların azalmasını engelleyecek halde tüketim yapılması,

- Geçmişteki faaliyetler incelenerek yeni yapılacak çalışmaların yer ve zaman planlamasını doğru yapmak,
- Yapılan çalışmaların amaçlara uygunluğunun denetlenmesi ve işlemlerde kolaylık verilmesi,
- Çevre konusunda duyarlı olunarak yeni gelişmelerin takip edilmesi,
- İşletme içinde çevre hakkında etkin iletişim imkanı olması,
- Çevre ile ilgili kararların çalışanlarla beraber alınması,
- İşletmelerin faaliyetlerini sürekli değerlendirerek olumsuzluklarını tespit edip düzeltmeye gitmesi,
- İşletmenin kurumsallaşması tamamlaması.

Tüm bunlardan yola çıkarak zorlayıcı nedenlerin; küresel iklim krizi gibi ciddi bir soruna karşı son derece önem arz ettiğini ve bu sorunla mücadelede küresel bir çalışmanın gerekliliğini göz önünde bulundurularak, başarıya ulaşmada zorlayıcı unsurların faydası olacağını söylemek mümkündür. Her yönetim; coğrafi yapısı, imkânları, sosyo-ekonomik koşulları gibi kendine özgü şartlarını göz önünde bulundurarak olanakları doğrultusunda mümkün olan yeşil yönetim faaliyetlerini hayata geçirmelidir.

1.3.2. Yeşil üretim

Yeşil işletmeciliğin bir diğer fonksiyonu yeşil üretimdir. Yeşil üretim; işletmenin üretim yaparken çevreye zarar vermeyen girdiler kullanan, yüksek verimliliği bulunan, çok az ya da sıfır atık içeren böylece kirlilik oluşturmayan üretim süreçleridir. Yeşil üretim; atık ve kirliliğin engellenmesi veya azaltılmasını, geri dönüşümü ve yeşil ürün tasarımını kapsayan faaliyetler temelinde ele alınmaktadır (Aydın, 2017). Bu çerçevede, yeşil üretim faaliyetleri çevreye zarar vermeyecek teknolojiler kullanmaya, kirliliği yok edecek şekilde geri dönüşüm sağlamaya ve atıkların kendi işletmelerinde veya başka işletmelerde yeniden değerlendirilebilmesine olanak tanımalıdır. Bunun içinde etkin kaynak kullanabilmeli yani işletmenin yararlandığı enerji kaynaklarının ekosisteme zarar vermeyen seçeneklerden olması gerekmektedir.

Ülkeler enerji gereksinimlerini yenilenemeyen kaynaklar dediğimiz kömür, petrol, doğalgaz gibi fosil yakıtlarla veya enerji üretimini yenilenebilir enerji kaynakları dediğimiz güneş, rüzgâr, toprak, deniz gibi kaynakları kullanmaktadır (Spurgeon, 2000). Fosil yakıt ile

enerji ihtiyacını karşılamak doğaya büyük zararlar vererek sera etkisine ve asit yağmurlarına neden olmaktadır. Yenilenebilir enerji kullanarak üretim yapan yeşil işletmeler doğadaki kaynakların tükenmesini veya zarar görmesini engellemektedir. Yani yeşil üretim fonksiyonu; işletmenin insan ihtiyaçlarına karşı gerçekleştirdiği üretimde veya hizmette, insanın en temel ihtiyacı, olmazsa olmazı olan ekolojik dengeyi odak noktası haline getirmektedir. Yenilenemeyen enerji kaynaklarının rezervleri belli miktardadır ve orta vadede ekonomik kalkınmanın temelini oluşturan bu kaynaklar tükenme tehlikesindedir. Bununla beraber söz konusu kaynakların kullanımı sonucu meydana gelen zehirli/kirli atıklar, doğal sistemi bozmaktadır.

Güneş enerjisi, jeotermal enerji, hidrolik enerji, bitkisel ve hayvansal artıklar, dalga ve dalga akıntılarından kazanılan enerji, yüzey suları ile dip suları arasındaki farktan doğan enerjisi, gel-git enerjisi, yenilenen bilen enerji kaynaklarıdır. Yenilenebilir enerji teknolojisinin süreklilik, emniyetli olmak, elverişlilik şeklinde üç temel noktası vardır (Karaman, 1998).

Ekonomik ve ekolojik etkinliğin birleşime eko-etkinlik denmektedir. Bir başka ifadeyle daha az enerji ve hammadde kullanarak daha fazla mal ve hizmet üretmek; daha az atık ve kirlilik oluşturarak hammaddelerden daha fazla değer kazanmaktır (Uçak ve Villi, 2013). İşletme faaliyetlerinde çevresel duyarlılık ile hareket eden işletmeler için; malzeme kullanımı azaltmak, enerji kullanımını azaltmak, zehirli maddelerin yayılımını azaltmak, malzemelerin geri kazanım olanaklarının yükseltmek, yenilenebilir enerji imkânlarının kullanımının arttırmak, ürün dayanıklılığını ve hizmet yoğunluğunu arttırmak şeklinde Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu tarafından temel kriterler belirlenmiştir (Gönel, 2021).

Çevreye olumsuz etkileri en az olan ürünlerin üretilmesi yeşil üretim için en basit yaklaşımdır (Yavuz, 2010). İşletmeler, rakiplerine göre büyük çevresel fayda sağlayan veya çevresel maliyetleri minimal olan ürünler geliştirebilir ya da bu tür süreçleri uygulayabilir; böylelikle işletme maliyetlerinin artmasına karşın yüksek fiyat talep etme, ek pazar payı kazanma veya her iki avantajı elde etme olanağına kavuşmaktadır (Reinhardt, 2008). Örneğin; Sony şirketi, teknolojiye dayalı ve kirliliği azaltıcı yeni çevre stratejileri geliştirmiştir. Bu strateji ile sıfır atık, sıfır hata, hammadde ve malzemenin çevresel duyarlılığı, ürünlerin yeniden kullanımı, ISO-14001 sertifikasına sahip olmak, eko-ürünlerin geliştirmesi istenmektedir. Sony firması, eko-ürünlerin tasarımı ve geliştirilmesi hakkında yüksek standartlara sahiptir (Park, 1998).

Yeşil üretim anlayışında uzun vadede daha az maliyetli olan yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmakla beraber yeşil yani çevre dostu teknolojiler kullanarak üretim yapmak, yeşil mühendislik ile araştırma ve geliştirmeye ilerlemek; yeşil inovasyon aracılığıyla üretimde çevresel zararları en aza indirecek fikir, tutum, ürün ve süreç geliştirmek bütünsel bir işlemdir. Bu sürecin başarılı olmasında yeşil düşüncenin işletme kültürüne oturması gereklidir.

1.3.3. Yeşil pazarlama

İşletme fonksiyonlarından olan pazarlama fonksiyonu, yeşil işletmecilik anlayışıyla değerlendirildiğinde; çevre faktörünü düşünerek fiyatlama, etiketleme, paketlenme, reklam ve dağıtımı içermelidir. Yeşil pazarlama ifadesi ilk olarak 1975 yılında Amerika Pazarlama Birliği tarafından düzenlenen “Ekolojik Pazarlama” konulu seminerde kullanılmış; ekolojik pazarlamanın, pazarlama çalışmalarında çevre kirliliği ve enerji ile diğer kaynakların tüketimi üzerine olumlu veya olumsuz etkileriyle ilgili faaliyetler olduğu ifade edilmiştir.

Çevreci kesimler tarafından yapılan çeşitli çalışmalar, insanların çevre korunması hakkında endişeleri olduğu ve tüketicilerin satın alma konusunda davranış kalıplarını değiştirdiğini açıklamaktadır. Bireysel ve endüstriyel tüketiciler çevre dostu ürünler konusunda geçmiş yıllara nazaran daha çok kaygılanmakta ve çevre dostu ürünlerin dünya için güvenilir olduğunu kabul etmektedir. 1960’lı yıllar tüketiciler için “uyanma dönemi”, 1970’li yıllar “harekete geçme dönemi” ve 1980’li yıllar “hesaplı olma dönemi” son olarak 1990’lı yıllar da “pazardaki güç” olarak ifade edilmiştir (Ay ve Ecevit, 2005). Sanayi Devrimi ve dünyada yaşanan sosyal ve ekonomik gelişmelere göre tüketiciler için dönemsel tanımlamalar gelişmiştir. Yeşil pazarlama; doğal yaşam için kaygıları olan alıcılara, sürdürülebilir ve sosyal sorumluluk sahibi ürün/hizmet pazarlanmasını amaçlayan kavramdır (Selvakumar ve ark., 2019). Yeşil ürün tercih etmeyi seçen ve arzulayan kimi tüketiciler ekonomik kaygılarla istediği ürünü alamamaktadır. Tüketicilerin sosyo-ekonomik şartlarında yaşanan iyileşmeler veya tüketicilerin bilinçlilik düzeyinin yükselmesi tüketicileri çevre dostu ürünleri almaya veya alabilmeye yöneltmektedir. Sakarya Üniversitesi’nde yapılan araştırma verilerine göre tüketicilerin gelir seviyesinin, yeşil ürün satın alma duyarlılığı üzerinde etkili olduğu; yeşil pazarlamayı daha ileriye taşımak için işletmelerin fiyatlandırma stratejileriyle bağlantılı bulunmaktadır (Yıldırım ve Türkmen, 2015).

Tablo 1.3.3. Yeşil pazarın dört dilimi

Tüketici Dilimlemesi				
	Trend Belirleyiciler	Değer Arayanlar	Standartları İzleyenler	Temkinli Alıcılar
Dilim Profili	-Doğa aşıkları veya vizyon sahibi çevreciler	-Çevresel pragmatist	-Çevre konusunda muhafazakârlık	-Çevre konusunda şüphecidir
	-Yeşil ürün kullanmak için duygusal ya da manevi motivasyon	-Yeşil ürünleri kullanmak için akılcı motivasyon	-Yeşil ürünlerin kitlesel kullanımına ulaşılmasını bekler	-Yeşil ürünlere inanmaz
	-Yeşil inovasyon yoluyla rekabet avantajı arayışı	-Verimliliği arttırmak ve maliyet tasarrufu için yeşil ürün kullanımı	-Standart hale gelmiş yeşil ürünleri kullanır	
Dilimi hedeflemek için konumlanma	Eko-avantaj	Eko-verimlilik	Eko-standart	
	-Rekabet avantajı için yenilikçi ürün	-Daha az etkiyle daha çok değer yaratmak	-Kitlesel kullanımı olan ürün	-İzlemeye değmez

Kaynak: (Kotler ve ark., 2010; Çelik ve ark., 2016)

Eko-etiket, üçüncü taraflarca ürünlerin çevresel etkileri hakkında belirlenen kriterlere uygunluğu ile ürünlere verilen zorunluluğu bulunmaya yeşil pazarlama araçlarından biridir. İlk olarak Almanya’da 1978 yılında uygulanmaya başlanmış, 1993 yılından itibaren Avrupa Birliği ülkelerince popüler olarak kullanılmaya başlanmıştır. Eko-etiketlemenin yeşil işletme olma üzerindeki etkisini incelemek için bir araştırma yapan Ball, inşaat şirketlerini araştırarak eko-etiketleme uygulamalarının yeşil işletme anlayışını benimsemede etkili olduğunu ispatlamıştır. Eko-etiketleme uygulayan işletmelerin çevresel duyarlılık ile stratejiler geliştirdikleri ve çevreye zararlarını en aza indirdedikleri görülmüştür (Ball, 2001).

Yeşil pazarlamanın iki ana stratejisi vardır. İlki tüketiciler için üründen; kalite, performans, satın alınabilir ve rahatlık gerekliliklerini çevreye minimal zarar ile karşılayan ve emek, topluluk gibi konularla ilgili kaygılarını dengeleyen ürünler geliştirmektir. İkincisi güçlendirirken pratik yararlar veren güvenilir markalara talep geliştirmektir (Ottman ve Books, 1998). Pazarlama stratejileri; yeşil tasarım, yeşil konum belirleme, yeşil fiyatlandırma, yeşil lojistik, pazarlama atıkları, yeşil tanıtım, yeşil birleşme/anlaşma şeklinde pazarlamanın dört P’si yeniden düzenlenmiştir (Polonsky ve Rosenberger, 2001). Oxford Üniversitesi işletme sözlüğüne göre yeşil pazarlama Çabuk ve Nakıboğlu (2003), “firma ve markaların; üretim, tanıtım, dağıtım gibi temel pazarlama faaliyetlerini öncelikle çevrenin yararına olması amacıyla gerçekleştirdikleri çevreci pazarlama yaklaşımıdır”.

Yeşil pazarlama ile literatüre giren 4S kuralı şunlardır (Yoluk, 2021):

Tatmin(Satisfaction): Tüketicilerin çevre dostu uygulamalar için işletmelerden istediklerini, aldıkları hizmetlerde istediklerinin gerçekleşmesi anlamında tatmin seviyesini ifade etmektedir.

Sürdürülebilirlik(Sustainability): Yeşil pazarlamanın tercih edilmesinde ana neden olan sürdürülebilirlik kapsamında çevre dostu uygulamalar barındıran, ürünün enerji ile enerji kaynaklarının sürekliliğinin sağlanmasına yönelik kullanılan terimdir.

Sosyal Kabul(Social Acceptability): Firmalar doğa dostu ürünler/hizmetler ürettiklerini ve bu durumun tüketici kesim tarafından kabul edilmesidir.

Güvenlik(Safety): Ürünlerin doğadaki hiçbir canlıya zarar vermeden üretildiğini yani yeşil pazarlamada doğayla birlikte canlı sağlığına önem verildiğini belirten terimdir.

Her işletmenin kendine özgü yeşil pazarlama stratejileri vardır. Tablo 1.3.3. Hangi şirket yeşil pazarlama için ne yaptı? ile çeşitli yeşil pazarlama stratejileri ve işletmeler için çevre dostu çalışma örnekleri verilmiştir. Örnekler 2015 yılı verilere dayanarak sunulmuştur.

Tablo 1.3.3. Hangi şirket yeşil pazarlama için ne yaptı?

Boyner	2013 yılında izledikleri sosyal uygunluk projesiyle; 2012-2013 karşılaştırmasında metrekare başına düşen tüketimde %12,15 ve birim emisyonunda %22,46 oranında azalma değişimi sağlamıştır.
CarrefourSA	Tedarikçilerin direkt dağıtım yerine depolara teslimat yapmasını sağlatarak gelen malların konsolide edilip tek bir araçla marketlere dağıtmaktadır.
Dimes	Tüm tırları Euro 5 motor ile donatılmıştır. Diren Makine(DIMAK) Ar-Ge bünyesinde 2 yıl önce, elektrik enerjisi ile desteklenen hibrit araç geliştirme projesiyle yakıttan %20 tasarruf yapmıştır.
Gıda 360	Rota optimizasyonu ile filosunda 5 yaş altı araçlar kullanarak yakıt tüketiminde %110 tasarruf yapmış ve şirket içinde 8.500 ton kâğıt atık geri dönüştürerek 1.800 ağacı kurtarmıştır.
Migros	Taze gıdaları mağazalarına doğrudan sevk ederek 30 kat daha az gidiş-geliş yapıyor, lojistik masrafını azaltmak için meyve ve sebzelerinde katlanabilir kasa uygulamasına geçmiştir.
Yıldızholding	2010 yılında geleneksel dağıtım kanalı yapan 4 şirket Horizon Gıda altında birleşmiş, yıllık 0 kilometre ve 4,7 milyon litrelik yakıt tasarrufu, sağlamıştır.

Kaynak: (Greenbusiness, 2015)

Çeşitli işletmelerin yeşil pazarlama faaliyetlerine baktığımızda görülüyor ki işletmeler çeşitli pazarlama stratejileri ile hem tasarruf sağlamış hem çevre korumasına destek olmuş hem de imajlarını güçlendirmişlerdir. Bu pazarlama stratejilerinde, geri dönüşümlü ürün kullanımının doğaya faydası örneğin Gıda 360 firmasının tasarrufu ile görülmektedir.

Firmaların doğa dostu yeşil ürünü pazara sunmadan önce yeşil pazarlama stratejileri geliştirdiğini ve uyguladığını, ürün farklılaşmasını başarılı bir şekilde gerçekleştirmesinin ardından tüketicinin razı olacağı doğru fiyatla ve tüketicinin ürünün çevre dostu olduğuna inanmasının sağlaması gerekmektedir. İşletmenin yatırımından kar elde edebilmesi için ise uzun vadede kendisini taklitçilerinden koruyabilmesi gerekmektedir.

1.3.4. Yeşil muhasebe ve finansman

Doğal kaynakların işletmeler tarafından üretim girdisi olarak kullanmasının ardından türlü atıklar oluşmaktadır. Bu nedenle işletmelere temiz ve sürdürülebilir bir dünya için önemli bir pay düşmekte ve yeşil muhasebe devreye girmektedir. Yeşil muhasebe, sosyal sorumluluk ilkesinden de kaynaklı olarak işletmelerin çevresel maliyetlerini ölçmek için kullanacağı araçtır. Geleneksel muhasebe; maliyetleri finansal bakış ile değerlendirmekte, üretimin ve tüketimin sosyal maliyetlerini göz ardı etmektedir. Yeşil muhasebe ise çevresel maliyetlerin daha ayrıntılı ve spesifik hesaplar aracılığıyla takip edilmesine imkan vermektedir (İçöz ve Kılınç, 2016). Yeşil muhasebenin sosyal sorumluluk gereği işletmelerin doğa üzerindeki negatif etkilerinin belli olmasından sonra ortaya çıkan bir uzmanlık muhasebesidir (Apalı, 2018).

Çevre maliyetleri; önleme maliyetleri, ölçme ve değerlendirme maliyetleri, hata maliyetleri, uygunluk ve uygunsuzluk maliyetleri olarak belirlenmiştir. Mesela; ekosisteme zararı olmayacak ambalaj geliştirme maliyeti bir önleme maliyetidir. Emisyon ölçüm cihazı maliyeti ölçme ve değerlendirme maliyetidir. Çevreye verilen zararın temizlenmesi dış hata maliyeti, hatalı ürünün yeniden işlenmesi iç hata olmaktadır. Atık kontrolü maliyetleri uygunluk maliyeti ve atık sızıntısının verdiği zararların maliyeti uygunsuzluk maliyetidir (Baş ve Özocak, 2002).

Ekolojik maliyetler veya çevresel maliyetler olarak adlandırılan bu maliyetler; kirliliği önleme ve ölçme ve değerlendirme, kirlletme ve kirliliği tasfiye etme olarak

sınıflandırılabilir. Ekolojik maliyetler gider çeşidine ve yerine göre izlenmelidir. Bunlar raporlanmalı ve gerekli birimlere sunulmalıdır (Baş, 2002).

Günümüzde pek çok ülke doğa korunmasına ilişkin uygulamalara karşılık işletmelere vergi teşviki sağlamaktadır. Yeşil muhasebe uygulamasının en önemli yararı, kaynak yönetimi ve verimlilikle beraber etkin bir yöntem olmasıdır. Yeşil işletmecilik anlayışına göre uygulanan yeşil muhasebecilik uygulamaları; kaynak ve maliyet tasarrufu sağlayıp, çevre korunmasına ilişkin vergi teşviklerinden ve sübvansiyon uygulamalarından yararlanarak aslında işletmelere uzun vadede daha çok kazanç elde ettirmektedir (Süklüm, 2019).

Yeşil işletmecilik anlayışında işletmeler, yalnızca kar ve zarar hesaplarıyla ilgilenmeyerek çevreye duyarlı bir tavır sergilemeli ve çevre problemlerine yönelik elindeki teknik, mali, beşeri olanaklarını bu amaç için yönlendirmelidir. Arons (1995)'a göre çevre muhasebesi, daha fazla çevresel fayda kazanmak için yeni finansal ya da finansal olmayan muhasebe, bilgi ve kontrol sistemleri yapmaktır (Özkoç, 1998)

Atkinson 1993 senesinden itibaren Amerika'daki işletmelerde yeşil muhasebe uygulamalarının başladığını, bu durumun işletmelerin çevreye verdiği önemin bir ispatı olduğunu savunmuştur (Çalışkan, 2012). Yeşil muhasebenin gelişmiş ülkelerde daha etkin olarak uygulanması, bu ülkelerde işletmelerin çevreye verdikleri zararı düşündüklerinin ve doğayı daha çok önemsediklerini işaret etmektedir (Teke, 2013). 1970'lerin ikinci yarısından sonra ve özellikle 1990'lı yıllarda bankalar, kredi talebinde bulunan işletmeleri çevre riski açısından incelemeye almışlardır. Firmalara, sendikasyon kredisi alabilmek için çalışanlarına çevresel konularda eğitim verme zorunluluğu tanınmıştır. Bankalar da yeşil işletme olabilmek için faaliyetlerini başlatmış, ilk adımı National Westminster Bank kendisine çevre denetimi yaptırmış ve bu sistemi kurmuştur. Garanti Bankası çevre için yaptıklarına karşılık Birleşmiş Milletler tarafından 1996'da Dünya Çevre ödülünü almıştır. Alman Kalkınma Bankası Türkiye'deki firmaların çevre yatırımlarını desteklemek için düşük faizli kredi sunmuştur. Amacı organize sanayi bölgelerinde işletmelerin su ve hava kirliliğine sebep olacak faaliyetlerini sona erdirerek daha yüksek çevre performansına ulaşmak için gereken çevre yatırımlarına teşvik edebilmektir (Aktüel, 2001).

1.3.5. Yeşil insan kaynakları ve halkla ilişkiler

Yeşil işletmeciliğin bir diğer fonksiyonu yeşil insan kaynakları ve halkla ilişkilerdir. İşletmenin kurulması, gelişmesi, sosyal sorumluluklarının bilincinde olması ve uygulaması, stratejik amaçlarının gerçekleşmesi insan gücüne bağlıdır. İşletmenin insan sermayesini etkin kılabilmesi, bilgi/beceri ve gelişmelerden faydalanabilmesi için yeşil insan kaynakları yönetimi gereklidir. Başarılı işletmelerin ardında görünmeyen değerleri olan insan kaynakları vardır. Rekabet üstünlüğü, pazardan daha fazla pay kazanma, verimliliği artırma, iş yaşamının ve ürünlerin kalitesini artırma etkin insan kaynaklarına bağlıdır (Bingöl, 2016).

Bu yeşil düşünceye sahip firmalar için, yeşil insan kaynakları yönetimi, örgütlerin bir paydaşı olduğu çevre ile toplumla alakalı politikaların işletme yönetimine ve insan kaynakları politika ve uygulamalarına ve çalışanların eğitimlerine, sorumluluklarına uygulanmasında temel işlevi olan bir unsur olarak yorumlanabilmektedir. Çalışma ortamları dâhil firmaların her alanlarında sürdürülebilirliğe destek olmak ve yeşil işletmecilik anlayışında olabilmeleri için yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamaları çalışanlarının ve örgütün karbon ayak izlerini azaltmasına destek olabilmektedir.

Firmalar zarar görmüş bir itibarın müşteri sadakati ve çalışan bağlılığına negatif yönde etki yaptığını bilmektedirler. Bu durumun firmanın finansal refahıyla sürdürülebilirlik amacını tehdit ettiği ortadadır. Toplumun firmalara güveni azalırken paydaşlar da firmayla alakalı kararlarında daha detaycı davranmaktadırlar (Argenti ve Drunkenmiller, 2004). Medya, devlet, endüstri süreçleri ve diğer dışsal etkenler firmanın paydaşlar üzerinde geliştirdiği bakış açılarını yönlendirir (Gray ve Balmer, 1998). Firmalar yeşil bir kimliğe ulaşmak için doğanın korunmasına yönelik etkinlikler düzenleyebilmekte veya etkinliklere katılabilmekte, maddi desteklerde bulunabilmektedir. Yeşil işletmecilik anlayışına hâkim firmalar; çevreci örgütlerle, basınla, ortaklarla, çalışanlarla, yerel nüfusla, yönetimlerle sürekli ilişki halinde olması başlıca halkla ilişkiler faaliyetleri arasındadır (Safran, 2004).

2016 yılında Hosain ve Rahman yeşil İKY'nın her çalışanın yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarına eşit ilgiyle ve merakı bulunmayabilir, bu nedenle yeşil İKY uzun süren zorlu bir yolculuktur, uygulamanın ilk adımları yüksek yatırım gerektirir ve getirisi düşüktür, çalışanların yeşil insan kaynakları yönetimi şartlarıyla işe alınması ve eğitimi zordur, çalışanların yeşil performansını davranışlarını değerlendirmek zordur.

Renwick ve ark.(2013) insan kaynakları yönetimine yeşil unsurların eklenebilmesi için çalışanlar ve yöneticiler arasında etkin bir iletişim ağı gereklidir. Çalışanların işletmede

yeşil örgüt kültürünü kazanması için yeşil liderlik stiline ihtiyacı vardır. Çalışanların yeşil düşünceyi benimsemesi için teşvik edici olarak ikramiye veya ödüller sunulmalıdır. Yeşil örgüt kültürünün benimsenebilmesi için her açıdan yeşil düşüncenin kazanılması gerekmektedir. Yeşil insan kaynakları için çevre konusunda eğitimler, sendikal unsurlar devreye girmektedir. Firmanın en başından yeşil unsurları iş tanımında kullanması etkilidir. Firmanın ekonomik başarısını koruyabilmesi finansal faktörlerin yanı sıra çevresel ve sosyal faktörlere de bağlıdır (Uslu ve Kedikli, 2017).

Yeşil İKY; karbon ayak izinin azaltılması, doğal kaynakların akılcı olarak kullanımı, geri dönüşüm ile aktif bir atık yönetimi benzeri çevresel çalışmaların geliştirilmesi doğrultusunda politikalar belirlemeyi, yeşil davranışları ve öğrenme süreçlerini benimsemeyi kapsamaktadır.

1.3.6. Yeşil araştırma-geliştirme (ar-ge)

İşletmelerin araştırma ve geliştirme bölümleri Ar-Ge olarak adlandırılmaktadır. İşletmelerin yeni teknolojileri faaliyetlerine entegre edebilmesi, rekabet gücünü koruması Ar-Ge çalışmalarına ve bu çalışmalara yaptıkları harcamalara bağlıdır (Lansiti ve West, 1997).

İşletmelerde ürünlerin geliştirilmesinde veya yeni ürünlerin üretilmesinde ürün yaşam döngüsü analizi yapılmaktadır. Bu analiz aracılığıyla; ürünün üretiminde kullanılacak hammaddelerden başlayarak ürün tasarımı, ürün geliştirme, ürün paketlenme, ürünün satış dağıtımı ve müşterilerin kullanımına ulaşması, ürün atıklarının yönetimine kadar tüm aşamalarda doğaya verilen zararın gözlemlenmesiyle yeşil Ar-Ge faaliyetleri yürütülecektir. Yeşil Ar-Ge bölümleri, ürünlerin geliştirilmesinde çevresel tasarımların yapıldığı bölümlerdir. Yeşil Ar-Ge birimlerinde çalışanlar, enerji ve kaynak tüketimini azaltmak için çalışmalar yapmaktadır (Işık ve Kılıç, 2014).

Yeşil araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin işletmeye faydası vardır. Sanayi de ürünlerin geri dönüşümlü şekilde üretilmesi aynı zamanda ürünlerin kaliteli ve düşük fiyatlarla üretilmesi için yeni teknolojilere yatırım yapması gereklidir. Burada görev araştırma ve geliştirme bölüme düşmektedir. Yeşil Ar-Ge çalışmaları aracılığıyla üretim ve hizmet faaliyetlerinde sürekli iyileşmeler yaparak çevreye uygun olan yeni mal ve hizmet çalışmaları belirlenmekte, bu çalışmaların performansı ölçülerek gereksinimleri gözlemlenebilmektedir. Yeşil Ar-Ge ile işletmeler güçlü ve zayıf yönlerini tespit

edebilmekte bu doğrultuda da faaliyetlerini düzenleyebilmektedir. Yeşil Ar-Ge üretim araçlarını, araçların kullanımını, işletmenin çevreye olan ilişkisinin yöntemlerini, faaliyet ölçeklerini kapsayan uzun bir süreçtir (Ceyhan ve Ada, 2015).

Ülkeler Ar-Ge faaliyetleri için bütçe ayırmaktadır. Bu konuda farklı ülkelerden çeşitli örnekler mevcuttur. Hollanda yaptıkları araştırmalarla çiçek endüstrisinde, gübre ve böcek ilaçlar ile yapılan yoğun ekim yöntemlerinin kullanılması sonucu toprağın kirlendiğini gözlemlemişlerdir. Ar-Ge faaliyetleri ile çiçeklerin toprakta değil de suda ve amyanтта büyüdüğü kapalı bir sistem geliştirmiştir. Böylelikle üretim kalitesinde iyileşme yaşanmış, kirlilik önlenmiştir (Giddens, 2007).

Araştırmalara göre Japonya’da faaliyet gösteren 140 büyük işletmeden %80’inde ürünlerin çevreye ilişkin etkilerini ölçmek için yeşil Ar-Ge bölümleri vardır. Bunun üç temel nedeni şöyledir (Kurtoğlu ve Çay, 2013):

- Japonya’da çevreyi düşünmek örgüt kültürünün bir parçasıdır,
- Çevreye duyarlı ürünlerin tüketicilerce tercih edilme sıklığının artmaktadır,
- Küresel pazarda rekabet avantajı için, işletmelerin çevreye duyarlı yönetime ihtiyacı vardır.

İşletmeler için tasarım denince; yeni ürün, yenilenmiş hizmet, süreç, ambalaj benzeri yenilikleri geliştiren fonksiyon akıllarda oluşmaktadır. Buradan yeşil tasarım kavramını tanımladığımızda; bir ürünün beklenmekte olan ekonomik ve performans hedeflerini gerçekleştirmesiyle beraber kullanılan hammaddeden başlayarak ambalajı, ürün yaşam çevrimi süresince kullanılan maddeden çıkabilecek çevresel kirlilik ve atıklar düşünülerek ürünlerin tasarlanması ve geliştirilmesidir.

Amerika’da yıllık 90 milyon geliri bulunan Ben&Jerry’s dondurma işletmesi, firmasının gelirlerinden %7,5 bölümlük kısmını çevre koruma projelerine ayırarak yeşil Ar-Ge için aktif olarak çalışmaktadır. Mcdonald işletmesinin de “Green Lights” projesini araştırma ve geliştirme çalışmalarıyla başlatmıştır. Bu proje sayesinde enerji verimliliği yüksek elektrik lambalarının kullanmış, yıllık 30.500 kilowatt enerji tasarrufu yapmış, elektrik faturalarında %40 tasarruf etmiştir (Biddle, 2001).

Türkiye’de Koç Holding enerji ve su verimliliği, sera gazı emisyonlarının ve atıkların azaltılması konularında 2013 yılında 677 milyon TL tutarında araştırma ve geliştirme yatırımı yapmıştır. Bu yatırımla, çevresel risklerin azaltılması ve katma değerin artırılması, değer zincirinde gerçekleştirdikleri eğitimler ve denetim faaliyetleriyle sosyal risklerin ortadan kaldırılması hedeflenmiştir. Bu çalışmalar Koç Holding’in Ar-Ge faaliyetlerine

artan oranda kaynak ayırdığını böylece Avrupa'nın bu alandaki sayılı şirketleri arasına katıldığını söylemek mümkündür (Koç, 2013).

İşletmeler çevre koşullarını dikkate alarak varlıklarını sürdürebilmek isterler. Ekonomik gelişmeler ve paydaşların yönlendirmesi işletmeleri bu süreçten yıkıcı olarak etkilenmemek için yeşil dönüşüme zorlamaktadır. Ekonominin temel taşı işletmeler için büyüme sürecini, sürdürülebilirliği kavramsal analizler yapılmıştır.

1.4. Ekonomiye Yönelik Bazı Kavramsal Açıklamalar

1.4.1. Ekonomik büyüme

Ekonomik büyümenin temel kavramları; işgücü, fiziksel sermaye, doğal kaynaklar ve teknolojidir. Ekonomik büyümede istenilen üretim faktörlerinin istikrarlı birleşimi, söz konusu faktörlerin sağlıklı şekilde yönetilmesi ile kişi başına düşen milli gelirin en üst seviyeye çıkarılmasıdır. Milli gelir, bir ülkede ekonomik faaliyetlere katılan üretim faktörlerinin genel olarak bir yıl süresince elde ettikleri gelirler toplamını kastetmektedir. Ekonomik büyüme, ülkenin dönemler itibarıyla mal ve hizmet üretiminde meydana gelen artış şeklinde tanımlanmaktadır. Üretim hacmindeki artış göstergelerinden biri, bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin parasal değerini ifade eden Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'daki (GSYH) değişimdir (Turan, 2008). Ekonominin sağlıklı büyümesi işsizliğin azalması, devlet bütçesinde gelirlerin yükselmesi, tüketim toplumunun her kesimine üretime katkısı doğrultusunda dağılarak artması, daha fazla gelir ve satış vergisi ödemeleri gibi olumlu ekonomik sonuçlar vermektedir (Özel, 2000). Dışsal ekonomik büyüme teorileri ve içsel ekonomik büyüme teorileri olmak üzere iki çeşit ekonomik büyüme teorisi bulunmaktadır. Neo-klasik modelde teknolojik ilerlemenin, üretimde yaşanan artışta yalnızca üretim faktörlerince açıklanamayan payı ile değerlendirildiğini ve bu çerçevede teknolojik ilerlemenin dışsal bir etken olduğu kabul edilmektedir. Fakat yakın bir geçmişte yürütülen çalışmalar neticesinde teknolojik ilerlemelerin ekonomik büyümeyi tetiklediği, marjinal verimliliği arttırdığı görülmüştür (Romer, 1986). İçsel ekonomi teorileri, teknoloji faktörünü ekonomik birimlerin kararlarından etkilenen bir değişken olarak kabul etmişlerdir (ÖZEL, 2012).

Ekonomik büyüme kavramının insanların yaşam standartlarındaki farklılığı da ortaya çıkarmak istediği anlaşılmaktadır (Alper, 2019). Ekonomik büyüme kavramının genel

itibariyle sürekli gelişmeye odaklandığı görülmektedir. Ekonomik faktörlerin her daim büyümeyi sağlayabilecek şekilde örgütlenilebileceği ve sağlıklı bir şekilde yönetilebileceği düşünülmektedir. Genel bir tabirle iktisadi büyümenin sermayenin ve servetin büyümesi olduğunu söylemek mümkündür (Bal ve ark., 2014). Fakat dünyanın sınırları bulunmaktadır, insanların sürekli tüketerek genişleme anlayışı uzun vadede sorunlara yol açacaktır. Örneğin bir ülke ekonomisini düşündüğümüz zaman bir trafik kazası sonucu bazı insanların ölmesi, bazı insanların hastanede tedavi altına alınması, sigorta şirketin devreye girmesi, yeni bir aracın alınması gibi olumsuz bir olay zinciri de ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Bu tarz olaylar sonucu ekonomik büyümenin artış göstermesi istenilecek bir durum değildir. Veyahut işlenen suçlar ile yaşanan gelişmelerin de bir ekonomide büyüme endeksine dâhil olması gerçekçi bir sonuca ulaşmayı engellemektedir. Ekonomik büyüme değerlendirilmesinde çeşitli sınıflandırılmalara gidilerek bazı ayrımların yapılması daha doğru veri analizlerinin yapılmasını sağlayacaktır. Sonuçları değerlendirirken büyümenin doğru görülmesi adına ozan tabakasına verilen zarar, araba kazaları, karbon emisyonları, suçların yarattığı maliyet, boş zamanın azalması gibi verilerin düşülmesi; ayrıca göz ardı edilen ev işleri ve gönüllülük çalışmalarını hesaba dâhil edilmesi daha doğru olacaktır.

Ekonomik büyümenin sınırları: Roma Kulübü'nün 1972 yılında "Büyümenin Sınırları" başlıklı raporunda nüfus artışı ve ekonomik gelişme azalmadıkça; doğal kaynaklar, temiz hava, içilebilir temiz su, bir süre sonra dünyanın sağlayamayacağını savunmuştur. 1978 yılında da "Dönüm Noktasındaki İnsanlık" adlı ikinci raporda sanayileşmenin gelişmiş ülkelerde durdurularak gelişmekte olan ülkelerde hızlandırılmasını öngörmüştür. Roma Kulübü'nde yer alan Meadows Raporu'na göre büyüme hızı devam ederse, yerküredeki bazı kaynakların tükeneceğini, 21. yüzyılın başlarında küresel iktisadi bir çöküş ve 2030'dan itibaren bu çöküşle ilişkili yüzyıl sürececek bir çöküş öngörmektedir. Bu öngörüler nüfus, gıda üretimi, sanayi üretimi, çevre kirlilik seviyesi, yenilenmeyen kaynak stoku değişkenlerinin birbirleriyle ilişkilerine betimleyen bir modele dayanmaktadır. Büyümenin neden olacağı çevresel bozulmaların çoğu geri döndürülemez yapıdadır. Dünya nüfusu sanayi devriminden itibaren giderek artmıştır. İkinci dünya savaşının ardından da ölüm oranlarının azalması neticesinde dünya nüfusunda patlama görülmüş, gelişmiş ülkelerde doğum oranlarında azalma olması ile nüfus artışı yavaşlamıştır (Çuhadar ve Lordoğlu, 2016). 1968 yılında "Limits to Growth" (Büyümenin Sınırları) kitabı sürdürülebilir kalkınma anlayışında ilk uluslararası çalışma kabul edilmektedir. 1973 yılında yayımlanan bir başka eser "Small is

Beatiful” (Küçük Güzeldir) F. Schumacher tarafından yazılmış ve var olan ekonomik ve teknolojik çalışmaların ekonomik sınırları zorladığını ifade etmiştir. Üretim sorunlarıyla ilgilenmektense, gerçek insan gereksinimlerine ilgilenmesi sürdürülebilir kalkınma anlayışında önemli eserdir.

1.4.2. Ekonomik kalkınma

Ekonomik kalkınma kavramı ekonomik büyümeyi de kapsayan ayrıca işsizliğin azalması, toplumdaki gelir dengesizliklerinin azalması, ekonomik ve sosyal kurumların modernleşmesi gibi alanları da içermektedir (Seyidoğlu, 2006). Başka bir ifadeyle ülkelerin iktisadi ve sosyal dönüşüm süreçlerindeki değişimi açıklamak için kullanılan bir kavramdır. Kalkınma, iktisadi büyümeyi de içeren gelişmeyi kapsamaktadır (Çakmal, 2003). Gelişmiş ülkeler reel GSYH’nın yıllık dönemler halindeki durumunu baz alırken gelişmekte olan ülkeler ekonomik kalkınma kavramını baz almaktadırlar. Çünkü az gelişmiş ülkeler için öncelik sanayileşme ve kalkınmadır. Kalkınma özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin kullandığı kavram olup; ekonomik, toplumsal ve siyasal alanda her türlü arzu edilen değişmedir. 1944 yılında Alfred Amon iktisadi büyüme ve iktisadi kalkınma arasındaki farkı en tutarlı şekilde ortaya koyan iktisatçıdır. Kalkınma insani koşullarda geniş çapta iyileştirmeler isteyen, sosyal politik ve kurumsal modernleşmeyi içeren, teknolojik ilerleme, üretim kalıplarında yapısal değişimle beraber kendi kendisini sürdürebilen büyüme öğelerini bir araya getirmektedir. Zorunlu ihtiyaçların karşılanması, özgüven-bağımsızlık ve özgürlük kalkınmış bir ülkenin olmazsa olmazlarıdır (Goulet, 1971).

1.4.3. Sürdürülebilir ekonomik büyüme ve kalkınma

İkinci Dünya Savaşı sonrası başlayan kalkınma girişimleri ülkeleri, gelişmiş ve gelişmemiş şeklinde sınıflandırırken dünya için büyük bir tehdit oluşturan çevresel sorunları da üretmiştir (Kaypak, 2011). Söz konusu çevresel sorunlar zamanla yerel sorunlardan bölgesel sorunlara, daha sonra da zamanla küresel sorun haline gelmiştir. Bu durum kalkınma ve doğa arasındaki ilişkide dengeyi korumak ve sağlamak adına sürdürülebilir kalkınma olgusu karşımıza çıkarmıştır. Sürdürülebilir kalkınma kavramı, 1980 yılında Birleşmiş Milletler Çevre Programı(UNEP) tarafınca düzenlenen Dünya Koruma Stratejisi raporunda doğal kaynakları gelecek nesiller için muhafaza etmek şeklinde ifade edilmiştir

(Bozdoğan, 2005). Sürdürülebilir kalkınma anlayışıyla ülkeler geleceği sahiplenip ekonomik ve sosyal büyümelerinde sürdürülebilirlik hedefinde buluşmaktadırlar. Bu hedef tüm insanlığın temel ihtiyaçlarının temin edilmesiyle daha iyi hayata ilişkin beklentilerinin karşılanmasına olanak vermektedir. Fırsatlardan hakkaniyetli şekilde yararlanmak bu anlayışın temel felsefedir. Sürdürülebilir büyüme tanımı uzun dönemli olarak büyüme hızının enflasyon ve ekonomik kriz yaratmayan mümkün en yüksek pozitif seviyeye çıkarılıp orada tutulmanın başarılmasıdır (Uysal, 2013). Küresel çevre sorunlarındaki artışla beraber günümüzde bir dönemden diğer döneme kıyasla mal ve hizmet üretiminde görülen artışa bakılarak yorumlanan ekonomik büyümeye odaklı, çevresel faktörleri dikkate almayan neo-klasik ekonomiye alternatif yaklaşımlar geliştirilmeye çalışılmaktadır. Sürdürülebilirliğin sağlanması için kullanılmış maddelerin işlenip tekrardan kullanılabilir kılınması gerekmektedir. Büyümek her zaman istenilen bir durumdur. Fakat büyümeyi iletmenın sürdürülebilir kılmanın alternatif çözümleri irdelenmelidir. Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesi için belirlenen bazı temel hedefler bulunmaktadır. Bu hedefler “Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları” başka bir ifadeyle “Küresel Amaçlar” başlığı altında toplanmaktadır. Bu 17 amaç şunlardır:

- Yoksulluğa son
- Açlığa son
- Sağlık ve kaliteli yaşam
- Nitelikli eğitim
- Toplumsal cinsiyet eşitliği
- Temiz su ve sanitasyon
- Erişebilir temiz enerji
- İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme
- Sanayi, yenilikçilik ve altyapı
- Eşitsizliklerin azaltılması
- Sürdürülebilir şehirler ve topluluklar
- Sorumlu üretim ve tüketim
- İklim eylemi
- Sudaki yaşam
- Karasal yaşam
- Barış, adalet ve güçlü kurumlar

- Amaçlar için ortaklıklar (URL-2, 2020).

Birleşmiş Milletlerin 2000 yılında yeni binyıla girmenin ardından belirlediği, başlangıçta özellikle az gelişmiş ülkelerin eğitim ve sağlık sorunlarına yönelik kalkınma hedefleri 2015 yılında düzenlenen toplantıyla genişletilerek 2015-2030 dönemi için Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları olarak revize edilmiş, dünya devletleri tarafınca kabul edilmiştir. Çevresel performansın ölçülebilmesi için üç grupta geliştirilen endeksler sınıflandırılabilir (Özsoy ve Tosunoğlu, 2017).

GSYH’de düzeltme yapmaya yönelik endeksler: Gerçek Gelişme Göstergeleri, Yeşil GSYH Düzeltilmiş Net Tasarruf

GSYH kullanmayan endeksler: Gayrisafi Milli Mutluluk, Ekolojik Ayak İzi, Öznel İyilik, Mutlu Gezegen Endeksi, Sosyal Gelişme Endeksi

GSYH’yi içeren birleşik endeksler: İnsani Gelişme Endeksi, Sürdürülebilir Kalkınma Endeksi

1.4.4. Yeşil büyüme

İklim değişikliği, çevresel ve ekonomik problemler, yaşanan ekonomik krizler sürdürülebilir kalkınma kapsamında yeşil ekonomi, yeşil büyüme, sürdürülebilir üretim ile tüketim, düşük karbonlu ekonomi kavramlarını ortaya çıkarmıştır (URL-3, 2021). Yeşil ekonomi doğa ile uyumlu insani ölçekte üretim ve tüketim ölçeklerini temel almaktadır. Yeşil ekonomi tanımı ülkelerin özgün problemlerine göre şekillenen bir tanımdır. Çünkü her ülkenin öncelikli problemi değişmektedir. Yeşil ekonomi veya yeşil büyüme genel olarak enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kullanımı ve yeni iş fırsatları oluşmasının insan refahıyla yakın bir ilişkisi olduğunu ileri süren çevresel iyileşmeye katkı sağlayan, mal ve hizmetlerin yatırım ve tüketimini öncelik sayan bir anlayıştır (Yılmaz, 2017).

Üretim yoluyla büyümek yerine tütetme yoluyla da büyümek veya geri dönüşüm yoluyla da büyümek de mümkündür. Bu gibi sorgulamalara giderek yeşil ekonomi, ekonomik büyüme ile çevresel sürdürülebilirlik arasında kayda değer bir bağ kurmuştur. Yatırım artışları ve ekonomik büyümeyle beraber çevre kalitesi ve sosyal kapsayıcılık konularında artışın sağlanabilmesi yeşil ekonomi fikrinin temel amaçlarındandır ve kontrolsüz ekonomik büyümenin sonucu olan negatif dışsallıkla gelişen çevre sorunları arasındaki bağın düzeltilmesi de hedeflenmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik sağlanması için sağlam bir ekolojik temelin kurulması gerekmektedir. İşletmelerin sorumlulukları bu

çerçeveden sosyal, ekolojik, kaynak kullanımı, ekonomik olmak üzere toplamda dört temel başlık altında birleşmektedir (Yavuz, 2010).

İşletmelerin çevreye duyarlılığı kıt kaynakları kullanımı, toplum değerlerine saygısı, ekonomiye değer katması ve doğal çevreyi koruması üzerinden anlamak mümkündür. Artık toplumun her kesimi ve elbette ki işletmeler faaliyetlerini çevreye duyarlı ve yeşil yönetim anlayışıyla sürdürmek zorundadır. Yeşil ekonomik büyümenin çevresel sorunların çözümüne yardımcı olacağı, sosyal eşitlik ve üretim problemlerine önem vereceği ve iyi ücret kazanımını sağlayacağı vaadi söz konusu ekonominin olumlu yönlerindendir. Ayrıca yeşil ekonomik büyümede fosil yakıtların yerine yenilenebilir kaynaklardan üretilen enerjisinin kullanılması uzun vadede daha ekonomik ve daha sürdürülebilir bir seçenektir. Konvansiyonel enerji fiyatları, uluslararası eylemler ve rekabet, fiyatlandırma ve kirlilik düzenlemeleri ve pazar etkileri, federal ve devlet teşvik düzenlemeleri, araştırma ve geliştirme harcamaları yeşil ekonomik büyüme üzerinde en büyük etkiye sahip dört faktördür (Oden, 2011). Birçok kişi yeşil işlerin rüzgâr ve güneş enerjisi gibi endüstrilerden oluştuğu görüşündedir. Yeşil işler, tarım, üretim, idari işler, araştırma ve geliştirme, hizmetler gibi sektörlerde çevrenin korunmasına ve çevre kalitesinin yükseltilmesine destek olan işlerdir (URL-4, 2020). Yeşil işler aslında birçok kola dağılmaktadır ve yeşil işlerin yeni iş fırsatları da yaratacağı ve insana yakışan işler geliştireceği, yeşil büyümenin insan kaynağının ilerlemesine pozitif katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu işler ekosistemlerin korunmasında biyoçeşitliliğin yaşamasında rol alan, işçi haklarını gözeten, iş sağlığı ve güvenliğini önemseyen, iyi kariyer imkânı sunan işlerdir.

2005 yılında düzenlenen Çevre ve Kalkınma Bakanlar Konferansı (MCED) çevre ve ekonominin hükümet politikalarında birlikte ele alınması gerektiği ekonomik büyümenin eko-verimliliği artırılmasının önemine dikkat çekilmiştir. Aynı konferansta Asya Pasifik ülkeleri resmi olarak yeşil bir büyüme yolunda ilerleme görüşülmüştür. 2008 finansal krizinden sonra yüzyılımızın ekonomik çalkantılarına çözüm önerisi olarak görülmüştür. Yaşanacak başka ekonomik krizler karşısında yeşil ekonomik büyümenin motivasyon sağlayacağı varsayılmaktadır. Yeşil işlerin farkındalığının artırılmasında ve yeşil ekonominin büyümesinde işletmeler lokomotif görevindedir. Yeşil büyümenin kilit amaçları yoksulluğu azaltmak, refahı arttırmaktır. Bunun sürdürülebilir olması için çevreyi ve yeryüzündeki tüm insanlığın yaşam kalitesini koruyarak gerçekleştirme yöntemidir. Çevresel atık akımının artmaması çevresel sürdürülebilirliği tanımlarken bir ülkenin atıkları temizleme kapasitesinin kirlenme kapasitesinden yüksek olma durumu temiz denge de

olduğu yani ekonomik büyümenin pozitif olduğunun göstergesi olduğu ifade edilmiştir (Hamilton, 2003).

1.5. Küresel İklim Değişikliği Krizi

Tüm bu ekonomik sistemi ve yaşam şeklimizi sorgulamamıza neden olan durum iklim değişimidir. Çünkü insanlar, sınırsız istekleri karşısında doğanın her zaman yapılan her şeyi kaldırabileceğini, var olan kaynakların her zaman yeteceğini, doğanın insanların neden olduğu bu değişime uyum sağlayabileceğini zannetmişlerdir. Göz ardı edilen çevre bugün insanları sorumsuzca davranışlarını sorgulamaya itmektedir. Çünkü gezegenimizde bazı farklılıkların meydana geldiğini insan nesli mecburen kabul etmek zorundadır. Çünkü sıcaklık her yıl artmakta, topraklar verimsizleşmekte, temiz su kaynakları ve temiz hava azalmakta ve gelecek kaygısı insan varlığında iklim değişimi için mücadele edilmesi gerektiğini öğretmektedir. Bahsettiğimiz iklim değişikliği, Birleşmiş Milletler (BM) İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (İDÇS) kapsamında “karşılaştırılabilir biz zaman diliminde gözlenen doğal iklim değişikliğine ek olarak, doğrudan veya dolaylı olarak küresel atmosferin bileşimini bozan insan etkinlikleri sonucunda iklimde oluşan değişiklik” şeklinde ifade edilmiştir. Hava sıcaklığında yaşanan artış, buzulların buna bağlı olarak erimesi, sıcaklık artışı sonucu doğal olarak kuraklık ve çölleşmenin yükselmesi, karbondioksit oranındaki artış, fırtınaların artması gibi sonuçlar ve etkilerle insanlar iklim değişikliği gerçeği ile yüzleşmiştir.

Çoğunlukla insan faaliyetleri sonucu gelişen etkilerle örneğin; fosil yakıt kullanımı, tarımsal faaliyetler, ormansızlaşma gibi hareketlerle beraber sanayi devriminin yaşanmasıyla karbondioksit (CO₂), metan (CH₄), diazotmonoksit (N₂O) gibi doğal sera gazları emisyonlarında ciddi oranda artışlar görülmüştür (Kanat ve Keskin, 2018). Bu artış doğal sera dengesinin bozulmasına ve atmosferin ısınmasına sebebiyet vermiştir. Bu ısınmasının etkisi iklim değişikliğidir. Küresel iklim değişikliğinde karbondioksit %50, kloroflorokarbon %22, metan %13 etki etmektedir (Demir, 2009). Tropikal ormanları yakılması %15, enerji tüketimi %50, kloroflorokarbonların (CFC) üretilmesi ve kullanılması %20, tarımsal faaliyetler %15 oranında bu gazlarının artmasına neden olmaktadır (Bayar ve Bahrend, 1994). Sera etkisi ile oluşan küresel ısınma kutup bölgelerinde buzulların erimesine, deniz suyu seviyesinin yükselmesine, taşkınlara, kıyı kesimlerde toprak kaybına, temiz su kaynaklarının denize karışmasına, aşırı buharlaşma neticesinde kuraklık ve buna

bağlı olarak yangınlara, bitki ve hayvan türlerinin yok olmasına gibi negatif sorunlara neden olmaktadır (Zoray ve Pır, 2007).

İklim değişikliğinin ekonomik, ekolojik, sosyolojik olarak kaçınılmaz sonuçları olacaktır. Dünyanın bir kesimi kuraklıkla ve salgın hastalıklarla mücadele ederken bir kesimi seller ve fırtınalarla mücadele etmek zorunda kalacaktır. İklim değişikliğinin bilinen en önemli faktörü şüphesiz insan aktiviteleridir. Günümüzde karşılaştığımız veya gelecekte bizi bekleyen olumsuz durumlar gelecek nesilleri de nesiller arası adaletsizlikle karşı karşıya bırakacaktır. Krizle mücadele etmek ve sağlıklı yönetmek ve davranış bilimcilerin, yöneticilerin uluslararası düzeyde insanları harekete geçirmeye teşvik etmesi yararlı olacaktır.

Dünya genelinde gelir dağılımının %80'i kırsal kesimde, küçük çaplı tarım ve hayvancılık yaparak hayatlarını sürdürmektedirler. İklim değişimi kaynaklı meydana gelecek değişimler örneğin yağışların azalması ve toprak oluşumunun bozulması ile doğal kaynaklar üzerinde gelişen baskı neticesinde bahsedilen kırılgan grupları göçe zorlayabilmekte, bu da istikrarsızları tetikleyerek güvenlik risklerini beraberinde getirebilmektedir. İklim değişikliğiyle mücadelede, düşük karbonlu ekonomiye küresel düzeyde geçilmesi hususu, insanların yaşam biçimlerini, üretim ve imalat yöntemlerini değiştirecek köklü dönüşümler öngörmektedir. Bu nedenle iklim değişimi ile mücadele sadece çevre problemi olarak algılanmamalıdır. Gerçekte, bu mücadele ülkelerin izleyeceği büyüme stratejilerini, enerji politikalarını, sağlık ve tarımla ilgili politikalarını, su kaynaklarının kullanımını, gıda güvenliğini, düşük karbonlu ekonomiye geçiş ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini direkt etkileyebilecek ve bunların geliştirilmesinde belirleyici olabilecektir. Söz konusu hedeflere ulaşılabilmesi için ülkelerin finansman, teknoloji transferi, kapasite geliştirme taahhütlerini uygulamaları önemlidir. BM tarafından “İklim Bağlantılı Doğal Afetlerin İnsani Maliyeti” adlı 2015 yılında yayınlanan rapora göre, 20 yılda kaydedilen küresel düzeyde toplam 6.457 doğal afetin %90'ı sel, fırtına, sıcak hava dalgası, kuralık gibi aşırı iklim hareketlerinden kaynaklanmaktadır; 1995 yılından bu tarihe kadar aşırı iklim hareketleri nedeniyle oluşan doğal afetlerde 606 bin insan hayatını kaybederken, 4.1 milyar insan bu afetlerden etkilenmiştir (URL-5, 2020).

Sektöre göre baktığımız zaman iklim değişikliği üzerinde elektrik enerjisi üretimi ve 20 MW üstü kapasite de termik santraller, rafineler, demir çelik üretimi-alüminyum, seramik-cam sanayi, çimento-kireç, kâğıt-karton üretimi, azotlu gübre üretimi ve petrokimya sanayi, gıda ve meşrubat sanayi, süt ürünleri, şeker sanayi ve tekstil sanayi en çok etkili olan

sektörlerdir. İklim değişimin en çok lojistik, turizm, sigortacılık- finans, tarım, ormancılık, inşaat, balık, gıda üretimi ve sağlık en çok etkilenecek sektörlerdir (Apak, 2005).

Bilim insanları özellikle son yüz yılda Sanayi Devrimi'nin tamamlanması, fosil yakıtların kullanılması neticesinde karbondioksit ve sera gazlarının artışına bağlı olarak yükselen sıcaklıkla buzulların erimesiyle beraber birçok meteorolojik ve hidrolojik anomalileri gözlemlemiştir.

Bu olayların hızını arttıran ve aslında bu olayların temelini oluşturan neden enerji üretimidir. Dolayısıyla dünyaya ve çevreye destek olmak adına yapılacak en güzel adım yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmektir. Bunun için de yeşil ekonomi sistemi en iyi alternatiftir. IFRC (2020) iklim değişikliğinin etkilerine yönelik yayınladığı raporunda, iklim değişikliğinin koronavirüsten daha büyük bir tehlike olduğuna vurgu yaparak; 1960'lı yıllarda beri iklim koşullarına bağlı aşırılıkların neticesinde büyük doğal afetlerin arttığını ve 1990 yılına göre %35 arttığını belirtmiştir. Raporda sadece 2019 senesinde dünyada yaşanan 308 doğal afetin %77'lik kısmının iklim değişikliği ve hava koşulları kaynaklı olduğunu belirtmiştir. IFRC Genel Sekreteri Jagan Chapagain, dünyada 1,3 milyon insanın ölümüne yol açan koronavirüsün çok ciddi bir kriz olduğunu fakat iklim değişikliğinin orta ve uzun vadede insan hayatına ve yerküreye büyük etkilerinin olmasını bekledikleri belirtmiştir (URL-26, 2021).

Microsoft'un kurucusu Bill Gates "İklim Felaketi Nasıl Önlenir" isimli bir kitap çıkarmış ve 2050 yılına kadar dünyada sıfır emisyon hedefine ulaşmanın mümkün olduğunu diyerek şunu belirtmiştir (Wilks, 2021):

"Fiziki ekonominin tümünde yenilikçiliğe ihtiyacımız var. Çelik fabrikalarını, çimento fabrikalarını, elektriği ve ulaşımı değiştirmemiz gerekiyor. İklim değişikliğinde hükümet politikaları olmazsa inanılmaz bir felaketi önlememiz mümkün değil. Sıfıra (karbon emisyonu) ulaşmayı başarırsak bu, insanlığın şimdiye kadar başardığı en muhteşem şey olacak. Fiziki ekonominin tarihine bakınca, gelecek 30 yılda başaracağımız dönüşümlere benzer bir geçişi sağlayamadık. Bunun emsali yok".

BM Genel Sekreteri Antonio Guterres 2019 yılında düzenlenen COP25 İklim Konferansında kaygı verici "bizi hayatta tutan sistemleri bilerek yok ediyoruz", ifadesini kullanmıştır.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile Oxford Üniversitesinin ortak olarak düzenlediği dünyanın en büyük iklim anketi olan "Halkın İklim Oyu" anketi verilerine göre; 50 ülkeden 1,2 milyon kişilerden oluşan katılımcıların üçte ikisi acil eylem planı istemektedir (URL-6, 2021).

Ayrıca iklim değışikliğı ile mücadele geliştirilen güncel bilimsel ve teknolojik öneriler ile çalışmalar vardır. Bilim insanları küresel ısınmanın en büyük tetikleyicilerinden karbondioksit emisyonlarını azaltabilmek için *karbon tutma*, kullanım ve depolama ile ilgili çalışmaktadır. Örneğin Net Zero Teeside'dan, endüstriyel süreçlerde ve enerji santrallerinde üretilen CO2'yi yakalamayı ve bu emisyonları boru hattıyla Kuzey Denizi'nin birkaç kilometre altındaki açık deniz depolama alanlarına taşımayı hedeflemektedir. Denizin derinliklerinde tutulan bu karbon, planlanan artık sera etkisine destek olamayacak ama gelecekte ulaşım sistemleri için yeni bir yakıt çeşidi olarak sentezlenebileceğı düşünmektedirler (Taner, 2021).

Cambridge Üniversitesi İklim Onarım Merkezi iklim onarımı sağlamak için kutupların yeniden dondurulması için çalışmakta, başka bir çalışma örneğı de CO2 gazını emebilecek bitki maddelerini ve algleri büyüterek okyanusları yeşillendirme çalışması, bir başka örnek de metan gazı salınımını azaltmak için ineklerin deniz yosunuyla beslenmesi, çalışmalarıdır (Cebe ve Aktar, 2010). Yeşil iş kollarının gelişim potansiyeline bu çalışmalar örnek teşkil etmektedir.

1.5.1. Küresel iklim değışikliğı krizine karşı yürütölen faaliyetler

İklim değışikliğı ile uluslararası düzeyde mücadele çalışmaları 1970'li yılların sonunda başlamıştır. 1979 yılında I. Dünya İklim Konferansı düzenlenmiştir. 1988 yılına gelindiğinde Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Meteoroloji Örgütü'nün ortaklığı ile Hükümetlerarası İklim Değışikliğı Paneli (IPCC) kurulmuştur. İki yıl sonra 2. Dünya İklim Konferansı gerçekleşmiştir. 1991 yılında IPCC, 1. Değerlendirme Raporu (FAR) yayınlanmış, 1992'de Rio Zirvesi'nde BM İklim Değışikliğı Çerçeve Sözleşmesini imzaya açmıştır. "Küresel düşün, yerel hareket et" ilkesi çerçevesinde 1992 yılında Birleşmiş Milletler Kalkınma ve Uluslararası Çevre Konferansı (UNCED) başlıklı Dünya Zirvesi hükümetlerarası sözleşmelerin imzalanmasını sağlamıştır. 1994 tarihinde de söz konusu sözleşme yürürlüğe girmiştir. 1995 yılında IPCC, 2. Değerlendirme Raporu (SAR) duyurmuştur. Taraflar Konferansı'nda 1997'de Kyoto Protokolü kabul etmiş, protokol 2005 yılında yürürlüğe girmiştir. 2001 yılına gelindiğinde IPCC 3. Değerlendirme Raporu'nu (TAR) ilan etmiş ve 7. Taraflar Konferansında Marakeş Uzlaşması kabul edilmiştir. 2007 yılında IPCC 4. Değerlendirme Raporu'nu (FAR) yayınlamış ve 19. Yüzyıldan beri küresel

sıcaklık artışının 0.76 derece arttığını ve bu yüzyılda da sıcaklığın 2.4 ile 6.4 derece arasında yükselmesini beklediğini duyurmuştur.

Tablo 1.5.1 Çevre tarihinde yapılan uluslararası konferans/antlaşma/sözleşme

Yıl	Yer	Konferans/Antlaşma / Sözleşme	Konu Başlıkları
1972	İsveç; Stockholm	Stockholm Konferansı	Çevre planlaması, doğal kaynaklar, deniz kirliliği vb.
1975	İspanya; Barcelona	Akdeniz Eylem Planı	Çevre kirliliği ve deniz kirliliği önleme
1976	Kanada; Vancouver	İnsan Yerleşmeleri (Habitat I) Konferansı	İnsan yerleşmelerindeki olumsuz yaşam koşulları, şimdiki ve gelecekteki kuşaklar açısından
1992	Brezilya; Rio De Janerio	Rio Konferansı	Ormansızlaşma, kuraklık, tatlı su kaynaklarının korunması, biyolojik çeşitliliğin korunması, sera gazı emisyonlarının azaltılması gibi konular
1994		İklim Değişikliği Sözleşmesi	Atmosfere salınan sera gazını önenebilecek seviyede tutmak, ekonomik kalkınmanın sürdürülebilirliği
1996	Türkiye; İstanbul	İnsan Yerleşmeleri (Habitat II) Konferansı	İnsan yerleşmelerinin sürdürülebilir nitelikte olması, herkese yetecek kadar konut bulunması
1997	Japonya; Kyoto	Kyoto Protokolü	Sanayileşmiş ülkelerin sera gazı salınımlarını düşürme ve sınırlandırma koşulları
2000	Amerika; New York	Milenyum Zirvesi	Yoksullukla mücadele, silahsızlanma, çevresel sürdürülebilirlik, hastalıklarla mücadele
2002	Güney Afrika; Johannesburg	Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı (Rio+10)	Ekosistemlerinin korunması, sürdürülebilir kalkınma, yoksulluğun ortadan kaldırılması
2002	Brezilya; Rio De Janerio	Rio+20 Konferansı	Gıda güvenliği, enerji, sürdürülebilir kalkınma, biyoçeşitlilik vb.
2016	Ekvator; Kito	İnsan Yerleşmeleri (Habitat III) Konferansı	Yoksulluk ve açlığa son verme, ekosistemlerin korunması, kentleşme planlaması, kadın ve kız çocuklarının güçlendirilmesi, afet risklerinin düşürülmesi vb.

Kaynak: (Arzu, 2020)

Söz konusu araştırma alanında son dönemde gerçekleşen ve gündemde uzun süre yer alan 25. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Taraflar Konferansı 2-13 Aralık 2020 tarihinde Madrid’de düzenlenmiştir. Rusya Paris Anlaşmasına taraf olacağını açıklarken, Yunanistan 2028 yılı itibarıyla linyit kömürlü santrallerini kapatacağını duyurmuştur. Hindistan 450 GW gücünde güneş enerjisi santrali kuracağını ilan etmiştir. Bu krizle mücadele bankalarda desteklerini zirvede duyurmuşlardır. 35 trilyonluk değere sahip 100 banka, 1.5 dereceye uyumlu iklim hedefini koyduklarını açıklamışlardır. 2.4 trilyonu yöneten 87 varlık şirketi de söz konusu uyum hedefine uygun iş planlarını ortaya koyacaklarını belirtmişlerdir. İklim Zirvesinin konukları arasında çocuk aktivistlerden Greta Thunberg yer alması aslında iklim değişikliğine karşı çocukların da ne kadar tedirgin olduğunu ve kaygıları olduğunu göstermiştir. İklim değişikliğine karşı günümüzde birçok ülkede birçok öğrenci Gelecek İçin Cumalar adlı protestoyu gerçekleştirmekte ve liderlerden iklim değişikliğini önlemek için harekete geçmelerini istemektedirler. Bu zirvede Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan trafikteki sera gazı salınımı düşürmek adına demiryolu taşımacılığında ilerlenen mesafe hakkında bilgi vermiş ve hızlı tren hatlarının beş yıllık süreçte 5 bin 600 kilometreye ulaşacağını ifade etmiştir (URL-7, 2020).

1.5.1.1. Emisyon ticareti

Emisyon Ticareti Mekanizması da iklim değişikliği ile mücadelede etkin bir piyasa sistemidir. Bu mekanizmada, emisyon ticaretinde devlet kirletici gaz salınımına belli bir miktarda kota koyulmakta, bu kotada şirketlere büyüklükleri oranında dağıtılmaktadır. Şirketlerde faaliyet durumlarına göre, yani bir işletme daha fazla salınım yapmak istiyorsa daha az salınım yapan işletmelerin limitlerin satın alabilmektedir. Bu sistem ile daha az salınım yapan işletmeler ödüllendirilmiş olmakta ve kendi limitlerini doldurmadıkları için daha fazla salınım yapan firmaya limitlerinden satabilerek gelir elde etmektedirler. Kota koyulan emisyon miktarından daha çok azaltım yapan taraf ülke, artan kota miktarını başka bir ülkeye satabilmektedir (Dam, 2014). Emisyon ticareti düzeneklerinde bu işlemin gerçekleşmesi için transfer edilebilir özellikte emisyon sertifikaları bulunmaktadır.

Emisyon sertifikası, bulunduğumuz yüzyılda borsacılar tarafından önemli ticari mallardan kabul edilmekte, piyasa analistleri tarafından emisyon sertifika borsalarının önümüzdeki süreçte en büyük ticari borsalardan biri olacağı tahmin arasında bulunmaktadır (Chafe ve French, 2008).

Tablo 1.5.1.1. Emisyon ticareti aşamaları

1. aşama	Ticaret anlaşması:	Satıcı ve alıcı Kyoto birimlerinin kazanımı veya transferi yönünde bir anlaşmaya varılır; ticari işlem görececek birimin anlaşmada fiyatı, miktarı, ödeme yöntemi, zamanı ve seri numarası alınır.
2. aşama	İşlem kaydı yoluyla doğrulama:	Satıcı ülke alıcı ülkenin kayıt birimindeki hesabına kendi ulusal kayıt sisteminde yer alan Kyoto birimini transfer eder. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Sekretaryası ile yönetilen işlem kütüğü de yapılan transferi otomatik doğrulama sistemi ile doğrular.
3. aşama	Kyoto birimlerinin kazanımı, transferi:	Kyoto birimlerini alıcı ülke kazanmış olur. Kazanım ve transfer gerekli kayıt birimlerinde yer aldıktan sonra işlem tamamlanır.

Kaynak: (IGES, 2007)

1.5.1.2 Gönüllü karbon borsaları

Gönüllü karbon piyasaları Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi tarafından gelişmeyen; genellikle küçük çaplı projeler için oluşturulmuş, sadece bağımsız bir denetçi tarafından değerlendirilen ve doğrulanan karbon azaltımı projelerinden gelişen, standart olmayan sera gazı salınımı azaltım birimlerinin işlem gördüğü piyasalardır (Tunahan, 2010). Sivil toplum örgütlerinin, bireylerin, firmaların, kurum ve kuruluşların yürüttüğü sera gazı salınımlarının gönüllü olarak dengeleyebilmeleri ve azaltımını kolaylaştırabilmeleri için geliştirilen gönüllü karbon piyasaları pazarlar vardır (Türe, 2021). Gönüllü karbon borsalarına katılım günümüzde işletmeler için çeşitli avantajlar sunmaktadır. İşletmeler bu avantajlardan faydalanmak içinde bu borsada yer alabilmektedir. Genel olarak (Gürbüz ve ark., 2019);

- Pazar değerinin artmasını sağlamak,
- İklim değişikliğinin ve küresel ısınmanın etkilerini azaltmak için kendi rızasıyla destek olduğunu kanıtlamak,
- Müşterilerine çevreci ve sosyal bir kuruluş imajı oluşturmak,
- Kurumsal marka ve imaj bilinirliğine olumlu bir bakış kazandırabilmek,
- İleride yapılacak bölgesel ve ulusal yükümlülöklere hazır olmak,

- Edinilen tecrübeyle kurumsal kapasite ve süreçlerini, teknolojilerini iyileştirmek.

1.5.1.3. Karbon vergisi

Doğayı korumak için verilen mücadelede negatif dışsallıkların içselleştirilmesinde kullanılan kamusal araçlardan biri çevre vergileridir (Agun, 2008). Karbon vergisi de bu bağlamda çevre vergisidir. Karbon vergisi; karbon salınımıya neden olan kömür, doğalgaz, petrol benzeri fosil yakıtlar ve benzer diğer ürünler üzerinden alınan bir harcama vergisidir (Lin ve Li, 2011). Karbon vergisi; özellikle fosil yakıtların yanması neticesinde meydana gelen karbondioksit emisyonu üzerinden alınan, üreticilerin fosil yakıt yakmasıyla oluşan çevre tahribatına karşılık karbondioksit emisyon miktarı başına ödedikleri vergi türüdür. Bu şekilde hem çevre tahribatı azalmakta hem de kaynakların veriminin artmasına imkân gelişmektedir(Nemli, 2001). Karbon vergisinin; kaynakların etkin kullanımını sağlamak, adil gelir dağılımı sağlamak, ekonomik istikrar aracı olarak kullanmak gibi amaçları vardır (Yıldız, 2017). Karbon vergisini kanun koyucu, karbon emisyonuna ton başına koyacağı vergiye göre dengeli ayarlamalıdır. Bu vergi; firmalar için karbon emisyonunu azaltabilmeli, sosyal bakımdan istenen kirlenme düzeyine yönlendirebilmelidir (Turhan ve ark., 2004). Karbon vergisi aracılığıyla edinilen bu vergi, karbon emisyonunu azaltmanın marjinal sosyal maliyetiyle küresel ısınmayla gelişen sorunların çözümü sonucunda kazanılacak marjinal sosyal faydayı eşitleme noktasında olmalıdır (Ekins ve Barker, 2001).

1.6. Türkiye’de Küresel İklim Değişikliği Krizi ile Mücadele

Türkiye gelişmekte olan bir ülkedir. Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından gelişmekte olan piyasa ekonomisi olarak tanımlanan bir ekonomiye sahiptir. Türkiye 19 Aralık 1991 tarihinde Montreal Protokolü’ne taraf olmuştur ve tüm değişikliklerini benimsemiştir. Protokol’ün içerdiği ulusal ve uluslararası çalışmaların izlenmesi, Ulusal Odak Noktası görevini alan Çevre ve Şehircilik Bakanlığı koordinasyonundadır.

Türkiye 22 Mayıs 2004 tarihinde Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi’ne taraf olmuştur. 26 Ağustos 2009 tarihinde Kyoto Protokolünü kabul etmiştir. I. ve II. taahhüt döneminde sera gazı azaltılması konusunda herhangi bir yükümlülüğü yoktur. Dolayısıyla Protokol’ün 2008 ve 2012 yılları arasındaki birinci yükümlülük

döneminde Türkiye'nin sayısal olarak belirtilen bir salım sınırlama ve azaltım şartı yoktur. Türkiye Rio Deklarasyonu'nu, Biyolojik çeşitlilik ve Orman Prensibi'ni, Gündem 21 belgelerini imzalarken İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesini yürürlüğe girdikten on yıl sonra 21 Mart 2004 tarihinde kabul etmiştir.

Paris Antlaşması, 2020 sonrası iklim değişikliği rejimini düzenlemeye yöneliktir ve temel olarak Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesine dayanmaktadır. Bu anlaşmayı Türkiye 22 Nisan 2016 tarihinde imzalamış fakat henüz taraf olmamıştır. Türkiye G-20 ülkeleri arasında Paris Anlaşmasına taraf olmayan tek ülke olarak kalmıştır. 30 Eylül 2015 tarihinde Sözleşme Sekretaryasına Niyet Edilen Ulusal Katkı Beyanı sunmuş ve sera gazı emisyonlarının 2030 yılında referans senaryoya (BAU) göre artıştan %21 oranına kadar azaltılmasını öngörmüştür. Türkiye'nin Paris Anlaşması kapsamında bulunan iki önem verdiği husus bulunmaktadır: İlki, Türkiye'nin finans ve teknoloji desteklerine erişebilmek bakımından Türkiye ile benzer konumdaki ülkelerle aynı şekilde muamele görmesi ve ikinci olarak da ekonomik büyüme, nüfus artışı gibi ölçütler dikkate alındığında mutlak emisyon azaltımı yapmasının imkansız olduğu ve bu durumun kayıt altına alınması gerektiğidir.

Türkiye iklim politikalarında Ulusal Çevre Eylem Planı (NEAP) oluşturmasıyla iklim değişikliği ile mücadele politikaları başlamıştır. Türkiye iklim değişikliği kapsamında ulusal vizyonu, iklim değişikliği politikalarını kalkınma politikalarıyla bütünleştirmiş, enerji verimliliğini yaygınlaştırmış, temiz ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını arttırmış, iklim değişikliğiyle mücadele özel şartları kapsamında aktif katılım sağlayan ve yüksek yaşam kalitesiyle refahı tüm yurttaşlarına düşük karbon yoğunluğuyla sunabilen bir ülke olmuştur. Türkiye'nin iklim değişimi ile mücadele amaçlı yürüttüğü projeler şöyledir (URL-8, 2020):

- Sera Gazı Ulusal Katkı Hedefinin Gerçekleştirilmesi İçin Kapasite Geliştirme ve İzleme Projesi
- Düşük Karbonlu Kalkınma İçin Çözümsel Tabanlı Strateji ve Eylem Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi
- İklim Değişikliğine Uyum Konusunda Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi İçin Eğitim Projesi
- Türkiye'de İklim Uyum Eyleminin Güçlendirilmesi Projesi
- İklim Değişikliğine Uyum Konusunda Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi Eğitimi Projesi

- Florlu Sera Gazları Konusunda Kapasite Oluşturma ve Aktarım İçin Kapasite Geliştirme Teknik Yardım Projesi
- İzleme, Raporlama ve Doğrulama Mevzuatının Güncellenmesi Konusunda Kapasite Geliştirme Projesi
- İklim Değişikliği Alanında Ortak Çabaların Desteklenmesi Projesi

Bu çerçevede Türkiye'nin ilk yeşil büyüme stratejisi olan İklim Değişikliği Eylem Planı (İDEP) hazırlanmış, sera gazı emisyonlarını sınırlandırmaya yönelik ulusal koşullara uyan eylemler seçerek iklim değişikliğiyle mücadele edilmesi, iklim değişikliğinin etkilerine yöneterek dayanıklılığın artırılması ve böylece Türkiye'de iklim değişikliğiyle mücadele ve uyumun teşvik edilmesi amaçlanmıştır. Plan, 2011-2023 yılları arasındadır. Söz konusu planda enerji, binalar, ulaştırma, sanayi, atık, tarım, arazi kullanımı, ormancılık ve sektörler arası konularda hedef ve eylemleri bulunmaktadır.

Emisyon Ticareti Sisteminin temeli olan Sera Gazlarının İzlenmesi, Raporlanması ve Doğrulaması sistemi Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca 17 Mayıs 2014 tarih ve 29003 Sayılı Resmi Gazete ile yayımlanarak yürürlüğe giren Sera Gazı Emisyonlarının Takibi Hakkında Yönetmelik ile Türkiye'de toplam sera gazı emisyonlarının yaklaşık yarısını teşkil eden, elektrik üretimi, çimento, demir-çelik, rafineri, seramik, kireç, kâğıt ve cam üretimi gibi sektörlerden kaynaklanan sera gazı emisyonlarının tesis seviyesinde izlenmesi mümkündür.

Sıfır atık ile Türkiye sıfır mavi atık projesiyle sadece atıkları yönetmeyi değil; sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun üretim yapılmasını amaçlamaktadır. 2023'e kadar geri kazanım oranını %35 seviyesine çıkarmayı hedeflemektedir. Yıllık 20 milyar lira ekonomik kazanç ve 100 bin kişiye istihdam sağlamak istenmektedir 2. Uluslararası Sıfır Atık Zirvesinde, 2019 senesi itibarıyla 25 bin kamu kurumu binasında sıfır atığa geçme hedefinin gerçekleştiği Emine Erdoğan ifade etmiştir. Cumhurbaşkanı eşi Emine Erdoğan, yeşil ekonomiye geçişin dünyayı yaşanabilir kılmada herkes için bir zorunluluk olduğunu ve yeşil ekonominin gelir ve istihdam ile beraber temiz suya ve enerjiye erişimi de iyileştirebileceğini belirtmiştir (URL-9, 2020).

Tablo 1.6'da iklim değişikliğinin Türkiye'de olası etkilerini bölgelere göre etkiler, etkilerin şiddet düzeyi ve etkilenebilir sektörler veya temalar düzeyinde gruplandırılmıştır. Türkiye; Akdeniz Havzası içerisinde, küresel iklim değişikliğinden en çok etkilenebilecek hassas bölgelerden birinde yer almaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin yaşanan iklim değişikliği krizinden yüksek oranda etkileneceğini söylemek mümkündür.

Tablo 1.6. İklim değişikliğinin Türkiye’ ye olası etkileri

Etkiler	Şiddet	Etkilenebilir Bölgeler	Etkilenebilir Sektörler/Temalar
Nehir/havza rejimlerinin değişmesi	Düşük	Tüm bölgeler	Ekosistem hizmetleri ve biyolojik çeşitlilik
Azalan yüzey suları	Orta	Batı Anadolu	Tarım, su dağıtım şebeke altyapısı
Artan kullanma suyu kıtlığı	Yüksek	İstanbul, Ankara, Aydın, Nevşehir, Bursa	Kentsel alanlar
Toprak kaybı/tuzluluk	Orta	Afyonkarahisar, İzmir, Kayseri, Muğla, Manisa	Tarım, sanayi, enerji
Sel	Orta	Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu	Tarım çiftçisinin ayakta kalması, insan sağlığı
Topraksızlaşma/toprağın niteliğini kaybetmesi	Orta	Akdeniz, Karadeniz, Ege, Güneydoğu Anadolu	Tarım çiftçisinin ayakta kalması, insan sağlığı, derin olmayan göl ve sulak alanlar
Kıyı erozyonu	Düşük	Güney Batı Anadolu	Turizm, deniz ürünleri, ekosistem hizmetleri
Denizsel ekosistemin bozulması	Düşük	Karadeniz	Balıkçılık, işsizlik
Orman yangınları	Orta	Akdeniz, Karadeniz, Ege	Ekosistem hizmetleri ve biyolojik çeşitlilik
Türlerin yaşamak için başka alanlara göç etmesi	Düşük	Batı Anadolu	Tarım, turizm
Azalan tarımsal üretkenlik	Orta	Akdeniz	Tarım(istihdam), gıda güvenliği
Azalan hidroenerji potansiyeli	Düşük	Akdeniz ve Ege	Enerji, sanayi
Azalan deniz ürünleri üretimi	Düşük	Akdeniz	Tarım, gıda güvenliği, su dağıtım şebekesi

Kaynak: (URL-24, 2017)

4 Nisan 2019 tarihinde resmi gazetede yayınlanmasıyla beraber plastik poşet kullanımı ücretlendirilmeye başlanmıştır. Türkiye’de çevre koruma harcamalarının büyük bir kısmı, mevzuattaki sorumluluklar çerçevesinde yerel yönetim aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Çevre koruma harcamaları genel anlamda belediyeler tarafından yürütüldüğünden, çevre yönetim politikalarının oluşturulmasında belediyeler önem arz etmektedir (Kahraman, 2017). Bu harcamalar; atık su hizmetleri, atık su yönetimi, atık yönetimi, toprak/yeraltı suyunun korunması, biyoçeşitliliğin ve peyzajın korunması,

araştırma geliştirme gibi alanlardan oluşmaktadır. Görüldüğü üzere başarılı bir yönetimin olması bu kriz karşısında son derecede önemlidir. En üst kademedен en alt kademeye kadar bilinçli bir yönetim oluşturulması ve sağlıklı organizasyonun geliştirilmesi elzemdir.

İklim değişikliğinin Türkiye üzerinde etkisi yüksek olacaktır. Küresel ısınma sebebiyle Türkiye'nin yaşayacağı en büyük felaket kuralıktır, çünkü büyük bir kısmı yarı-kurak bir iklimindedir. Türkiye'de sosyo-ekonomik, ve çevresel etkilerinin önemi tabloda görülmektedir. Türkiye risk grubunda yer alan bir ülkedir. Sektörel stratejilerin ve uygulamaların iklim değişikliği ile uyumlu ilerleyebilmesi son derece önem arz etmektedir.

Yeşil Tarife uygulamasını Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Fatih Dönmez yerli ve yenilenebilir enerji kullanımını teşvik etmek için çevre duyarlılığı olan yurttaşları yenilenebilir enerjiye yönlendirmek amacıyla duyurmuştur. Bu tarife ile Türkiye'de isteyen vatandaşlar yalnızca yenilenebilir enerji kaynaklarından üretilen elektriği kullanabilecektir. Ücretlendirme, yenilenebilir enerji kullanımına göre yapılacaktır.

Çiçekalan ve ark., (2019) araştırmalarıyla Türkiye'de çevre koruma harcamalarını sektörel bazda değerlendirmişlerdir. Buna göre; çevre koruma harcamaları yıllar içinde artan bir seyir izlemiştir. 2008 yılında 10.000 milyon lira kamu sektör çevre koruma harcamaları varken, 2015 yılında toplam kamu harcamalarının 27.500 milyon liraya ulaşmıştır. Özel sektör çevre koruma harcamaları 2008 yılında 2500 milyon liradan 2015 yılında 7500 milyon liraya yükselmiştir. Bu bağlamda çevre koruma harcamalarının 2015 yılında 27500 milyon liraya ulaşmıştır. Bu da çevre koruma harcamalarında artan seyir olduğunu göstermektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu, toplam ve kişi başı sera gazı emisyonu envanteri verilerine göre sera gazı emisyon miktarı 1990 ve 2018 yılları içinde genel anlamda yükselmiştir. Türkiye gelişmekte olan ve kalkınma çabası içinde olan bir ülke olması nedeniyle hızla artan bir sanayileşme yaşanmaktadır. Bu durum sera gazı emisyonlarının kişi başına 1990 yılında 4,0 ton iken 2018 yılında 6,4 tona yükselmesine neden olmuştur. 2018 yılında toplam sera gazı emisyonu 2017 yılına nazaran %0,5 azalmıştır. 2018 yılında %71,6 ile enerji kaynaklı emisyonlar en büyük payı oluştururken, %12,5 ile endüstriyel işlemler ve %12,5 ile tarımsal faaliyetler ve %3,4 ile atık takip etmiştir. %3,4 ile atık emisyonları takip etmiştir.

Türkiye'de sera gazı emisyon verileri tablo 1.6. ile verilmiştir. En çok sera gazı emisyonlarının, enerji ve endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı sektörlerinden yükseldiğini söylemek mümkündür.

Tablo 1.6. Sektörlere göre sera gazı emisyonları

Yıl	Enerji	Endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı	Tarımsal faaliyetler	Atık	Toplam	1990 yılına göre değişim(%)
2008	295,3	43,5	36,5	17,8	393,1	89,17
2009	280,9	45,8	38,0	17,9	382,5	84,07
2010	286,0	51,8	39,3	18,1	395,3	90,23
2011	298,2	58,2	41,1	18,4	415,9	100,14
2012	321,3	62,4	45,8	18,0	447,5	115,35
2013	310,0	63,2	49,3	16,2	438,8	111,16
2014	339,1	62,8	49,5	16,1	467,6	125,02

Kaynak: (URL-25, 2021)

Verilere göre 2014 yılı emisyonları için karbondioksit eşdeğeri olarak 467,6 milyon ton (Mt) hesaplanmıştır. En büyük payı %72,5 ile enerji kaynaklı emisyonlar almıştır. Envanter sonuçlarına göre, 2014 yılında toplam sera gazı emisyonu CO2 eşdeğeri olarak 467,6 milyon ton (Mt) olarak hesaplanmıştır. 2014 yılı emisyonlarında CO2 eşdeğeri olarak en büyük payı %72,5 ile enerji kaynaklı emisyonlar alırken, bunu sırasıyla %13,4 ile endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı, %10,6 ile tarımsal faaliyetler ve %3,5 ile atık takip etmektedir.

Türkiye’ de çevresel itici güç göstergelerinden biri olan nüfus artışı, enerji kullanımıyla paralel olarak kentsel yaşam alanları üzerinde baskı yapmaktadır. Bunun sonucunda su kullanımı ve atık su oluşumu, hava kirletici kaynakların ve yoğunluğun artmasına atık çeşitliliği ve atık oluşum miktarı artmasına bu gibi durumlar neticesinde de doğal kaynaklar ve arazi kullanımı üzerinde olumsuz etkiler olmaktadır. Alıcı ortam olarak tanımladığımız hava, su, toprak kalitesinin durumu da etkilenmektedir. 2019 yılı Küresel Karbon Bütçesi raporuna göre Türkiye’nin küresel ısınmayı tetikleyen karbon salınımı 430 milyon tona ulaşarak karbon salınımı gerçekleştiren dünya ülkeleri arasında 15. sırada yer almıştır. Türkiye’de kişi başına karbon salınımı 5,2 ton olmuştur (URL-10, 2021). Türkiye küresel iklim değişikliği krizine karşı mücadele eden ve yıllar içinde gittikçe artan seyirde bir çabası olan bir ülkedir.

Güncel bir veri olarak 2019 BM Gıda İsrafı Endeksi Raporu’na göre Türkiye’de her yıl kişi başına 93 kilogram yiyecek çöpe atılmaktadır. Bu da Dominik Kongo Cumhuriyeti ve Meksika’dan sonra üçüncü sırada Türkiye’nin kişi başına gıda israfının en çok olduğu üçüncü ülke olarak sıralamada yer almasına neden olmuştur.

Çevre ve Şehircilik Bakanı Murat Kurum 2021 yılında İklim Değişikliği ile Mücadele toplantısında Türkiye'nin İklim Kanunu'na ihtiyaç duyduğunu belirterek; İklim Kanunu ilke, sorumluluk ve eylemleri içeren kapsamlı bir İklim Değişikliğiyle Mücadele raporunu açıklamıştır. 2021 yılının çevre yılı olacağını belirten Kurum, 14 maddelik sonuç bildirgesini Türkiye Cumhuriyeti Büyük Millet Meclisi'ne sunulacağını ifade etmiştir. Kamu ve özel sektörün iklim değişikliğiyle mücadelede faaliyetlerine yönelik teşvik ve finansman olanaklarının geliştirileceğini, uluslararası finansman kaynaklarına ulaşmanın daha rahat olacağını ifade etmiştir.

Türkiye Paris İklim Anlaşması'nı imzalayıp henüz taraf olmayan tek G-20 ülkesi olmasından dolayı; Sürdürülebilir Ekonomi ve Finans Araştırmaları Derneği, Ekoloji Birliği, TEMA Vakfı, WWF Türkiye aralarında olduğu 37 Sivil Toplum Kuruluşu ortak bir açıklamayla Türkiye'yi anlaşmaya taraf olması için imza toplamaktadır (URL-11, 2021). Toplanan imzalar iletilip TBMM tarafından söz konusu anlaşmanın onayı beklenmektedir.

1.7. Küresel İklim Değişikliği Krizine Karşı Almanya'da Mücadele

Almanya gelişmiş bir sosyal piyasa ekonomisine sahiptir ve bu gelişmiş ülke 21. yüzyılı çevre yılı olarak kabul etmiştir (URL-12, 2021). İklim değişikliğine karşı hükümetin belirgin politikaları mevcuttur. İklim değişikliği için mücadele kapsamında bütçeler ayırmaktadır. Almanya enerjinin tasarruflu kullanımını sağlamak için teşvikler sunmaktadır. Uluslararası girişimlere de destek olmaktadır. Bu bağlamda 1995 yılında Almanya karbondioksit salınımını 2005 yılına kadar %25 oranında düşüreceğini açıklamıştır. 1999 senesinde Kyoto Protokolü'ne %21 indirim sözü vermiştir. Almanya, yurttaşlarında çevre bilinci oluşturmayı sağlamak için kirleten öder gibi politikalar yürütmektedir. Veya işletmelere kullanılan ambalajların geri toplanmasını sağlamak gibi yükümlülüklerde sunmaktadır. Aynı zamanda çeşitli atıkların iade edilmesini aşılama ve atık kirliliğini önlemek için geri verilen bazı atıklar karşılığında para ödenmektedir. Bu da tüketicilerde bilinç sağlamak da genel anlamda baktığımızda aile içinde çocukluktan başlayan çevre duyarlılığı gelişimini ve farkındalığını sağlamaktadır. Böylece atık kirliliğine bağlı kirlilik önlenmekte ve atıkların tekrardan üretim sürecine kazandırılması sağlanmaktadır. Bu sektörde yani geri dönüşümde çalışan insanlar için istihdam da artarak devam etmektedir.

1991 senesinde üreticinin sorumluluğu Ambalaj Yönetmeliği çerçevesinde bu anlayışın temeli belirlenmiştir. 1995 yılında Kapalı Madde Döngüsü ve Atık Yönetimi

Kanunu bu politikaları kapsamlı şekilde güncellemiştir. 2012 yılında da Döngüsel Ekonomi Kanunu'na dönüştürülen kanuna göre, üretici sorumluluğu yasal olarak bağlayıcı tedbirler bulunmaktadır. Araçlar, elektrikli ve elektronik cihazlar, piller ve yağ için üreticinin sorumluluğu düzenlenmiştir. 2005 Atık Biriktirme Yönetmeliği ile yakma veya mekanik-biyolojik arıtma tesislerinde evsel çöplere benzer evsel atıklar ve ticari atıklar gibi artıklar için bertaraf alanlarında iklime zarar veren depolama gazı ve kirli sızıntı oluşumunu engelleyen kalıcı adımdır. Almanya, toprağın ve havanın, suyun, en başta da insan sağlığının korunması için olumlu ve modern dairesel bir ekonomik sistem geliştirmiştir. İklim'e zarar veren sera gazı emisyonları, özellikle de atık depolama gazının ana bileşeni olan metan gazını azaltmıştır. İstihdam açısından durumu değerlendirdiğimiz zaman 250.000'den fazla kişi, 70 milyar avro gelir elde eden ekonomik bir sektör olan atık yönetiminde istihdam edilmektedir. Almanya 15.000' den fazla atık arıtma tesisine sahiptir.

Atık yönetmeliği: Almanya üretici sorumluluğunu oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle çevreye duyarlı ve etkin atık önleme ve üretim aşamasında geri kazanım ön koşullarının hazır olması gerektiğini savunmaktadır. Üreticiler ve dağıtıcılar; ürünlerini, hem mallarının üretiminde hem de sonraki kullanımlarında atık oluşumunu azaltacak; artık maddelerin çevreye zarar vermeyecek şekilde geri kazanılmasına veya bertaraf edilmesine olanak verecek halde tasarımlarını istemektedir. Bu kapsamda Ambalaj Yönetmeliği 1991 yılında belirlenmiş ve üretici sorumluluğu oluşturulmuştur. Bu yönetmelik kullanımdan sonra ambalajın geri alınmasını içermektedir. 1996 yılında Kapalı Madde Döngüsü ve Atık Yönetimi Yasası bu politikaları kapsamını genişletmiş, 2012 yılında Döngüsel Ekonomi Yasasına dönüştürülen yasaya göre, üretici sorumluluğu yasal olarak bağlayıcı önlemlerle beraber üreticiler ve distribütörlerin gönüllü taahhütleri yoluyla da uygulanabilmektedir. Atık yönetiminde bir başka kilometre taşı da atık bertaraf alanlarında iklime zarar veren çöp gazı ve kirli sızıntıyı engelleyen adım 2001 yılında Atık Biriktirme Yönetmeliği ve 2009 yılında Düzenli Depolama Yönetmeliği dâhil edilerek atılmıştır.

Ehmer ve Heymann (2008) tarafından yapılan bir puanlama modeline göre 2030'da iklim değişikliğinin kazananları arasında Almanya yer almakta ve kaybedenleri arasında Türkiye yer almaktadır. 1990'dan 2019'a kadar Almanya'da kişi başına düşen CO2 emisyonlarının gelişimi (ton olarak) azalan bir seyir izlemiştir (URL-13, 2020). Almanya'da kişi başına düşen sera gazı emisyonu 2019 yılında 7,9 ton olarak hesaplanmıştır. 1990 yılına göre 4,6 ton. 2018 yılına göre 0,6 ton oranında bir azalım mevcuttur. Bu verilere göre Almanya iklim değişikliği ile mücadelede belirlediği hedeflere göre olumlu yönde yol

olmaktadır. Almanya iklim politikalarının temel amacı 2030 yılına kadar sera gazı emisyonlarını en az %55 oranında düşürmektir.

Almanya 2020 yılında düzenlenen İklim Zirvesinde 2038'e kadar kömürlü termik santralleri kapatma planını yeniledi ve Kömür Sonrası Enerji Küresel İttifakı'na katılacağını açıklamıştır. Bu şekilde söz konusu ittifaka katılan ülke sayısı 91'e yükselmiştir. Avrupa Birliği'nin en büyük ekonomisi ve dünya sera gazı salınımının yüzde 2'sinden sorumlu Almanya, sanayi, ulaşım, ev, enerji ve atık alanlarında çevre dostu yatırımlara ağırlık vermeyi planlamaktadır. Çevreyi kirletmeyen elektrikli araçlara ve şarj altyapısına yönelik düzenlemeler gündemlerindedir. Çevre dostu binalar, alternatif kargoyla toplu taşıma ulaşımına teşvik etmektedir (URL-14, 2020).

Energiewende'nin temel amacı, enerji politikalarını, fosil yakıt ve yenilenebilir enerji ve enerji verimliliğine dayalı düşük karbonlu bir sisteme çevirebilmektir. Almanya, bu politikada dört temel nokta üzerinde durmaktadır:

- 2022 yılına kadar nükleer santralleri kapatmak
- İklim değişikliği ile mücadele etmek
- Enerji güvenliğini arttırmak
- Rekabet ve büyümeyi hedefleyerek sanayi politikalarını iyileştirmek (Şahin, 2018).

Almanya iklim değişikliği politikalarında Ekolojik Vergi Reformu (Ecological Tax Reform) ile alternatif çözümler geliştirmiştir. Bu reformla enerjiyi efektif kullanmak için vergileri diğer ürünlere koyarak, sosyal sigortalarda azalılar yoluna gitmiştir. Bu şekilde daha çok iş imkânı oluşurken enerji verimliliği yükselmiştir.

Almanya plastikten yapılmış tek kullanımlık plastik malzemelerin üretimini 2020 yılı itibarıyla yasaklamıştır. Federal Çevre Ajansı verilerine göre, Almanya'da 2019 yılında 805 ton sera gazı salınmıştır. 2018 yılında 858 ton sera gazı salınımı olduğu ve geçen yıla göre 2019 yılında yaklaşık 54 milyon ton veya %6.3 daha az salınım yapılmıştır (BMU,2020). Çevre Bakanlığı, 2008 yılında Ulusal İklim Koruma Girişimi (NKI) 2008 senesinde başlatmış, o tarihten itibaren 1.07 milyar Euro içinde 32.450'den fazla iklim değişikliği ile mücadele için proje gerçekleştirmiştir. İklim Koruma Girişimi kapsamında yürütülen bazı proje başlıkları şunlardır (URL-15, 2020):

- Yenilikçi İklim Koruma Projeleri
- Master Plan Belediyeler
- Mahalle Projeleri

- Model Projektör
- Bisiklete Binme Projeleri
- Pratik Uygulamalar
- Yarışmalar

Almanya’da yenilenebilir enerji kaynakları 2018 senesinde elektrik üretiminin %40,4 oluşturmuştur. Almanya 2021 yılından itibaren uygulanacak karbon fiyatlarının arttırılması konusunda uzlaşa sağlamıştır. Alman mediasındaki haberlere göre ton başına karbondioksit fiyatları için başlangıç 25 Avro olacaktır (URL-16, 2020). Kirletme bedelini tüketiciler değil, piyasaya sunan işletmeler ödeyecektir. Buradan da yine işletmelerin iklim değişikli krizine karşı mücadeleye katılımının önemli olduğu anlaşılmaktadır. 2026 yılında ise mazotla çalışan ısınma sistemlerinin döşenmesinin yasaklanması planlanmaktadır. Mazotla çalışan eski ısınma sistemlerini değiştirenlerin masraflarının %41 kadarının sübvansede edilmesi planlanmaktadır (URL-17, 2020).

Johann Henrich von Thünen Enstitüsü’nün 2015 yılında yaptıkları araştırma ile parakendecilerin yılda 500 bin ton gıdayı çöpe attığını tespit etmişler ve bu duruma dikkat çekmek için üniversite öğrencileri süpermarket çöp konteynırlarından yiyeceklerini temin etmişlerdir (Brestle, 2021).

Avrupa İstatistik Ofisi’nin 2016 verilerine göre Avrupa Birliğinin; 4 milyar 440 milyon ton civarında sera gazı salınımının yapmıştır ve Almanya 935,8 milyon ton sera gazı salınımı yaparak listede ilk sırada yer almıştır. Rekabete dayalı yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanıldığı sürdürülebilir bir ekonomi için Fedaral Alman hükümeti 2020 yılında “Ulusal Biyo Ekonomi Stratejisi’ni” ortaya koymuştur.

2017 yılında toplam emisyon verilerinde %38,6 ile enerji sektörü, %22,7 trafik ve %17,1 konutlardan en en yüksek paya sahiptir ve toplamda miktarı 907 milyon ton karbondioksit emisyonu salınmıştır (Orth, 2019).

2018 yılındaki Avrupa Çevre Ajansı’nın Hava Kalitesi Raporu’na göre AB ülkeleri içinde Almanya toplam nüfusunun 0,08’ni yani 62 bin 300 kişiyi partikül maddelere bağlı ölümlerde kaybederek ile ilk sırada yer almıştır.

Copernikus İklim Değişikliği Servisi’nin verilerine göre ve Ren Seyrüsefer Merkez Komisyonu (CCNR) açıklamaları doğrultusunda iklim değişikliğinden kaynaklı su seviyelerinde görülen düşüşlerden bir örnek olan Ren Nehrinin su seviyesinin düşmesiyle

beraber endüstriyel faaliyetlerin ve taşımacılığının etkilendiği bu bağlamda Almanya'nın taşımacılık sektörünün 2,4 milyar avro kaybo uğradığı belirtilmiştir (URL-18, 2020).

2019 yılında New York'ta düzenlenen BM İklim Zirvesinde konuşan Almanya Başbakanı Angela Merkel Almanya'nın iklim değişikliği konusunda ulusal ve uluslararası düzeydeki sorumluluğunun farkında olarak iklim koruması için 1,5 milyar avroyu Yeşil İklim Fonu'na yatıracaklarını açıklamıştır.

Almanya Başbakanı Angela Merkel, İngiltere Başbakanı Boris Johnson, Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Antoni Guterres ve Çin Devlet Başkanı Elçisi Huang Runqiu çevrimiçi katılımlarıyla Berlin'de gerçekleştirilen 2020 yılında gerçekleşen Petersburg Diyaloğu'nda salgın sonrası ekonomik iyileşme paketlerinin emisyon salınımını arttırmaması gerektiği belirtiler.

Federal Çalışma Bakanı Hubertus Heil evden çalışma hakkını güvenceleyecek bir yasa tasarısı üzerinde çalıştıklarını duyurmuştur (Oliveira, 2020) Merkezi Münih'te bulunan Ekonomik Araştırma Enstitüsü tarafından 2020 yılından, 800 kişiye yakın insan kaynakları yöneticisinin katılımıyla yaptıkları anket sonucunda covid-19 salgınından sonra işletmelerin evden çalışmaya ağırlık vereceğini ve dijital araçların kullanımının artacağı sonuçlarına ulaşmıştır.

Almanya, endüstri politikalarıyla iklim politikasını birleştirmek için dünyada kilit çözüm inovatif elektrifikasyon teknolojilerini; yani yenilenebilir enerjinin trafik, bina ve endüstri sektörleriyle bu sektörlerin birleşmesinin dijitalizasyonu sağlamak için çalışmaktadır. Bunları; endüstri süreçleri için elektrikli otomobiller, ısı pompaları, elektrikli fırın ve kalorifer dışında hidrojen ve sentetik yakıtları da kapsamaktadır. İklimle zararsız hale yönelik küresel dönüşümde; ekonomik fırsatlar, yeni satış pazarları özellikle doğayı korumaya çalışan iklim dostu ülkeler ve firmalar için gelişecektir (Berg, 2020).

Topçu (2021), Almanya'nın; yeni yasa ile ışık kirliliğine ve pestisit kullanımına yeni kurallar getirirken, glifosat kullanımını da 2023 yılında yasaklayacağını duyuran Almanya Federal Çevre Bakanı Svenja Schulze:

“Böcekler olmadan insanlar yaşayamaz. Böcekler olmasa sadece meyvelerin tozlaşması için akıl almaz paralar harcanmak zorunda. Sadece bu bile böcek ölümlerini engellemenin hepimizin çıkarına olduğunu ortaya çıkarıyor. Bu sebepten, bugün aldığımız kararlar böcekler için yaşam alanlarımız ile ekolojik sistemin geleceği için güzel bir gelişme.”

Gönültaş (2021), küresel düzeyde çalışma yürüten büyük Alman şirketlerini; gelecekte insan hakları, çocuk işçiliği, doğal afetler ve iklim koruma konusunda daha çok sorumluluk yükleyecek olan Tedarik Zinciri Yasası üzerinde Almanya'daki hükümet ortakları anlaştı ve yasanın 1 Ocak 2023'ten itibaren kademeli olarak yürürlüğe gireceği duyurulmuştur. Almanya ülkesinde üç örnek olan; Birkenfeld Çevre Kampüsü, Lüneburg Leuphana Üniversitesi, Eberswalde Sürdürülebilir Kalkınma Yüksekokulu; sürdürülebilir kalkınmayı odak noktası haline getiren ekolojik elektrik enerjisi, kafeteryada geri dönüşümlü bardaklar, anabilim dalı olarak çevre teknolojisi ile iklim korumasına destek olmaya çalışmaktadır (URL-19, 2021).

Medya ajansı GroupM 2019 yılındaki araştırmasına göre; Almanların yarısından fazlası için sürdürülebilirlik için ürün fiyatlarının daha yüksek olması tüketimin önünde bir engel teşkil etmektedir. Çalışmaya katılan %43'lük bir dilim ürünlerin üzerinde doğa dostu olarak yeterince işaretlemenin olmadığını düşünmekte ve %46'lık kesim yeterince doğa dostu ürünün olmadığını düşünmektedir. Buradan yeşil pazarlama için doğru fiyatlamının önemi bir kez daha anlaşılmaktadır. Yeterli düzeyde yeşil işletmecilik anlayışının gelişmediği de ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmaya katılan 16-29 yaş grubundaki genç tüketiciler sürdürülebilirlik hakkında daha çok bilgilendirilmek istedikleri sonucuna varılmıştır. Almanlar özellikle gıda maddelerinde sürdürülebilirlik bilgilerini dikkat etmekte, katılımcıların %69,8'lik kesim organik veya asil ticaret damgasına bakmaktadır.

Deutsche Bahn ticaret firması, Otto Group, enerji tedarikçisi EnBW, spor eşya üreticisi Puma gibi büyük firmaların katılımıyla "Stiftung 2° Vakfı" kurulmuş ve geleceğin ticaret modelinin birlikte iklim değişikliği ile mücadeleye bağlı olduğunu belirtmişlerdir (Göbel, 2021).

Bir sanayi işletmesi olan Wilo, iklim koruma konusunda Avrupa'daki en büyük ödülü olan "Alman Sürdürülebilirlik Ödülü" geliştirdiği çözümlerle "sahip olmuştur. Wilo CEO'su Oliver Hermes sürdürülebilirliği kurumsal stratejisinin parçası olduğunu; ürünleri, sistemleri ve çözümleri ile dünyanın her yerinde insanlara akıllı ve verimli olan iklim dostu şekilde su sağlamayı 2025 yılına gelindiğinde 100 milyon insanın temiz suya erişimine katkı sağlamak için çalıştıklarını belirtmiştir (Kumtepe, 2021). Avrupa Birliği Çevre Komiseri Frans Timmermans (2021) Yeşil Anlaşma'yı eleştirenlere şunları söylemiştir:

"Belki yatırımları ve değişim yöntemlerini birkaç yıl daha fazla erteleyebilirsiniz. Ama gün gelir, gerçekler sizi yakalar. Kafamızı kuma gömüp her şeyin şimdiye kadar olduğu gibi kalmasını dileyebiliriz. Yani, ya kendi kaderimizi tayin edeceğiz ya da ona teslim olacağız".

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Konusu

Araştırma konusu, 2018 yılında Türkiye'nin ve Almanya'nın kendi ülkelerinde yayınladıkları iklim değişikliği ile mücadele konulu kamu spotlarını inceleyerek, kamu spotlarının işletmelere ve tüketicilere yönelik temalarının gösgergebilimsel yöntem kullanılarak analiz yapılmasını konu almaktadır.

2.2. Araştırma Amacı ve Kapsamı

Çağımızda toplum, görsel ve işitsel öğelerin etkisi altındadır. Tüketicuyu bilinçlendirici reklamlar olan kamu spotları, tüketicilerin hayatını etkilemekte ve bu nedenle araştırma konusu olarak güncelliğini korumaktadır. Önemli iletişim biçimlerinden olan reklam, hem üretici firma için hem tüketici için vazgeçilmez bir olgu haline gelmiştir. Hedef kitlelerin düşünce yapısını ve davranış biçimini etkilemekte ve yönlendirmektedir. Bu da işletmelerin tüketicuyu doğru okuması ve işletme ortaklarından biri olan devletin işletmeden neler beklediğini anlamak açısından önem arz etmektedir. Küresel iklim değişikliği krizi ile mücadeleye önem veren devletler işletmeleri yeşil işletme olmaya zorlamaktadır.

Bu çalışma ile günümüzde en çok tartışılan ve çözüm üretilmeye çalışılan küresel iklim değişikliği kriziyle mücadelede; Türkiye'nin ve Almanya'nın kamu spotları aracılığıyla işletmelerin bu mücadeleye katılımını sağlamak amacıyla geleneksel, kültürel, rasyonel temaları ne şekilde kullandıkları belirlenmek istenmiştir. Bu varsayımdan hareketle söz konusu kamu spotlarında iklim değişikliği ile mücadele çalışmalarının dini, kültürel, ekonomik unsurlarla nasıl ve ne şekilde anlatıldığı, gelecekteki yaşam hedeflerinin nasıl ifade edildiği araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır. Bu amaçlar kapsamında çalışma konusu iklim değişikliği ile mücadele kamu spotları;

- gösgergebilimsel açıdan ne ifade etmektedir?
- hangi unsurları vurgulamaktadır?
- hangi mesajları vermektedir?

- görsel ve işitsel öğeleri ile korku pazarlaması arasındaki bağlantı nedir?
- hangi işletme sektörlerine vurgu yapılmaktadır?
- ile yeşil işletmecilik anlayışında alınması gereken mesajlar nedir?
- aracılığıyla işletme sürdürülebilirliği adına görülen mesajlar nedir?
- işletmelere sosyal sorumluluğu kapsamında hangi mesajları vermektedir?
- orta ve uzun vadede işletme yöneticilerine verdiği mesaj nedir?
- rekabet avantajı ve pazar payı korumak için işletme yöneticileri ne yapmalı?
- ile işletme ortakları devlet ve tüketiciler, işletmelerden ne beklemektedir?

şeklinde pek çok soru oluşturulmuş cevap aranmıştır.

İşletme anabilim dalında bu kapsamda ve yöntem ile yapılan çalışma görülmemiştir. Hem yeşil işletmecilik hem de yeşil ekonomiye yönelik işletme anabilimde pek çok disiplinler arasında veri içeren özgün bir çalışmadır. Bu bağlamda çalışmamın literatüre katkı sunması ve araştırmacılara çalışmalarında kaynak oluşturması bakımından önem arz etmektedir.

2.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

İncelenecek kamu spotları Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Almanya Federal Çevre, Doğa Koruma ve Reaktör Güvenliği Bakanlığı tarafından yayınlanan kamu spotları ile sınırlıdır. Kamu spotlarının insanların nasıl alımlandığını kapsamamaktadır. Bu nedenle izleyici üzerindeki etkileri hakkında bilgi üretilmemiştir. Sadece 2018 yılında yayınlanan kamu spotları üzerinde çalışılmıştır.

2.4. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel yöntem kullanılmıştır. Ben Anadolu'yum kamu spotunda 53 kare, İklim koruması: İklim Koruması Sadece Birlikte Mümkündür (Der Klimaschutzplan: Klimaschutz Geht Nur Gemeinsam) kamu spotunda ise 27 kare tek tek sınıflandırılarak çözümlendirilmiştir.

Araştırmada konusu kamu spotu analizlerinde göstergebilimsel yöntemin seçilme nedenleri; hedef kitlenin sosyal ve psikolojik alt yapısına göre düzenlenmeleri, simgesel bir dil kullanılması ve çağdaş mitlerin yer alması sonucunda çağdaş dünyada anlam belirleme

biçimleri üzerinde önemli bilgilere sahip olmalarıdır. Bu verilere göre yeşil işletmecilik anlayışının günümüz ile gelecekteki durumu, tüketicilerin ve devletin beklentisine göre yorumlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın temeli Bartges, Peirce, Saussure, Gremias'ın kuramları ve modelleri çizmektedir. Çözümleme yapılabilmesi için kültürel farklılıkları da gösteren Barthes'ın modeli temel alınmıştır. Böylelikle görsellerin; gösteren ve gösterilen ilişkisi, düzanlam ve yananlam boyutlarıyla irdelenmesi mümkündür. Zıtlıkları tespit etmek için Barthes modelini desteklemek amacıyla dizesel çözümleme yapılmıştır.

Ferdinand de Saussure göstergebilimin başlatıcısı olarak bilinmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005). Göstergebilimsel analiz; gösterge, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyi sistematik olarak irdelemektedir. İletişimde, göstergeler yoluyla kaynakta oluşturulan mesajın ortaya çıkarılması amaçlanır. Göstergebilim, metnin veyahut görüntünün herkes tarafından bilinen ve görünen anlamın dışında, daha detaya inerek o metnin veyahut görüntünün altında olan anlamların ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır (Geray, 2014). Göstergebilimde iletişim dışında kullanılan her türlü aracının; sözcükler, görüntüler, sesler, trafik işaretleri, müzik, gibi pek çok aracının incelenmesidir. Göstergebilimde okurlar kendi bilgi ve tecrübelerine göre metne anlamlar yüklemektedir.

Roland Barthes, göstergebilim alanında yaptığı çalışmalarla ön plana çıkmış Fransız dil bilimcisidir. Barthes'ın çalışmaları ile film, müzik, resim, reklam gibi alanlarda da göstergebilimsel analizin önü açılmıştır. Barthes dil dışında işaretlerinde-göstergelerinde kültürün taşınmasına araç olduğunu açıklamıştır (Yaylagül, 2017). İşaretler, göstergeler bilimi olarak adlandırılan göstergebilim isminde de anlaşılabacağı göstergeleri incelemekte olan bilim dalıdır.

Göstergebilimsel analiz, düzanlam ve yananlam olarak iki temelde şekillenmiştir. Düzanlam göstergelerin zihinde oluşan değişmeyen, nesnel algılarından oluşmaktadır (Barthes, 2016). Yananlam ise insanların duygu, düşünce durumu kültürel değerleri etkisiyle meydana gelen etkileşimdir (Sığırcı, 2016). Mit, bir kültürün çevresinde yaşanan değişimleri açıklamak ve anlamlandırmak amacıyla geliştirilen öykülerdir (Fiske, 2017). Metafor, bilinmeyen bir şeyi bilinen bir şeye benzeterek ifade etmektir. Gösterge, maddi ve soyut olan her şeydir. Metin, göstergebilimsel çözümleme yapılanlardır (Parsa, 2012). Dizi, gösterge dizeleri içinden seçilen bir tanedir. Dizim, eş söz dizimsel bağlam içinde birbirinin yerini alabilecek parçaların oluşturduğu bütündür. Metanomi, birbiriyle bağlantılı iki kavramdan birinin diğerinin yerine kullanılmasıdır (Guiraud, 2016).

2.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni 2018 yılında Türkiye’de ve Almanya’da yayınlanan iklim değişikliği ile mücadele hakkındaki kamu spotlarıdır. Araştırmanın örnekleme, araştırmanın kuramsal kısmıyla uygun olan iki kamu spotundan oluşmaktadır. Analiz edilen kamu spotları filmleri; Türkiye için “Ben Anadoluyum” ve Almanya için “İklim koruması: İklim Koruması Sadece Birlikte Mümkündür” (Der Klimaschutzplan: Klimaschutz Geht Nur Gemeinsam) oluşmaktadır.



3. ARAŞTIRMA ANALİZ VE BULGULARI

Bu bölümde örnek kamu spotları nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan göstergebilimsel analiz metodu ile incelenmiştir. Kamu spotlarının görüntüsel anlamı, genel gösterenleri ile birlikte göstergelerin çözümlenmesine ve reklamlardaki ikili karşıtıklara yer verilmektedir. Metin içindeki göstergeler Parsa (2007), dizeler veya dizimler ile örgütlenmektedir; karşıtıklar/zıtlıklar ideolojik ideolojik olarak yananlamsal örgütlenmeyi göstermektedir. Bu bağlamda dizesel çözümleme aracılığıyla kamu spotlarının derinlikli ve soyut yapısı ortaya çıkmakta kültürel ile ideolojik çerçevesi, dizisel çözümleme aracılığıyla yapılan anlam ayrıştırmasında belirginleşmektedir.

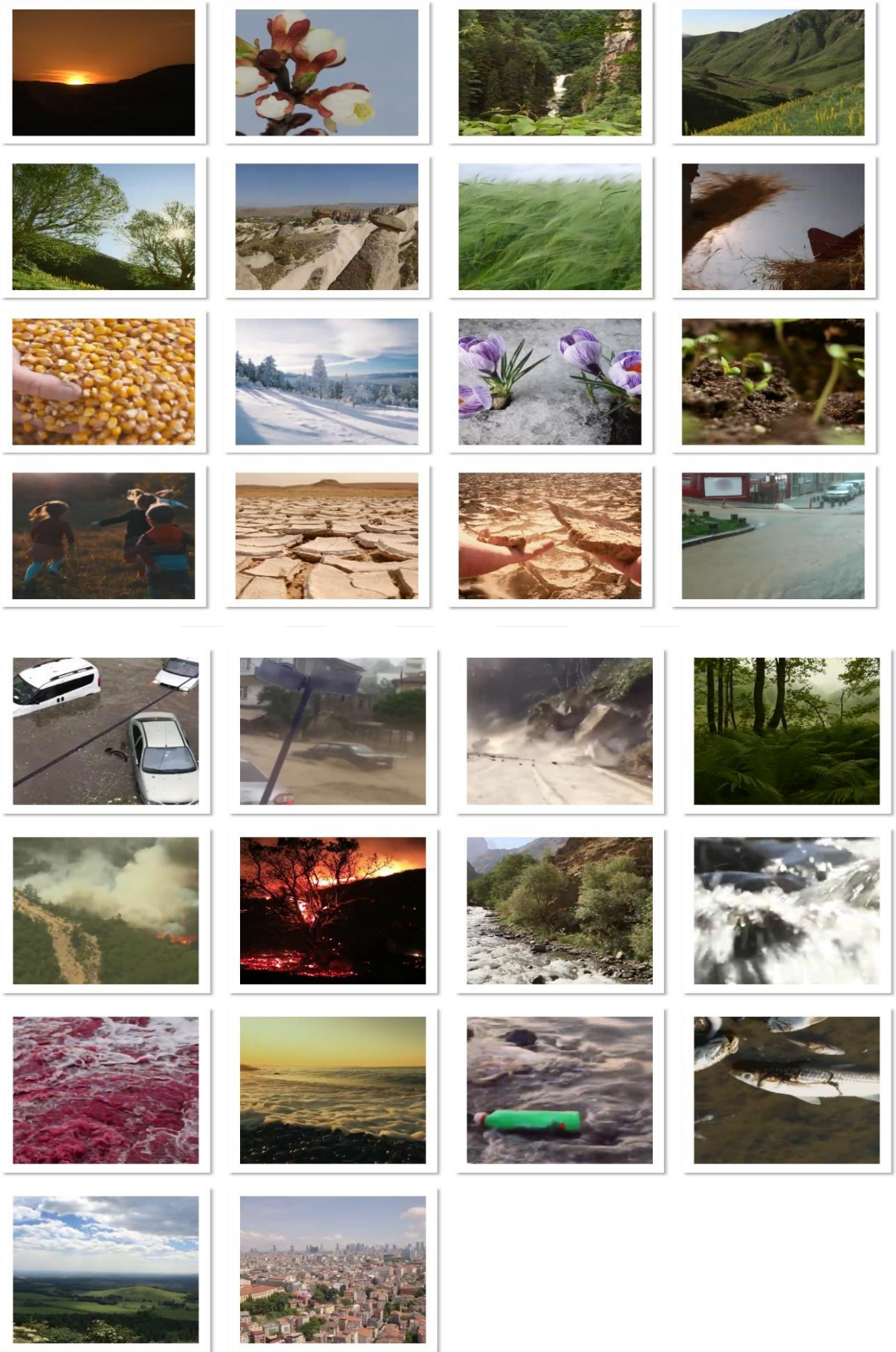
3. 1. Ben Anadoluyum Kamu Spotu Filminin İncelenmesi

2011 yılında, 27984 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 644 sayılı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın Teşkilat ile Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname’siyle Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı kurulmuştur. Bakanlığın misyonu arasında doğal çevreyi korumak ve sürdürülebilirliği sağlamakla beraber vizyonları arasında sürdürülebilir çevre yer almaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından hazırlanan “Ben Anadoluyum” başlıklı kamu spotu reklamı 2018 yılında yayınlanmıştır. Kamu spotu 2 dakika 40 saniye sürmektedir. Kamu spotu doğa ve doğaya uyumlu hareket etme kavramları bütünselleşmektedir.

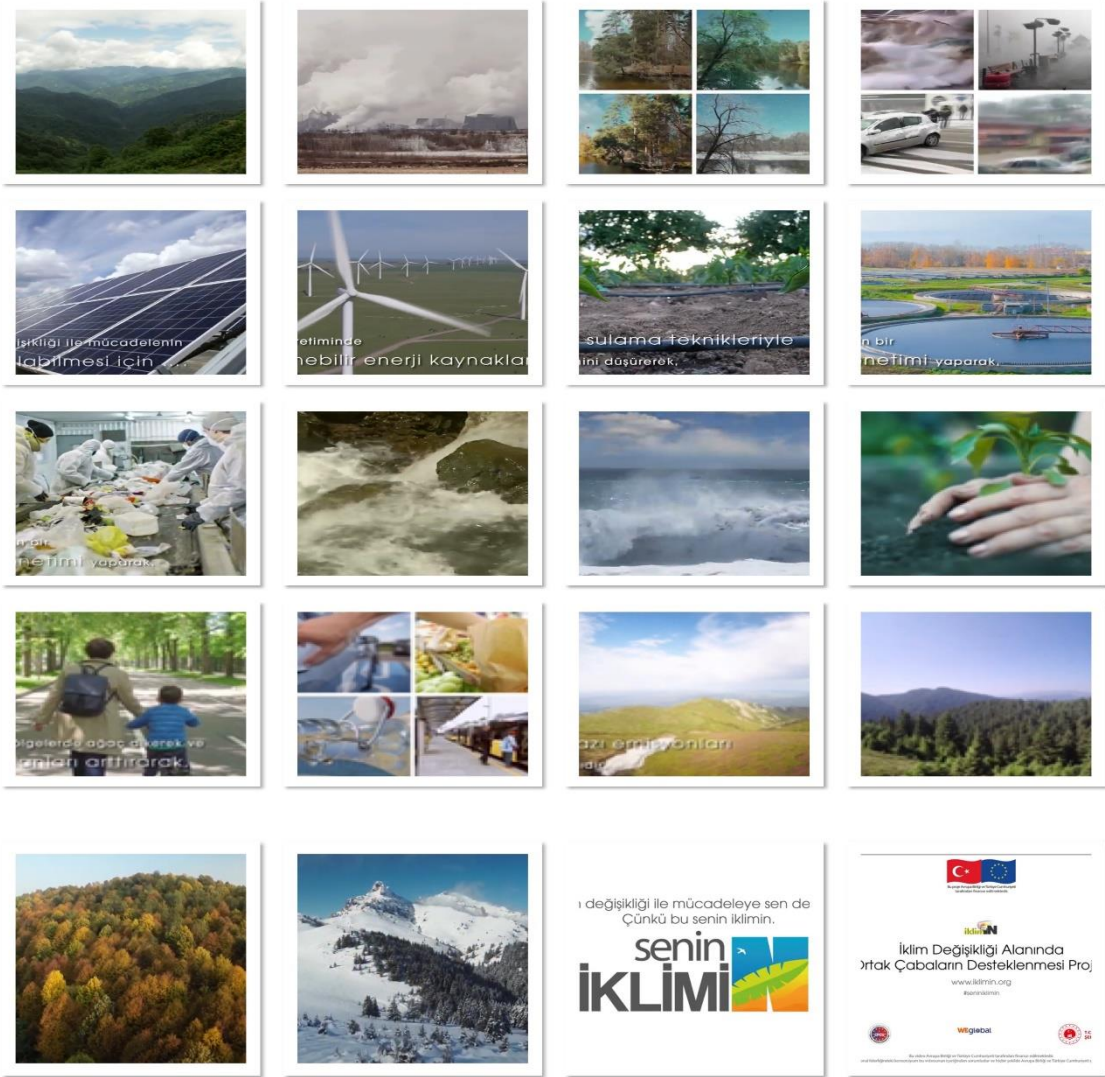
3.1.1. Ben Anadoluyum kamu spotu filminin görüntüsel anlatımı ve genel gösterenleri

Kamu spotundaki göstergeler her bir saniye için soldan sağa doğru ve satırlar halinde tek tek sıralanmıştır. Şekil 3.1.1.’de Ben Anadoluyum kamu spotundan kesitler verilmiş.



Şekil 3.1.1. Ben Anadoluyum kamu spotu filminden kesitler

Şekil 3.1.1. Ben Anadoluyum kamu spotu filminden kesitler'in devamı



Kaynak: Ben Anadoluyum, (ÇŞB, 2018)

Hafif bir müzik eşliğinde dağların ardından gökyüzünde sağ üst kenarda birkaç bulut, sabah kızılığ tonlarıyla beraber güneş doğmaktadır. Ardından çok hafif bulutlu, mavi gökyüzünün altında küçük beyaz bir çiçek açılmakta ve dış ses, “Ben Anadolu’yum.” demektedir. Daha sonra yemyeşil ormanların içinden akan şelale gösterilmektedir. Dış ses aynı anda, “Senden milyonlarca yıl öncede burdaydım.” demektedir. Sonra yemyeşil bir manzara, hafif uzun sarı bitkiler, uzaktan görünen dağlar, sol kenarda topraktan bir yol gösterilmekteyken dış ses, “Ve sana hiç ihtiyacım olmadı.” söylemektedir. Hafif müziğe bu sahnede kuş cıvıltıları eşlik ederken iki yeşil ağaç, yerde yeşil zemin, ağaçların arasında hafif uzun sarı çiçekler, mavi gökyüzü, göstergenin sağındaki ağacın ardında kalan güneşin, dalların arasından sızan ışıkları varken dış ses, “Ama sen bana hep ihtiyaç duydun.”

demektedir. Sonraki sahnede irili ufaklı mantar kayalar, hafif karlı yer yer toprağın görüldüğü bir zemin, arka planda uzakta görülen ağaçlar tepeler, birkaç parça bulutlu mavi gökyüzü ile dış ses “Bu yüzden bana Anadolu ismini verdin.” ifadesini kullanmaktadır. Sonraki sahnede rüzgarla dalgalanan yemyeşil buğday başakları, bulutlu gökyüzü eşliğinde dış sesin “Haklısın, ben yeşerirsem...” demesinin ardında bir erkeğin, güneşin altında hasadını yerden alıp araca yüklediği sahneye geçilir ve dış ses “Sen çoşarsın.” diyerek sözünü tamamlamaktadır. Sonraki sahnede, mısır tanelerinin içine bir insan elini daldırır, müziğe bu kez tanelerin düşme sesi eşlik etmektedir. Daha sonra karla kaplı yer, ağaçların dallarını da karlar örtmüştür, gökyüzünde beyaz bulutlar ve gökyüzünün sağ tarafındaysa mavinin tonları hakimdir, dış ses “Ben beyazlarken...” derken sahnede karlar erimesiyle beraber açılan mor kardelen çiçeği görünür ve dış ses “Sen umutlanırsın.” demektedir. Sonraki sahnede topraktan filizler çıkmaya başlamaktadır, dış ses “Ben filizlenirsem sen çoğalırsın.” söylemektedir. Ardından bu sahnede müziğe çocuk sesleri eşlik ederken tahminen 4 veya 5 yaşlarında iki kız, bir erkek çocuğunun koştuğu, yerdeki otların sarardığı arka planda hafif gün ışığının vurduğu ağaçlar ve bahçe korkuluğun olduğu sahne gösterilmektedir. Dış ses “Ama..” derken kurumaktan çatlamış toprak gösterilir ve dış ses “Ben kurursam...” cümlesini tamamlamadan bir insan elinde bulunan kurumuş toprak parçasını yere düşürme sesi görüntüsü gelir. Dış ses de “Sen de kurursun.” diyerek sözünü tamamlamaktadır. Dış sesin “Ben ağlarsam...” diyerek başladığı sahnede müzikle beraber yağmur sesi, kırmızı bir bina, sol kenarda hafif yeşil bir alan, sokaklarda şiddetli sel suyu, park edilmiş birkaç araç görülmekte ve akabinde nerdeyse kapı koluna kadar sel sularının içinde mahsur kalan dört açık renkte araç görünür; dış ses “Sen de ağlarsın.” der. Sonraki sahnede sel suları bir aracı geri geri sürüklemekte, bir sokak tabelası sağa doğru eğilmiş, hemen yanında açık renk ve ışıkları yanan mahsur kalmış bir araç, arka planda birkaç ev, evlerin önünde yer alan birkaç ağaç görülmektedir. Sonra asfalt bir yola toprak kayması gerçekleşmekte ve dış ses “Ben çökersem...” derken sahneye 4 farklı görüntü gelir; sol üstte az önceki sahne, sağ üstte kırmızı renkte çökmüş etrafında toz bulutu olan bir ev ve asfalt yolda ellerini yukarı kaldırmış feryat eden koyu giysiler giymiş bir erkek görünmekteyken, sol altta toprak kayması, cami ve sağ altta da ağaçlarını yerinden kopartan toprak kayması gösterilir dış ses “Sen de çökersin.” demektedir. Sonra yeşilliklerle kaplı bir orman, çeşitli kalınlıklarda ağaç gövdeleri arka planda sis ve yeşil tınlarda su görünürken dış ses “Benim ormanlarım.” der ve gergin bir müzikle toprak bir yolun geçtiği bir ormanlık alan, hemen sağ kenarda dumanların yükseldiği bir orman yangını; sonra gece saatlerinde ateş

parçalarının rüzgarla uçtuğu, bir ağacın dallarının yandığı, arka planda orman yangının olduğu sahne gelmektedir. Sonraki sahnede bir nehir etrafında ağaçlar, üstlerinde kayalar görünmekte ve dış ses “Benim nehirlerim.” söylemektedir. Ardından gelen sahneden yakın plandan çekilmiş bir akursu görünmekte ve gergin müzikle beraber akursu sesi de duyulmaktadır. Sonraki sahnede beyaz köpüklü, kırmızı tonlarında bir akursu gelmektedir. Ardından bir tepenin ardından yükselen güneş, gelip giden deniz dalgaları, çakıl taşları, denizin sesi ve hafif müzik bulunurken dış ses “Benim denizlerim.” demektir. Sonraki sahnede deniz dalgalarıyla beraber karaya vuran bir kuş cesedi, çeşitli plastik atıklar görünmektedir. Bu seferki gelen sahnedeysen karaya vurmuş balık ölüleri gösterilmektedir. Sonraki sahnede bulutların rüzgarla gökyüzünde ilerlediği, rüzgarlı yeşil ovalar ve ağaçlar görünmekte ve dış ses “Benim ovalarım.” demektir. Sonraki sahnede gergin müzikle birkaç yeşillik görünen çarpık kentleşmenin olduğu görülmektedir. Sonraki sahnede yemyeşil dağların ve bulutlu gökyüzünün eşliğinde dış ses “Benim havam.” demektir. Sonraki sahnede gergin müzikle fabrika bacalarından gökyüne yükselen dumanlar, kurumuş kahverengi tonlarında otlar, tel örgüler, gri gökyüzü gösterilmektedir. Ardından gelen sahnede aynı alanda görülen dört farklı mevsim gösterilmektedir: Sağ üstte ilkbaharı gösteren su kenarında yeşilliklerin geliştiği bir alan, sol üst kenarda yazı gösteren ağaçların artık yeşerdiği alan, sol altta söz konusu alanda yaprakların dökülmesi, hafif bulut ile sonbahar, sağ altta ise kar yağışı, beyaz karların alanı kaplamasıyla kış mevsimi gösterilmektedir. Dış ses bu sahnede “Benim iklimim.” derken yine dört farklı gösterilenin olduğu bir sahne gelir. Bu sahnede sol üstte heyelan, sağ üstte fırtına, sol altta karla kaplı yolda araçların kontrolden çıkıp kayması ve arka planda birkaç insan, sağ altta şiddetli sel taşkınları ile sürüklenen araçlar, bir aracın ön tarafının üzerinde mahsur kalmış bir erkek sahnesinde dış ses “Senin iklimin.” ifadesini kullanmaktadır.

Sonraki sahnede güneş panelleri kuruludur, gökyüzü mavi ve beyaz bulutlar görünmektedir. Sahnede, “iklim değişikliği ile mücadelenin kazanabilmesi için...” yazısı beyaz renkte yazılmıştır ve dış ses “Ben Anadolu’yum. Sen istersen...” derken sahne değişir ve yeni sahnede yeşil ovalarda kurulu rüzgar panelleri gösterilmekte ve yine beyaz renk harflerle “elektrik üretiminde yenilenebilir enerji kaynaklarını arttırarak” yazılmaktadır. Dış ses “Ben veririm.” der ve sahne değişmektedir. Gelen sahnedeysen bu kez dış ses “Sen emek verirsən, ben üretirim.” demektir. Aynı anda sahnede damıtma yoluyla sulanma yapılan sebze bahçesi ön plandadır ve arka planda silikleştirilmiş ağaçlar ve gün ışığı görülmektedir. Sahnede “verimli sulama teknikleriyle su tüketimini düşürerek,” yazısı mevcuttur. Sonraki

sahnede arkada turuncuya çalan sararmış yapraklar, kısmen yeşilli bir alanda daire şeklinde bir mekanizmadan çalışan makine görülmektedir ve “daha etkin bir atık yönetimi yaparak,” yazısı mevcuttur. Sonraki sahne dış sesin “Sen korursan...” başlamakta ve beyaz kıyafetler giyen işçilerin sistemli olarak atıkları ayrıştırma çalışması görülmektedir ve önceki sahnede yer alan yazı bu sahnede de bulunmaktadır. Sonraki sahne dış sesin “Ben çağlarım.” demesiyle başlamakta ve beyaz köpüklerle taşların içinde akan bir akarsu görülmektedir. Sonraki sahnede hafif bulutlu gökyüzünün altında çoşarak gelen deniz dalgaları görülmektedir. Sonraki sahnede bir insan eliyle toprağa bir fide ekmekte ve elleriyle toprağını şekillendirmektedir. Sonraki sahnede krem rengi bir üst ve siyah çanta giyen bir insan ve mavi mont giymiş bisiklet süren bir erkek çocuğu yeşil ağaçların kenarlarında yer aldığı asfalt bir yol ilerlemektedir. Hafif hareketkenen müziğe kuş sesleri de eklenmiştir. Sonraki sahnede beyaz bir aracın yakıt girişi, sebze ve meyvelerin içinde kağıt torbada portakal alan elinde turuncu saat olan biri, cam şişeden bardağa su doldurulması ve son olarak hızlı tren olan sahnede her alanda fosil yakıt tüketimini düşürerek” yazısı diğer sahnelerdeki gibi vardır. Dış sesin “Ben Anadolu’yum.” demesiyle yeni gelen sahnede beyaz bulutlu gökyüzü, yer yer karlı bir yeşil vadi görünmekte ve “sera gazı emisyonları azaltılmalıdır” yazılmıştır. Dış ses “Bu adı bana sen verdin.” der ve açık gökyüzü, çok sık bir orman ve sol kısımda yeşil zemin görünmektedir. Dış ses “Çünkü benim olan...” derken yeni gelen sahnede sarılı, yeşilli kahveli renklerde sonbaharı çağrıştıran bir orman görünmekte ve dış ses “Her şey senindir. Benim iklimim.” diyerek sözünü tamamlamaktadır. Akabinde gelen sahnede karla kaplı bir yer ve sağ köşede ormanların görünmesinde kış mevsimini çağrıştıırken dış ses “Senin iklimindir.” demektedir. Yeni sahnede beyaz zemin üzerinde siyah harflerle “İklim değişikliği ile mücadeleye sen de katıl.” ve dış ses bu yazıyı okuması görülmektedir. Sonraki sahneye “Çünkü bu senin iklimin. Senin İklimin.” yazısı gelmektedir. İkinci tekrar, “Senin İklimin Projesi” logosu şeklindedir. Ve dış ses bu yazıyı da seslendirmektedir. Son sahnede projenin finansman kaynaklarına, ulaşım adresine, proje adına yer verilmektedir.

Kamu spotu filminde yaşanan iklim değişikliğinin, insanlar tarafından benimsenilmesi için, Ben Anadoluyum denilmekte ve Benim iklim senin iklimin denilerek yaşanan küresel iklim değişikliğinin herkes tarafından içselleştirilmesi amaçlanmaktadır. Yapılan çözümleminin analizi, tablo 3.1.1. aracılığıyla kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi ile verilmiştir. Her bir kare numaralandırılarak, her karedeki gösterge, gösteren ve gösterilen açıklanmıştır.

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi

Görseller	Çözümlemeler
	Kare: 1 Süre: 00:01 Gösterge: Durum Gösteren: Havanın aydınlanması Gösterilen: Güneşin doğuşu
	Kare: 3 Süre: 00:03 Gösterge: Eylem Gösteren: Çiçek Gösterilen: Çiçeğin açılması
	Kare: 3 Süre: 00:06 Gösterge: Mekân Gösteren: Orman Gösterilen: Doğa manzara

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 4 Süre: 00:08 Gösterge: Mekân Gösteren: Vadi Gösterilen: Manzara
	Kare: 5 Süre: 00:12 Gösterge: Mekân Gösteren: 2 ağaç ve güneş Gösterilen: Güneşli manzara
	Kare: 6 Süre: 00:16 Gösterge: Mekân Gösteren: Mantar kayalar Gösterilen: Anadolu coğrafyası
	Kare: 7 Süre: 00:18 Gösterge: Eylem Gösteren: Dalgalanan yeşil buğday başakları Gösterilen: Baharda rüzgârlı hava

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 8 Süre: 00:22 Gösterge: Eylem Gösteren: Erkek Gösterilen: Yazın gelmesi ve hasat toplanması
	Kare: 9 Süre: 00:24 Gösterge: Nesne Gösteren: Mısır Gösterilen: Hasat
	Kare: 10 Süre: 00:28 Gösterge: Mekân Gösteren: Kar Gösterilen: Kış mevsiminde doğa
	Kare: 11 Süre: 00:30 Gösterge: Nesne Gösteren: Mor kardelen çiçeği Gösterilen: Umut, baharın habercisi

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 12 Süre: 00:33 Gösterge: Eylem Gösteren: Toprak Gösterilen: Toprağın filizlenmesi
	Kare: 13 Süre: 00:35 Gösterge: Eylem Gösteren: Filizler Gösterilen: Yeşeren filizlerin büyümesi
	Kare: 14 Süre: 00:36 Gösterge: İnsan Gösteren: İki kız, bir erkek çocuk Gösterilen: Mutluluk, çoğalmak
	Kare: 15 Süre: 00:39 Gösterge: Nesne Gösteren: Kurumuş, çatlamış toprak Gösterilen: Kuraklık

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 16 Süre: 00:42 Gösterge: Durum Gösteren: İnsan elinde kuru toprak Gösterilen: Umutsuzluk, verimsizlik
	Kare: 17 Süre: 00:45 Gösterge: Eylem Gösteren: Yağmur Gösterilen: Su baskını
	Kare: 18 Süre: 00:48 Gösterge: Durum Gösteren: Arabalar Gösterilen: Sel felaketi

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 19 Süre: 00:51 Gösterge: Durum Gösteren: Araç Gösterilen: Kontrolün kaybedilmesi
	Kare: 20 Süre: 00:52 Gösterge: Eylem Gösteren: Toprak Gösterilen: Doğal afet
	Kare: 21 Süre: 00:56 Gösterge: Durum Gösteren: Doğal afetler, Gösterilen: Çaresizlik
	Kare: 22 Süre: 01:01 Gösterge: Mekân Gösteren: Orman Gösterilen: Doğa manzarası

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare:23 Süre: 01:05 Gösterge: Eylem Gösteren: Duman Gösterilen: Yangın çıkması
	Kare: 24 Süre: 01:07 Gösterge: Durum Gösteren: Gece Gösterilen: Yangının söndürülememesi
	Kare: 25 Süre: 01:10 Gösterge: Mekân Gösteren: Akarsu Gösterilen: Doğal yaşam
	Kare: 26 Süre: 01:11 Gösterge: Nesne Gösteren: Su Gösterilen: Akarsu

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 27 Süre: 01:13 Gösterge: Durum Gösteren: Nehir Gösterilen: Doğal yaşam
	Kare: 28 Süre: 01:16 Gösterge: Mekân Gösteren: Deniz dalgaları Gösterilen: Gün batımı manzarası
	Kare: 29 Süre: 01:19 Gösterge: Durum Gösterenler: Plastik atık ve ölü kuş Gösterilen: Kirlilik ve zarar verme
	Kare: 30 Süre: 01:21 Gösterge: Durum Gösteren: Ölü balıklar Gösterilen: Doğal dengenin bozulması

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 31 Süre: 01:23 Gösterge: Mekân Gösteren: Ova Gösterilen: Ova manzarası
	Kare: 32 Süre: 01:26 Gösterge: Mekân Gösteren: Binalar Gösterilen: Çarpık kentleşme ile yeşil alanları yok etmek
	Kare: 33 Süre: 01:28 Gösterge: Eylem Gösteren: İlerleyen bulutlar Gösterilen: Rüzgârlı hava
	Kare: 34 Süre: 01:31 Gösterge: Durum Gösteren: Duman Gösterilen: Hava kirliliği

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 35 Süre: 01:33 Gösterge: Nesne Gösteren: Ağaçlar Gösterilen: Dört mevsim
	Kare: 36 Süre: 01:36 Gösterge: Durum Gösterenler: Araçlar, Gösterilen: Doğal afetler ve mağduriyet
	Kare: 37 Süre: 01:40 Gösterge: Eylem Gösterenler: Yazılı unsurlar Gösterilen: İklim değişikliği ile mücadelenin kazanılabilmesi için
	Kare: 38 Süre: 01:42 Gösterge: Eylem Gösterenler:Yazılı unsurlar Gösterilen: Elektrik üretiminde yenilenebilir enerji kaynaklarını arttırarak

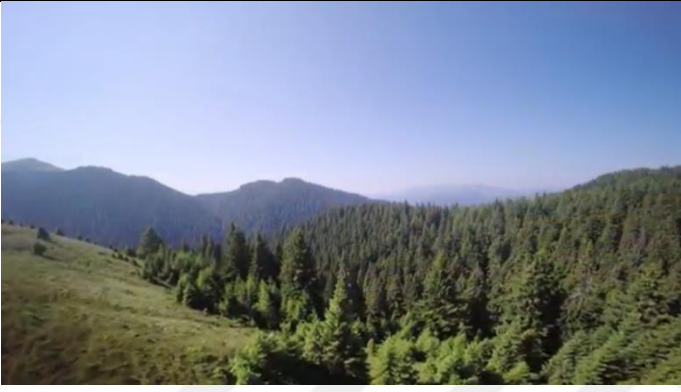
Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 39 Süre: 01:47 Gösterge: Eylem Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Verimli sulama teknikleriyle su tüketimini düşürerek
	Kare: 40 Süre: 01:52 Gösterge: Eylem Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Daha etkin bir atık yönetimi yaparak
	Kare: 41 Süre: 01:55 Gösterge: Eylem Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Daha etkin bir atık yönetimi yaparak
	Kare: 42 Süre: 01:57 Gösterge: Nesne Gösteren: Su Gösterilen: Yaşam kaynağı

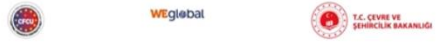
Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 43 Süre: 02:00 Gösterge: Nesne Gösteren: Deniz dalgaları Gösterilen: Coşku
	Kare: 44 Süre: 02:03 Gösterge: Eylem Gösteren: Fide Gösterilen: Bitki ekerek doğaya destek olmak
	Kare: 45 Süre: 02:04 Gösterge: Eylem Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Kentsel bölgelere ağaç dikerek yeşil alanları arttırmak
	Kare: 46 Süre: 02:08 Gösterge: Eylem Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Her alanda fosil yakıt tüketimini düşürerek

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 47 Süre: 02:13 Gösterge: Mekân Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Sera gazı emisyonları azaltılmalıdır.
	Kare: 48 Süre: 02:16 Gösterge: Mekân Gösteren: Orman Gösterilen: Doğa manzarası
	Kare: 49 Süre: 02:19 Gösterge: Mekân Gösteren: Orman Gösterilen: Sonbahar manzarası
	Kare: 50 Süre: 02:22 Gösterge: Mekân Gösteren: Karlı dağ Gösterilen: Kış manzarası

Tablo 3.1.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

İklim değişikliği ile mücadeleyle sen de katıl.	Kare: 51 Süre: 02:25 Gösterge: Eylem Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: İklim değişikliği ile mücadeleyle sen de katıl
İklim değişikliği ile mücadeleyle sen de katıl. Çünkü bu senin iklimin. 	Kare: 52 Süre: 02:31 Gösterge: Eylem Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Çünkü bu senin iklimin
 İklim Değişikliği Alanında Ortak Çabaların Desteklenmesi Projesi www.iklimin.org #seninklimin  Bu video Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir. Project Group International tarafından hazırlanmıştır. Bu videoyu yayınladığınız için teşekkür ederiz. Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.	Kare: 53 Süre: 02:35 Gösterge: Durum Gösteren: Kurumsal tanıtım Gösterilen: Bitiş

Kamu spotu filminin 53 karesi için göstergebilimsel unsurları çözümlenmiştir. Tablo 3.1.1 kamu spotu filminin genel çerçevesini açıklamaktadır. Gösterilen unsurlardan yola çıkarak, işletmelerin ekonomik faaliyetlerinde değişime yönlendirilmek istendiği görülmektedir. Yeşil işletmecilik anlayışının öneminin işletme yönetimi tarafından görülmesi zorunludur. İşletmeler, sürdürülebilirliği sağlamak için üretim kaynaklarında yaşanan sıkıntıyı okumalı ve gelecek öngörülerinde yeşil işletmeciliğin önemi kabullenmelidir.

Tablo 3.1.1 Kamu spotu filminin genel çerçevesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2018 tarihli Ben Anadoluyum kamu spotu filmi videosu	Doğayı koruyarak, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak, atıkları ayrıştırarak, iklim değişikliği ile mücadeleye destek olun.	Güzel doğa manzaralarının karşı ürün atıklarının oluşturduğu çevre kirliliği vardır. İşletmelerin plastik ambalajlarla doğaya zararlı üretim faaliyetleri ekosisteme verilen zarar vardır. Kuraklık, küresel iklim değişikliğinin işaretidir. Çarpık kentleşme, yeşil alanların işgal edilmesi vardır. Fosil yakıtlarının kullanımı sonucu özellikle işletmelerin oluşturduğu hava kirliliği vardır. Doğal afetler gibi negatif durumlar ile canlıların yok olması ekosisteme ve doğaya zarar verilmesi ifade edilirken tüm bu durumları yaşamamak için doğa dostu yaşama geçiş çağrısı vardır. İşletmelerin atıkları ayrıştırarak kullanabilmesi mesajı vardır. Doğayı korumayı, verimli sulama yöntemleri kullanmayı bunu kullanabilmek yeşil ar-ge ile üretimde yeşil üretim sağlayabilmek, üretim kaynaklarını akılcı kullanabilecek çevreci üretim faaliyetleri vardır. Üretimde işletmelerin faaliyetlerini yenilenebilir enerji kaynaklarıyla yapabilmesi için güneş enerjisi rüzgâr tribünleri gibi alternatif yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanan doğa dostu yeşil işletmecilik vardır.

3.1.2. Ben Anadoluyum kamu spotu dizisel/dizimsel yapısı

Kamu spotu filminin metninin dizesel yapısı ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Metnin dizimselliği, seçilen birimlerin (sahne) art arda gelmesiyle oluşmaktadır. Bu bağlamda metnin dizisel olarak ikili karşıtlıkları aşağıdaki gibidir.

Tablo 3.1.2. Karşıtlıklar

Verimli	Verimsiz
Çoğalmak	Tükenmek
Yaşamak	Ölmek
İlkbahar	Sonbahar
Yaz	Kış
Yeşermek	Kurumak
Temiz	Kirli
Güneşli	Bulutlu
Yeşil	Kurak
Sulak	Kurak
Coşkun	Dingin
Tasarruf	İsraf
Yenilenebilir kaynak	Yenilenemez/tükenen fosil kaynak
Kâğıt/cam	Plastik
Elektrikli karbon salınım-sız araç	Benzin/mazot karbon salınımlı araç
Korumak	Zarar vermek
Çevre dostu üretim	Çevreye zararlı üretim
Senin iklimin	Benim iklimim

Tablo 3.1.2.'de kamu spotunda yer alan karşıtlıklara bakıldığında zaman küresel iklim değişikliği krizinin neden olduğu/olacağı pek çok olumsuz durumun perde arkasında doğayı, ekosistemleri düşünmeden hareket eden geleneksel işletme yönetimi kültürünün yer aldığı anlaşılmaktadır. Çağımızın sürdürülebilirlik için mücadelesinde doğa ile uyumlu olma yeşil işletmecilik kültürünü benimseme ve çevreye odaklanan daha çok sorumluluk sahibi işletme çağrısı net olarak görülmektedir. Benim iklimin, senin iklimin denilerek doğa dostu olmayan geleneksel anlayıştaki işletme faaliyetlerinden, çevreye verilen zarardan zararı veren de etkilenecek diyerek yeşil işletmecilik kültürünün benimsenmesi için farkındalık oluşturma çağrısı mevcuttur.

3.2. İklim Koruması: İklim Koruması Sadece Birlikte Mümkündür (Der Klimaschutzplan: Klimaschutz Geht Nur Gemeinsam) Kamu Spotu Filminin İncelenmesi

Federal Almanya Çevre, Doğa Koruma ve Nükleer Güvenlik Bakanlığı orijinal adıyla “Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit” kısa adıyla BMU, Çernobil felaketinden sonra tepki olarak 6 Haziran 1986 tarihinde kurulmuştur. O tarihteki federal hükümet, yeni çevresel zorluklarla daha etkin mücadele için çevre otoritelerini tek bakanlık altında birleştirmiştir (URL-20, 2020). Çevre koruması ve sürdürülebilirlik için çevre koruma, orman, su kaynakları koruma, atık yönetmeliği, hava kirliliği, gürültü azaltma radyolojik koruma, nükleer enerji, endüstriyel tesislerde acil durumlarda koruma, iklim koruma ve güvenlik, kimyasal güvenlik de dâhil olarak çok kapsamlı faaliyetler yürüten bir bakanlıktır.

2018 yılında yayınlanan kamu spotu 2 dakika 46 saniye sürmektedir. Kamu spotu filminde iklim mücadelesi ve birliktelik kavramları bütünselleşmektedir.

3.2.1. İklim koruması: İklim koruması sadece birlikte mümkündür kamu spotu filminin görüntüsel anlatımı ve genel gösterenleri

Kamu spotundaki göstergeler her bir saniye için soldan sağa doğru olacak şekilde satırlar halinde tek tek sıralanmıştır. Şekil 3.2.1.'de İklim koruması: İklim koruması sadece birlikte mümkündür kamu spotundan kesitler verilmiştir.



Şekil 3.2.1. İklim koruması: İklim koruması sadece birlikte mümkündür kamu spotu filminden kesitler, (BMU,2018)

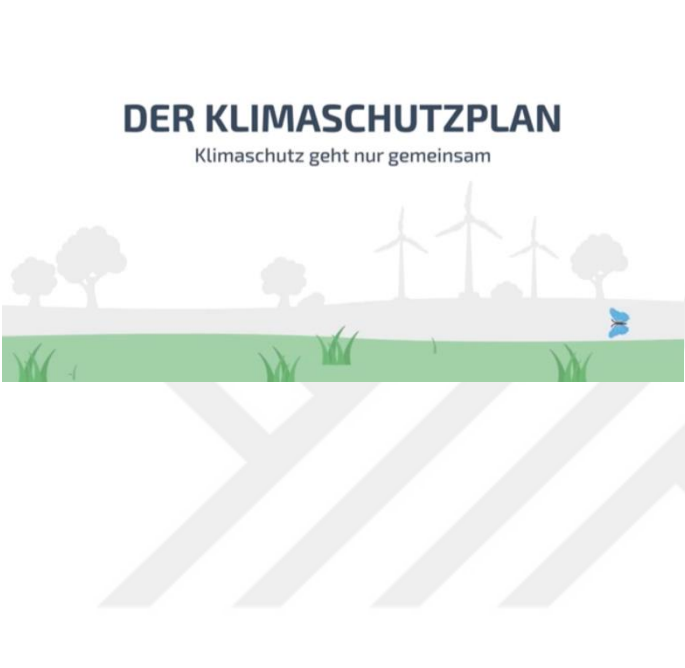
Sahnede “DER KLIMASCHUTZPLAN klimaschutz geht nur gemeinsam” yazılı unsuru bulunmaktadır. Kuş cıvıltıları eşliğinde duyulan hafif müzikle beraber mavi ve pembe renk tonlarında iki kelebek uçmakta ve pembe tonlarında bir çiçek gelişmektedir. Arka planda gri renk tonlarında üç adet rüzgâr türbini çalışmaktadır. Sonra sahnede mavi renk tonlarında şekilsel olarak Almanya haritası gösterilmekteyken mavi kelebek sola doğru, pembe kelebek sağa doğru uçmaktadır. Dış ses “Almanya, Paris Dünya İklim Anlaşması’nı imzalamıştır.” derken haritanın üzerinde soldan sağa doğru; kırmızı, açık kırmızı, sarı ve yeşil renk tonlarına sahip sağ yöne ilerleyen oka sahip bir doğru görülmektedir. Sonraki sahnede okun kırmızı bölmesinde 2018 yazısı gelirken üzerinde gri bir bulut içerisinde CO2 yazısı belirirken dış ses “Almanya böylece iklim değişikliğini sınırlamak için anlaşmaya taraf olmuştur.” derken okun altındaysa zararlı gaz salınımını gösteren araba, fabrika, otobüs, tarım aracı, bina şekilleri gelmektedir. Okun yeşil bölmesindeyse 2050 yılı yazılmaktadır. Sahnenin devamında 2018 yazısının üstündeki, içinde CO2 yazan gri bulut küçülerek 2050 yılına doğru küçülerek ilerlemekte ve dış ses “Bu Almanya’nın 2050 yılına kadar çevreye zararlı enerjileri kullanmayacağı geliyor.” demektedir. 2050 yılı yazısının üstünde küçük boyutta bulutta CO2 yazısı, altındaysa rüzgâr enerjisini gösteren rüzgâr tribünü, sağlıklı tarımı gösteren tarım aracı gelmektedir. Güneş enerjisi kullanımını gösteren güneş enerjisi paneli kurulu bina, elektrikli araç sahnede oluşurken dış ses “ Bu hepimiz için büyük ve hırslı bir görev olmalıdır.” derken gri renk tonunda Almanya haritası şekli üzerinde koyu renkli bir soru işareti oluşmaktadır. Dış ses “Bunu hep beraber nasıl başarabiliriz?” sorusunu sormaktadır. Sahnede harita şeklinin üstünde her kesimden insanı sembolize eden; elinde tarım aleti olan bir çiftçi, siyahi bir kadın, kırmızı tişörtlü tekerlekli sandalyeli bir genç, bıyıklı takım elbiseli bir erkek, gri takım elbiseli ve elinde iş çantası olan gözlüklü bir kadın, şapkalı siyahi bir çocuk, mavi tonlarında giysili başörtülü bir kadın, ak saçlı ve sakallı açık renk tonlarında ir eli cebinde bir adam, ağzında düdük olan kasketli bir erkek soldan sağa doğru sıralanmaktadır. Dış ses “Nasıl bütün ülke vatandaşlarının ilgisini, iyi yönde düşüncelerini sağlayabiliriz?” sorusunu sormaktadır. Sonra sahnede zemin yeşil renk olmaktadır. Önceki sahnede yer alan kişilerin üstlerinde koyu mavi renk dolgulu doğrunun içerisinde beyaz renkte büyük harflerle “KLIMASCHUTZPLAN” yazısı görülmektedir. Dış ses “İşte bu yüzden 2050’ye kadar iklim koruma planı geliştirildi.” ifadesini kullanmaktadır. Ardından sahnede yine önceki sahnedeki insanların arkasında; gri renkte ağaçlar ve rüzgâr türbinleri, elektrikle şarj olan bir araç, iki adet çevre dostu bina yine yeşil zemin ile görülmektedir. Dış ses “Böylesine büyük bir sosyal projeyi şekillendirmek için Çevre

Bakanlığı sorumluluk alıyor.” demektedir. Gelen sonraki sahnede sağ üst köşede mavi renk dolgulu bir dairenin içinde gri tonlarında Almanya haritası şekli, vardır. Önceki sahnede gösterilen insanların bir araya toplandığı ve önlerinde “Juni 2015 bis marz 2016” yazan bir takvim varken dış ses “ Federal eyalet; belediyeleri, dernekleri, vatandaşları bilime davet etti.” söyler. Gösterilenlerin üst kısmında yeşil dolgulu bir daire şeklinin içinde yarısı siyah yarısı beyaz dolgulu küçük üç ev; ev şekillerinin hemen yanındaki dairede sarı renk dolgulu ve içinde önde kadın arkada iki erkek şekli gösterilmiştir. Sonra sağ taraftan çizgili beyaz kâğıtlar ekrana gelip en üste üzerinde “MaBnahmen-Vorschläge” yazısı yazan kâğıt eklenmektedir. Ardından sahnede sağ üstte turuncu dolgulu bir dairede kürsüde konuşan bir erkek, sağ üst köşede yeşil dolgulu bir dairede önde bir kadın arkada iki erkek, sol altta açık yeşil dolgulu bir daire içinde bir mikroskop, sağ alt köşede sarı dolgulu daire içinde madeni para şekli dört parça puzzleden oluşan gri tonlarındaki şekil oluşur. Dış ses “Ve bu önlemleri korumaya davet etti.” söylemektedir. Sonraki sahnede beyaz bir zeminde üst ortada beyaz renk büyük harflerle “BMU” yazısı altında soldan sağa doğru sırasıyla yeşil dolgulu daire yel değirmeni, mavi dolgulu dairede fabrika, turuncu dolgulu dairede bina, yeşil dolgulu dairede otobüs, sarı dolgulu dairede buğday başakları varken dış ses “ Önerilen bu önlemlerden biri, iklim koruma planının geliştirilmesinde bir yapı taşı. İklim koruma planının geliştirilmesindeki bir bileşen iklime duyarlı olmayan bir toplumdan geçiştir. Enerji sektörü, sanayi ve inşaat sektörü, ulaşım sektörü ve tarım gibi enerji endüstrisinin çok farklı alanları üzerinde bir etkiye sahiptir.” der. Gelen sonraki sahnede koyu gri dolgulu dairelerin içinde soldan sağa doğru sırayla BMWİ, BMI, BMVI, BMEL yazıları görülmektedir. Yazılar aralarındaki ilişkiyi gösterecek şekilde ok işaretleri ile bağlantı ifade edilmiştir. Sonraki sahnede açık gri renk tonunda elips şeklinde bir masada üç kadın ve iki erkek oturmaktadır. Sol baştan sırayla mavi tonlarında giyimli saçları toplu bir kadın, sarı üst giyimli saçları açık bir kadın, gri ceketli kırmızı kravatlı ve gözlüklü bir erkek, koyu ceketli beyaz gömlekli bir erkek ve son olarak koyu gri tonlarında üst giyinmiş gözlüklü bir kadın vardır. Arka planda koyu sarı tonlarında bir şerit, şeridin üstündeyse koyu lacivert dolgulu şekillerin içinde büyük harflerle soldan sırayla; BMWİ, BMI, BMU ve BMEL yazmaktadır. Dış ses “Çevre Bakanlığı’na ek olarak, bu alanlardan federal düzeyde çeşitli bakanlıklar da sorumludur: Ekonomi Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı ve Tarım Bakanlığı.” demektedirken konuşma sesleriyle beraber sahneye koyu sarı şeridin üstünde uyumlu olarak iki ağaç ve iki çalı ve arkasında gri tonlarında bir bina eklenmektedir. Koyu gri binanın yanına iki bina ve dört tane ağaç, sağ köşeye bir sokak lambası eklenmektedir.

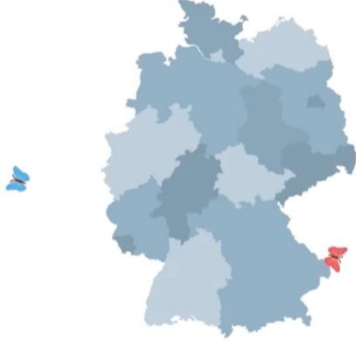
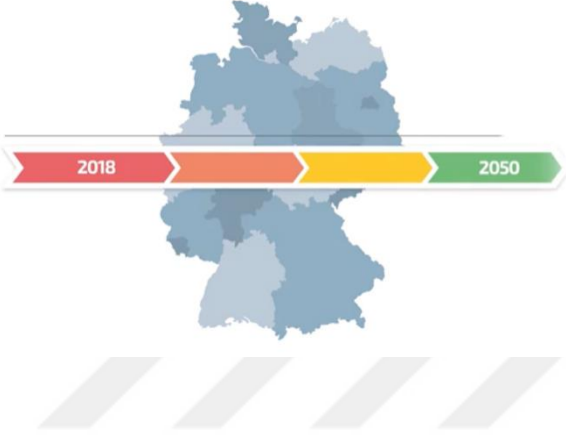
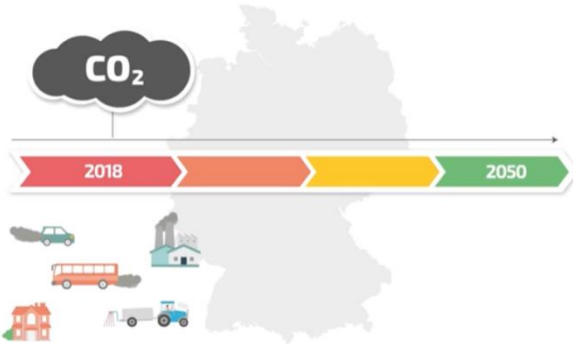
Ardından masada oturan kişilerin baş hizasında açık mavi düşünce baloncuklarının içinde soldan sağa doğru sırayla ünlem, soru işareti, soru işareti, üç nokta, soru işareti sembolleri yer alır. Dış ses “Ki bir hedef yolunda anlaşmazlık durumunda taviz vermek gerekir.” der ve sahnede baloncuklarının içinde herkesin anlaştığını belirten büyük harflerle “OK” yazısı yer almaktadır. Daha sonraki sahnede baloncuklar gitmektedir ve masada her kişinin önünde kâğıt yer almaktadır. Dış ses “İklim Koruma Planı, Federal hükümetin çeşitli bakanlıkları arasındaki yoğun istişarelerin sonucudur.” söylemektedir. Sahnede sağ üst köşede 2016 yılı rakamla yer almaktadır. Daha sonra sonbaharı ifade eden üç kahverengi yaprak 2016 yazısının sol köşesinden aşağı düşmekteyken dış ses “ Kasım 2016’da federal hükümet İklim Koruma Planı’nı kabul etti.” demektedir. Sonra sahnede; saçları toplu, açık turuncu renk tonunda ceketli bir kadın ve elinde “KLIMASCHUTZPLAN” başlığı yer alan bir kâğıt bulunmaktadır. Sağ üst köşede yine 2016 yazısı yer almaktadır ve dış ses “Federal Çevre Bakanı daha sonra bunu Marakeş’teki BM İklim Zirvesi’nde sundu.” cümlesini söylerken sahnede aynı kadın karakterin arka planında çölü işaret eden bir deve, dört adet yeşil ağaç, sağ taraftaki yeşil ağacın önünde iki adet testi ve daha da arka planda gri tonlarında ağaç ve binalar yer verilmektedir. Burada Fas’ın başkenti Marakeş’de 2016 yılında gerçekleşen zirve ifade edilmektedir. Ardından beyaz dolgulu siyah çizgilerle dikdörtgen bir alanın içinde “Umsetzung des Klimaschutzplans” yazısı bulunmaktadır. Sağ alt köşeden bir kalem sahneye eklenmekte ve kalem yazıyı elips şeklinin içine alarak sırayla sağ üst köşesine daire içinde sarı bir araba, sol üst köşesine güneş panelli bir bina, sol alt köşesine rüzgâr tribünü, sol alt köşesine yeşil bir ağaç çizmektedir. Sonra orta üst alana güneş paneli, orta alt alana daire içinde üç nokta aynı kalem çizmektedir. Bu anlarda dış ses “Uygulamadan nihai olarak biz sorumluyuz.” demektedir. Sonraki sahnede kalemin çizdikleri sol arka plana geçmekte ve ön plana üç kadın, bir erkek ve bir çocuk gelmektedir. Sol baştan sırayla elinde iş çantası olan yeşil kıyafetli bir kadın, gri elbiseli bir kadın, gri tonlarında takım elbiseli bir erkek, toplumun genelini ifade edecek şekilde siyahî bir kadın ve çocuk yer verilmektedir. Sonraki sahnede önceki sahnede aralarında mesafe olan kişiler el ele olacak şekilde bir araya gelmektedir. Dış ses “Sadece birlikte iklim koruma hedefimize ulaşabiliriz.” ifadesini söylemektedir. Sonraki sahne arka plan beyaz olmakta ve bu kişiler yalnızca sahnede yer almaktadır. Dış ses “Ancak birlikte olursak sera gazını nötr olacağı bir geleceğe giden yol elde edilebilir.” demektedir. Sonraki sahnede ise “Im Auftrag des: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit” yazmakta ve yazının sağ tarafında sütun halinde siyah kırmızı ve sarı renklerle Almanya bayrağı gösterilmekte ve sütunu yanındaki

sembol Almanya Çevre Bakanlığı ifade etmekte kurumsal tanıtım sağlanmaktadır. Tablo 3.2.1. ile kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi her bir kare numaralandırılarak tek tek süre, gösterge, gösteren ve gösterilen olarak çözümlenmiştir.

Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi

Görseller	Çözümlemeler
	Kare:1 Süre: 00:01 Gösterge: Nesne Gösteren: Yazılı Unsurlar Gösterilen:Der Klimaschutzplan: Klimaschutz geht nur gemeinsam (İklim Koruma Planı: İklim Koruması Sadece Birlikte Mümkündür)
	Kare: 2 Süre: 00:02 Gösterge: Hayvan ve bitki Gösteren: Mavi kelebek, pembe kelebek, çiçek Gösterilen: Kadın ve erkek, kelebek etkisi, yaşam

Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 3 Süre: 00:04 Gösterge: Nesne Gösteren: Harita Gösterilen: Almanya ülkesi
	Kare: 4 Süre: 00:05 Gösterge: Nesne Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Gelecek yıllar, hedef
	Kare: 5 Süre: 00:07 Gösterge: Durum Gösteren: Benzin/mazot yakan araçlar, havayı kirleten binalar Gösterilen: Fosil yakıt kullanmak

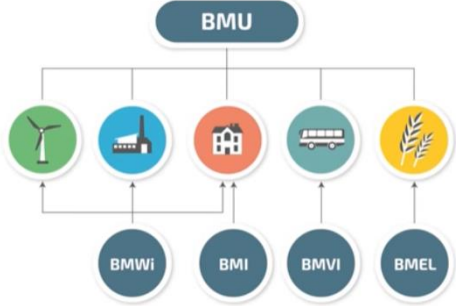
Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare:6 Süre: 00:18 Gösterge: Durum Gösteren: Elektrikli araçlar, rüzgâr paneli, güneş paneli Gösterilen: Yenilenebilir enerji kullanmak
	Kare:7 Süre:00:26 Gösterge: Nesne Gösteren: Soru İşareti Gösterilen: Düşünme
	Kare:8 Süre: 00:29 Gösterge: İnsan Gösteren: Farklı kadınlar ve erkekler Gösterilen: Birliktelik

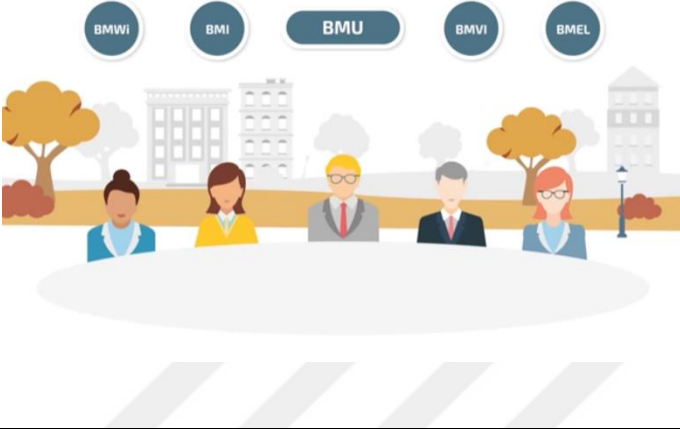
Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 9 Süre:00:34 Gösterge: Nesne Gösteren: Yazılı Unsur Gösterilen: Klimaschutzplan (İklim koruma planı)
	Kare:10 Süre:00:48 Gösterge: Eylem Gösteren: İnsanlar Gösterilen: İşbirliği, birliktelik
	Kare:11 Süre: 00:57 Gösterge: Yazılı unsur Gösteren: Kağıt Gösterilen: Mabnahmen- Vorschlage (Faaliyetler- Teklifler)

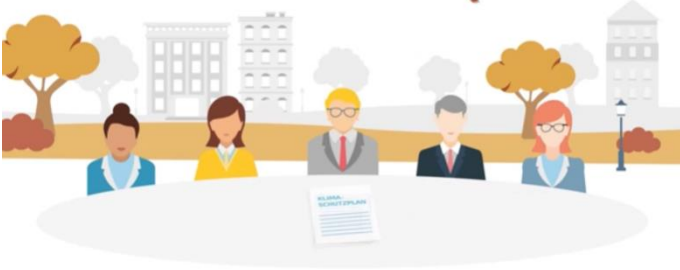
Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare:12 Süre: 00:58 Gösterge: Eylem Gösteren: Takvim Gösterilen: Harekete geçme
	Kare:13 Süre: 01:01 Gösterge: Eylem Gösteren: Toplantı, konuşma, araştırma, para/finansman Gösterilen: Hazırlık yapmak
	Kare: 14 Süre: 01:08 Gösterge: Durum Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: BMU, BMWİ, BMI, BMWİ, BMEL

Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 15 Süre: 01:32 Gösterge: Eylem Gösteren: İnsanlar Gösterilen: Toplantı yapılması
	Kare: 16 Süre: 01:35 Gösterge: Zaman Gösteren: Ağaçlar Gösterilen: Sonbahar
	Kare: 17 Süre: 01:45 Gösterge: Eylem Gösteren: Düşünce baloncukları Gösterilen: Fikir yürütmek, tartışmak

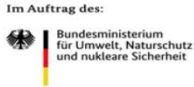
Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

	Kare: 18 Süre: 01:49 Gösterge: Durum Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Ok-Fikir birliği
	Kare: 19 Süre: 02:02 Gösterge: Zaman Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: 2016
	Kare:20 Süre: 02:06 Gösterge: Durum Gösteren: Kadın, yazılı unsur Gösterilen: Klimaschutzplan İklim Koruma Planı

Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

2016 	Kare:21 Süre: 02:08 Gösterge: Mekân Gösteren: Ağaçlar, deve, Gösterilen: Fas, Marakeş şehri
	Kare:22 Süre:02:14 Gösterge: Nesne Gösteren: Yazılı unsurlar Gösterilen: Umserzung das Klimaschutzplans
	Kare: 23 Süre: 02:28 Gösterge: Durum Gösteren: Araba, güneş paneli, bina, rüzgâr türbini, ağaç, üç nokta Gösterilen: Çevreyi koruyan bir düzen

Tablo 3.2.1. Kamu spotu filminin göstergebilimsel çözümlemesi'nin devamı

 	Kare: 24 Süre: 02:32 Gösterge: Durum Gösteren: Üç kadın, bir erkek, bir çocuk Gösterilen: Paydaşlık. Ortak sorumluluk Kare:25 Süre: 02:34 Gösterge: Eylem Gösteren: Üç kadın, bir erkek, bir çocuk Gösterilen: Destek olmak, birlik olmak
	Kare:26 Süre:38 Gösterge: Durum Gösteren: Üç kadın, bir erkek, bir erkek çocuk Gösterilen: Toplumsal birliktelik
	Kare: 27 Süre: 02:43 Gösterge: Nesne Gösteren: Yazılı unsur Gösterilen: Bitiş

Tablo 3.2.1 Kamu spotu filminin genel çerçevesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2018 yılında yayınlanan İklim Koruması: İklim Koruması Sadece Birlikte Mümkün kamu spotu filmi videosu	2018 yılındaki durum ve gelecekte 2050 yılı için arzu edilen yenilenebilir enerji kullanan, doğayı koruyan üretim ve yaşam şekli	2018 yılında ülkenin içinde bulunduğu durumda karbon salınımı yüksektir. Üretim çevreye zarar verilen kaynaklar kullanılmaktadır. Bu durumun bilincindedirler ve yenilenebilir enerji kaynakları kullanacaklarını gösterilmektedir. Gelecek hedeflerinin belirlendiği ok işaretindeki renk değişimi ile karbon salınımı düşürüleceği gösterilmektedir. 2016 yılında Fas Marakeş’de Birleşmiş Milletler İklim Zirvesine katılım sağlandığı, 2050 yılına kadar yenilenebilir enerji kaynakları kullanılacağı ifade edilmektedir. Güneş enerjisi panelleri, rüzgâr tribünleri, elektrikli araçlar, atık yönetimi sağlanması bunun göstergeleridir. Fakat kamu spotunda insanlara verilmek istenen mesaj ancak her kesimden her yaştan insanın birlikte ortak çabasıyla hedefe varılabilir.

Kamu spotu filminin 27 karesi için göstergebilimsel unsurları çözümlenmiştir. Tablo 3.2.1. ile kamu spotu filminin genel çerçevesi açıklanmaktadır. Gösterilen unsurlarda, toplumsal olarak endüstri toplumu olmanın da etkisiyle iklim değişikliği krizinin nedenlerinin bilincinde olduğu; buna bağlı olarak toplumsal birliktelikle ve işletmelerin ekonomik faaliyetlerinde gönüllü olarak yeşil işletmecilik anlayışına uygun değişime geçmesi isteği rasyonel çekicilik ile verilmiştir. İklim değişikliği krizini çözmek için toplumun sorumluluk duygusu taşıdığı anlatılmaktadır. Karşıtlıklarda düşülüp, tartışılarak fikir birliği sağlandığı ve yüksek karbon salınımının düşürüleceği bellidir.

3.2.2. İklim koruması: İklim koruması sadece birlikte mümkündür kamu spotu dizesel/dizimsel yapısı

Kamu spotu filminin metninin dizesel yapısı ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Metnin dizimselliği, seçilen birimlerin (sahne) art arda gelmesiyle oluşmaktadır. Bu bağlamda metnin dizesel olarak ikili karşıtlıkları aşağıdaki gibidir.

Tablo 3.2.2. Karşıtlıklar

Sorun	Çözüm
Yüksek karbon salınımı	Düşük karbon salınımı
Tartışmak	Fikir birliği kurmak
Bireysellik- ayrı olmak	Birliktelik- ortak hareket etmek
İlkbahar	Sonbahar
Parça	Bütün
Yenilenebilir enerji kullanımı	Fosil kaynak kullanımı
Kirli	Temiz
Verimsiz yöntemlerle üretim	Verimli yöntemlerle üretim
Enerji tüketen bina	Enerji üreten- doğa dostu bina
Elektrikli araç	Benzin/mazot kullanan araç

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küresel iklim değişikliği krizi ile mücadele disiplinler arası bir çalışma konusudur. Çağımızın en büyük küresel problemidir. Yeşil ekonomiye geçiş bu mücadelenin başarılı olmasında önem arz etmektedir. Yeşil ekonomiye geçmek için küresel bir bilinç ve farkındalık gerekmektedir. Bu hususta yönetsel düzeyde yürütülecek çalışmalar, uluslararası düzeyde iklim değişikliği ile mücadele çabasının başarıya ulaşmasında etkinliği arttıracaktır. Bu çalışma işletme anabilim dalında hazırlanmış olsa da birçok disipline hitap eden verileri taşımaktadır. Bu kapsamda ülkeler; toplumlarını bilinçlendirmek, yurttaşlarının tercihlerini etkilemek gibi amaçlarla bilinçlendirici reklamlar olan kamu spotlarını da kullanmaktadırlar. Kamu spotlarını ülkelerin kültürel yapısı, toplum yapısı, bilinçlilik düzeyi gibi faktörler şekillendirmektedir. Yapılan çalışmada belirlenen kamu spotları göstergebilimsel analiz metoduyla incelenmiştir. Böylelikle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan iki ülke karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçlarına göre Türkiye Ben Anadolu'yum kamu spotunda korku çekiciliği olduğu gözlemlenmiştir. Kamu spotunun ikili karşılıklar üzerine kurulduğu anlaşılmıştır. Korku çekiciliği ile Ben Anadoluyum kamu spotunda insanlar üzerinde caydırıcı bir etki oluşturulmak istendiği görülmektedir. Ben Anadoluyum filminde doğanın kendi dengesinde var olan güzelliği, insan eliyle yapılan çalışmaların örneğin; çarpık kentleşmenin, atıkların doğaya bırakılmasının, sağlıksız üretim şekillerinin sonucuyla; doğal dengenin bozulması ve doğal afetlerin yaşanması, toprakların kuraklaşması, hayvanların ölmesi, denizlerin kirlenmesi gibi olumsuz durumlar üzerine bir neden sonuç bağlantısı ile yaşanan ve yaşanacak durumlar ifade edilmiştir. Güneşin doğuşuyla kare 1. film başlamaktadır. Mevsim olarak ilkbaharı işaret eden kare 2. çiçek açılması ve kare 7. yeşil buğday başakları sahneleri vardır. Sonra yaz mevsiminin geldiğini işaret eden kare 8. hasat toplama, kare 9. mısır taneleri sahneleri görülmektedir. Buğday ile ekmek yapılır. Ekmek Anadolu'da önemli bir besindir, berekettir. Hasat yapılması üretimin göstergesidir, hayattır. Kare 10. kış mevsimi gösterilmektedir. Kare 11. Anadolu kültüründe umudu simgeleyen kardelen çiçeği yer almaktadır. Baharın gelmesi, hayatın canlanmasının göstergesidir. İnsanlarda inanç, azim duygusu vermektedir. Tekrardan ilkbahar gelmekte ve kare 12. ve kare 13. ile toprak filizlenirken, kare 14. çocuklar doğada koşmaktadır. Böylelikle doğanın üremesi ve çoğalması ve insanların üremesi ve çoğalması arasında bağ kurulmuştur. Kare 15. kurumuş topraklar gösterilerek insanlar üzerinde bir endişe oluşturulmak istenmiştir. Kare 16. ile insanın elinde kurumuş toprak olması yine korku çekiciliği işaretidir. Kare 17.

ile başlayarak doğal afetler gösterilerek yine korku çekiciliği işlenmiştir. Doğanın dengesinin bozulması, insanları çaresiz bırakmıştır. Doğanın insan varlığından daha üstün olduğu da anlaşılmaktadır. Kare 21. ile evin yıkılması ve ev sahibi olduğu feryat etmesinden belli olan erkek ağlarken caminin olduğu yerde gösterilen toprak kayması Müslüman inancına işaret etmektedir. Anadolu insanı için ibadethane işlenmesi yine kültürel değerlerden yararlanıldığını gösterilmektedir. Kare 22. ile yemyeşil güzel bir doğa varken duman işareti ile kare 23. orman yangınının başladığı kare 24. havanın kararmasından anlaşıldığı üzere gece olduğu ama yangının söndürülemediği gösterilmiştir. Böylelikle ikili bir karşıtlık olduğu ve yine korku çekiciliği olduğu anlaşılmaktadır. Kare 28. güzel bir deniz kenarı manzarası varken kare 29. deniz dalgalarıyla karaya vuran ölü kuş, plastik gösterenleri ile yine ikili bir karşıtlık işlenmiş ve atıkların doğaya zarar verdiği gösterilmek istenmiştir. Kare 30. ile ölü balıklar, yine kaygıya ve korkuya neden olmaktadır. Kare 31. güzel yeşil bir ova, kare 32. yeşilliğin nerdeyse yok olduğu düzensiz bir betonlaşma gösterilerek yine ikili karşıtlık verilmiştir. Kare 33. yeşil doğada rüzgârlı bir hava yani temiz bir hava varken kare 34. üretim tesislerinden yükselen dumanlar kirli hava anlatılmıştır. İnsan eliyle yine dengenin bozulduğu işaret edilmiştir. Kare 35. doğadaki dört mevsime karşıt olarak kare 36. kontrolsüz hava değişimi ve insanın kendi eliyle neden olduğu mağduriyeti gösterilerek tekrardan korku çekiciliği işlenmiştir. Bu noktada özellikle işletmelere yanlış üretim biçimi uyguladıkları ve çevresel duyarlılığı göz ardı etmelerinin hata olduğu anlatılmak istenmiştir. Bunları yaşamamak ve gelecek nesiller için kare 37. doğal dengeyi koruyan, üretim biçimlerine işaret eden yazılı unsurlarla beraber güneş panelleri, kare 38. rüzgâr tribünleri gösterilmiştir. Bunlar temiz enerji kaynaklarıdır. Yenilenebilir ve çevre dostudur. İşletmelerin bu çevre dostu temiz enerjileri kullanması gelecek için gerekli olduğu mesajı verilmiştir. Kare 39. damlatma yoluyla suyu verimli kullanıp kuraklaştırmadan sulama yani yeşil araştırma ve geliştirme çalışmaları ile çevre dostu doğru üretim tekniklerinin faydası anlatılmıştır. Kare 40. ve kare 41. atıkları doğaya atmak yerine ayrıştırmak ile geri dönüşüm ile üretimin önemli olduğu, kaynakları daha az tüketerek geleceği düşünüp üretim yapılması işlenmiştir. İşletme ürettiği ürünün tüm süreçlerinde sorumludur. Ürünün doğumundan ölümüne kadar çevresel etkilerini hesaplayarak üretim/hizmet yapmalıdır. Kare 42. temiz akarsu, kare 43. temiz deniz, kare 44. verimli toprak ve fide ekmek, kare 45. çocukla yeşil bir parkta ilerlemek ile doğru üretim teknikleri ile geleceğin yaşanılabilir kılındığı anlatılmıştır. Çevre dostu üretim tekniklerinin gelecek vadettiği işletmelere anlatılmak istenmiştir. Kare 46. elektrikli araçlar, kâğıt torbalar

ile alışveriş, cam şişe kullanımı, doğa için sağlıklı ulaşım araçları ile iklim değişikliği ile mücadele edebilir ve önceki sahnelerde gösterilen olumsuz durumları yaşamayabiliriz mesajı verilmektedir. Ayrıca işletmelerin tüketicilere verdiği hizmetlerde ürün/hizmet sunuşlarını doğa dostu yapmaları gerektiği mesajı verilmiştir. İşletmelerin üretimden, pazarlamaya, dağıtımına kadar tüm fonksiyonlarına yeşil bir hayat için sorumluluk düşmektedir. Kare 47. karbondioksit salınımı kontrolü ve temiz bir hava gösterilmesi yine işletmelerin oluşturduğu kirliliği denetledikleri ve önledikleri böylece yeryüzünün rahat bir nefes alabildiği mesajı verilmiştir ve doğal mevsimler döngüsü işaretleri işlenerek mevsimlerin olması gerektiği gibi işlediği anlatılmıştır. Film kare 53. ile kurumsal tanıtım yapılarak bitirilmiştir. Kamu spotu filminden yaşanılabilir bir dünya ve gelecek için işletmelerin yeşil işletmecilik anlayışına geçmesinin önemi ve gelecek için çevre dostu işletmecilik çalışmaları aktarılmıştır. İşletmelerin yeşil ekonomiye entegre olması ve kendilerini yeşil olma noktasında güncellemeleri kendi varlıkları içinde önem arz etmektedir.

Almanya iklim değişikliği ile mücadele kamu spotunda kare 1. mavi renk erkek-erk, pembe renk kelebek kadın-dişil cinsiyeti sembolize etmektedir. Kullanılan müzik enerji veren, umut veren hafif güzel bir tondadır. Kelebekler kare 2. Almanya toprakları üzerinden uçarak dünyaya yayılmaktadır. Bu iklim değişikliğine karşı yapılan çalışmanın herkesi etkileyeceğini ve herkese yayılacağını sembolize etmektedir. Kare 3. okun üzerindeki kırmızı renk 2018 yılında karbon salınımının yüksek olduğuna fakat yıllar ilerledikçe hedefin salınım miktarını azaltmak yönünde olduğu mesajını vermek istemektedir. Renk tonlarının koyu renkten açık renge doğru ilerlemesi ve karbon bulutunun kare 4. 2050 yılında küçülmesi de söz konusu yılda karbon salınımının önceki yıllara göre azaltılmasının amaçlandığının göstergesidir. 2018 yılının altında yer alan sekilerle gündelik hayatta doğaya ne kadar zarar verildiği ve yanlış üretim şekillerinin olduğunu anlaşılmaktadır. Sonraki kare 5., 6., 7. ve 8. 2050 yılında doğayı düşünerek hareket edildiğini göstermektedir. Yeşil renk de bunun işaretidir. Yenilenebilir enerjilerin tercih edildiğini gösteren şekillerde gündelik hayatın artık çevreyi koruyarak sürdürüldüğünü işaret etmektedir. Kare 9. yine kapsayıcılık duygusunu vermek için Almanya haritasına yer verilmiş ve iklim değişikliği sorununun herkesi ilgilendirdiğini göstermek için bu soruna karşı çözüm arayışında olduğunu gösteren bir soru işareti de görülmektedir. Her kesimden insanın bir araya toplandığını ifade eden kare 10. ve 11. bu krizle mücadele de başarıya kadın, erkek, çocuk, genç, yaşlı herkesin birlikteliği ile olacağını anlatmaktadır. Yeşil zemin kullanılan kare 12. ile kare 25. arasında

herkesin bir arada olduğu, geleceği dűşűnen ve iklim planını tasarlayan insanlar vardır. Bu insanlar krizin farkında ve gelecek için yapılması gereken tercihin bilincindedir. Yol haritalarını belirlemeye çalışmaktadır. Ve devlet iklim değişikliği krizine karşı aktif olarak çalışmakta ve bakanlıklar arasında işbirliği olduğu ifade edilmektedir. Burada hem yönetsel olarak hem vatandaşlar düzeyinde bilinçlilik olduğu, iyi bir organizasyonun olduğu, gelecekte hedefe varmak için bir planları olduğu ve halkın her kesiminin krize mücadelede destek verdiği iyi bir yönetim ve organizasyonun olduğu anlatılmak istenmektedir. Kare 26. ile kare 35. arasında devlet düzeyinde bakanlıklarca toplantıların yapıldığı, fikir yürütűldűđű tartışıldığı ve kare 30. fikir birliğine varılarak ortak bir plan ile Marekeş BM İklim Zirvesine katılım sağlandığı anlaşılmaktadır. Devlet düzeyinde bir organizasyon olduğu yine anlaşılmaktadır. Kamu spotu gayet şeffaf ve nettir. Bu spotta kadınların kişiler olarak daha önde olduğu görűlmektedir. Toplumsal ilerleyişte kadınların öncű olduğu işaret edilmektedir. Korku çekiciliği veya duygusal bađ kurmaktan ziyade toplumun artık her düzeyde bilinçli olduğu ve çözüm için ortak hareket edilmesi gerektiği mesajı verilmektedir. Hayatın her kesiminde dođa dostu çalışmaların kolaylıkla ve gönűllűkle uygulanacağı mesajı verilmektedir. Korku ve felaketler yerine bugűnkű durumu ve gelecekte olması gerekeni net olarak paylaşmışlardır. Bu spotta verilen mesaj küresel iklim değişikli krizine karşı; birlikte hareket edebilmek, iş birliği sağlamak, ortak karar almak yönündedir. Hedef yolunda anlaşmazlıklardan taviz verilmelidir çağrısı çözüm için vurgulayıcıdır.

İklim değişikliği ile mücadelenin başarılı olmasında önemli olan küresel bir farkındalıktır. Birlikte yürütűlecek çalışma ile istenilen hedef gerçekteşebilir. Her yerde aynı çalışma şekli ve ekonomik planlarla yeşil ekonomiye girebilmek mümkün değildir. Çünkü her yerde toplumsal değerler, yaşam şartları, ekonomik koşullar yani sosyo-kűltűrel yapı farklılıkları mevcuttur. Bu nedenle yeşil yöneticiler, yeşil ekonomiye geçmek isteyen űlkeler, yeşil-çevreci bir hayatı tercih edenler; coğrafyalarına, şartlarına uygun çözümler ile hareket etmelidir. Örneđin; Anadolu coğrafyasında gıda tüketiminde “israf gűnahtır” anlayışının olması dini sorumluluk ile uyarılması aracılığıyla bilinç sağlanabilmektedir. İşletmelerde, evlerde; gıdaların korunması, israfın önlenmesi ve olumsuz çevresel etkilerin önlemek için bireysel olarak herkesin çocukluktan itibaren bilinçli olması için çalışmalar yapılmalıdır. Evde, okulda, kurumda, işletmede hayatın olduğu her yerde bireysel olarak ihtiyaç kadar tüketme, bilinçli tüketme, israf etmeme farkındalığı olmalıdır. Ayrıca inanç olarak Türkiye’nin kimi kesimlerinde kutsal görűlen yerler yurttaşlar tarafından gönűllű olarak korunmaktadır. Alevi toplumun Türkiye’de çevreci tüketimde çok hassas olduğu ve

çevreci olduğu görülmüştür (Onur ve Karaca 2016). Çünkü burada kültürel bir değer devreye girmektedir. Kültürel değerleri ön planda tutarak yapılacak bilinçlendirici bir çalışma da dolaylı yollarla da olsa iklim korunmasında etkili olacaktır.

Almanya’da yaşayan bir birey için gıda tüketimi hakkında rasyonel bilgilerin sunulması onun için gıda israfında caydırıcı bir etki oluşturabilirken, Anadolu’da günah olduğu belirtilerek uyarılması her toplumun kendine özgü çözümünü göstermektedir. Yine burada da anlaşılabacağı üzere iklim krizinin boyutlarıyla mücadele toplumsal birlik sağlanmalı ve her toplum kendi çözümünü üretebilmelidir.

Yeşil ekonominin sağlanması sürdürülebilirlik adına önemli bir tercihtir. Çünkü yeşil ekonomi, yaşam alanlarını koruyan, doğadaki dengeyi gözeten, ekolojiyle dengeli bir ekonomik sistemi vaat eden bir ekonomidir.

Günümüzde pek çok insanın salgın hastalıklarla mücadele ettiği; temiz su, barınma sorunu, açlık sınırının altında yaşamak zorunluluğu, sağlıklı çalışma koşullarının olmaması gibi pek çok sorun gözetilerek farkındalık geliştirmeye çalışılması doğru bir strateji olacaktır. Gerekirse yasaklar arttırılmalı ve cezai tedbirlerle önlemlerin toplumsal olarak oturması sağlanmalıdır. Örneğin; plastik poşetlerin yasaklanması Türkiye’de ilk başta tepkilere neden olsa da şu birçok insan poşete para vermek yerine kendi yanlarında satın aldıkları eşyalarını taşıyacak araçlar taşımalarını sağlamıştır. Para önemli bir ekonomik araçtır ve insanlar paralarını fayda görmedikleri bir yere harcamayı istememekte ve bu duruma göre insanlar kendilerince çözümler üretmektedir. Kısıtlı ekonomik koşullar altında insanlar maddi kaynaklarını kendilerince en verimli şekilde değerlendirmeye çalışırken, çevre korunması için uygulanacak ekonomik yaptırımlar; bireyler, kurumlar, işletmeler üzerinde ekonomik kaygılar sebebiyle etkili olacaktır. Okullarda özellikle ilköğretim düzeyinde verilecek eğitimde örneğin yer altı zenginlikleri veya maden haritaları yerine yenilenebilir enerji kaynakları ve Türkiye’nin yenilenebilir kaynaklarının tanıtılması gelecek nesiller üzerinde çok daha yararlı bir eğitim olacaktır.

Yerel düzeydeki kurumlara özellikle belediyelere bu konuda büyük sorumluluk düşmektedir. Belediye yöneticisi, görevli olduğu yeri tanımakta ve hangi uygulamanın bu krizle mücadelede daha etkili olduğunu bilmektedir. Bu sebeple yerel yöneticilere inisiyatif sunulması ve yöre halkına, coğrafyasına uygun çözümler üretebilme fırsatı sunulması olumlu yönde etkili olabilecektir.

İşletmelere üretimleri esnasında çevreyi düşünerek hareket etmeleri için zorunluluklar verilmelidir. Ürünün veya hizmetin geliştirilmesi hangi aşamalardan

geçmekte, tüketiciye nasıl ulaşmakta, kullanım sonrasında oluşan atık nasıl bertaraf edilmekte düşünceleri hesaba katılarak işletme üretim faaliyetini gerçekleştirmelidir. Ekonomik yaptırımların uygulanabilmesinin yanında çevresel etkileri düşünerek hareket eden işletmelere de ekonomik teşvikler sunularak desteklenebilmektedir. Örneğin üretiminde temiz enerji kullanan bir işletmeye enerji daha düşük bir ücretten sağlanmakta veya ekonomik destek paketleri verilebilmektedir. İşletmenin atıklarını toplaması hatta atıklarından enerji oluşturabilecek bir sistemin kurulabilmesi içinde devletler destek olabilmelidir. Bu konuda işletmenin kuruluşu esnasında gerekli mecburiyetler en başından konulmalıdır. İşletmenin paydaşları olan çalışanlar, müşteriler, kredi verenler, yatırımcılar, hükümetler ve doğal çevre artık işletmeden doğa dostu olmasını beklemektedir. İşletme bu durumu iyi okumalı ve gelecek stratejilerini buna göre planlamalıdır. Bunu göremeyen işletmeler yeşil ekonomiye geçişte uyum sağlayamayacak ve onlar için bu süreç yıkımla sonuçlanacaktır. Yeşil işletmecilik; firmayı tercih edilebilir kılan, pazarda iyi bir imajla var olma hakkı sağlayan, doğayı destekleyen işletmeciliktir.

İklim değişikliği krizinin boyutları disiplinler arasında değerlendirilmelidir. İşletme alanında da bu konuda çalışmalar yapılmalı ve yeşil yönetim anlayışının kazandırılması gerekmektedir. Çünkü üretimi işletmeler yapmaktadır. Üretim yaparken hammaddeyi işletmeler kullanmaktadır. İşletmeler ürünü veya hizmeti tüketiciye sunmaktadır. Tüketicinin aldığı hizmet karşılığında oluşturduğu atık yine işletmenin sorumluluğunda olmalıdır. İşletme ürününün veya hizmetinin her adımda çevresel sürdürülebilirliği düşünerek hareket etme bilincinde ve yükümlülüğünde olarak ekonomik büyümeyi hedeflemelidir.

İşletmelerde geri dönüşüm sisteminin oluşması için destek olunmalı, geri dönüşüm malzemeleriyle üretim yapılabilmesi veya enerji sağlama yoluna gidilebilmelidir. Devlet yöneticileri de işletmelerin bu konuda kendilerini geliştirebilmesi için ekonomik yaptırım veya teşvik paketlerinin yanında; eğitimler sunulmalı, araştırma-geliştirme faaliyetlerine destek olmalı, iklim değişikliği krizinin bilince olan ve alanında uzman bireyleri işletmelere yönlendirebilmelidir.

Yeşil işletmecilik konusunda bu kapsamda bir analiz literatürde bulunmamıştır. Bu analizde yeşil işletmeciliğin her kesim tarafından gönüllü olarak tercih edilmesi ve faaliyetlerini doğa dostu yapması önerilmektedir. Üniversitelerde işletme anabilim dalında özellikle yeşil işletmecilik, yeşil işletme fonksiyonları detaylı olarak öğretilmelidir. İktisadi idari bilimler fakültelerinde bu alanda yeşil yönetim için belki de ayrı bir bölüm açılabilir.

Çünkü bu çağımızın gereksinimidir. Ekonomik denge değişmektedir. Bununla beraber ekolojik denge de değişmektedir. Çağımızın gereksinimi olan yeşil işletmecilik için daha çok araştırma ve geliştirmelerle yeni iş kolları da bulunabilecektir. Özellikle ürün tasarımı veya ürün iyileştirme, üretimde yeni metotların bulunması gibi konular için araştırma ve geliştirmenin önemi büyüktür. İşletmelerin yönetim kültürünün değişmesi gereklidir.

Uluslararası olarak çalışan işletmeler için de yeşil işletmecilik önemlidir. Çünkü uluslararası olarak küresel iklim değişikliği krizi ile mücadele için anlaşmalar imzalanmakta ve kısıtlamalar getirilmektedir. Bu firmaların faaliyetlerini sürdürebilmesi için de uluslararası pazara uyum sağlamasının yolu yeşil işletmeciliktir.

İklim değişikliği krizine karşı her alanda her düzeyde çaba yürütülmelidir. En büyük pay işletmelere düşmektedir. İşletmeler de bağlı oldukları ülkelere göre faaliyet yürütmektedir. Burada işletmeleri yönlendirecek olan da devlet politikalarıdır. Devlet politikalarını çalışmamızda kamu spotları üzerinden yorumladığımızda her ülkenin gelişmişlik düzeyine göre adım attığını, gelişmişlik düzeyine göre ve bağlı oldukları uluslararası örgütlere göre sınırlılıklarının olduğunu görmek mümkündür. İşletmeleri ve tüketicileri iklim değişikliği krizi hakkında sorumluluk sahibi kılacak en büyük etken devlet yöneticileridir.

5. KAYNAKLAR

- Agah, H.**, 2020. Yeşil ekonomi ve biz. <https://www.tepav.org.tr/tr/blog/s/5628/Yesil+Ekonomi+ve+Biz>. 17 Ocak 2020.
- Agun, H. B.**, 2008. Çevre sorunlarına yönelik vergisel düzenlemeler ve doğrudan yabancı yatırımlar. *Doktora Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 50s.
- Akatay A.**, 2008. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışındaki değişimlerin yönetsel işleyişe etkileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2):97-112.
- Akatay, A., Aslan, Ş.**, 2008. Yeşil yönetim ve işletmeleri Iso 14001 sertifikası almaya yönelten faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,10(1):313-339.
- Akdoğan, A.** 2003. Çevreye duyarlı yönetim ve işletmecilik. Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Kayseri, 50s.
- Alper, F. Ö.**, 2019. Ekonomik büyümenin belirleyicileri: Yapısal kırılmalar altında Türkiye örneği. *Fiscaeconomia Journal*, 3(1):202-227.
- Apak, G.**, 2005. İklim Değişikliği İş Dünyasına Sektörel Etkileri. *İklim Değişikliğinin Türkiye'ye ve Sanayiye Etkileri Paneli*, Ankara, s. 10-11.
- Apalı, A.**, 2018. Mermer üretim işletmelerinin sosyal sorumluluk kavramı kapsamında çevre ve çevre muhasebesine yaklaşımları: Bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 78:37-52.
- Argenti, P., Drunkenmiller, B.**, 200). Reputation and the corporate brand. *Corporate Reputation Review*, 6(4):368-374.
- Arzu, Ö.**, 2020. Kurumlarda yeşil yönetim politikaları: Antalya ili sıfır atık yönetim(SAY) uygulama örneklerinin incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Giresun Üniversitesi, Giresun, 69s.
- Aşıcı, A. A.**, 2012. İktisadi düşüncede çevrenin yeri ve yeşil ekonomi, karşılaştırmalı bir analiz. Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul, 18s.
- Aşıcı, A. A.**, 2012. Sürdürülebilir yaşam için bir dönüşüm önerisi: yeşil yeni düzen. *Yeşil Ekonomi Dergisi*, 105-132.
- Ay, C., Ecevit, Z.**, 2005. Çevre bilinçli tüketiciler. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10:238-268.
- Aydın, N.**, 2017. Yeşil üretim uygulamaları. *International Conference on Eurasian Economies*, İstanbul, 10-12 Temmuz, s. 356-360.
- Bal, H., Algan, N., Manga, M., Kandır, E.**, 2014. Beşeri sermaye ve ekonomik büyüme ilişkisi: BRICS ülkeleri ve Türkiye örneği. *Session*, 1-9.

- Ball, J.,** 2001. Can ISO 14000 and eco-labelling turn the construction industry green? *Building and Environment*, 421-428.
- Bansal, P., Roth, K.,** 2000. Why companies go green: a model of ecological responsiveness. *Academy Of Management Journal*, 43(4):717-736.
- Bar, H., Werland, S., Jacob, K.,** 2011. *Green Economy Discourses in the Run- Up to Rio 2012*. Freie Universitat Berlin: Environmental Policy Research Centre.
- Barthes, R.,** 2016. *S/Z*. İstanbul: Sel Yayıncılık, 48s.
- Baş, M.,** 2002. Muhasebenin sosyal sorumluluk ilkesi ve sosyal denetim kavramı ışığında yeşil muhasebe ve eko-denetim. *Çevre muhasebesi ve denetimi* (s. 11-15.). içinde İstanbul: İSMMMÖ.
- Baş, M., Özocak, H.,** 2002. Yeşil muhasebeye özlü bir bakış. *Çevre muhasebesi ve denetimi* (s. 34,85-86.). içinde İstanbul: İSMMM yayınları.
- Başol, O.,** 2013. Yeşil işler: sürdürülebilir girişimlerde insan onuruna yakışır işler ve düşük karbon ekonomisi. *Kırklareli Üniversitesi, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi değerlendirme notu:2013-3*.
- Bayar, A., Bahrend, H.,** 1994. Küresel çevre problemleri. Özkan Matbaası, Ankara, 49s.
- Berg, K.,** 2020. Made in Germany iklim koruma. <https://www.deutschland.de/tr/topic/cevre/iklimin-korunmasi-almanya-iklim-degisikligine-karsi-kuresel-capta-mucadele-veriyor>, 13 Kasım 2020.
- Biddle, D.,** 2001. Kar için geri dönüşüm. H. B. Dergisi içinde, *İş ve çevre*, Mess Yayınları, İstanbul, s. 175-205.
- Bingöl, D.,** 2016. İnsan kaynakları yönetimi (10. baskı). Beta Yayınları, İstanbul, 85s.
- Bozdoğan, R.,** 2005. Sürdürülebilir gelişme düşüncesinin tarihsel arka planı. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (50):1011-1028.
- Brestle, B.,** 2021. Çöpten beslenen öğrenciler. <https://www.dw.com/tr/%C3%A7%C3%B6pten-beslenen-%C3%B6%C4%9Frenciler/a-18477350>, 17 Şubat 2021.
- Brockington, D.,** 2012. A radically conservative vision? The challenge of unep's towards a green economy. *Development and Change*, 43(1):409-422.
- Cebe, G., Aktar, S.,** 2010. Algilerin genel özellikleri, kullanım alanları ve eczacılıkta önemi. *Ankara Eczacılık Fakültesi Dergisi*, 39(3):237-264.
- Ceyhan, S., Ada, S.,** 2015. İşletme fonksiyonları açısından çevreye duyarlı işletmecilik. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(26):115-137.

- Chafe, Z., French, H.,** 2008. Karbon piyasalarını geliştirmek, 2008 dñnyanın durumu sürdürülebilir bir ekonomi için yenilikler. TEMA Vakfı, İstanbul, 107s.
- Cihangir, M., Küçük, F., Türkal, H.,** 2006. Çevreye duyarlı üretim sistemi uygulayan işletmelerde sistemin getirdiği ilave maliyetlerle bu maliyetlerin ürünlere yüklenilmesinde karşılaşılan sorunların çözümüne yönelik bir değerlendirme. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (9):1-7.
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B.,** 2003. Çevreci pazarlama ve tüketicilerin çevreci tutumlarının satın alma davranışlarına etkileri ile ilgili bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 39-54.
- Çakmal, H. K.,** 2003. Kalkınma iktisadı literatüründe gelişme kavramının evrimi. *H. Ü. iktisadi İdari Bilimler Fakóltesi Dergisi*, 21(2):49-68.
- Çalışkan, A.,** 2012. İşletmelerde sürdürülebilirlik ve muhasebe. *Mali Çözüm*, 133.
- Çelik E., İ., Akman, Ö., Ceyhan A., Akman, V.,** 2016. Yeşil pazarlamada sürdürülebilirlik ve dünya'dan bir örnek: Tchibo. *International Conference on Eurasian Economies 2016*, Kaposvár, Hungary, 29-31 August, 2016, 278-282.
- Çiçekalan, B.,** 2019. Türkiye'de ve dünyada çevre koruma harcamalarının mukayeseli değerlendirmesi. *Konya Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 7:729-741.
- Çuhadar, S. G., Lordoğlu, K.,** 2016. Demografik dönüşüm sürecinde Türkiye'de yaşlanma ve sorunlar. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakóltesi Dergisi*, 54:63-80.
- Dam, M. M.,** 2014. Sera gazı emisyonlarının makroekonomik değişkenlerle ilişkisi: oecd ülkeleri için panel veri analizi. *Doktora Tezi*, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, 78s.
- Demir, A.,** 2009. Küresel iklim değişikliğinin biyolojik çeşitlilik ve ekosistem kaynakları üzerine etkisi. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 37-54.
- Duit, A., Feindt, P. H., Meadowcroft, J.,** 2016. Greening leviathan: The rise of the environmental satage . *Environmental Politics*, 25(1): 1-23.
- Düren, Z.,** 2000. 2000'li Yıllarda Yönetim. Alfa/Aktüel Kitabevi, Birinci Basım, İstanbul, s. 159-160.
- European Economic Area (EEA),** 2013. Towards a green economy in Europa EU enviromental policy targets and objectives 2010-2050, s.1-52.
- Ehresman, T., Chukwumerije, O.,** 2015. Environmental justice and conceptions of the green economy. *Internatiional Environmental Agreements*, 15:13-27.
- Ekins, P., Barker , T.** 2001. Carbon taxes and carbon emission trading. *Journal of Economic Survey*, 15:325-326.

- Ekmekçi Y. M.**, 2020. Döngüsel ekonomi ve yeşil yönetim uygulamalarının inovasyon üzerinden firmanın büyüme performansı üzerine etkisi. *Doktora Tezi*, Beykent Üniversitesi, İstanbul, 31s.
- Emgin, Ö., Ziya, T.**, (2004). Yeşil pazarlama (green marketing). *Mevzuat Dergisi*, 7:78.
- Erden Özsoy, C., Tosunoğlu, B. T.**, 2017. GSYH'nin ötesi: ekonomik gelişmenin ölçümünde alternatif metrikler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1):285-301.
- Erdoğan, E.**, 2020. Sıfır atık. <https://sifiratik.gov.tr/kutuphane/haberler/emine-erdogan-sifir-atik-projesi-ile-surdurulebilir-kalkinma-ilkelerine-uygun-uretim-yapilmasini-amacliyoruz>. 07 Ağustos 2020.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K.**, 2005. Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmaların tarihsel ve eleştirel bir değerlendirilmesi. Erk Yayınları, Ankara, 68s.
- Ergin, D., Ayşen, S. R.**, 2015. çevre politikalarında yeni bir yaklaşım: yeşil işler ve yeşil istihdam. *Memleket Siyaset Yönetim (MSY)*, 10(23):21-39.
- Uluslararası Kalkınma Federasyonu**, 2020. Dünya afet raporu. Cenevre: Türk Kızılay Derneği.
- Fiske, J.**, 2017. İletişim çalışmalarına giriş. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 101s.
- Geray, H.**, 2014. İletişim alanından örneklerle toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş. Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 81s.
- Giddens, A.**, 2007. Europe in the global age. Polity Press.
- Goulet, D.**, 1971. The cruel choice: a new concept on the theory of development. New York: Athenum.
- Göbel, J.** 2021. Tam da şimdi! <https://www.deutschland.de/tr/topic/cevre/iklimin-firmalarca-korunmasi-sabine-nallinger-ile-soylesi> 02 Mart 2021.
- Gönel, F. D.**, 2021. Globalleşen dünyada (nasıl bir) sürdürülebilir kalkınma: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57562795/globallesendunya.pdf?1539533960=&response-contentdisposition=inline%3B+filename%3DGLOBALLESEN_DUNYADA_NASIL_BIR_SURDURULEB.pdf&Expires=1613741890&Signature=DjI9FmzzFako8eg54tcdMSCyTSJNpbkmtN~hfUO~H2iJDOPiQ. 19 Şubat 2021.
- Gönültaş, B.**, 2021. Tedarik Zinciri Yasası'nda anlaştılar. <https://www.almanyabulteni.de/politika/tedarik-zinciri-yasasinda-anlastilar>. 14 Şubat 2021.

- Gray, E. R., Balmer, J. M.,** 1998. Managing Corporate Image and Corporate Reputation. *Long Range Planning*, 31(5):695-702.
- Green, P. E.,** 1993. Environmental TQM . *Quality Progress*, 26(5):78.
- Greenbusiness, C.,** 2015. Hangi şirket yeşil dağıtım için ne yaptı? 22(4):7-11.
- Guiraud, P.,** (2016). Göstergebilim. İmge Kitapevi, Ankara, 34s.
- Gürbüz, C., Karataş, Ö., Bekçi, İ.,** 2019. Dünya'da ve Türkiye'de karbon ticareti ve karbon muhasebesi uygulamaları üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(26):424-438.
- Haklik, J. E.** 2021. *ISO 14001 and sustainable development.* www.trst.com/sustainable.htm, 19 Şubat 2021.
- Hamilton, K.,** 2003. Accounting for sustainability, environment department the world bank.
- Han, A., Sanderland, J.,** 1993. In the green. *Harward International Review*, 15(4):30-34.
- Hard, L., Al, E.** 1997. Beyond greening: strategies for a sustainable world. *Harvard Business Review*, 75(1):70.
- İçöz, A., Kılınç, Y.,** 2016. Çevre maliyetleri muhasebesi ve raporlanması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46):1517- 1530.
- Institution for Global Environmental Strategies (IGES).** Kanawaga: CDM and JI in Charts, 2007.
- International Labour Organization ILO,** 2013. Sustainable development, decent work and green jobs. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_207370.pdf . 18 Temmuz 2020.
- Işık, N., Kılıç, E.,** 2014. Ulaştırma sektöründe co2 emisyonu ve enerji ar-ge harcamaları ilişkisi. *Sosyoekonomi Journal*, 22(22):320-346.
- Kahraman, A. C.,** 2017. Çevre yönetiminde sorumlulukların dağılımı ve ekonomik araçların önemi. *Şehir & Toplum*, 7:75-95.
- Kanat, Z., Keskin, A.,** 2018. Dünyada iklim değişikliği üzerine yapılan çalışmalar ve türkiye'de mevcut durum. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 67-78.
- Karabulut, E.,** 2004. İşletmelerde yeşil yönetim uygulamalarının işletme başarısına katkısını incelemeye yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 33(1):51-68.
- Karakuş, G., Erdirençelebi, M.,** 2018. İşletmelerin yeşil yönetim algılarının işletme performansı üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4):681-704.

- Karaman, Z. T.**, 1998. Çevre yönetimi ve politikası. 9 Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir 158s.
- Kaypak, Ş.**, 2011. Küreselleşme sürecinde sürdürülebilir bir kalkınma için sürdürülebilir bir çevre. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1:19-33.
- Kılıç, S.**, 2012. Sürdürülebilir kalkınma anlayışının ekonomik boyutuna ekolojik bir yaklaşım. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47:201-216.
- Koç Holding.** 2013. Koç topluluğu kurumsal sosyal sorumluluk raporu.
- Kovel, J.**, 2005. Doğanın Düşmanı (Çev.: Gürol Koca). Metis Yayınları, İstanbul, 59s.
- Kotler P., Kartajaya H., Setiawan, I.**, 2010. Pazarlama 3.0. Sippaş GYO Kitapları, 175s.
- Kumtepe, D.**, 2021. WİLO'ya Alman Sürdürülebilirlik Ödülü. <https://www.stendustri.com.tr/proses-otomasyonu/wiloya-alman-surdurulebilirlik-odulu-h110806.html>, 25 Şubat 2021.
- Kurtoğlu, R., Çay, M.**, 2013. Türk-Japon KOBİ'leri, küreselleşmesi ve yeni eğilimler. *İstanbul Aydın Üniversitesi*, 20,33-72.
- Lansiti, M., West, J.**, 1997. Büyük araştırmalar nasıl muhteşem ürünlere dönüştürülür? *Harvard Business Reiew, Power Özel Ek*, 16-28.
- Lawson, R.**, 2006. An overview of green economics. *International Journal of Green Economics*, 23-36.
- Lin, B., Li, X.**, 2011. The effect of carbon tax on per capita co2. *Energy Policy*, 39(9):5137-5146.
- Lockwood, C.**, 2008. Yeşil binalar inşa etmek, yeşil iş stratejisi (çev: Ahmet Karam),. *Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler*, Mess Yayımcılık, İstanbul 88s.
- Molly, C. S.**, 2009. Green economics: an introduction to theory, policyand. London: Earthscan.
- Morrow, D., Rondinelli, D.**, 2002. Adopting corporate environmental management systems motivations and results of ISO 14001 and EMAS certification, *European Management Journal*, 20(2):159-171.
- Nemli, E.**, 2000. Çevreye duyarlı işletmecilik ve Türk sanayiinde çevre yönetim sistemi. İstanbul Sanayi Odası, İstanbul
- Nemli, E.**, 2001. Çevreye duyarlı yönetim anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi No: 23-24*, 213.

- Oden, M.**, 2011. Green industry development targeting: what, where and how for local economic development planning. *ACSP 52. Annual Conference* (s. 77). Salt Lake: University of Utah.
- Oliveira, A. P.**, 2020. Korona salgını Almanya’da değişimi tetikledi. <https://www.dw.com/tr/korona-salg%C4%B1n%C4%B1-almanyada-de%C4%9Fi%C5%9Fimi-tetikledi/a-54534519>, 04 Mart 2021.
- Onur G., Karaca A.**, 2016. Alevilik inancında çevreci tüketim öğretileri ve alevi tüketicilerde çevreci tüketim eğilimi: Tunceli örneği. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8):40-62.
- Orth, M.**, 2019. İklimin korunmasında sekiz olgu ve üstesinden gelinmesi gereken bir zorluk. deutschland.de. <https://www.deutschland.de/tr/topic/cevre/almanyada-iklimin-korunmasi-dokuz-olgu>, 18 Eylül 2019.
- Ottman, J., Books, N.**, 1998. Green marketing: Opportunity for innovation. *The Journal Of Sustainable Product Design*, 60(7):136-667.
- Özel, H. A.**, 2012. Ekonomik büyümenin teorik temelleri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 63-72.
- Özel, S.**, 2000. Türkiye’de enflasyon, devalüasyon ve faiz . Alkım Yayınları, İstanbul, 91s.
- Özkol, A. E.**, 1998. Çevre muhasebesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1): 15-26.
- Özsoy, C. E.**, 2016. Yeşil işler ve istihdam olanakları üzerine bir tartışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1). 51-59.
- Palmer, A., Hartley, B.** 2006. The business environment. *New York: The McGraw-Hill Companies Inc.*
- Park, J.**, 1998. Ecological stewardship in japanese firms. *Corporate Environmental Strategy*, 5(3):33-39.
- Parsa, S., Parsa, A.**, 2012. Göstergebilim çözümlemeleri. Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, 18s.
- Pearce, D.**, 1998. Blueprint for a green economy. Earthscan Londra, 77s.
- Piper, J. M.**, 2002. CEA and sustainable development edidence from uk case studies. (s. 22,17-36.). *Environmental Impact Assessment Review*.
- Polonsky, M. J., Rosenberger, P.**, 2001. Reevaluating green marketing: A strategic approach. *Business Horizons*, 44(5):21-30.

- Poterba, J.**, 1993. Global warming policy: A public finance perspective. *Journal of Economic Perspectives*, 7(4):93.
- Reinhardt, F.**, 2008. Çevre sorununu somutlaştırmak, yeşil iş stratejisi (çev: Ahmet Kardam). *Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler* (s. 56). içinde İstanbul: Mess Yayıncılık.
- Renwick, D., Redman , W., Maguire , T.**, 2013. Stuart green human resource management: a review and research agenda. *Journal of Management Reviews*, 15(1):1-14.
- Reyhan, A. S., Duygu, E.**, 2015. Çevre politikalarında yeni bir yaklaşım:Yeşil işler ve yeşil istihdam. *Memleket Siyaset Yönetim (MSY)*, 10(23):21-39.
- Romer, P. M.**, 1986. Increasing returns and long-run growth . *The Journal of Political Economy* , 1002-1037.
- S. Turhan, Ataç, B., Önder , I., Ataç , E.**, 2004. Maliye politikası. Eskişehir Açıköğretim Fakültesi Yayınları Eskişehir, 38s.
- Safran, B.**, 2004. Ekolojik yönetim: İşletme yönetiminde çevre duyarlılığının geliştirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi*, Muğla Üniversitesi, Muğla, 63s.
- Selvakumar, M., Pandi, R., Sathyalakshmi, G.**, 2019. Identification of factors influencing consumers thoughts on green marketing practices: Application of factor. *Productivity*, 60(3):274-285.
- Seyidoğlu, H.**, 2006. İktisat biliminin temelleri. Güzem Can Yayınları, İstanbul, 21s.
- Shrivastava, P.**, 1995. Ecocentric management for a risk society. *Academy of Management Review*, 20,131.
- Sığircı, İ.**, 2016. Göstergebilim uygulamaları, metinleri, görselleri ve olayları okuma. Seçkin Yayıncılık, Ankara 47s.
- Sözer, B. Ö.**, 2019. İklim değişikliği şirketleri dönüştürecek. hurriyet.com.tr, 30 Nisan 2020.
- Spurgeon, R.**, 2000. Ekoloji. Ankara: Tübitak Popüler Bilim Kitapları, Çev. Deniz Yurtören.
- Starik, M., Rands, G.**, 1995. Weaving an integrated web: multilevel and multisystem perspectives of ecologically sustainable organizations . *Academy of Management Review*, 20(4):916.
- Stiglitz, J.**, 2016. The fall of street is to market fundamentalism what the fall of the Berlin wall was to communism. *Huffington Post*.
- Süklüm, N.**, 2019. Yeşil muhasebe farkındalığının sosyal sorumluluk çerçevesinde analizi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 84:95-112.

- Şahin, Ü.**, 2004. Bir truva atı olarak sürdürülebilir kalkınma. *Üç Ekoloji Dergisi*, 195-206.
- Şahin, Ü.**, 2018. Türkiye'de karbon kilitlenmesi düşük karbona geçişte Almanya ve Polonya ile karşılaştırmalı bir perspektif. İstanbul Politikalar Merkezi, İstanbul, 38s.
- Taner, A. C.**, 2021. İngiltere karbon yakalama ve hapsedme (CCS) teknolojileri uygulamaları ile karbondioksit emisyonlarının yeraltında depolanması projeler. *Fizik Mühendisleri Odası*, <https://www.fmo.org.tr/faydali-bilgiler/#>, 15 Ocak 2021.
- Teke, O.**, 2013. Türkiye'nin yeşil enerji ve teknoloji ar-ge kapasitesi. *Jeofizik Mühendisleri Odası*, 94-103.
- Topçu, E.**, 2021. Almanya böcekleri koruma yasası çıkarıyor. <https://www.dw.com/tr/almanya-b%C3%B6cekleri-koruma-yasas%C4%B1-%C3%A7%C4%B1kar%C4%B1yor/a-56546083>, 12 Şubat 2021.
- Topçu, E.**, 2021. Türkiye'yi de etkileyecek Tedarik Zinciri Yasası yolda. <https://www.dw.com/tr/t%C3%BCrkiyeyi-de-etkileyecek-tedarik-zinciri-yasas%C4%B1-yolda/a-56593688>, 12 Şubat 2021.
- Topçu, F. H.**, 2018. Düşük karbon ekonomisine geçme(me): İklim değişikliği ve enerji politikaları bağlamında bir bakış. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 115-154.
- Tunahan, H.**, 2010. Küresel iklim değişikliği azaltmanın bir yolu olarak karbon piyasaları. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 46:199-215.
- Turan, T.**, 2008. İktisadi büyüme teorisine giriş. Yalın Yayıncılık, İstanbul, 46s.
- Türe, C.**, 2021. Karbon borsası. <http://www.solar-academy.com/menus/Karbon-Borsasi-Cengiz-Ture.011800.pdf>, 17 Şubat 2021.
- Uçak, S., Villi, B.**, 2013. Eko-etkinlik kapsamında çevresel etki göstergeleri: OECD değerlendirmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1):397-408.
- UNEP**, 2011. Towards a green economy report: united nations environment programme.
- UNEP**, 2011. Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication. <http://www.unep.org/greeneconomy/portals/88/documents/ger/GreenEconomyReport.pdf>, 24.05.2020.
- UNEP**, 2008. Green jobs: Towards decent work in a sustainable, low-Carbon world- policy messages and main findings for decision makers. s. 3-301.
- URL-1**, 2020. İklim değişikliği kamu spotu yayınlandı. Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı: <https://iklim.csb.gov.tr/iklim-degisikligi-kamu-spotu-yayimlandi-haber-253467>, 13 Temmuz 2020.

- URL-2,** 2021. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı. Yeşil bilişim: <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/yesil-bilisim.pdf>, 18 Şubat 2021.
- URL-3,** 2020. <https://www.ilo.org/ankara/areas-of-work/green-jobs/lang--tr/index.htm>, 18 Aralık 2020.
- URL-4,** 2021. Türkiye atmosferi en çok kirleten 15. ülke oldu Türkiye atmosferi en çok kirleten 15. ülke oldu. <https://www.enerjigunlugu.net/turkiye-atmosferi-en-cok-kirleten-15-ulke-oldu-35196h.htm> , 20 Şubat 2020.
- URL-5,** 2021. Türkiye, Paris İklim Anlaşması'nı onaylasın #ParisiOnayla. change.org: https://www.change.org/p/tbmm-t%C3%BCrkiye-paris-anla%C5%9Fmas%C4%B1-n%C4%B1-onaylas%C4%B1?utm_source=share_petition&utm_medium=custom_url&recruited_by_id=88c403a0-76ce-11eb-8183-b3f0d6d0e454 , 07 Mart 2021.
- URL-6,** 2021. İşte Almanya. https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/files/2020-11/tatsachen_2018_tur-compressed.pdf , 18 Ocak 2021.
- URL-7,** 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167877/umfrage/co-emissionen-nach-laendern-je-einwohner/>: de.statista.com, 13 Temmuz 2020.
- URL-8,** 2020. Almanya'dan iklim değişikliği ile mücadeleye 100 milyar euro. tr.euronews.com: <https://tr.euronews.com/2019/09/20/almanyadan-iklim-degisikligi-ile-mucadeleye-100-milyar-euro>, 07 Kasım 2020.
- URL-9,** 2020. Nationale Klimaschutz Initiative. www.klimaschutz.de: <https://www.klimaschutz.de/>, 12 Temmuz 2020.
- URL-10,** 2020. <https://yesilekonomi.com/almanya-karbon-fiyatini-artirma-konusunda-uzlasti/>. <https://yesilekonomi.com/>, 25 Mayıs 2020.
- URL-11,** 2020. Almanya'nın iklim koruma paketi hazır. <https://www.dw.com/tr/almanyan%C4%B1n-iklim-koruma-paketi-haz%C4%B1r/a-50515500>, 19 Ekim 2020.
- URL-12,** 2020. Avrupa, su seviyeleri düşen nehirlerini kurtarmak için iklim verilerinden nasıl faydalanabilir? <https://tr.euronews.com/avrupa-su-seviyeleri-dusen-nehirlerini-kurtarmak-icin-iklim-verilerinden-nas-l-faydalanabir>, 19 Ağustos 2020.
- URL-13,** 2021. Yeşil profilli yüksekokullar. <https://www.deutschland.de/tr/topic/bilim/surdurulebilirlik-ve-yuksekokullar-uc-ornek>, 1 Mart 2021.
- URL-14,** 2020. <https://www.kureselamaclar.org/harekete-gec/>. <https://www.kureselamaclar.org/>: <https://www.kureselamaclar.org/>, 13 Temmuz 2020.

- URL-16,** 2019. <https://www.mgm.gov.tr/genel/meteorolojiyegir.aspx?s=19>, 29 Aralık 2019.
- URL-17,** 2020. Federal Ministry of the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety. https://en.wikipedia.org/wiki/Federal_Ministry_of_the_Environment,_Nature_Conservation_and_Nuclear_Safety, 18 Ekim 2020.
- URL-18,** 2020. <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/tr/kategoriler/cevre-iklim/iklim-politikasinda-oncu>, 28 Aralık 2020.
- URL-19,** 2021. Düşük karbon ekonomisi: Enerji verimliliği ve yenilenebilir kaynaklar enerji politikalarına ilişkin riskleri nasıl azaltabilir? https://www.wwf.org.tr/basin_bultenleri/raporlar/?7160/dusuk-karbon-ekonomisi#, 15 Şubat 2021.
- URL-20,** 2020. İklim Değişikliğiyle Mücadelenin Önemi. [www.mfa.gov.tr: http://www.mfa.gov.tr/iklim-degisikligiyle-mucadelenin-onemi.tr.mfa](http://www.mfa.gov.tr/iklim-degisikligiyle-mucadelenin-onemi.tr.mfa), 11 Temmuz 2020.
- URL-21,** 2021. The peoples' climate vote | UNDP <https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/climate-and-disaster-resilience-/The-Peoples-Climate-Vote-Results.html>, 01 Ocak 2021.
- URL-22,** 2020. İklim haber. <https://www.iklimhaber.org/bm-iklim-eylemi-zirvesinden-onemli-taahhutler/>, 08 Temmuz 2020.
- URL-23,** 2020. [csb.gov.tr. Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik bakanlığı: https://iklim.csb.gov.tr/tamamlanan-projeler-i-4371](https://iklim.csb.gov.tr/tamamlanan-projeler-i-4371), 09 Temmuz 2020.
- URL-24,** 2021. İklim değişikliği uyum stratejisi. [https://webdosya.csb.gov.tr.db/destek/editordosya/Iklim_Degisikligi_Uyum_Strateji_isi_ve_Eylem_Plani.pdf](https://webdosya.csb.gov.tr/db/destek/editordosya/Iklim_Degisikligi_Uyum_Strateji_isi_ve_Eylem_Plani.pdf). 08 Mart 2021.
- URL-25,** 2021. <https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/seragazi-emisyonlari-i-85722>. 19 Şubat 2021.
- URL-26,** 2021. Genel sekreter. <https://media.ifrc.org/ifrc/who-we-are/leadership/secretary-general/>, 13 Şubat 2021.
- Uslu, Y. D., Kedikli, E.,** 2017. Sürdürülebilirlik kapsamının yeşil insan kaynakları yönetimine bir bakış. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 52(3):66-81.
- Uysal, Ö.,** 2013. Sürdürülebilir Büyüme Kavramının Çevre ve Ekonomik Boyutlarının Ayırıştırılması. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 111-118.
- Wilks, J.,** 2021. Euronews'un konuğu Bill Gates: Dünya, 2050'ye kadar sıfır emisyon hedefine ulaşabilir. Euronews: <https://tr.euronews.com/euronews-un-konugu-bill-gates-dunya-2050-ye-kadar-s-f-r-emisyon-hedefine-ulasabilir>, 17 Şubat 2021.

- WorldAtlas**, 2021. Environmen: Top 15 countries using renewable energy. <https://www.worldatlas.com/articles/top-15-countries-using-renewable-energy.html>, 19 Şubat 2021.
- Yalçın, Z. A.**, 2016. Sürdürülebilir kalkınma için yeşil ekonomi düşüncesi ve mali politikalar. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 749-775.
- Yavuz, A. V.**, 2010. Sürdürülebilirlik kavramı ve işletmeler açısından sürdürülebilir üretim stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 7(14):63-86.
- Yaylagül, L.**, 2017. Kitle iletişim kuramları, egemen ve eleştirel yaklaşımlar. Dipnot Yayınları, Ankara, 29s.
- Yıldırım, E., Türkmen, M.**, 2015. Çevre duyarlılığı ve gelirin yeşil ürün satın alma duyarlılığı üzerindeki etkisi. 20. *Ulusal Pazarlama Kongresi*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 10-13 Haziran, s. 387-397.
- Yıldırım, F.**, 2021. İşletme nedir? [fazliyildirim.com: http://fazliyildirim.com/pdf/theory_isl1.pdf](http://fazliyildirim.com/pdf/theory_isl1.pdf), 18 Şubat 2021.
- Yıldız, S.**, 2017. Sürdürülebilir kalkınma için karbon vergisi. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 10(3):367-384.
- Yılmaz, V.**, 2017. Türkiye'nin yeşil büyüme uygulamalarının etkinliği. *Akademik Sosyal Bilimler Dergisi*, 57(57):277-295.
- Yoluk, Ö.**, 2021. Yeşil pazarlama (green marketing) nedir? [omeryoluk.com: https://omeryoluk.com/yesil-pazarlama-nedir/](https://omeryoluk.com/yesil-pazarlama-nedir/), 19 Şubat 2021.
- Zoray, F., Pır, A.**, 2007. Küresel ısınma problemi: sebepleri, sonuçları, çözüm yolları. Yıldız Teknik Üniversitesi Çevre Mühendisliği Bölümü Yayınları, İstanbul, 14s.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Dilara GEÇGEL

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim ve Mesleki Geçmiş:

- 2013-2017, Adnan Menderes Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü
- 2019-...., Munzur Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı