



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Ana Bilim Dalı

**KENTSELVE KIRSAL MEKANLARDA İSRAF OLGUSU ÜZERİNE
NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

Aleyna YÜKSEL

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2024

KENTSEL VE KIRSAL MEKANLARDA İSRAF OLGUSU ÜZERİNE NİTEL BİR
ARAŞTIRMA

Aleyna YÜKSEL

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2024

KABUL VE ONAY

Aleyna YÜKSEL tarafından hazırlanan “Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsrar Olgusu Üzerine Nitel Bir Araştırma” başlıklı bu çalışma, 02.12.2024 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.


Prof. Dr. Abdullah KORKMAZ (Başkan)


Prof. Dr. Tağça POYRAZ (Danışman)


Doç. Dr. Sevgi ÇOBAN (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof.Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü/ Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

03.12.2024

Aleyna YÜKSEL

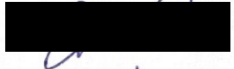
1-“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metodların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokollü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

*Tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Prof. Dr. Tuğça POYRAZ** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.


Arş. Gör. Aleyna YÜKSEL

TEŞEKKÜR

Öncelikle, tez çalışmamın başından itibaren ilgiyle, sabırla ve büyük bir titizlikle çalışmamın tüm aşamalarında desteğini hiç esirgemeyen ve akademik anlamda başarılı bir tez çalışma süreci geçirmemi sağlayarak bana katkılarını sunan çok değerli hocam, tez danışmanım Prof. Dr. Tuğça POYRAZ’a teşekkür ederim.

Görev yapmakta olduğum İnönü Üniversitesi Sosyoloji Bölümü’nde benden desteğini esirgemeyen ve tez çalışma sürecim boyunca sağlıklı bir çalışma ortamı sunan jüri üyesi hocam Prof. Dr. Abdullah KORKMAZ’a ve eleştirileri, önerileri, değerli katkılarıyla çalışmama yön veren jüri üyesi hocam Doç. Dr. Sevgi ÇOBAN’a teşekkür ederim.

Ayrıca, tezimin hazırlanması sürecinde göstermiş olduğu ilgi ve değerli katkılarından dolayı Prof. Dr. Ersan ERSOY hocama içten teşekkürlerimi sunarım.

Bugüne kadar aldığım eğitim sürecinde bilgi ve deneyimleriyle bana rehberlik eden, akademik gelişimimde katkıları bulunan ve bu aşamaya gelmemde emeği geçen Hacettepe Üniversitesi’ndeki değerli tüm hocalarıma şükranlarımı iletmek isterim.

Araştırma sürecimde bana zaman ayıran katılımcılarıma ve veri toplama sürecinde bana her türlü desteği sağlayan Ayten ÖZDEMİR’e çok teşekkür ederim.

Sadece tez çalışma sürecim boyunca değil üniversite hayatım ve sonrasındaki kariyer sürecimde her zaman yanımda olan, tüm çalışmalarımda metinlerimi sıkılmadan, ilgiyle okuyup, düzeltip, bana eleştiriler sunan Yiğitcan KAMA’ya bana olan sabrı ve sonsuz sevgisi için teşekkür ederim.

Tez sürecimde karşılaştığım zorluklarda ve moralimin bozulduğu anlarda beni asla yalnız bırakmayarak yanımda olan, her zaman sevgileri ve destekleriyle motive olmamı sağlayan, ayrıca varlıklarıyla güç veren canım ablam Şeyma YÜKSEL’e ve sevgili kardeşim Büşra YÜKSEL’e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, bu süreçte her zaman akademik anlamda başarılarımı destekleyen, fedakarlıkları, sabırları ve bana olan inançlarıyla bugünlere gelmemi sağlayan sevgili annem Nebiye YÜKSEL’e ve babam Suat YÜKSEL’e, bu tez vesilesiyle sonsuz teşekkürlerimi sunar, çalışmamı minnettarlığımın bir ifadesi olarak ithaf ederim.

ÖZET

YÜKSEL, Aleyna. *Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsrâf Olgusu Üzerine Nitel Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2024.

Küreselleşmeyle birlikte tüketim anlayışı, ihtiyaçların karşılanması anlamı dışına çıkarak aşırı tüketimi ve beraberinde israf olgusunu doğurmuş, beşerî ve doğal kaynakları tüketmeye, sosyal ve ekonomik anlamda hem bireysel hem de toplumsal açıdan bazı problemlere yol açmıştır. Böylelikle başta gıda olmak üzere; giyim, dijital, enerji ve su gibi israf türleri günümüzde çeşitlenerek artmıştır. Nitekim israf hem kırsal hem de kentsel mekanlar için önemli bir gelecek sorunu haline gelmiştir. Bu kapsamda araştırma, israf olgusunun kentsel ve kırsal mekanlardaki durumunu anlamak ve karşılaştırabilmek adına; “*gıda, enerji ve su, giyim, dijital (e-israf)*” israf türlerinin iki mekânda nasıl anlamlandırıldığını ve nasıl gerçekleştiğini araştırmayı kendisine konu etmiştir. Ayrıca israfın önlenmesi adına kentsel ve kırsal mekanlardaki bireylerin tasarruf ve birikim davranışlarını nasıl gerçekleştirdikleri, geri dönüşüm konusunda bireylerin ne düşündükleri, hangi davranışlar ve faaliyetlerde bulundukları onların deneyimlerinden anlaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma Ankara’da Çankaya ilçesi ve Kastamonu’da Seydiler ilçesine bağlı Emreler Köyü ve Demirciözü Mahallesi’ne bağlı Terzi ve Hatip Köyleri olarak belirlenen kentsel ve kırsal mekanlarda gerçekleştirilmiştir. Kentsel mekân olarak Ankara’nın Çankaya ilçesinin tercih edilmesinde büyükşehir olmasının yanı sıra, nüfusu fazla ve kentsel ilişkilerin daha yoğun gerçekleştiği mekân olması etkili olurken, Terzi Köyü, Hatip Köyü ve Emreler Köyü’nün seçilmesinde ise tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin yürütüldüğü ve kırsal ilişkilerin yoğun gözlemlendiği bir yer olması etkili olmuştur. Bu kapsamda yorumsamacı paradigma ile nitel araştırma yöntemine dayalı fenomenolojik araştırma deseninin kullanıldığı çalışmada kentte 16 ve kırsalda 14 katılımcı olmak üzere toplamda 30 kişi ile derinlemesine görüşmelere ek olarak katımlı gözlemler yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, kentsel ve kırsal mekanların kendine has özelliklerine bağlı olarak bireylerin israfa ve çeşitlerine yönelik bakış açıları, uygulamaları, aldıkları önlemlere ilişkin tasarruf, birikim ve geri dönüşüm faaliyetlerini anlamaya yönelik sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler

İsrâf, Tüketim, İsrâf Türleri, Kır-Kent, Tasarruf ve Birikim, Geri Dönüşüm

ABSTRACT

YÜKSEL, Aleyna. *Qualitative Research on the Phenomenon of Wastage in Urban and Rural Areas*, Master of Science Thesis, Ankara, 2024.

With globalization, the understanding of consumption has gone beyond the meaning of meeting needs and has given rise to excessive consumption and the phenomenon of waste, leading to the consumption of human and natural resources and causing some problems both individually and socially in social and economic terms. Thus, the types of waste, especially food, clothing, digital, energy, and water, have diversified and increased today. Waste has become an important future problem for both rural and urban spaces. In this context, to understand and compare the situation of wastage in rural and urban spaces; the research has made it its subject to investigate how “food, energy and water, clothing, digital (e-waste)” waste types are made sense of and how they are realized in the two spaces. In addition, to prevent waste, it was tried to understand how individuals in rural and urban areas perform saving and accumulation behaviors, what individuals think about recycling, and what behaviors and activities they engage in. The research was carried out in urban and rural areas determined as Cankaya district in Ankara, Emreler Village of Seydiler district in Kastamonu and Terzi and Hatip Villages of Demirciozu Neighborhood. While the preference of the Cankaya district of Ankara as the urban area was affected by the fact that it is a metropolitan city, has a large population, and where urban relations are more intense, the selection of Terzi Village, Hatip Village and Emreler Village was effective because it is a place where agricultural and animal husbandry activities are carried out and rural relations are observed intensively. In this context, in the study where phenomenological research design based on interpretative paradigm and qualitative research method was used, in-depth interviews were conducted with 16 participants in the city and 14 participants in the rural area, in addition to participatory observations, a total of 30 people were made. As a result of the research, results were reached to understand the perspectives of individuals towards waste and its types, their practices, and the measures they took regarding savings, accumulation and recycling activities depending on the unique characteristics of urban and rural areas.

Keywords

Wastage, Consumption, Types of Waste, Rural-Urban, Saving and Accumulation, Recycling

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
FOTOĞRAFLAR DİZİNİ	xiii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
GİRİŞ.....	1
1.BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ.....	5
1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE ÖNEMİ.....	5
1.1.1. Araştırmanın Konusu.....	5
1.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	7
1.1.3. Araştırmanın Problem Cümleleri.....	8
1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	9
1.2.1. Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Veri Toplama Teknikleri.....	10
1.2.2. Araştırmanın Veri Değerlendirme Süreci.....	12
1.3. SAHA VE KATILIMCILAR	16
1.3.1. Köy Sahasının Tanıtımı.....	17
1.3.2. Katılımcıların Belirlenmesi ve Sosyo-Demografik Durumları.....	19
1.4. ARAŞTIRMANIN AVANTAJLARI VE SINIRLILIKLARI.....	22
1.5. LİTERATÜR TANITIMI.....	24
1.5.1. İsrafa İlişkin Çalışmalar.....	24
1.5.2. İsrafa ve Aşırı Tüketime İlişkin Yeni Akım Çalışmalar.....	29

1.5.3. İsrafın Sosyolojik Boyutu.....	30
2.BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	33
2.1. TÜKETİM.....	33
2.1.1. Tüketim ve Kültür.....	34
2.1.2. Tüketim Toplumu.....	37
2.1.3. Tüketim Biçimleri.....	39
2.2. İSRAF.....	43
2.2.1. İsraf Türleri.....	45
2.2.1.1 Gıda İsrafi.....	45
2.2.1.2. Giyim İsrafi.....	46
2.2.1.3. Dijital İsrif (E- İsrif).....	47
2.2.1.4. Enerji İsrafi.....	48
2.2.1.5. Su İsrafi.....	51
2.3 KENTSEL VE KIRSAL MEKÂN TANIMLAMASI.....	54
2.3.1 Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Tüketim Harcamaları.....	58
2.4. GERİ DÖNÜŞÜM.....	62
2.5. TASARRUF VE BİRİKİM.....	65
3.BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ.....	69
3.1. İSLAMİYET VE KAPİTALİZM İLİŞKİSİNDE “TÜKETİM AHLAKI.....	69
3.2. TÜKETİM KURAMLARI AÇISINDAN İSRAF OLGUSUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	73
4.BÖLÜM: OSMANLI'DAN GÜNÜMÜZ TÜRKİYE'SİNE: TÜKETİM, İSRAF VE TASARRUF.....	82
4.1. OSMANLI İMPARATORLUĞU DÖNEMİNDE TÜKETİM.....	82
4.2. CUMHURİYET'İN KURULUŞU VE SONRASI: YOKSULLUKTAN TÜKETİM TOPLUMUNA GEÇİŞ.....	87
4.3. 1980 TÜRKİYE'Sİ VE GÜNÜMÜZ: TÜKETİM TOPLUMUNUN YÜKSELİŞİ VE İSRAF.....	89
5. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	93
5.1. KENTSEL VE KIRSAL MEKÂNLARDA İSRAF.....	93

5.1.1. Gıda İsrafi.....	101
5.1.1.1. Gıda Tedarik Süreci.....	106
5.1.1.2. Gıda Tüketim Biçimleri.....	111
5.1.1.3. Gıda İsrafına Karşı Önlemler.....	114
5.1.1.4. Mekânsal Gıda İsrafi Algısı.....	117
5.1.2. Giyim İsrafi.....	120
5.1.2.1. Giyim Tedarik Süreci.....	122
5.1.2.2. Giyim Tüketim Biçimleri.....	126
5.1.2.3. Giyim İsrafına Karşı Önlemler.....	130
5.1.2.4. Mekânsal Giyim İsrafi Algısı: “ <i>Kasabada Millet Ne Der, Köyde Ne Bulursan Giyersin!</i> ”	136
5.1.3. Dijital İsfraf.....	141
5.1.3.1. Dijital Ürün Tedarik Süreci.....	144
5.1.3.2. Dijital Ürünlerde Tüketim Şekli.....	147
5.1.3.3. Dijital Kullanım Düzeyi: <i>Uzun Zamanlarımız Çöpe Gidiyor!</i>	149
5.1.3.4. Dijital İsrafa Karşı Önlemler.....	151
5.1.3.5. Mekansal Dijital İsfraf Algısı: “ <i>Bu Da Bir Savaş Bu Da Bir İsfraf</i> ”	157
5.1.4. Su İsrafi.....	161
5.1.4.1. Su Tüketimi ve Tedbirler: “ <i>Hiç Bitmeyecekmiş Gibi Düşünüyorum</i> ”	162
5.1.4.2. Su İsrafına Bakış: “ <i>Sona Geldik!</i> ”	173
5.1.4.3. Mekânsal Su İsrafi Algısı.....	178
5.1.5. Enerji İsrafi.....	181
5.1.5.1. Enerji Tüketimi.....	181
5.1.5.2. Enerji İsrafına Karşı Önlemler.....	184
5.1.5.3. Mekansal Enerji İsrafi Algısı: “ <i>Köydeki Gün Işığından Yararlanır Kentteki Elektrikten</i> ”	189
5.2. TASARRUF VE BİRİKİM.....	191
5.2.1. Tasarruf Davranışları.....	192
5.2.1.1. Alışkanlıklar.....	193

5.2.1.2. Farkındalık.....	194
5.2.1.3. Mekânsal Farklılık: “Köydekiler Sanki Hep Tasarruf Modunda Gibiler”	195
5.2.2. Birikim Yöntemi Tercihleri.....	200
5.2.2.1. Risksiz Yatırımlar.....	202
5.2.3.3. Mal Mülk Sahipliği.....	206
5.2.3. Birikim Yapma Nedenleri.....	207
5.2.3.1. Güvence Sağlamak.....	207
5.2.3.2. Hayalleri Gerçekleştirmek.....	209
5.2.4. Birikimde Mekânsal Farklılık: “Köyde Adam Kazanıyor, Kasabada Elin Cebine!”	209
5.3. GERİ DÖNÜŞÜM.....	215
5.3.1. Tanımlamalar: “Tekrardan hayata döndürmek gibi”	215
5.3.2. Uygulamalar: “Bizim Çöpe Attığımız Bir Sobadaki Küldür”den “Hepsi Çöpe Gidiyor”a.....	219
5.3.2.1. Yakarak Yok Etmek.....	219
5.3.2.2. Tekrar Kullanım.....	221
5.3.2.3. Atık Ayırma.....	222
5.3.2.4. Tek Poşetten Çöpe.....	223
5.3.3. Öneriler.....	224
5.3.3.1. Geri Dönüştürülebilir Üretim.....	225
5.3.3.2. Teşvik Edici Projeler.....	225
SONUÇ	227
KAYNAKÇA.....	236
EK 1. ORJİNALLİK RAPORU.....	248
EK 2. ETİK KURUL İZNİ.....	250
EK 3. GÖRÜŞME SORULARI.....	251
EK 4. SAHA FOTOĞRAFLAR.....	266

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Kırsal Mekân Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....	20
Tablo 2. Kentsel Mekân Katılımcılarının Sosyo-Demografik Özellikleri.....	21
Tablo 3. Türkiye’de Yıllık Enerji Tüketim Miktarları ve Artış Oranları.....	50
Tablo 4. Türkiye’de Kentsel ve Kırsal Bölgelerde Hanehalkı Başına Aylık Ortalama Tüketim Harcaması.....	60
Tablo 5. Türkiye Geneline Hanehalklarının Tüketim Harcama Alanları.....	60
Tablo 6. Kınalızâde Ali’nin Ahlak Anlayışı.....	71
Tablo 7. Tüketimde Aşırılık, Azlık ve Orta Yol.....	72
Tablo 8. Geleneksel ve Modern Hedonizm Karşılaştırması.....	74
Tablo 9. Aile Üyelerinde İsrâf Davranışı Sergilediği Düşünülenler.....	96
Tablo 10. Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Veri İsrâfindan Kaçınma Durumları.....	154

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.Araştırmanın Kod Şeması.....	15
Şekil 2.Türkiye’ de 2020-22 Yıllarında Belediye Atık Yönetimi Grafikleri.....	64
Şekil 3.Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsrar Teması, Kategori ve Alt Kategori Şeması.....	93
Şekil 4.Kentte İsrara İlişkin Tanımlamalar.....	94
Şekil 5. Kırsalda İsrara İlişkin Tanımlamalar.....	95
Şekil 6. Kentte Gıda Tüketimine İlişkin Tanımlamalar.....	102
Şekil 7. Kırsalda Gıda Tüketimine İlişkin Tanımlamalar.....	104
Şekil 8.Mekânsal Gıda İsrarı Algısı.....	117
Şekil 9.Kentte ve Kırsalda Giyime Verilen Önem.....	121
Şekil 10.Mekânsal Giyim İsrarı Algısı.....	136
Şekil 11.Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Dijital Ürönlere Verilen Önem.....	141
Şekil 12.Mekânsal Dijital İsrar Algısı.....	158
Şekil 13.Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İçme Suyu Karşılama Biçimleri.....	161
Şekil 14.Mekânsal Su İsrarı Algısı.....	178
Şekil 15.Mekânsal Enerji İsrarı Algısı.....	189
Şekil 16.Tasarruf ve Birikim Teması, Kategori ve Alt Kategori Şeması.....	192
Şekil 17.Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Yatırım Aracı Tercihleri.....	201
Şekil 18.Geri Dönüşüm Tema, Kategori ve Alt Kategori Şeması.....	215
Şekil 19.Geri Dönüşüme İlişkin Tanımsal Kavramlar.....	216

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

Fotoğraf 1. Kullanılmış Giysi-Ayakkabı Kumbarası.....	135
Fotoğraf 2. Köy Çeşmesi ve Halıların Yıkandığı Meydan.....	166
Fotoğraf 3. Kapalı Kanal Sulama Sistemi.....	173
Fotoğraf 4. Kartın Okutulduğu Sayaç.....	173
Fotoğraf 5. Dere Kenarında Yakılan Çöplerin Atıkları.....	220



KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
akt.	Aktaran
ASKİ	Ankara Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü
Bkz.	Bakınız
BM	Birleşmiş Milletler
DP	Demokrat Parti
EMO	Enerji Mühendisleri Odası
EPDK	Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
İSKİ	İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü
İZSU	İzmir Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
TDK	Türk Dil Kurumu
TEİAŞ	Türkiye Elektrik İletim Anonim Şirketi
TİSVA	Türkiye İsrafi Önleme Vakfı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

İsraf olgusu literatürde her ne kadar dini açıdan ele alınıp değerlendirilse de olgunun sosyolojik boyutu göz ardı edilemez duruma gelmiştir. Özellikle tüketim toplumu gerçek olmayan ihtiyaçlar üzerinden bireyleri sürekli tüketmeye yönelterek israfı doğurmuştur. Burada Jean Baudrillard (2013, s.72)'ın Knight'ın sözünden aktardığı *“İhtiyaçlar, ekonomi biliminin ilgilendiği tüm bilinmeyenler arasında en inatçı bilinmeyendir”* ifadesi bireylerin gerçek ihtiyaçlarının iktisat alanında dahi tam olarak bilinmediğinin ve dolayısıyla tükettikleri nesnelerin ne amaçla ve niçin satın alındığı bilinmezliğinin en büyük sorunlardan birini teşkil ettiğini gözler önüne sermektedir. Burada ihtiyacın tam olarak ne olduğu ve nasıl tanımlandığı soruları önemlidir. Nitekim bu soruyu, Baudrillard gibi, Werner Sombart (2013, s.117) da lüks tüketim kavramı üzerinden sormuştur. İhtiyaç, tüketim toplumlarında temelde sosyo-kültürel bir inşadır. Tüketim toplumu, bireyleri bir tüketim nesnesine gerçekten ihtiyacı olduğuna ikna ederek sahte ihtiyaç yaratır ve böylece gereksiz aşırı tüketimin ateşini fitiller. Böylece tüketim toplumlarının sonucu olarak israf toplumları doğar. Modernleşme, küreselleşme, tüketimin kitleselleşmesi ve anlamının değişmesi ile birlikte kentsel mekanlar tüketim mekanlarının merkezi konumuna gelmiş, üretimin odak noktası kırsal mekanlar bile bundan nasibini almıştır. Tüketim toplumunun ve kapitalist sistemin desteklediği serbest piyasa anlayışının yarattığı bu yeni dönem ile mekânsal sınırlılıklar kolay aşılıp, tüketim “akışkan” bir hal almış ve toplumun en ücra noktalarında yaşayan bireylere ulaşılması amaçlanarak Manuel Castells'in “ağ toplumu” kavramı gibi her alana yayılmıştır. Böylece mekân/zaman kavramlarının anlamı değişmiş, sınırlar yeni enformasyon çağı ile ortadan kalkmıştır.

Modern dönemin bir parçası olarak kentsel mekanlar, kentli yaşam kültürü, ekonomik ve sosyal refah edinimi ve üretimden ziyade tüketimin gerçekleşmesi istenilen alanlar olarak karakterize edilerek kırsal mekanlardan ayırmıştır. Ancak postmodern dönemin tüketim anlayışı ve tarzları ile mekânsal sınırlar ortadan kalkarak hedonik, sembolik, gösterişçi veya moda yönelimli tüketim tarzını yaratmıştır. Böylece mekânsal sınırlılıkların ötesinde ihtiyaç dışı tüketim gerçekleştirilerek geleneksel dönemin tüketim anlayışı ve biçimleri eski önemini yitirmiş, aşırı ve gereksiz tüketim tetiklenmiş ve israfı her alanda yaygınlaştırmıştır. Bu anlamda tüketim başta gıda olmak üzere giyim, dijital, su ve enerji gibi alanlarda artmış ve bu alanlar aynı zamanda israf çeşitlerini oluşturmuştur. Başta gıda israfı olmak üzere kullan-at tüketiminin giyim, moda ve tekstil alanında yaygınlaşması, dijital ürünlerin teknolojik özelliklere bakılmaksızın statü ve prestij edinim amaçlı satın alınması, veri çağının getirdiği dijitalleşmenin veri israfını arttırması, su kıtlığı ve iklim krizi ile mücadele noktasında su kullanımlarına yeterli özenin gösterilmemesi, enerji krizinin son

dönemde gündeme gelmesi ile hane ve çevresel enerji kullanımında bilinçsiz davranılması gibi israf davranışı çeşitlenerek artmıştır. Artan israf, tüketim toplumlarının yarattığı olumsuz bir sonuç olarak değerlendirilmelidir. Bu noktada sorgulanması gereken üretim odaklı toplum yapısından tüketim toplumuna geçişin nedenleri ve bu süreçte hangi eylemlerin israf olgusunu doğurduğu olmalıdır.

Nitekim Türkiye'nin tüketim toplumu sürecine girmesi de çok eski değildir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde benimsenen İslami iktisatın “kanaatkâr” tutumu, Cumhuriyet'in kuruluşunun ilk yıllarında yaşanan yoksulluk nedeniyle “eldekilerle yetinebilme” anlayışı Türkiye'nin tüketim toplumuna geçmesinde engeller oluşturmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun ilk yıllarında inkılaplarla toplumsal düzen sağlanmaya çalışılmıştır. Osmanlı Devleti'nin geleneksel anlayışı terk edilmeye çalışılarak Batılı anlamda ilerlemeler hedeflenmiştir. Batılı kültürel unsurlar halka benimsetilmeye çalışılmış ve bir entegrasyon süreci içerisine girilmiştir. Ancak bu çaba savaştan yeni çıkmış bir devlet için siyasi ve ekonomik kısıtlılıklar neticesi ile istenilen sonuçları vermemiştir. 1950 ve sonrası döneme kadar da Türkiye'nin tüketim toplumuna geçişi sağlanmamıştır. 1950'de Demokrat Parti'nin (DP) iktidara gelmesi ile devlet yönetimi anlayışı değişmiştir. Bu süreçte Türkiye'de endüstrileşme artmış, kırdan kente göçler gerçekleşmiş ve iktidar partisinin “Amerikan hayranlığı” anlayışıyla ülkede tüketim kültüründe önemli değişimler yaşanmıştır. Bu dönemde ülke piyasasına tüketilmek üzere çeşitli ürünler getirilmiştir. İhracat oranlarındaki düşüş ile çeşitli tüketim mekanlarının ilk defa ülkede görülmesi halkı daha çok tüketime sevk etmiştir. 1980 ve sonrası dönemde Türkiye serbest ekonomi modeline geçerek tüketim toplumu yapısını güçlendirmiştir. Coğrafi konumunun önemi neticesinde diğer ülkeler için “pazar” halini alan Türkiye, ihracat payını düşürmüş, tarım alanında üretimi azalmış ve hizmet sektörünü geliştirmiştir. Bu gelişmeler kırsal bölgelerdeki nüfusu giderek azaltmış, üretim odaklı bir toplum yapısından tüketim odaklı bir toplum yapısına dönüşümü körüklemiştir. Kırsal nüfusun kentin çekici özelliklerine kapılarak bulundukları bölgeleri terk etmeleri kentlerin tüketim mekanlarının merkezi olmasına neden olmuştur. Böylece 1990'larda tüketim bireysel forma dönüşmüştür. Günümüz Türkiye'sinde ise tüketim toplumu oluşum sürecini farklı bir evreye taşımıştır. Bu süreçte tüketim mekanlarına ve ürünlerine herkesin kolaylıkla ulaşabilmesi, reklam sektörünün gelişimi, kırsal nüfusun neredeyse kaybolması, yerli üretim politikaları yerine kamu mallarının özelleştirilerek yabancı özel kuruluşlara devredilmesi, bankacılık sisteminin gelişmesi ile kredi kartları kullanım oranlarının artması gibi çeşitli etkenler tüketimi tetiklemiştir. Özellikle medyada, pazarlama stratejileri ve reklam iş birlikleri ile “sahte ihtiyaçlar” yaratılarak “ihtiyaç” kavramı gerçek anlamını kaybetmiştir. “Sürdürülebilir tüketim” yerine, “sürekli tüketim” anlayışı yerleşmiş ve israf

kavramı hiç olmadığı kadar gündemde kendine yer edinmiştir. Bu durum sadece ulusal değil, uluslararası boyutta önemli bir sorun haline dönüşmüştür. Politikacıların söylemlerinde daha fazla yer edinmeye başlayan israf, toplumların refahı ve sürdürülebilir bir yaşam için vurgulanmaya başlamıştır. Örneğin; 2019 yılında Birleşmiş Milletler (BM) tarafından “Uluslararası Gıda Kaybı ve İsrafi Farkındalık Günü” ilan edilerek gıda israfını önlemek ve farkındalık yaratılmak istenmiştir. Yine “31 Ekim Dünya Tasarruf Günü” bireylerin su, enerji, gıda gibi çeşitli alanlarda israftan kaçınmaları gerektiğini vurgulayarak sürdürülebilir bir yaşam için tasarruf alışkanlığının benimsenmesi sağlanılmaya çalışılmıştır. Her ne kadar israf sosyal, ekonomik ve çevresel sorunları meydana getirse de bu durumun önlenebilirliği için özellikle son dönemde dünyada ve Türkiye’de tasarruf ve tedbir politikaları oluşturulmuş, israfın önüne geçilmesinde bazı önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. Bu hususta israf hem dünya için hem de Türkiye için merkezi önem haline gelen bir mesele olmuştur. İsrafın ülkeler için oluşturduğu ekonomik kayıplar, yarattığı sosyal eşitsizlikler, gıda kaybı, tarım ve ziraat faaliyetlerinin durma noktasına gelmesi, ülke kalkınma ve refahında gecikmeler yaşanması diğer çevresel tahribat etkilerinden daha öncel gelmesi sebebiyle son dönemde daha fazla dikkate alınmaya başlanmıştır. Bir taraftan da aşırı ve sürekli tüketimin durdurulamaz hale gelmesi ile oluşan atık yığınının geri dönüşüm ve kazanım faaliyetleri ile engellenmeye çalışılması yönünde adımlar atılmıştır. Bu hususta hem yerel belediyelerin gerçekleştirdiği hem de ulusal/uluslararası projelerle birlikte Türkiye’de geri dönüşüm ve kazanım noktasında oluşan atıklardan ekonomik kazanç sağlayabilmek ve çevreye karşı duyarlı olabilmek daha önemli hale gelmiştir.

Araştırma kapsamında ise tüm bu güncel sosyolojik meseleler göz önünde bulundurularak kentsel ve kırsal mekanlarda yaşayan bireylerin israfı nasıl tanımladığı ve algıladığı; gıda, giyim, dijital, su ve enerji israfı çeşitlerinde hangi uygulama ve faaliyetlerde bulundukları; israfı önleme noktasında tasarruf ve birikim durumlarını anlamaya çalışırken ayrıca israfın ortaya çıkardığı atıkların geri dönüşümü noktasında bireylerin hangi faaliyetlerde bulunduklarını kendisine konu edinmiştir. Araştırmada mekanların karşılaştırılması tüketimin merkezi olarak tanımlanan kentlerde ve üretimin ön planda olduğu, geleneksel tüketim kalıplarının yer aldığı kırsal mekanlarda israfın farklılık gösterip göstermediği üzerine tasarlanmıştır. Bu tasarımın metodolojisi yorumsamacı paradigma ile nitel araştırma yöntemine dayalı fenomenolojik araştırma deseni uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kentsel mekân olarak Ankara ilinin Çankaya ilçesi, kırsal mekân olarak ise Kastamonu’nun Emreler Köyü ve Demirciözü Mahallesi’ne bağlı Terzi ve Hatip Köyleri seçilmiştir. Kentte 16 katılımcı, kırdaki 14 katılımcı olmak üzere toplamda 30 katılımcı ile derinlemesine görüşmelere ek olarak katılımlı gözlemin de uygulandığı bir saha araştırma süreci uygulanmıştır.

Araştırma toplamda beş bölümden oluşmaktadır. Bunlardan ilki araştırmanın kapsamı ve yöntemi bölümüdür. Burada araştırmanın konusu, amacı, önemi, problem cümleleri ile araştırmanın avantajları ve sınırlılıklarına değinilmiştir. Yöntem başlığı altında araştırmanın metodolojisi, veri toplama teknikleri ve veri toplama süreci, veri değerlendirme süreci, katılımcılar, saha ve köy sahası tanıtımına yer verilmiştir. Böylece ilk bölüm literatür tanıtımı yapılarak bitirilmiştir. İkinci bölümde ise araştırma kapsamında ilgili kavramlar açıklanarak bu kavramların literatürde kuramcılar tarafından nasıl ele alınıp değerlendirildiği kavramsal çerçeve başlığı adı altında verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise konu bağlamında ilgili kuramsal çerçeve aktarılmış, israf olgusu tüketim teorileri ile değerlendirerek bir tartışma yürütülmüştür. Araştırmanın dördüncü bölümünde ise israf toplumunun yaratılması noktasında tüketim toplumunun Türkiye’de gelişiminin tarihsel seyri Osmanlı Devleti’nden günümüz Türkiye’sine kadar dönemsel olarak aktarılmıştır. Böylece üretim toplumundan tüketim toplumu haline geçiş ve sonrasında israf toplumunun ortaya çıkışı dönemsel olarak aktarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın beşinci bölümünde ise veri değerlendirme süreci sonunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Saha araştırma süreci sonrasında elde edilen veriler deşifre edilerek sistematik olarak kodlanmış ve üç ana temaya ulaşılmıştır. Son olarak, çalışmada elde edilen bulguların değerlendirilmesi sonuç bölümünde değerlendirilip aktarılmıştır.

1.BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

1.1.ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE ÖNEMİ

1.1.1.Araştırmanın Konusu

Günümüzde tüketim anlayışı, gerçek ihtiyaçların karşılanması şeklindeki klasik anlamının dışına çıkarak, sahte ihtiyaçların yönlendirdiği aşırı tüketimle birlikte israf olgusunu doğurmuştur. Bu durum beşerî ve doğal kaynakları tüketmeye, sosyal ve ekonomik anlamda hem bireysel hem de toplumsal açıdan bazı problemlere yol açmıştır. İsrafin oluşması ile gözlemlenildiği alanların genellikle *gıda, giyim, teknoloji ve iletişim* olduğu belirtilmektedir (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s.1). Nitekim israf, günümüz toplumları için hem kırsal hem de kentsel mekanlar açısından önemli bir gelecek sorunu haline gelmiştir. Türkiye İsrarî Önleme Vakfı (TİSVA) 2020 yılı raporuna göre Türkiye’de milli gelirin yaklaşık yüzde 15’i israf edilmektedir¹. Aşırı tüketim beşerî ve doğal kaynakları tükettiği gibi hem bireysel hem de toplumsal açıdan ekonomik ve sosyal sıkıntılara da yol açmaktadır. Bundan dolayı israfın her türüne karşı olabilmek ve bu konuda bilinçli hareket edebilmek sürdürülebilir bir gelecek açısından önemli olacaktır (Çağrı, 2016, s.35). Kaynakların israf edilmemesi için her ne kadar tasarruf ve geri dönüşüm üzerine projeler gerçekleştirilmeye çalışılsa da israf olgusuna yeterince önem verilmemiştir (Durmuş, 2022, s.272). Özellikle tüketimin kentsel mekanlarda daha fazla gerçekleştiği, kentsel mekanlarda ikamet eden bireylerin gelir düzeylerinin yüksek olması ve yaşam tarzlarının tüketim üzerine gerçekleşmesi ile kırsal mekanlardan farklılık gösterdiği bilinmektedir. Bu durumda da aşırı tüketimin yarattığı israfın kentsel ve kırsal mekanlarda farklılık oluşturup oluşturmadığı sorgulanmaktadır. Nitekim kent mekânı, “tüketim” ve “yeni” kavramları ile eşleştirilirken, kırsal mekân ise “eski” ve “üretim” ile eşleştirilen bir durum oluşturmaktadır (Özdemir, 2020, s.842). Ancak durum bu kadar kolay tanımlanamamakta, kırsal mekâna dönüş ile farklı durumlar tespit edilebilmektedir (Özdemir, 2020, s.842). Böylelikle israfın mekânsal bağlamdaki durumunun göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi ihtiyacı doğmuştur.

Bu kapsamda araştırma, israf olgusunun kentsel ve kırsal mekanlardaki durumunu belirleyebilmek ve karşılaştırabilmek adına; “*gıda, enerji, su, giyim ve dijital (e-israf)*” israf türlerinin 18 yaş üstü bireylerde nasıl yorumlandığını ve nasıl gerçekleştiğini anlamak

¹Türkiye İsrarî Önleme Vakfı. (2020). *E- İsrar ve Nomofobi*. <http://www.israf.org/sayfa/e-israf-ve-nomofobi/623>.

istemektedir. Araştırmanın kentsel mekânı Ankara ilinin Çankaya ilçesi iken kırsal mekânı Kastamonu ilinin Emreler Köyü ve saha sürecinde sonradan eklenme ihtiyacı duyulan Demirciözü Mahallesi'ne bağlı Terzi ve Hatip köyleri olarak belirlenmiştir. Araştırmanın kırsal mekân sahasına yeni bir köy eklenmesinin gerekçesi yöntem başlığı altında ayrıca açıklanmıştır. Araştırmanın *kent* sahası olarak Ankara'nın seçilmesinin nedenlerinden biri Türkiye'nin başkenti ve büyükşehirlerinden birisi olmasıdır. Ankara'nın nüfusunun, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin 2022 yılı verilerine göre 5.782.285 olmasıyla birlikte Türkiye'nin İstanbul'dan sonra en kalabalık ikinci şehri olması da kent sahası için tercih edilmesinde önem taşımaktadır². Çankaya ilçesinin seçilmiş olmasının nedeni sadece Ankara'nın değil, Türkiye'nin en kalabalık ikinci ilçesi olarak 942.553 nüfuslu, gelişmiş ve kent yaşamını en iyi temsil edebilecek ilçelerden biri olmasından kaynaklanmaktadır. Çankaya ilçesini diğer ilçelerden ayıran en önemli metropol özelliği, gündüz nüfusunun 2,5 milyonu aşarak kalabalık hareketliliğe sahip olması ve Ankara'nın sosyal, kültürel, siyasi ve ticari hayatını şekillendiren çeşitli kamu ve özel kuruluşlara ev sahipliği yapan, itibarlı, dikkat çeken önemli bir merkez noktası olmasıdır³. Bu özelliklerinden dolayı da Çankaya, kent yaşam hayatını temsil edebilecek önemli bir ilçedir. Araştırmanın *kırsal mekanını* temsil eden Seydiler ilçesinin nüfusu ise 4.366 olarak kaydedilerek, Kastamonu'nun 20 ilçesi içerisinde nüfus bakımından 16.sırada yer almaktadır. Bunun nedenleri olarak da ilçeden merkeze göçler ya da daha büyük şehirlere gitme isteği gösterilebilir. Kastamonu ilinin Seydiler ilçesine bağlı Emreler Köyü ise 2022 yılı TÜİK verilerine göre nüfusu 145 kişiden oluşan bir köydür. Araştırmanın sahasını oluşturan ilçenin ve onu bağlı olan Emreler Köyü'nün nüfusunun oldukça az olması, köyün ilçeye uzaklığının 3 km, kent merkezine uzaklığının 33 km olması ile tarım ve hayvancılığın yapıldığı, şehir yaşamından görece daha izole bir yer olması bakımından önem arz etmektedir. Ayrıca araştırmacının Emreler Köyü'ne kolay ulaşabilmesi de saha seçiminde belirleyici olmuştur. Kırsal sahaya sonradan eklenen Demirciözü Mahallesi'nin araştırmanın diğer köy sahası olan Emreler Köyü'ne yaklaşık 7,5 km mesafe yakınlıkta olması, tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin diğer köy sahasına göre daha üretken şekilde işlemesi ve aktif köy nüfusuna erişimin daha kolay sağlanabilmesi açısından saha olarak seçilmesinin belirleyici unsurları olmuştur.

² Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İl ve İlçelere Göre İl/İlçe Merkezi, Belde/Köy Nüfusu ve Yıllık Nüfus Artış Hızı (2022) <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2022-49685> Erişim Tarihi: 13.11.2023.

³ Çankaya Belediyesi Web Sitesi (<https://www.cankaya.bel.tr/pages/17/TARHCE/>) Erişim Tarihi: 13.11.2023.

Araştırmada belirlenen kentsel ve kırsal mekanlarda; bireylerin israftan ne anladığı, israfın hangi türlerinin bu mekanlarda görüldüğü, katılımcıların bakış açılarına göre israfın nedenlerinin, sonuçlarının neler olduğu ve varsa aralarındaki farklılıkların karşılaştırmalı olarak anlaşılmasını araştırmada konu edinilmektedir. Aynı zamanda araştırmada israfın önlenmesi adına belirlenen kentsel ve kırsal mekanlardaki bireylerin tasarruf ve tutumluluk davranışlarını nasıl gerçekleştirdiği, geri dönüşüm konusunda bireylerin ne düşündükleri ve bu konuda hangi davranış ve faaliyette bulundukları deneyimlerinden anlaşılmalı çalışarak araştırmanın konusunu oluşturacaktır.

1.1.2.Araştırmanın Amacı ve Önemi

İsraf olgusu, günümüz toplumları için gittikçe popülerleşen bir tüketim kavramı olmakla birlikte “*ekonomi, moda, reklam*” vb. gibi aşırı tüketimi tetikleyen etkenlerden dolayı hayatımızın merkezinde önemli bir konu olmaktadır (Ersoy, 2019, s.91). İsrafın toplumsal yaşam alanında kaynakların aşırı tüketimini engelleyebilme, geri dönüşümünü sağlama ve tasarruf gibi maddi kaynakların savurganlığını önleyebilmek adına önemli bir mesele olması da ayrıca önem taşımaktadır. Böylesi günümüz toplumları için bir toplumsal sorun olan israfın sosyolojik boyutunu kentsel ve kırsal mekanlarda karşılaştırılarak anlaşılmalı çalışılması bakımından önemli olacaktır. Bu kapsamda araştırma, israf olgusunun ve ortaya çıkan israf türlerinin kentsel ve kırsal mekanlardaki boyutunu, nedenlerini ve sonuçlarını ve varsa iki mekan arasındaki farklılıkların anlaşılmasını sağlama amacı güttüğü gibi, aynı zamanda israfın ve türlerinin azaltılması noktasında geri dönüşüm ve tasarruf noktasında farkındalık yaratabilmeyi ve her iki mekanda da durum tespitini mekansal bağlamda ele alarak değerlendirmeyi sağlamayı amaçlamaktadır.

İsraf olgusunu sosyolojik bağlamda ele almamızın diğer bir nedeni ise genellikle ulusal literatürde *din, işletme, ekonomi, turizm, beslenme ve diyetetik, gastronomi* gibi bilim alanlarında ele alınıp tartışılan bir konu olarak görünmesidir (Altıntaş, 2021; Ayçın, 2016; Çağrı, 2016; Karaarslan, 2013; Kurt, 2019; Ulykman, 2023). İsrafın otelcilik ve turizm sektörleri ile bağlantılı olarak çalışıldığı (Akar, 2022; Aydın, 2021; Çam, 2022; Özdemir, 2018; Ulykman, 2023) “gıda israfı” literatürde en yaygın çalışılan israf türlerinden biri iken moda tasarımı alanı ile ilişkili olarak da “giyim israfı”nın yaygın olarak çalışıldığı görülmektedir (Göksel ve Yanmaz, 2011; Tanyer ve Gürcüm, 2021; Çetiner ve Oyman, 2021). Ancak israfi sosyolojik boyutu ile ele alan çalışmaların sınırlı olduğunu da ifade etmek mümkündür. Bu çalışma israf türlerinin hepsini içerisine alarak kentsel ve kırsal mekanlarda hangi israf türlerinin gerçekleştiğini ve katılımcıların

deneyimlerinde hangi israf türlerinin ortaya çıkabileceğini anlamaya çalışması açısından literatüre katkı sağlaması bakımından ayrıca önemlidir.

Çalışma ayrıca ulusal literatürde göz ardı edilen “*dijital israf*” olarak geçen “*e-israf*” boyutunu da çalışmanın konusuna dahil etmesi ile de ayrıca önem taşımaktadır. Ayrıca dijital israfı sadece kentsel mekânın bir problemi olarak düşünmenin yanı sıra e-israfın boyutunu kırsal mekânda da görebilmeye olanak sağlaması açısından da değerli olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma israfın ve beraberinde geri dönüşüm, tasarruf ve birikim konularının kentsel ve kırsal mekanlarda karşılaştırılmasını sosyolojik bağlamda sunması bilimsel birikim sürecine farklı bir boyut kazandırması açısından önem arz etmektedir. Çünkü israfın mekânsal bazlı farklılıkları olabileceği göz ardı edilmemelidir. Kırsal mekânda israfa bakış açısı, önlemleri, nedenleri veya sonuçları farklı olabilmektedir. Kentsel mekanlara göre tüketim davranışlarının ve pratiklerinin farklı olduğu bilinmektedir. Burada gelir düzeyi, kentsel tüketim kültürü, sosyal statü ve hazzı tüketim alışkanlıkları gibi durumların daha yoğun yaşanması etkili olabilmektedir. Bu bakımdan kentsel ve kırsal mekân bazlı karşılaştırma yaparak, israfın ve türlerinin mekânsal olarak farklılık arz edip edemeyeceğini, geri dönüşüm, tasarruf ve birikim konularının farklı mekanlarda nasıl gerçekleştiğini anlamaya çalışmak da literatüre katkı sağlayacak bir diğer önemli noktadır.

1.1.3.Araştırmanın Problem Cümleleri

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi uygulanacağından tezin temelinde yer alan araştırma sorularından hareket edilecektir. Bu araştırma soruları aşağıda sıralanmaktadır:

- 1.Kentsel ve kırsal mekanlarda israf olgusundan ne anlaşılmakta ve israf nasıl tanımlanmaktadır?
- 2.Kentsel ve kırsal mekanlarda görülen israf biçimleri hangileridir? Mekâna göre israf biçimleri farklılaşmakta mıdır?
- 3.Kentsel ve kırsal mekanlardaki gıda, giyim, dijital, enerji ve su israfı süreci nasıl gerçekleşmektedir? Katılımcıların bakış açısına göre israfın sebepleri neler olabilir? Bu sebepler mekân türüne göre farklılaşmakta mıdır?
- 4.Kentsel ve kırsal mekanlardaki bireyler gıda, giyim, dijital, enerji ve su israflarının önlenmesi adına hangi eylemlerde bulunmaktadır? Alınan önlemlerde farklılık var mıdır?

5.Kentsel ve kırsal mekanlarda israftan kaçınabilmek adına bireylerin yaptıkları tasarruf ve birikim davranışları nelerdir? Bu davranışlar ve tutumlar mekân türüne göre farklılaşmakta mıdır?

6.Kentsel ve kırsal mekanlarda geri dönüşüme bakış nasıldır? Geri dönüşümle ilgili hangi uygulama ve faaliyetler gerçekleştirilmektedir?

1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bir araştırma tasarlanırken araştırılmak istenilen konu ile neye ulaşacağımız ve ulaştığımız bu bilginin hangi türden bir bilgi olacağını bilmek çalışmanın yöntemini belirlemede oldukça önemlidir. Bu kapsamda ele alınan konu ile yöntemin ve dolayısıyla araştırmanın tasarlanmasının birbiriyle ilişkili olması gerekmektedir. Nitekim ele alınacak bu çalışmada israfın ve türlerinin kentsel ve kırsal mekanlardaki durumunu 18 yaş üstü bireylerde tespit edebilmek, bireylerin farklı mekanlardaki tüketim davranışlarının bir sonucu olan israf davranışının nedenlerini, sonuçlarını ve deneyimlerini gün yüzüne çıkarabilmek, bu yönde bireylerin geri dönüşüm, tasarruf ve birikim davranışlarının nasıl gerçekleştiğini anlayabilmek adına *nitel araştırma yöntemi* kullanılmıştır. Araştırmada yorumsamacı paradigma ile nitel araştırma yöntemine dayalı fenomenolojik araştırma deseni kullanılmıştır. Yorumsamacı paradigma kullanılması, paradigmanın bireylerin düşünce ve davranış biçimlerinden oluşan ilişkiler ağını belirli bir mekânda ve belirli bir kültür içerisinde anlamayı amaçladığı için etkili olmuştur (Glesne, 2013, s.11). Böylece bu çalışma, katılımcıların israf ve tüketim davranış biçimlerinin belirli bir mekânsal form üzerinde, ki bu mekanlar kentsel ve kırsal olarak konumlanmakta, gıda, giyim, dijital, enerji ve su israf türleri ile bireylerin davranış ve eylemleri arasında ilişki kurularak ve karşılaştırma yaparak anlayabilmeyi kendine amaç edinmiştir. Nitel araştırma yönteminin çalışmada kullanılmasının nedeni, bu yöntemin ele alınan konuyu kendi bağlamı içerisinde anlamının değerlendirilmesine odaklanmasından kaynaklanmaktadır (Neuman, 2006, s.233). Aynı zamanda israf türlerinin kentsel ve kırsal mekanlarda nasıl gerçekleştiği, israfın önüne geçebilmek için hangi tasarruf ve geri dönüşüm tedbirlerinin gerçekleştiğini görebilmek adına gözlemler ve görüşmeler yapılmıştır. İsfaf olgusu, kolay tanımlanabilen bir kavram olmadığı gibi, görünümelerini de ilk bakışta tespit edebilmenin kolay olmadığını söyleyebiliriz. Bu bakımdan nitel araştırma yönteminin benimsenmesinde nitel yöntemin içerisinde yer alan gözlemler, görüşmeler ve doküman analizleri gibi nitel veri toplama teknikleri, olayların doğal ortamlarında gerçekçi ve bütüncül bir bakış açısıyla ortaya konulması açısından etkili olmuştur.

Ayrıca çalışmada kullanılan nitel araştırma yönteminin bir deseni olan fenomenolojiye değinilmesi gerekmektedir. Fenomenolojik desen, ortak bir fenomen üzerinden kişilerin deneyimlerine ulaşabilmek için hareket eden, veri toplayan ve bireylerden elde edilen deneyimlerin özünü tanımlamaya çalışan nitel bir araştırma desendir (Creswell, 2013, s.77). Araştırmacı, araştırmak istediği insan deneyiminin nesnesi olacak fenomeni belirleyip tanımlamalıdır, ki Moustakas (1994'ten akt. Creswell, 2013, s.77)'a göre bu fenomenler “uykusuzluk”, “dışlanmışlık”, “öfke”, “keder” veya “cerrahın kalp ameliyatına katlanması” gibi fenomenler olabilir. Çalışma kapsamında ise ele alınan fenomen “israf” olmaktadır ve israf fenomeni tanımlanıp, israfın kentsel ve kırsal mekanlardaki bireylerin deneyimlerinden hareketle nasıl gerçekleştiği tanımlanmak istenmektedir. Ayrıca çalışmada israfın önüne geçilebilmesi noktasında ele alınan “geri dönüşüm”, “tasarruf ve birikim” konuları yine bireylerin deneyimlerinden anlaşılması istenen diğer olgulardır. Dolayısıyla fenomenoloji deseninde araştırmacı, farklı bireylerin deneyimledikleri olgular üzerinden birçok algıyı detaylı bir şekilde inceler ve bu algılar içerisinde ortak olanları belirleyip deneyimin altında yatan nedeni bulmayı çalışır (Yalçın, 2022, s.217). Nitekim Michael Quinn Patton (2014, s.104)'a göre fenomenolojinin birçok farklı tanımlaması olsa da en genel haliyle bireylerin deneyim ve tecrübelerinden elde edilen anlamı ve o anlamın özü hakkında derine inen bir yaklaşımı amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada fenomenoloji deseninin kullanılmasının nedeni; israf, geri dönüşüm, tasarruf ve birikim olgularının aktörlerin deneyimlerinde ve tecrübelerinde nasıl gerçekleştiğini anlamak, davranışlarının özüne inerek eylemlerinde ortak bir deneyimin olup olmadığını kentsel ve kırsal mekânlarda karşılaştırmak olmuştur.

1.2.1.Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Veri Toplama Teknikleri

Nitel araştırmada döngüsel önemli bir adım, nitel verileri toplama ve değerlendirme kısmıdır. Literatürde nitel veri toplama yöntemleri arasında; katılımcı (katılımlı) gözlem, doğal gözlem, belge incelemesi ve derinlemesine görüşme gibi çeşitli yöntemler bulunmaktadır (Özdemir, 2010, s.327). Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada ise derinlemesine görüşme ve katılımlı gözlem tekniklerinden yararlanılmıştır. Araştırmacı, çalışma kapsamında aktörlerin gündelik hayatlarına dahil olarak, katılımlı gözlem ve görüşmeler çerçevesinde sahaya çıkarak, katılımcıların israf olgusuna bakışını ve israf türlerinin görünümünü, sebepleri ve sonuçları açısından alınan önlemleri anlamaya çalışarak analiz etmek istemiştir. Böylelikle araştırmanın kırsal sahası Kastamonu'nun Seydiler ilçesine bağlı Emreler Köyü ve Demirciözü Mahallesi'ne bağlı Terzi Köyü ve Hatip Köyü, kentsel sahası ise Ankara'nın Çankaya ilçesi olarak belirlenmiştir. Nitekim araştırmacı, temelde kentsel ve kırsal mekân olarak iki farklı sahada veri toplama süreci geçirmiştir. Kırsal mekânı temsil eden 14 kişi, kentsel mekânı temsil eden 16 kişi

olmak üzere toplamda 30 kişi ile görüşölmüştür. Çalışmanın sahası 2024 Şubat-Mart tarihleri arasında gerçekleştirilerek veri toplama sürecine gidilmiştir. Her bir katılımcı ile en az bir buçuk saat görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, bu iki sahada da katılımcıların kendilerini rahat hissettikleri ev ve iş yerlerinde görüşmeler gerçekleştirerek veri toplamıştır.

Her iki saha için de görüşmelere başlanmadan önce katılımcılara Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Etik Kurulu'ndan gerekli iznin alındığı, araştırmanın konusu hakkında katılımcılara kısa bir bilgi verilerek istedikleri zaman çalışmadan çekilebilecekleri aktarılmıştır. Katılımcılara kişisel bilgilerinin paylaşılmayacağına bilgisi verilmiş ve katılımcılardan araştırmaya gönüllü katılımları olduğu yönünde sözlü onayları alınmıştır. Çalışmada nitel veri toplama aracı olarak kullanılan araştırmacının berrak bir zihni, kalem ve kâğıdı dışında ses kayıt cihazıyla da görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında katılımcılardan alınacak bilgilerin atlanmaması adına görüşme esnasında ses kayıt cihazı kullanılmış ve öncesinde her bir katılımcıdan sözlü izin alınarak, ses kayıt cihazının sadece araştırmacı tarafından dinleneceğı belirtilmiştir. Böylece katılımcıların görüşme esnasında rahat olmaları sağlanmaya çalışılarak görüşmelere başlanmıştır. Aynı zamanda araştırmacı, katılımcıların sözlü onayları çerçevesinde hem köy ve kent sahasındaki katılımcıları hem de araştırmanın sahası olan köyleri kapsayan fotoğraflar çekmiştir (Bkz. Ek 4).

Araştırmanın nitel veri toplama yöntemi olan “derinlemesine görüşme” tekniğı kullanılarak açık uçlu sorular sorulmuş ve veri toplama süreci gerçekleştirilmiş, böylece araştırmanın problem cümlelerini en iyi şekilde yansıtan araştırma sorularından oluşan yarı yapılandırılmış soru formu ile bu sorulara verilen detaylı cevapların alındığı bir süreç uygulanmıştır. Araştırma, kentsel ve kırsal mekân sahaları için iki ayrı yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanarak uygulanmıştır. Derinlemesine görüşme yöntemi aynı zamanda aktörlerin kendisinin birinci elden kendi bakış açılarını, anlam dünyalarını, duygu, düşünce ve deneyimlerini onların ifadeleriyle derinlemesine inerek anlamaya çalışır (Tekin, 2006, s.102). Araştırmacı bu kapsamda aktörlerinin bakış açılarını, anlam dünyalarını, duygu, düşünce ve tecrübelerini onlardan dinleyerek israf ve tasarruf davranışlarını anlamaya çalışmıştır.

Görüşmelerin kırsal mekanını temsil eden sahada 14 görüşmenin 3'ü Emreler Köyü'nde katılımcıların hanelerinde yapılmış, araştırmacının sahaya erişilebilirliğı kolay olmasından dolayı görüşmelerde ve katılımlı gözlemin gerçekleşmesinde herhangi bir problem yaşanmamıştır. Kırsal sahadaki diğer 11 görüşmenin gerçekleştiğı Demirciözü Mahallesi'ne bağılı Terzi Köyü ve Hatip Köyü'nde 2 katılımcı ile iş yerlerinde, geri kalan katılımcıların ise hanelerine gidilerek veriler toplanmıştır. Araştırmacının köy sahasından veri toplamak için gittiğı 2024 Şubat-Mart tarihlerinin “31 Mart 2024 Yerel Seçim” dönemine yakın olması ve köyde muhtarlık seçim

çalışmalarının gerçekleşmesi sebebiyle araştırmacıya ilk bakışta “yabancı” gözüyle bakılsa da özellikle köyü bilen ve “içeriden biri olan” anahtar kişi sayesinde köy sahasına veri toplamak için giriş yapılmıştır. Köy sahası içerisinde görüşme yapılan katılımcılarla uzun zaman geçirilmiş, araştırmacıya katılımcılar “misafir” olarak yaklaşmış, “kar tapu örnekleme” yöntemiyle ulaşılan katılımcıların bazılarının hanesine katılımcılar tarafından belirli bir gün ve saatte görüşmeye özel olarak davet edilmiştir. Ayrıca bazı katılımcıların araştırmacıya görüşmeler sonunda kendi yaptıkları yiyeceklerden hediye vermesi, köy içerisinde kadınların “gün toplantısı” gibi gündelik faaliyetlerine araştırmacının da özel olarak davet edilmesi araştırmacının “yabancı” statüsünden sıyrılıp, katılımcılarla yakın ilişki sağlanarak güvenilir veri toplama için önemli bir adım atılmıştır. Araştırmacı, köy içerisinde gezerek vakit geçirmiş ve katılımcıların hem köy yaşamı içerisinde hem de hanelerinde israf ve tasarruf davranışların nasıl seyrettiğini gözlemleme fırsatı yakalamıştır. Nitekim israf kavramı başlı başına anlaşılması zor bir kavram olmasının yanı sıra, gündelik yaşam içerisinde israfın yansımalarını ve bireylerin israf davranışlarını gerçekten kabul edip etmediklerini anlayabilmek de güç bir meseledir. Bireylerin yaşadıkları mekanlar içerisinde israf davranışında bulunup bulunmadıklarını ve neden israf davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmediklerini hemen anlamak kolay olmadığı için derinlemesine görüşmelerden elde edilen bilgilerin katılımlı gözlemle desteklenmesine ihtiyaç duyulmuştur.

Kent sahasında ise katılımcıların hem hanelerinde hem de iş yerlerinde görüşmeler gerçekleştirilerek, araştırmacının bu süreçte katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmeler yapması söz konusu olmuştur. Araştırmacının Ankara/Çankaya ilçesine ulaşılabilirliğinin kolay olması, sahaya ulaşmayı ve veri toplama sürecini avantajlı kılmıştır. Kent sahasına Mart 2024 tarihinde gidilmiş ve özellikle katılımcıların iş yerlerine gidilerek çalışma ortamında gözlem yapılmıştır. Katılımlı gözlemin veri toplamada tercih edilmesinde araştırmacının “güvenilir kişi” statüsünü elde etmesini sağlayıp, katılımcının görüşme sorularına verdiği cevapların eylemleri ile uyuşup uyuşmadığını göstermesi ve sahadaki katılımcılar ile güven ilişkisinin kurulmasına vesile olmasıyla, veri analizinde verilerin daha iyi yorumlanmasına katkı sağlamasından dolayı tercih edilmiştir (Glesne, 2013, s.85). Bu durum katılımcıların doğal ortamlarında, iş yerlerinde ve hanelerinde derinlemesine görüşme ile nitel verileri toplama noktasında araştırmanın güvenilirliğini avantajlı kılmıştır.

1.2.2. Araştırmanın Veri Değerlendirme Süreci

Nitel veri analizi süreci; verilerin düzenlendiği, analiz birimlerine ayrıldığı, sentezler yapıldığı, biçimleri ortaya çıkardığı ve önemli değişkenleri keşfedip hangi bilgileri raporuna ekleyeceğine karar verdiği zorlu ve uzun bir süreçtir (Özdemir, 2010, s.328). Kısaca nitel veri analizini

gerçekleştiren araştırmacı, sahasından topladığı verilerde gizli duran, keşfedeceği bilgiyi ortaya çıkarmayı amaçlar.

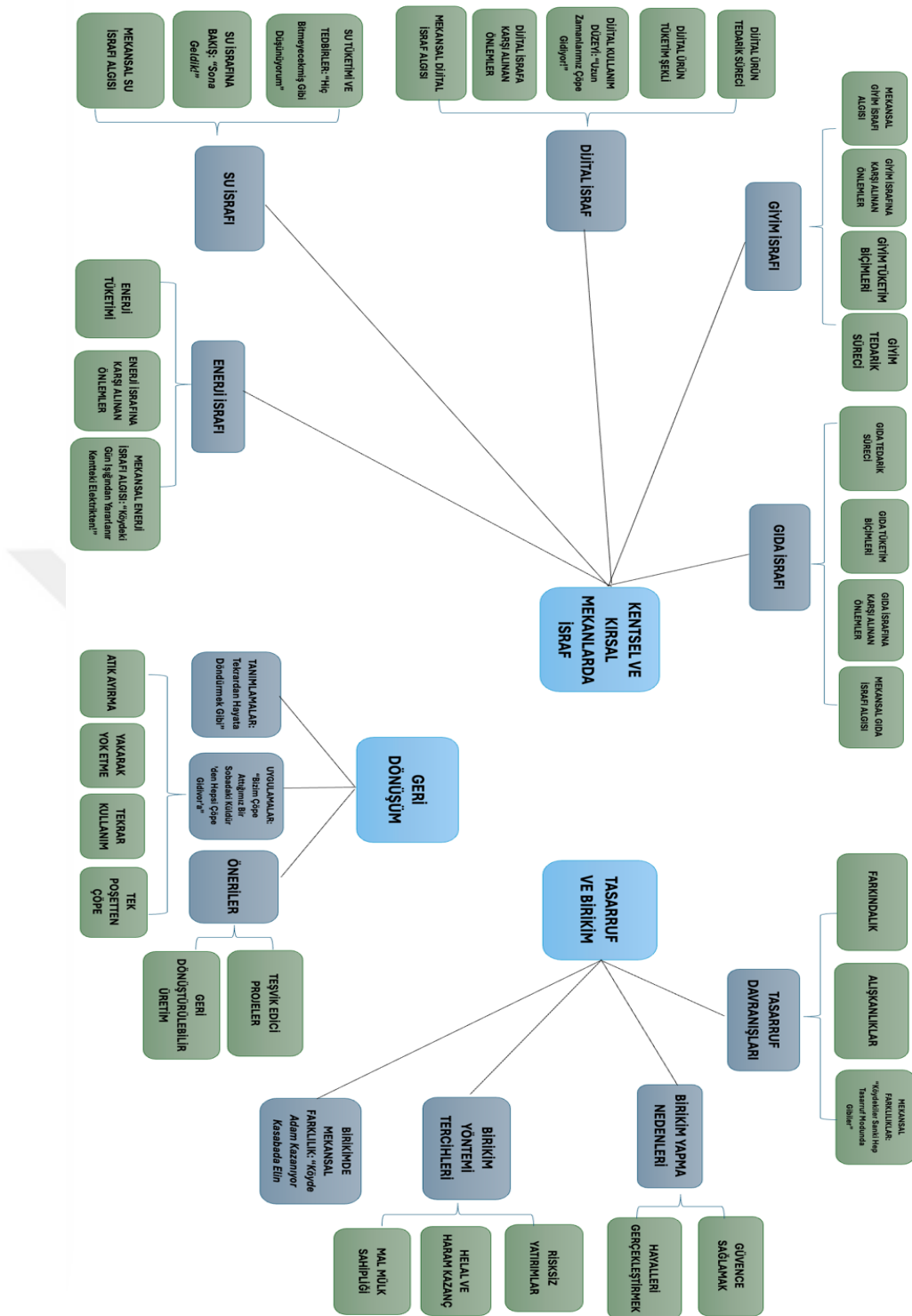
Nitel veri analizi süreci, katılımcıların deneyimlerinden elde ettiği verilerden araştırmacının gördüğünü, duyduğunu ve okuduğunu düzenlemeyi içeren önemli bir süreçtir (Glesne, 2013, s.256). Araştırmacı bu süreçte elde ettiği veriler üzerinden tanımlama yapar, karşılaştırır, açıklamalar oluşturarak muhtemel varsayımlar ya da kuramsal bir bağlam geliştirir (Glesne, 2013, s.256). Bu çalışma bağlamında ise yarı yapılandırılmış soru formları kullanılarak derinlemesine mülakatlardan elde edilen verilerin değerlendirme sürecinde nitel veri analizi tekniği kullanılmıştır. Veri analizine ilk önce görüşmelerden elde edilen verilerin deşifresi ile başlanmış sonrasında ortaya çıkarılan transkript defalarca okunmuştur. Veri analizi yapılırken; toplanan verilerin deşifresinde Strauss ve Corbin' in geliştirmiş olduğu açık, eksenel ve seçici kodlamalardan yararlanarak değerlendirme yapılmıştır. Strauss ve Corbin (1990'dan akt. Creswell, 2013, 86)'de yer alan açık kodlama, elde edilen verilerin temel bilgi kategorisi olarak değerlendirileceği durum olarak açıklanır. Sonrasında açık kodlamadan hareketle araştırmacının odaklanmak için belirlediği “çekirdek” fenomen olarak bilinen eksenel kodlama ortaya çıkar ve bu çekirdek fenomen ile ilgili kategori biçimleri oluşur (Creswell, 2013, s.86). Elde edilen kategoriler eksenel kodlama olarak görsel bir modelde sunulup, çekirdek fenomen ile ilişkilendirilip, sonrasında seçici kodlama aşamasına taşınarak modeldeki kategorilerle ilişki kurmaktadır (Creswell, 2013, s.86). Sonrasında ise geliştirilen model hikâye tarzında açıklama sunularak kurgulanabilir (Strauss &Corbin, 1990, akt. Creswell, 2013, s.87).

Çalışmanın nitel veri analizi sürecinde ise araştırmacı deşifrelerden anlamlı temel bilgi kategorilerini açık kodlama olarak belirlemiş, elde ettiği bu açık kodlama kategorilerini birbirleriyle ilişkilendirerek kategorileştirme biçiminde eksenel kodlama olarak elde etmiş ve sonrasında eksenel kodlamalar arasında ilişkiler tespit ederek soyutlama basamağı olan seçici kodlamaya ulaşmıştır. Böylece araştırmacı, nitel veri analizi sürecindeki her bir aşamada elde ettiği kodlamaları sürekli olarak birbirleriyle ilişki kurarak ilerlemiş ve bir üst soyutlama gerçekleştirerek seçici kodlamaya ulaşmıştır.

Araştırma kapsamında her iki mekânda yer alan katılımcıların deşifreleri okunulup değerlendirildiğinde çok sayıda farklı açık kodlara ulaşılmıştır. Elde edilen açık kodların soyutlanarak kategorileştirilmesi noktasında çalışmanın veri analizinde yeterli derinlik sağlanamayacağı düşünülerek Creswell (2016)'in sunduğu alt kategorileştirme yöntemine başvurulmuştur. Böylece çalışma kapsamında önemli görülen çeşitli kodlar belirli kategoriler kapsamında birleştirilerek alt kategori biçiminde değerlendirilmiştir. Araştırmanın veri

değerlendirme sürecinde elde edilen temalar, kategoriler ve alt kategorilerden oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de bulunmaktadır.





Şekil 1. Araştırmanın Kod Şeması⁴

⁴ Araştırmanın kod şemasında yer alan “ ” mavi kareler “Tema”, “ ” gri kareler “Kategori”, “ ” yeşil kareler ise “Alt Kategori” yi temsil etmektedir.

1.3. SAHA VE KATILIMCILAR

Bir araştırmada istenilen her kişiyle görüşebilmek ve sahaya gidebilmek mümkün olmadığından; araştırmanın konusuna ve amacına gerçekten hizmet edebilecek belirli bir saha ve katılımcı, araştırmanın yöntemine uygun bir şekilde belirlenebilmelidir (Glesne, 2013, s.59). Dolayısıyla çalışma kapsamında nitel araştırma yönteminin mantığına uygun saha ve katılımcılar seçilerek çalışma yürütülmüştür. Bu kapsamda saha ve katılımcıların nitel araştırma yöntemine uygun olarak nasıl belirlendiği, köy sahasının tanıtımı, katılımcılara ulaşmada kullanılan örneklem tipi ve her iki sahada yer alan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri açıklanacaktır.

Saha, olayların ya da bazı etkinliklerin gerçekleştiği bağlam ve sınırları değişebilen toplumsal bölgedir (Neuman, 2006, s.552). Araştırma kapsamında saha olarak ele alınan kentsel ve kırsal mekanlar sadece belirlenmiş bir çerçevede yer alan toprak parçası olarak değerlendirilmemiş, iki mekânsal formun da kendi içsel ve dışsal farklı kültürel dinamikleri olduğu kabul edilmiş ve bu durumun da tüketim ve israf davranışlarının etkilenmesinde önemli olduğu varsayılarak bir saha seçimi yapılmıştır. Burada önemli olan, araştırma sahasının belirlenmesinde araştırmanın problemine bağlı olarak uygun ve erişilebilir bir saha seçilebilmesidir (Glesne, 2013, s. 58). Nitekim bu çalışmada da aşırı tüketim ve onun bir sonucu olarak israf davranışı ve bu davranışın önlenmesinde atılan adımları kentsel ve kırsal mekanlarda görebilmeyi sağlayan mekanlar seçilmiştir. Araştırmanın kentsel sahası, Ankara ilinin Çankaya ilçesi olurken kırsal sahası Kastamonu ilinin Seydiler ilçesine bağlı olan Emreler Köyü ile köy sahasına sonradan eklenen Demirciözü Mahallesi'ne bağlı Terzi Köyü ve Hatip Köyü olarak belirlenmiştir.

Araştırmacının hem kırsal hem de kentsel mekânda bu iki sahayı seçmesinde sahaya ulaşma kolaylığının olması etkili olmuştur. Ancak araştırmacının sahaya çıktıktan sonra sahanın dinamik yapısından dolayı kırsal sahaya ek Demirciözü Mahallesi'ne bağlı iki köy eklenmiştir. Başka köylere ihtiyaç duyulmasının nedeni ise araştırmanın sahası olarak belirlenen Emreler Köyü'nde, ilçeye ve ilin merkezine yaşanan göçler nedeniyle yeterli nüfus bulunamaması olmuştur. Araştırmaya sonradan eklenen köyler, sahaya yaklaşık 7,5 km uzaklıkta olan Demirciözü Mahallesi'ne bağlıdır. Araştırmacı, saha yapısının değişken olabilmesini göz önünde tutarak kırsal sahaya çıkmadan önce yedek saha olarak Demirciözü Mahallesi'nin Terzi Köyü ve Hatip Köyü'nü belirlemiştir. Ancak araştırmacı, bu köye diğerine nazaran daha “yabancı” kalmasından dolayı öncelikli sahasını Emreler Köyü ile sınırlı tutmuştur. Nitekim saha süreci içerisinde ön görülen durumun gerçekleşmesi ile yedek köy sahası devreye girmek zorunda kalmıştır. Araştırmacının sonradan eklenen köy sahasına yabancı olmasından dolayı köyü iyi bilen ve iyi tanıyan “anahtar kişi” ile iletişime geçilmiş, sahaya giriş esnasında, katılımcılarla görüşmelerde

ve katılımcıların hanelerine ve iş yerlerine girmede anahtar katılımcı araştırmacıya eşlik etmiştir. Araştırmacı, köy saha süresinin büyük bir kısmını daha fazla katılımcı elde ettiği Demirciözü Mahallesi'ne bağlı olan köylerde geçirmiştir.

1.3.1.Köy Sahasının Tanıtımı

Kastamonu ilinin Seydiler ilçesine bağlı Emreler Köyü ve Demirciözü Mahallesi'ne bağlı küme evleri olarak geçen Terzi ve Hatip Köyleri araştırmanın sahasını oluşturmaktadır. Batı Karadeniz Bölgesi'nde Kastamonu iline bağlı, yaklaşık 300 yıllık bir tarihe dayanan Seydiler ilçesi, 1991 yılında ilçe statüsü kazanmıştır. Köyde konuşma dilinde Kastamonu ağızı yoğun bir şekilde hâkim olmakla birlikte köydeki genç nüfusta bu ağız neredeyse kaybolmuş durumdadır. Yaş arttıkça ağzın daha fazla yerleştiği gözlemlenmiştir. Araştırmanın sahasını oluşturan kırsal bölgenin arazi yapısına bakıldığında; daha çok ormanlık olduğu, düzlük ve tarımsal arazilerle çevrelendiği görülmektedir. Bölgenin toplam arazi miktarının neredeyse yarısı ekilebilir tarımsal alandan oluşmakta ve genellikle arpa, buğday, fiğ ve şeker pancarı üretilmektedir⁵. Nitekim köy saha süreci içerisinde katılımcılar tarafından bölgede özellikle arpa, buğday, yulaf, siyez ve pancar ekiminin yaygın olarak yapıldığı ifade edilmiştir. Araştırma sahasının iklim yapısı, karasal ve Karadeniz iklimi olmakla birlikte, yaz aylarında en yüksek 34 derece, kış aylarında ise -17 dereceye kadar inen büyük sıcaklık farkları ile karşılaşılmaktadır. Her iki köydeki katılımcıların ifade ettiği gibi kışın su konusunda mutlu oldukları, yaşadıkları bölgelerin ikliminden dolayı bol yağış aldığı ve su kesintilerinin daha çok yaz aylarında gerçekleştiği yönündedir. Su kesintileri gerçekleştiğinde de su ihtiyaçlarını doğal kaynak suyundan gelen çeşmeden karşılamaktadırlar (Bkz. Ek 4). Ancak her iki araştırma sahasında da yazın nüfusun arttığı, şehirdeki kişilerin köylerine geldiği ve su kullanımının her iki köy içinde yazın daha fazla olmasının nedeninin nüfusun artması ve özellikle gereksiz bahçe sulama ve araba yıkamaların “yazlıkçılar” tarafından yapıldığı görüşü hakimdir.

Araştırmanın kırsal mekanını temsil eden Emreler Köyü'nün nüfusunun yaklaşık 150 kişiden oluştuğu söylene de aktif olarak köyde yaşayan nüfus oldukça azdır. Köyün içerisinde okul ve sağlık kuruluşu bulunmamaktadır. Köy, Seydiler ilçesine yakın olmasından dolayı köy sakinleri, eğitim ve sağlık hizmetlerini ilçeye giderek karşılamaktadır. Köyde genç ve çocuk nüfusun çok az olduğu ifade edilmektedir. Köyün içerisinde doğal gaz bulunmamakta, köy hanelerine su, doğal kaynak suyunun biriktirildiği depolardan gelmektedir. Köy, dere yatağına yakın bir yerde konumlanmış, hatta su taşkınlarının dönem dönem yaşanmasından dolayı DSİ'ye bağlı “Taşkın

⁵Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Web Sitesi Seydiler İlçesi Tarihçesi. Erişim tarihi: 3.07.2024.
<https://kastamonu.ktb.gov.tr/#>

Erken Uyarı Sistemi” kurulmuştur (Bkz. Ek 4). Köyde yaşayan sakinler geçimlerini tarımcılık ve hayvancılıkla sağlamaktadırlar. Köydeki nüfusun azalmasının nedenleri, nüfusun ilçeye ve il merkezine göç etmesi, yakın ilçe olan Seydiler’in önceki yıllara göre özellikle de inşaat sektöründe gelişmesi ve ilçede doğalgazın bulunup köyde bulunmaması olarak sıralanabilir. Katılımcıların neredeyse büyük bir çoğunluğunda ek konut sahipliğinin Seydiler ilçesinden olması da bu durumu kanıtlar niteliktedir.

Araştırmanın diğer kırsal sahası olan Demirciözü Mahallesi’nin Terzi ve Hatip Köylerinde ise araştırmacı önce anahtar kişi eşliğinde köy muhtarı ile Seydiler ilçesinin kahvehanesinde tanışıp görüşmüş ve köy hakkında bazı bilgiler almıştır. Demirciözü Köyü’nün “mahalle” statüsüne geçtiği ve ona bağlı olan 6 tane “küme evleri” yani “köyleri” olduğu öğrenilmiştir. Demirciözü Mahallesi’ndeki köylerde yaz döneminde 40 hanelik nüfusun 200 kişiye kadar ulaştığı ancak kış döneminde bu sayısının yarıya düştüğü köy muhtarı tarafından ifade edilmiştir. Köyde bir imam, cami ve yeni yapılmış bir mescit yer almaktadır. Köyde sağlık kuruluşu ve okul bulunmamaktadır. Köyün içerisindeki bir binanın 10 yıl öncesine kadar ilkokul olarak faaliyet gösterdiği ancak şu anda binanın mahalle konağı olarak özel toplantılar, davetler, yemekler ve cenaze mevlitleri için kullanıldığı söylenmiştir (Bkz. Ek 4). Köyün çocuklarının Seydiler ilçesindeki okula gittiği, ulaşımını konusunda köyde bir okul servisinin olduğu belirtilmiş ve hatta okul servisçisiyle görüşülerek araştırmaya katılımcı olarak dahil edilmiştir. Sağlık kuruluşu yine köy içerisinde bulunmamakta, köy sakinleri olumsuz durumlarda ilçeye gitmektedirler. Köyde doğalgaz bulunmaması köy sakinleri açısından ısınma problemini beraberinde getirmiştir. Köy hanelerinde daha çok soba ile ısınıldığı ancak maddi durumu daha iyi olan katılımcıların evlerinde “sobalı kalorifer” sistemi kurulduğu tespit edilmiştir. Görüşme yapılan 3 hanede bu sisteme rastlanılmış, katılımcıların bu sistemden oldukça memnun oldukları söylenmiştir. Köye doğalgaz gelmesi hususunda ise çalışmaların yapılacağı bilgisi sahadaki kişiler ve muhtar tarafından aktarılmıştır. Köydeki hanelerin hemen hemen hepsinde güneş enerjisi bulunmakta ve sıcak su buradan temin edilmektedir. Ancak araştırma sahasının Karadeniz iklimine sahip olmasından dolayı kışın havalar serin ve yağışlı geçmekte, bundan dolayı kış aylarında güneş enerjisinden yeterli verimlilik alınamamaktadır. Termosifon gibi kurtarıcı araçlarla ya da kazanlı sobalarla sıcak su ihtiyaçları karşılanmaktadır.

Araştırma sahasındaki köylünün temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Genel olarak yumurta, tereyağı ve süt gibi belirli gıda ihtiyaçlarını kendileri üretmekte, sebze ve meyve gibi besinlerini de kendi bahçe ya da seralarından karşılamaktadırlar. Bölgede özellikle arpa, buğday, yulaf ve siyez ekiminin çok fazla yapıldığı ve en önemlisinin de “pancar” yetiştiriciliği olduğu gözlemlenmektedir. Köyde pancar ekimi önemli bir tarım faaliyetini oluşturmakta ve pancarın

yetiştirilmesinde çok fazla su gerektiği ifade edilmektedir. Bu yüzden köydeki nüfusun en büyük şikâyeti pancar alanlarında su kullanımının çok fazla olduğu yönündedir. Köye su, bölgeye oldukça yakın olan Beyler Barajı'ndan gelmekte, su ihtiyaçlarını “terkos su” dedikleri baraj suyundan karşılamakta ve tarım alanlarını sulamak içinde ortak bir su kuyusu sistemi yer almaktadır. Beyler Barajı'nın 2023 yılı yaz ayında önemli derecede çekilme yaşadığı ancak şu an sahanın iklimsel özelliklerinden dolayı yağış almasıyla baraj seviyesinin eski haline geldiği söylenmektedir. Köyde tarım alanlarında aşırı su kullanımından dolayı önemli bir adım atılmıştır. Bu anlamda köye “kartlı su sulama sistemi” getirilmiş, tarım arazileri sulamalarından önce köylünün karta para yükleyerek su kullanmasını sağlayan bir sistem oluşturulmuştur. Köyün içerisinde doğal kaynak suyundan gelen bir çeşme bulunmakta ve su kesintileri olduğu zaman köylü su teminini buradan taşıyarak karşılamaktadır.

1.3.2.Katılımcıların Belirlenmesi ve Sosyo-Demografik Durumları

Yorumlamacı araştırmaların katılımcı belirlenmesinde çoğunlukla “amaçlı örnekleme” tipi kullanılmakta ve genellikle derinlikli çalışmalar da durumları tespit edilebilme noktasında seçilmektedir (Patton, 2002, s.46 akt. Glesne, 2013, s.59). Yapılan çalışmalarda kaç kişiyle ne kadar çalışıldığı ve çalışmanın ne zaman sonlanacağı gibi bilgiler kesin olarak bilinmemekle birlikte derin bir anlayışla gidilen bir çalışmada az kişiyle, uzun süreli gözlem ve tekrar eden bir görüşme ile zaman geçirmenin daha önemli olacağı kabul edilmektedir (Glesne, 2013, s.62). Bu araştırmanın amaçlı örneklemini kentsel sahada Ankara/Çankaya ilçesi, kırsal sahasında Kastamonu/Seydiler ilçesine bağlı Emreler Köyü ve Demirciözü 'ne bağlı Terzi ve Hatip köylerindeki 18 yaş üstü bireyler oluşturmuştur.

Araştırmada 14 kişi kentsel bölgeden ve 16 kişi kırsal bölgeden olmak üzere toplamda 30 kişi ile görüşülmüştür. Kentsel bölgede 9 erkek 7 kadın; kırsal bölgede 7 erkek 7 kadın olmak üzere toplam 14 kadın, 16 erkek olmak üzere 30 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcıların seçiminde hem kırsal hem de kentsel mekânı en iyi şekilde temsil edebilecek ve araştırmanın asıl amacına hizmet edebilecek kişiler olmasına özellikle dikkat edilmiştir. Araştırmada *amaçlı örnekleme* kapsamındaki katılımcılara ulaşmada, araştırmacı öncelikle önceden bağlantılı olduğu bireylerle irtibata girmiş, ki bu durum kent sahasında geçerli olmuş köy sahasında Demirciözü için anahtar kişiden yardım alınmış, sonrasında bireylerle görüşmeler tamamladıktan sonra *kartopu örnekleme* yoluyla diğer bireylere ulaşılmıştır. Anahtar kişi, araştırmacının köyün muhtarı ile tanışmasını sağlamış, köy hakkında bilgiler almış ve katılımcılarla görüşmelerden sonra kartopu örnekleme ile diğer katılımcılara ulaşılmıştır. Örneklem belirlenirken hem kentsel hem kırsal

sahada “yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve meslek” gibi etkenlerin çeşitlilik göstermesine dikkat edilerek kategorilendirilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın katılımcılarının sosyo-demografik özellikleri araştırmanın iki ayrı sahası olan kentsel ve kırsal mekân kapsamında iki ayrı tablo şeklinde verilmiştir.

Tablo 1: Kırsal Mekân Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

*Kod Adı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Düzeyi	Meslek	Aylık Gelir / Gider Harcamaları	Hanede Yaşayan Kişi Sayısı
K1	Kadın	19	Bekar	Ortaokul	Şu an çalışmıyor	Yok / 2.000 TL	3
K2	Kadın	23	Evli	Ön Lisans	İşçi	17.000 TL /	3
K3	Kadın	61	Evli	İlkokul	Ev hanımı / Çiftçi	38.000 TL / 20.000 TL	2
K4	Erkek	58	Evli	Ön Lisans	İmam / Çiftçi	35.000 TL / 30.000 TL	2
K5	Erkek	74	Evli	İlkokul	Emekli / Çiftçi	20.000 TL / 10.000 TL	2
K6	Erkek	24	Bekar	Lise	Esnaf (Telefoncu	40.000 TL / 35.000 TL	4
K7	Erkek	66	Eşi Vefat	İlkokul	Emekli	20.000 TL / 17.500 TL	2
K8	Kadın	52	Evli	İlkokul	Ev hanımı / Çiftçi	20.000 TL / 17.500 TL	5
K9	Kadın	53	Evli	İlkokul	Ev hanımı / Çiftçi	30.000 TL / 25.000 TL	4
K10	Erkek	20	Bekar	Lise	Esnaf (Telefoncu)	30.000 TL / 25.000 TL	4
K11	Erkek	56	Evli	İlkokul	Çiftçi / Etnaf / Şoför	30.000 TL / 25.000 TL	4
K12	Kadın	48	Evli	İlkokul	Ev hanımı / Çiftçi	7.500 TL / 5.000 TL	2

K13	Kadın	49	Evli	İlkokul	Ev hanımı / Çiftçi	40.000 / 17.500 TL	4
K14	Erkek	33	Evli	İlkokul	Çiftçi	30.000 / 15.000 TL	4

***Kod Adı:** K = Kırsal (Köy) Mekânı Temsil Eden Katılımcı

Yukarıda verilen “Tablo 1” incelendiğinde kırsal mekân sahasında 7 erkek ve 7 kadın olmak üzere toplamda 14 katılımcıyla görüşülmüştür. Katılımcıların yaş ortalaması 45 olarak hesaplanmıştır. Kırsal sahada genç nüfus azlığı dikkat çekmiş, özellikle gençlerin evlendikten sonra köyde yaşamak istemedikleri için ilçe veya il merkezine taşınmalarından dolayı genç katılımcı nüfusa istenilen düzeyde ulaşamamıştır. Katılımcıların eğitim düzeyine bakıldığında 10 kişinin ilkokul mezunu olduğu göze çarpmakta ve ayrıca yaş arttıkça eğitim düzeyi seviyesinin azaldığı gözlemlenmektedir. Katılımcıların hanelerinde yaşayan kişi sayısı en çok 5 en az 2 olmakta iken katılımcılarda en çok 4 kişilik hane sayısı tekrarlanmaktadır. Katılımcıların 2024 Şubat-Mart tarihi itibarıyla hanelerinde aylık gelir ve gider harcamalarının ortalaması sırasıyla 28,375 TL – 18,750 TL’dir.

Tablo 2: Kentsel Mekân Katılımcılarının Sosyo-Demografik Özellikleri

*Kod Adı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Düzeyi	Meslek	Aylık Gelir / Gider Harcamaları (TL)	Hanede Yaşayan Kişi Sayısı
Ş1	Kadın	25	Bekar	Lisans	Hukuk Stajyeri	Yok / 5.000 TL	4
Ş2	Kadın	55	Eşi Vefat	İlkokul	Ev Hanımı	20.000 TL / 12.500 TL	3
Ş3	Erkek	25	Bekar	Üniversite Okuyor	Serbest Meslek	20.000 TL / 14.000 TL	2
Ş4	Erkek	38	Evli	Yüksek Lisans	Mimar	70.000 TL / 40.000 TL	2
Ş5	Kadın	50	Evli	Ön Lisans	Aşçı / İşletmeci	20.000 TL / 15.000 TL	4
Ş6	Kadın	44	Evli	Lise	Aşçı	30.000 TL / 25.000 TL	4
Ş7	Erkek	64	Evli	Lise	Emekli Memur	15.300 TL / 22.500 TL	3

Ş8	Kadın	41	Evli	Lisans Mezunu	Güzellik Uzmanı	10.000 TL / 10.000 TL	5
Ş9	Kadın	49	Evli	Lise	Ev hanımı	35.000 TL / 40.000 TL	4
Ş10	Erkek	34	Bekar	Lisans	İnşaat Mühendisi	45.000 TL / 25.000 TL	1
Ş11	Erkek	27	Bekar	İlkokul	Gıda İşletmecisi	30.000 TL / 15.000 TL	2
Ş12	Erkek	45	Evli	Lise	Gıda İşletmecisi	30.000 TL / 25.000 TL	4
Ş13	Kadın	27	Bekar	Lisans	Öğretmen	20.000 TL / 12.000 TL	4
Ş14	Erkek	28	Bekar	Lisans	Toptancı	35.000 TL / 17.500 TL	4
Ş15	Erkek	25	Bekar	Lisans	Makine Mühendisi	40.000TL / 33.000 TL	1
Ş16	Erkek	22	Bekar	Ön Lisans	Spor Antrenörü	13.000 TL / 2.000 TL	3

*Kod Adı: Ş = Kent (Şehir) Mekanını Temsil Eden Katılımcı

Yukarıda verilen “Tablo 2” incelendiğinde kentsel mekân sahasında 9 erkek ve 7 kadın olmak üzere toplamda 16 katılımcı ile görüşülmüştür. Katılımcıların yaş ortalaması 37 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların eğitim düzeyine bakıldığında en düşük eğitim düzeyi *ilkokul*, en yüksek eğitim düzeyi *yüksek lisans* olmaktadır. En çok tekrar eden eğitim düzeyi “*lisans*” tır. Katılımcıların meslekleri çeşitli olmakla birlikte araştırma konusunun ilgilendiği “gıda israfı” üzerine daha verimli bilgiler elde edebilmek adına aşçı ve gıda işletmecileri örnekleme dahil edilmiştir. Ayrıca kent sahasında kentte yaşayıp doğup büyümüş, kentte çalışma hayatı içerisinde bulunmuş katılımcıların belirlenmesi kent sahasının iyi temsil edebileceği örnekleme ulaşabilmek için dikkat edilen bir diğer husus olmuştur. Kent sahasında yer alan katılımcıların 2024 Şubat-Mart tarihi itibarıyla ortalama aylık gelir-gider harcamaları sırasıyla 27.081 TL- 22.093 TL’dir.

1.4. ARAŞTIRMANIN AVANTAJLARI VE SINIRLILIKLARI

Araştırmanın literatürde yaşadığı sınırlılıklardan birisi israf ile ilgili alanda sosyolojik çalışmaların yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır. İsraf, ilgili literatürde sosyolojik boyutu göz ardı edilen bir toplumsal fenomen olmuştur. Bu nokta çalışmanın gerçekleştirilmesi sürecinde sosyolojik anlamda yol gösterici çalışmaların yetersiz olması nedeniyle araştırmacı açısından bir

sınırlılık yaratmıştır. Ancak bu sınırlılığa karşı bir duruş geliştirilerek ilgili literatüre sosyolojik bağlamda katkı sunmak oldukça önemlidir.

Araştırmanın sahasında ise saha seçiminde kolay ulaşılabilir örneklemle hareket edilmesi sahaya erişilebilirlik açısından avantaj sağlamıştır. Sahada araştırmacının katılımcılarla daha rahat görüşme sağlamasını, olumsuz tepkilerle karşılaşmasının önüne geçmesini, katılımlı gözlemi daha uzun süre zarfında yapmasını sağlaması açısından kolaylık sağlamıştır. Ancak literatürde “arka bahçe araştırması” olarak geçen bu durum avantajları olmasının yanı sıra bazı sınırlılıklar da getirmektedir (Glesne, 2013, s.56). Araştırmacıya sahada “içeriden birisi olması” bakımından veriler toplama noktasında kolaylık sağlasa da araştırmacının araştırmacı rolü, katılımcılar tarafından kabul edilmeyebilir ve bu da araştırmanın güvenilir bilgi edinimi noktasında sorun teşkil edebilir (Glesne, 2013, s.56). Ancak bu sınırlılık araştırmacının araştırmacı kimliğini ön planda tutarak “içeriden biri olmak” ile “dışarıdan biri olmak” rollerini dengede tutarak, ortadan kaldırmıştır.

Ayrıca araştırmacının belirlediği Emreler Köyü’nde saha sürecine başladığında yakın ilçeye ve il merkezine olan göçler nedeni ile yeterli nüfus bulunamamasından ötürü yeterli sayıda katılımcıya ulaşamamıştır. Bu durum araştırmanın kırsal mekanını temsil eden köy sahasına başka bir köy daha eklenmesine neden olmuş ve sahadaki dezavantajlı bu durum araştırmacının yedek saha olarak tuttuğu başka bir yakın köyün sahaya eklenmesiyle ekarte edilmiştir. Ayrıca sahanın 2024 Şubat-Mart tarihinde kış mevsiminde gerçekleşmesi “yazlıkçı” olmayan, yerleşik köylü nüfusuna ulaşmayı sağlamış ve köylü/kırsal katılımcıyı en iyi temsil edeceği düşünülen kişilere ulaşılması bakımından araştırmacıya avantaj sağlamıştır.

Araştırmanın gerçekleştiği tarihin “31 Mart Yerel Seçim” tarihine yakın olması ve köyde muhtarlık seçim çalışmalarının yapılması nedeniyle araştırmacıya ilk bakışta “siyasi çalışmacı” olarak gelip gelmediği konusunda çekimserlik gösterilmiş ve yeterli katılımcıya ulaşılmada sorun yaşansa da araştırmacının sonradan saha olarak eklenen köye girişinde anahtar kişinin kullanılması ile katılımcılarla araştırmacı arasındaki güven bağı sağlanmıştır. Anahtar kişinin araştırmacıyı önce ilçenin kahvehanesinde muhtar ile görüştürmesi, köy sakinlerinin araştırmacıya karşı tavrını olumlu yönde değiştirmiştir. Hatta köy sahasına gidildiğinde önce muhtarın hanesinden kişilerle görüşme yapılarak diğer katılımcılara güven duygusu sağlanmaya çalışılmıştır. Böylelikle araştırmacının sahada “yabancı” olarak görülmesi engellenmiş, saha sürecinin olumlu geçmesine katkıda bulunulmuştur.

1.5. LİTERATÜR TANITIMI

Bu bölümde, araştırmanın konusu kapsamında ilgili literatürde israfın nasıl ele alındığı, konuya nasıl bir yaklaşımla eğilerek ne türden sonuçlara ulaşıldığı aktarılmaya çalışılacaktır. Ayrıca ulusal ve uluslararası literatürde bu konunun sınırlılıkları, önerilen çözümler ve varsa alt başlıklarının neler olduğu aktararak literatür tanıtılmaya çalışılacaktır.

1.5.1. İsrafa İlişkin Çalışmalar

İsraf, tüketimin aşırılığa kaçarak ortaya çıkarttığı olumsuz bir toplumsal sorun olmakla birlikte hem uluslararası hem de ulusal literatür içerisinde geniş bir kapsama sahiptir.

Uluslararası alanda israf sözcüğü genellikle “*wastage*” olarak geçmekte, Cambridge sözlüğüne göre de “*israf, savurganlık*” anlamına gelmektedir⁶. Ayrıca literatürde “*squandering*” olarak geçen “*saçıp savurmak, israf etmek, çarçur etmek, boş yere harcamak*” anlamına gelen biçimde de kullanıldığı görülmektedir. Uluslararası literatürde israf daha çok ekolojik ve sürdürülebilir bir çevre bağlamında oluşan atıklar ve israftan kaynaklanan çevre sorunları ile ilgili ilgilenmektedir. Ağırlıklı olarak gıda israfı olarak geçen “*foodwastage*” ile ilgili daha fazla çalışma alanı gözlemlenmektedir (Dou, vd., 2016; Eriksson, 2012; Grandhi ve Singh, 2016; Osner, 2007; Wenlock, vd., 1980). Gıda israfının literatürde genellikle “evsel gıda atığı” üzerinden ele alıp incelendiği görülmektedir (Berjan, vd.,2022; Di Talia vd., 2019; Gaziani, vd., 2022; İlakova, vd.,2020).

Nitekim Di (2019) çalışmasında evsel gıda atığının bireyler üzerinde nasıl gerçekleştiğini ele alarak İtalya’nın “kırsal” bölgesinde yaşayanlar ile bir çalışma yürütmüştür. Bu çalışmada kırsal bölgedeki katılımcıların yaklaşık yarısının gıda israfı gerçekleştirdiği ancak bunun farkında olmadıkları, bilinçsiz davranışlarda bulundukları sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmada İtalya’da sahanın kırsal bölge olarak seçilmesi önemlidir. Nitekim kırsal bölgede gıda israfının durumu hakkında literatürde çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmanın dışında Li (2021)’nin Çin’de kırsal bölgedeki evsel gıda atığına yöneldiği bir çalışma söz konusudur. Bu çalışmada kırsal bölgedeki katılımcıların evsel gıda atığının oranının yaklaşık yarısının sebze ile yapıldığı sonucuna ulaşmış ve genellikle sosyo-ekonomik seviyesi orta denilebilecek kişilerde gıda atık israfı daha fazla gözlemlenilmiştir. Ayrıca gıda israfının sosyo-demografik özelliklerle ilişkisini inceleyen İlakova vd. (2020), Hırvatistan’daki evsel gıda israfında çarpıcı sonuçlara ulaşmıştır. İlakova vd. (2020), hanede yer alan her bir kişinin israfta bulunduğu ve israfın genellikle sebze ve meyve gibi ürün gruplarında gerçekleştirildiği ve bu durumun düşük sosyo-ekonomik seviyeye

⁶Oxford, Cambridge İngilizceSözlüğü <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/oxford>

sahip ailelerde daha az görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu tespit gıda israfı ile kişilerin sosyo-demografik durumları arasında ilişki kurulmasına olanak sağlamıştır.

Ulusal literatürde ise “gıda israfı” giyim, eşya ve teknoloji gibi diğer israf çeşitlerine nazaran daha fazla önem verilen bir mesele olmuştur (Çalışkan ve Hatırlı, 2023, s.54). Özellikle dünyada “gıda krizi” gibi önemli bir sorun yaşanırken gıda israfının önemli bir oranda yer alması ve bunun nedenlerinin araştırılması ön plana geçmiştir. Bu hususta ulusal literatürde gıda ve özellikle de ekmek israfı ile ilgili literatürde çok sayıda çalışmalar bulunmaktadır (Akmeşe ve İlyasov 2022; Daysal, 2019; Dölekoğlu ve Var 2016; Dündar, 2021; Karahan ve Çolak, 2021; Vergi, 2020). İlgili literatürde gıda israfının önemli bir boyutta ve en önemli israf türlerinden birisi olduğu vurgulanmaktadır. Literatürde ulaşılan sonuçlardan birisi genellikle kahvaltılık ürün gruplarında gıda israfının yapıldığı (Aydın, 2021; Karahan ve Çolak, 2021; Şenel ve Çılgınoğlu, 2022) yönünde olurken, ekmek israfının gıda israfı içerisinde önemli bir boyutta olduğu da çarpıcı bir diğer sonuç olmuştur (Çamoğlu, 2020; Daysal, 2019; Demir, 2020; Karahan ve Çolak 2021; Mete, 2020; Öcal 2021). Özellikle hanelerde gıda israfında bulunulma nedeni olarak son kullanma tarihine dikkat edilmemesi önemlidir (Demir, 2020). Bu doğrultuda gıda ve başta ekmek israfının önüne geçilebilmesinde çeşitli öneriler vardır. Bunlardan bazıları; “first in firstout” (FIFO) kuralının ailelerde bilinçli bir şekilde kullanılması (Demir,2020) ya da ekmek israfının önüne geçilmesinde porsiyonların azaltılması (Aydın,2021; Mete 2020), ihtiyaç dışında gıda ürünü alınmaması, tüketilecek kadar pişirilmesi (Aydın, 2021) veya hane dışında yer alan bazı işletmelerde gıda israfına sebep olan serpmeye kahvaltı kültürünün kişiselleştirilerek önüne geçilmesi vurgulanmıştır (Karahan ve Çolak, 2021). Literatürde gıda israfı ile ilgili gözlemlenen bir diğer sonuç da çalışmaların bir kısmının mikro ölçekli hane içi gıda israfı ile ilgilenmesi olmuştur (Ay, 2021; Demir, 2020; Tekiner, 2023). Bu çalışmalarda genellikle bireylerin hanelerinde gerçekleştirdikleri israf türlerine ve israfın algı düzeyine odaklanarak, israfı gerçekleştirmelerinin nedeni sorgulanmıştır. Çalışmalardan ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında bireylerin gıda israfı yapma yönünde algı seviyelerinin düşük olduğu, ancak buna karşın israf edilen gıdanın önemli bir oranda olduğu tespit edilmiştir (Ay, 2021, s.8; Demir, 2020, s.10; s.8, Tekiner, 2023, s.52-55). Özellikle Demir’in (2020) çalışmasının bir sonucu olarak en fazla israf edilen gıda grupları arasında tahıl, ekmek, meyve ve sebzelerin olduğu belirlenmiş, gıdaların israf edilme nedenleri arasında; gıdaların son kullanma tarihinin geçmesi, gıda ürünlerinin dayanıksızlığının farkında olunmaması, her zaman ihtiyaçtan fazla hazırlanması gibi nedenler sırasıyla yüzdelik oranlarla verilmiştir.

Uluslararası literatürde gıda israfının önlenmesi noktasında ise “dijitalin” kullanılması üzerine eğilen çalışmaların varlığı önemli olmakla birlikte (Anzer vd., 2018; Cane ve Parra, 2020;

Mazzucchelli, vd., 2021; Mullick, vd., 2020; Pramana, vd., 2021), gıda israfının yaratımında dijital platformların etkisi olması gibi, dijital aygıtları kullanarak gıda israfının önüne geçilebileceği üzerine de bir çözüm sundukları da aşıkardır. Nitekim Anzer vd., (2018, s.152) çalışmasında belirttiği gibi gıda atıklarının israfa yol açmasının önünde bir engel oluşturacak “mobil teknoloji” ve restoranlara, bağış yapmaya olanak sağlayan “android mobil uygulaması” geliştirerek gıda atıklarını ihtiyaç sahipleri ile paylaşmayı sağlayacak bir dijital kullanım sağlanabilir. Mullick, vd., (2020, s.533)’nin ise gıda israfını önleyebilmek adına perakende mağazaların son kullanma tarihinin bitmesine yakın olan ürünleri indirimli fiyattan satmaya başladığı dönemde tüketici ile bağlantı kurabilmek, indirimli fırsatları yakalayabilmeleri için dijital uygulama geliştirmek gibi çalışmaları mevcuttur. Böylece dijital uygulamaları ve cihazları kullanarak gıda israfının önlenmesine katkı sunacak yeni çalışmalar literatür açısından önemli görülmektedir.

Uluslararası literatürde israf ve sağlık alanı da birbiri ile ilişkili olarak ele alınmakta ve önemli çalışma alanlarından birisini oluşturmaktadır. Uluslararası literatürde sağlık kurumlarında gerçekleşen israf ve atık yönetimi, sağlık kurumlarında kullanılan aşı gibi malzemelerin israfı üzerine çalışmalar mevcuttur (Ali, vd., 2017 Askarian, vd., 2003; Setia, vd., 2002; Yadav, 2012; Wallace, vd., 2017). Aşı israfı ile ilgili ulaşılan sonuçlardan birisi aşı israfının önüne ısı stabilesini artırarak ve daha uzun raf ömrü uygulayarak (Setia, vd., 2002, s.1148) geçmek mümkün olsa da bu alanda israfın oldukça ciddi boyutlarda olduğu tespit edilmiştir. Ulusal literatürde ise *sağlık* israfı konusunda özellikle hastane işletmelerinde, ilaç ve tedarik edilen ürünlerde, tüketicilerin ilaç tüketiminde gerçekleştirdikleri israfa odaklanılmıştır (Baykara Mat, 2020; Dağcı ve Aslan, 2014; Kurutkan, vd., 2014; Şimşir, vd. 2013; Yıldız, 2019; Yılmaz, vd. 2017). Bu alanda gerçekleştirilen hem ulusal hem de uluslararası çalışmalarda temel konu biyo-tıbbi malzeme ve atıkların yönetimi konusunda alınan tedbirler, hastanelerde gerçekleşen tıbbi atıkların geri dönüştürülmesi, hastanelerde kullanılan malzemelerin tedariki ve kullanımı açısından israf edilmesi temel problemleri olmaktadır. Özellikle de tıbbi atıkların zararlı olmalarından dolayı hem insana hem de çevreye önemli derecede zarar vereceğinden dengeli tüketimi ve israfından kaçınılarak atık haline geçilmesinin önüne engel konulması ile ilgilendikleri gözlemlenmektedir.

İsraf kavramı, ulusal literatürde Arapça kökenli olması bakımından özellikle din ve ilahiyat alanında tartışılan bir konu olarak daha çok gündemde olmaktadır. Genellikle İslam’da ve dinde israfı tartışan çalışmalarda temel vurgu, Kur’an-ı Kerim’deki hadislerde, tefsir kitaplarında ya da lügatlerde geçen israf kavramının ve israfın nasıl ele alındığının belgesel gözlem veya dokümantasyon incelemesi yöntemleri ile çalışılmasıdır (Karaaslan, 2013; Kurtuluş Çakır, 2023; Öksüz, 2013; Özdal, 2015; Tunç, 2019). Ayrıca dinin, tüketim ve israf ile ilişkisini “insan”,

“emek” ve “zaman” israfı boyutları ile ele alıp dinin tüketimde sınırlayıcı bir etkisi olup olmadığı çalışılmıştır (Taş, 2020). Bu bağlamda ele alınan israf türleri, din ile ilişkisi bakımından genellikle manevi ve ahlaki israf türleri olmaktadır. Bunlar genellikle “inanç”, “zaman”, “sevgi”, “gülme”, “konuşma”, “namaz”, “oruç”, “hac”, “zekât” olmaktadır (Karaaslan, 2013; Özdal, 2015). Ancak “giyim-kuşamda aşırılık”, “yiyecek-içecek”, “sağlık” gibi (Karaaslan, 2013, Özdal, 2015) israf türlerine de değinmektedirler.

İslam ve din ile ilişkili literatürde genellikle israfın sebepleri; *taklitçilik, dünyevileşme, heves, faydacılık, lüks tutkusu, zaman bilincinin kaybı, liyakat istismarı ve gösteriş* biçiminde verilmiş (Karaaslan, 2013; Öksüz, 2013; Taş, 2020), israfın zararlarından kurtulma yolları ise manevi boyutlar üzerinden açıklanmıştır. Din alanında yapılan yazılı kaynak incelemeleri sonuçlarında özellikle Kur'an-ı Kerim'de israf ile ilgili vurgulanan ayetlerin çok fazla olduğu, çözüm olarak da “itidalli- orta yollu davranma”, “iktisatlı yaşama” davranışlarıyla önüne geçilebileceğine vurgu yapan ayetlere ulaşıldığı raporlanmıştır (Özdal, 2015, s.79). Ayrıca İslam dininde yer alan israfın büyük bir günah olarak sayılmasının çevre sağlığını korumada ve sürdürülebilir bir toplum yaratabilme noktasında etkili olabileceği ve İslam dininin öğretilerinin çevre sorunlarının önüne geçilmesinde bir çözüm olarak kullanılabileceği önerilmiştir (Kurtuluş Çakır, 2023, s.91).

Din ve israf ile ilgili çalışmalarda modernleşmeyle birlikte dinin etkisinin azalmasının tüketim pratiklerine yansıdığı ve bunun özellikle din, tüketim, gençlik ve israf (Tunç, 2019, s.3) ile bağlantılı olduğu değerlendirilmiştir. Özellikle modernleşme ile din olgusuna bakışın değişmesinin tüketim eylemlerinde farklılaşma yaratarak, İslami açıdan uygun görülen itidalli olma gibi iktisadi davranışlarının değişerek israfı doğurduğu bilinmektedir. Bu açıdan israf olgusu dini olarak manevi boyutla ilgilenilen bir kavram olmasına rağmen son dönemde iktisadi bir temelle ön plana çıkarak mikro ve makro iktisatta merkezde yer alan bir kavram haline gelmiştir (Çalışkan ve Hatırlı, 2023, s.55). Bu kapsamda israf, ulusal literatürde ekonomik temelli çalışmalarda kendine yer edinmiştir. İsrafın neden ve sonuçları iktisat teorileri bağlamında incelenmekte, israf olgusu iktisadi bir terim olarak ele alınmaktadır (Çalışkan ve Hatırlı, 2023, s.53). İktisadi temelli israf çalışmalarında makroekonomik ve mikroekonomik olmak üzere iki farklı iktisadi yaklaşımla israfın oluşumu, sebepleri ve sonuçları, israfın miktarı ve parasal değerini incelemektedirler (Çalışkan ve Hatırlı, 2023, 56-57). Makroekonomik yaklaşım, tüketim mallarının üretim aşamasında oluşan israf ve çeşitleri ile ilgilenmektedirler. Makroekonomik iktisat genellikle ülke ya da dünyada ortaya çıkan yıllık israf analizleri yaparken mikroekonomik iktisat hane halkı birimlerinde kısa süreli gözlemlenilerek ortaya çıkan israfa odaklanır (Çalışkan ve Hatırlı, 2023, s.56).

Ulusal literatürde israf her ne kadar işletme, ekonomi ve iktisat alanlarında yer alsada (Ak, 2018; Nas, 2022; Terzi, 2016) *İslam ekonomisi, Müslüman tüketicilerde israf ve tüketim, din ile israf davranışlarının iktisadi yönü* ile de ilgilenen çalışmaların gündemindedir. Burada daha çok tüketim alışkanlıklarını ve tüketici davranışlarını etkileyen unsurun din ve kültür olduğu vurgulanmaktadır. Genellikle Türkiye, Malezya, Katar, Endonezya gibi Müslüman ülkeler seçilerek makro açıdan karşılaştırma yapılan, anket yönelimli nicel yaklaşımla hareket edilen çalışmaların söz konusu olduğu söylenebilir (Ak, 2018; Terzi, 2016). Bu tarz çalışmalarda daha çok muhafazakâr kesimin tüketim ve israfı nasıl kavradığı ve bu yönde hangi tüketici davranışlarında bulunduğu, İslam da haram olarak nitelenen israfı bilmelerine ve İslam’ı benimsemelerine rağmen neden israf gerçekleştirdikleri temel problemleri olmakla birlikte geri dönüşüm ve tasarruf ile ilgili israfı önleyebilme noktalarına da değinmişlerdir (Ak, 2018; Nas, 2022). Nitekim Nas (2022, s.3)’ın çalışmasında “*Satın Alma Hiyerarşisi*” olarak geçen Sarah Lazarovic’in oluşturduğu “*The Buyerarchy of Needs*” piramidi İslam iktisadının yansımaları ile değerlendirilerek israfın azaltılması noktasında etkili bir yöntem olarak çalışmada kabul edilmiştir (Nas, 2022, s.3). Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi temel alınarak oluşturulan bu piramitte tabandan başlayarak sırayla “Sahip Olduklarını Kullan”, “Ödünç Al”, “Takas Yap”, “İkinci El Ürünlere Yönel”, “Kendin Yap” ve “Satın Al” şeklinde oluşturulmuştur. Bu piramitte temel amaç sahip olunan nesneyi kullanmadan başlayarak satın alma eylemine giden sürecin süresini geciktirerek ya da çeşitli adımlarla sürdürülebilir tüketimi teşvik etmektedir. Nas (2022, s.96) ise çalışmasında bu piramidin İslami İktisada uyarlayarak “Kanaat Et”, “Ödünç Al”, “Değiş-Tokuş Yap”, “Kendi Emeğinle Yap” ve “Satın Al” şeklinde kategorilendirilerek İslami açıdan değerlendirmiştir. Dolayısıyla bu piramit hem iktisadi açıdan hem İslami açıdan israfın ve aşırı tüketimin önüne geçilmesinde literatürde bir çözüm önerisi olarak sunulmuştur.

İsraf konusu gıda ve din ile ilişkisinden sonra en yaygın *turizm* alanında çalışılmaktadır. Turizm alanı literatüründe israf ile ilgili önemli sayıda çalışma bulunmaktadır (Aydın, 2021; Çam,2022; Deniz, 2022; Erik, 2019; İlyasov, 2017; Kırmızıkuşak, 2020; Özdemir, 2018; Özkan Buzlu, 2019; Şenel ve Çılgınoğlu 2022; Ulykman, 2023; Yıldırım, 2019; Yılmaz, 2022). Beş yıldızlı otellerde konaklayan yabancı ya da yerli kişilerin gıda israfı düzeyleri, açık büfe kültürü içerisinde otel işletmelerinde yaşanan gıda israfları ele alınmakta ayrıca neden bu tutumu sergiledikleri sorgulanmaktadır. Çalışma sonuçlarına bakıldığında turizm alanında yer alan otel işletmeleri ve bu otellerde ortaya çıkan gıda israfı başta olmak üzere pek çok olumsuz sonuca ulaşmıştır. Nitekim Deniz’in (2022, s.99) çalışmasında otellerde sunulan yemeklerin katılımcılar tarafından neredeyse yarısından fazlasının israf edildiği; bunun nedenleri olarak yemeklerin beğenilmemesi ve uygun porsiyonlama yapılmaması olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde en büyük

sorunlardan birisi olarak turizm işletmelerinde “gıda israfı”nın “açık büfe” tarzından kaynaklandığı sonucuna ulaşmıştır. Deniz (2022, s.100)’in çalışmasında da israfın nedenlerinden bazıları “içecek, hijyen, ambiyans, çalışan, araç-gereç, fiyat ve servis” gibi faktörler olarak sıralamıştır. Konaklama işletmelerinde önemli bir boyutta gıda israfının yapıldığı (Deniz, 2022, s.102) ve gıda israfının çoğunlukla otel işletmelerinde kalan müşterilerin bu konudaki bilinçsiz tutumlarından kaynaklandığı sonuçlarına ulaşılmıştır (Özdemir, 2018, s.5). Şenel ve Çılgınoğlu (2022) otellerde kahvaltılık ürünlerin en fazla israf edilen ürün grubu olduğunu tespit etmişlerdir. Öneri olarak da otel işletmelerinin daha küçük boyutlarda tabaklar vermesi, otel çalışanlarına veya müşterilere konaklama öncesi israfi önleme ile ilgili belirli bir düzeyde eğitim verilmesi ve ürünlerin muhafaza edilmesinde stok yapmadan uzak durulması vurgulanmıştır.

Dolayısıyla israf hem ulusal hem uluslararası literatürde çeşitli bilim dallarında ve çeşitli biçimlerde ele alınmış, farklı yöntem ve metodolojilerle israfın nedenlerine ve sonuçlarına ulaşmaya çalışılarak çözüm önerileri sunulmak istenmiştir. Ancak literatürde görüldüğü üzere israfın sosyolojik bir fenomen olarak ele alınması geri planda kalarak bu çeşitliliğin arasında kaybolmuştur. Bu doğrultuda bu çalışmada israf literatürü içerisinde gözden kaybolan sosyolojik boyutun ön plana çıkarılması hedeflemiştir.

1.5.2. İsrafa ve Aşırı Tüketime İlişkin Yeni Akım Çalışmalar

Literatürde yer alan israf ile ilgili bir diğer alan ise tüketim çılgınlığının yerini alması gereken sade ve yalın tüketimdir. İsrafa ve tüketime tepki olarak literatürde ortaya çıkan “*freeganizm*”, “*gönüllü sadelik*”, “*minimalizm*” ve “*köye dönüş*”, “*bilinçli tüketim*” gibi akımlar söz konusu olmakla birlikte bu alanda değerli çalışmalar söz konusudur (Aksoy ve Solunoğlu, 2015; Babaoğlu ve Buğday, 2012; Özdemir, 2020; Pentina ve Amos, 2010; Taş, 2020; Villi, 2021; Yurt, 2023). Tüketim karşıtlığı alanı literatürde yeni gelişen ve tüketime birer tepki olarak doğan bir akım olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili literatürde tüketim karşıtlığı, daha çok “*maddi tüketimi ve tüketimi reddetme, tüketimi sınırlama, reklam mesajlarına karşı olma, markaları boykot etme, medyanın sunduğu tüketim kalıplarını reddetme, gönüllü sade yaşamı ve sürdürülebilir tüketimi benimseme*” şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Özdemir, 2020, s.845, akt. Taş, 2020, s.39). Tüketici karşıtı tavır ve akımlarda genellikle üç tip eylem bulunmaktadır. Belirli ürünleri tüketmemek için reddederler, tüketimi azaltıp sınırlandırır ya da geri kullanım sağlayarak elden çıkartmaya çalışarak tepkilerini göstermeye çalışırlar (Villi, 2020, s.134). Freeganlar bu noktada aşırı ve gereksiz tüketimin ortaya çıkardığı israfının önüne çöpe atılan gıda ve çeşitli eşyaları “çöp” olarak algılamayarak ve bunları tekrardan değerlendirerek tüketmeyi amaçlayarak geçmeye

çalışmaktadırlar (Aksoy ve Solunoğlu, 2015, s.171). Freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm gibi aşırı tüketimle karşı gelişen bu akımlar temelde doğanın sunduğu kaynakları israf etmeden, tüketimle meşgul olmak yerine tüketim nesnelerinden bağımsız bir yaşama kavuşarak bireyin özgürleşebileceğine inanmaktadırlar (Taş, 2020, s.58). Aksoy ve Solunoğlu (2015, s.171) çalışmalarında gıda israfının önlenbilmesinde bireysel çabanın yeterli olmayacağı ancak bunun freeganizm ile mümkün olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Edwards ve Mercer (2012)'in çalışmalarında ise freeganların minimal düzeyde tüketimi bir çözüm yolu olarak sunmalarının gıda israfında yeterli düzeyde bir çözüm üretmeyeceğini, neoliberal politikalar karşısında üretebilmenin, tüketmekten daha değerli olduğu anlayışıyla eleştirel bakmışlardır. Her ne kadar freeganizm'in israfı önlemede yeterli bir çözüm sunmayacağını düşünseler de kapitalizmin doğurduğu bu sistemde ürün ve tüketim arasında farklı bir anlayış geliştirilmesi bakımından freeganizmin değerli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Literatürdeki freeganizm ve kavramlarının tartışılmasının yanı sıra Obrador (2020)'un çalışması farklılık içermektedir. Obrador (2020) çalışmasında freeganizmin temel ilkelerini kapsayacak biçimde artan gıdaların yeniden dönüştürülerek yeni trend kafe işletmelerinde kullanılıp kullanılmayacağını araştırmış ve sonucunda müşterilerin kafeye bakış açısının olumsuz ve eleştirel olduğu ancak kafenin amacının farkında olan müşterilerin bu yenilikçi tarza olumlu bakabildiği sonucuna ulaşmıştır.

Dolayısıyla bilinçsizce ve savurgan bir şekilde gerçekleşen tüketimin giderek yaygınlaşması söz konusu olsa da bu alana karşı tepki ve eyleme geçmeye çalışan bir akım güncel olarak mevcuttur. Nitekim geleceğin en büyük sorunu olacak olan kaynakların tükenmesi ve israfın yol açacağı ekolojik, ekonomik ve toplumsal sorunlar için belki de bu akımların temel aldıkları fikirlere daha fazla ihtiyaç duyulacağı aşikardır. Literatürde tüketim karşıtlığı akımlarının varlığı yeni yeni hissedilse de ileride tasarlanacak aşırı tüketim ve sonucu olarak ortaya çıkan israf konusu çalışmalar açısından önem arz edecektir.

1.5.3. İsrafın Sosyolojik Boyutu

Literatürde israfın tüketim boyutunun görece az olduğu ve genellikle nicel araştırma yöntemi tekniğiyle, genellenebilir, niceliksel analizlerle çalışılarak ele alındığı gözlemlenmektedir. Literatürde ağırlıklı olarak tüketimle ilgili çalışmalar mevcut iken israf boyutuyla ilgili sosyolojik çalışmalar yetersiz kalmıştır. Çalışmanın tez öneri formu verildikten sonra literatürde israf ile ilgili sosyolojik bakış açısıyla yapılan yeni bir çalışmaya rastlanılmıştır. Bu çalışma Savur'un (2023) *“Bir Tüketim Pratiği Olarak Gençlerin İsraf Anlayışının Kır-Kent Bağlamında Karşılaştırılması: İzmir Örneği”* başlıklı tezidir. Tezde İzmir sahası üzerinden kır ve kentteki gençler üzerinden israf ve tüketim davranışları ele alınmıştır. Çalışmanın örneklemini 18-30 yaş

grubu genç nüfus ile sınırlandırılmıştır. Çalışma sadece tüketim ve israf ile ilişki kurularak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ulaştığı sonuçlara bakıldığında gençlerin kırsal bölgede kente göre daha az tüketim ve israf davranışı sergiledikleri yönünde yaygın kanaat olsa da araştırmacıya göre sahada durum farklı işleyebilmektedir (Savur, 2023, s.113). Savur (2023, s.113), gençler arasında “tüketim yapma biçimleri” yaşam tarzına göre farklılık gösterse de “tüketim davranışları ortak” sonucuna ulaştığını ifade etmiştir. Araştırmacı, gençler arasında kır-kent arasında gıda israfına ilişkin durumların farklılık gösterdiğini, kırsal bölgede yaşayan gençlerin yeme artıklarını hayvanlara vererek israfı önleyebildiklerini ancak kentte yer alan gençlerin kırsal bölgedeki kadar bu yönde adım atmadığı sonucuna ulaşmıştır (Savur, 2023, s.115). En genel anlamıyla ulaştığı sonuç ise gençlerin tüketim ve israf kavramlarını algılama biçimlerinde kentsel ve kırsal mekanlarda farklılıklar oluştuğu, ancak israf anlayışının kentsel ve kırsal bölgelerde benzerlik gösterdiğidir (Savur, 2023, s.116). Çalışma sonucunda her iki mekân arasında israf ve tüketim davranışları zaman zaman farklılık gösterse de her iki yerde de israfın ve tüketimin görüldüğü, genel anlamda da israf davranışının her iki bölgede yer alan gençlerde gözlemlendiği şeklindedir (Savur, 2023, s.116).

Yapılan bu çalışma dışında israfın sosyolojik boyutunu doğrudan ele alan başka bir çalışmaya rastlanılmamıştır. İlgili literatürde daha çok israf yerine “aşırı tüketim” “hedonik tüketim”, “gereksiz/bilinçsiz tüketim” gibi kavramsallaştırmalar üzerinden gidilmiş, israf kavramsal bir olgu olarak sosyolojik çalışmaların temel odak noktası olmamıştır.

Literatürde eksik görülen bir diğer noktada “dijital israf (e-israf)” olarak geçen, uluslararası literatürde dijital atık oluşumu olarak da geçen “digital wastage” boyutunun ele alınmamasıdır. Bu anlamda Türkiye İsrâf Önleme Vakfı’nın (TİSVA) 7 Haziran 2023 yılında yayınladığı haberde “e-israf” durumunun oluşturduğu “nomofobi” hastalığı (“E-İsraf ve Nomofobi,” 2023) ve alanda güncel bir konu olarak tartışılması gereken bir duruma dönüşmesi konuyu önemli kılmaktadır. Çünkü dijital çağda yaşadığımız bir dönemde teknolojik aletlere bağımlılık ve bunun yarattığı ihtiyaç dışı dijital aletlere olan tüketim çılgınlığı da yeni bir israf türü olarak literatüre dahil olmuştur. Sosyolojik çalışmalarda dijitalle bağımlı toplum yapısının söz konusu olması ve bu anlamda teorik birtakım çerçevelerin yer alması, israf noktasında yine göz ardı edilmiş başka bir boyuttur. Sosyolojik çalışmalarda ve kuramlarda her ne kadar dijitalleşme sorunu kentsel alanın bir problemi olarak görülse de bu çalışma ayrıca dijital tüketimi ve onun bir sonucu olarak ortaya çıkabilecek e-israfı sadece kentsel mekânın bir problemi olarak düşünmenin yanı sıra e-israfın kırsal mekandaki boyutunu ve durumunu da görebilmeyi sağlama açısından değerli olacaktır.

Dolayısıyla literatüre bakıldığında israf oldukça genel bir kavram olmakla birlikte, kullanıldığı yer ve bağlamı bakımından da çeşitlilik arz etmektedir. Nitekim literatürde de geniş bir alana sahip olmakta, farklı bilim alanları için önemli bir toplumsal sorun olarak gündemde yer almaktadır. Alanyazında farklı bilimlerce ele alınan, sosyoloji literatüründe eksikliği görünen, israfa ve aşırı tüketime karşıt yeni gelişen bir alanın ortaya çıkması bağlamında üzerine çalışılması gereken bir konu olmaktadır. Ayrıca ilgili literatürde gözlemlenen bir eksiklik de israfın ele alındığı noktada tasarruf ve geri dönüşüm konuları ile ilgili değinilen çalışmaların oldukça az olmasıdır. İsraf ve nedenleri ele alınmış ancak israfın önlenmesi noktasında bireylerin tasarrufu ve birikim davranışları, geri dönüşüm noktasında gerçekleştirdikleri faaliyetlerin nasıl gerçekleştiği ile ilgili durumlarla genellikle ilgilenilmemiştir. İsraf konusu oldukça güncel bir toplumsal sorun olarak yer aldığı için daha fazla ele alınıp, değerlendirilmesi ve bu konu hakkında bilimsel önerilerde bulunulması insanlığın geleceği ve toplumun sağlığı açısından da ayrıca önem arz etmektedir.

2.BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. TÜKETİM

Tüketim kavramı Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre “*üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması; yoğaltım, istihlak, üretim karşısı*” (tdk.gov.tr) anlamına gelen bir kavram olarak tanımlanmaktadır. En genel anlamı ile de “*tüketim, bir şeyleri kullanıp bitirmek ve yok etmek*” olarak tanımlanabilir (Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu, 2018, s.1)⁷. Nitekim toplumsal yaşam alanında birey yaşamını idame ettirebilmek; *fizyolojik, biyolojik, sosyal ve kültürel* ihtiyaçlarını karşılayabilmek için tüketim faaliyetinde bulunmak zorundadır (Torlak, 2000, s.17). Önceliğini var olan ihtiyaçları doğrultusunda harcamalı ve böylelikle tüketim eylemine geçmelidir. Sanayinin gelişmesi ve tarım ekonomisine dayalı sistemden geçiş ile ihtiyaçlarda, üretim tarzlarında, harcama kalem ve biçimlerinde ve en önemlisi de tüketim anlayışında önemli gelişmeler ve değişimler yaşanmıştır (Tunç, 2019, s.27). Ancak tüketim eyleminde bulunma sadece parasal bir karşılığı olan maddi bir eylem olarak değil, manevi değerlerin de tüketilebileceği bir kavram olarak da tanımlanabilir (Torlak, 2000, s.17). Nitekim günümüz modern toplumlarında tüketim kavramını, bireyler için birer statü edinimi ve kimliklerinin göstergesi; moda haline gelmiş ürünlerin pazarlanması için kitle iletişim araçlarını kullanan ve ayrıca yeni yaşam biçimlerini meşru bir konuma getiren kavram olarak da tanımlayabiliriz (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s.10). Bu anlamda da tüketim, sadece ekonomik ya da maddi anlamda değil; sosyal, kültürel ve manevi değerlerin de tüketime dahil olması olarak ele alınabilir.

Modernleşme ile kapitalist tüketim anlayışı; gelir ve refah seviyesinin artması, köyden kente göç, teknolojik gelişmeler gibi önemli değişimler tüketimin toplum içerisindeki anlamını değiştirmekte, bu toplumlar “*tüketiyorum, öyleyse varım*”, “*tükettiğin kadarsın*”, “*tüketirken tükenmek*” toplumlarına dönüşmüşlerdir (Tunç, 2019, s.27).

Her ne kadar bireyin sosyal yaşamı içerisinde maddi ve manevi ihtiyaçlarını karşılayabilmesi sosyal bir hak olsa da tüketme eyleminin toplumsal kaynaklar açısından etkilerini göz önünde

⁷T.C. Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü, Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu (2018). <https://ticaret.gov.tr/duyurular/tuketici-profil-ve-bilinc-duzeyi-arastirma-raporu> Erişim tarihi: 29.11.2023.

bulundurarak hareket etmesi de bir o kadar sorumluluğudur (Torlak, 2000, s.19). Buradan anlaşılacağı üzere birey, tüketim eylemi içerisinde bulunurken yanlış ve gereksiz tüketim eylemlerinin yaratabileceği israftan kaçınmalı, toplumsal kaynakların sürdürülebilmesini bir görev olarak üstlenmelidir. Tüketmek, kişiye bir hak olarak görünse de toplumsal kaynakları tükettiği için doğaya ve topluma karşı da sorumlu hareket edebilmelidir.

Tüketimle ilişkili olarak ele alınması gereken konulardan birisi tüketim ihtiyacıdır. İnsanların tüketirken neyi ihtiyaç neyi ihtiyaç dışı olarak konumlandığı farklılaşmaktadır. Tüketim, insanların kendi arzu ve isteklerinden ya da bir mala veya hizmete ihtiyaç duyulması halinde gerçekleşen bir eylemdir. İhtiyaç kavramı en temelde bireylerin yaşamlarını idame ettirebilmeleri için doğal ve toplumsal olan “gereklilikler” in tamamı olabileceği gibi maddi ve manevi olarak yokluğunu hissettiğimiz şeyleri giderme olarak farklı biçimlerde tanımlanabilir (Dal, 2017, s.3). Bireyler, kendilerinde ihtiyaç olarak hissettiği ya da ihtiyaçlarıymış gibi lanse edilen şeyleri tüketmek ya da satın almak istedikleri durumda öncelikle bir karar verme sürecine girer ve gerçekten ihtiyaçları olduğuna karar verirler ise tüketim eyleminde bulunurlar (Torlak, 2000, s.23). Ancak bu süreç her zaman böyle de işlemeyebilir. Satın alacakları şeyin düşük fiyatı, yüksek gelire sahip olmaları gibi çeşitli faktörlerle ihtiyaç olup olmadığı kararına varmadan da tüketme eyleminde bulundukları söylenebilir (Torlak, 2000, s.23). Burada önemli olan nokta bireyin tüketme ihtiyacını karşılayabilme noktasında “*kişiliği, inancı, tutumu, eğitimi, sosyal statüsü, yaşadığı çevre ve toplumun ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal yapısı*” gibi etkenlerin de belirleyici olabileceğidir (Torlak, 2000, s.24). Bu etkenler, bireyden bireye değişeceği gibi tüketme ihtiyacı toplumdan topluma zaman ve mekân bağlamı içerisinde değişmektedir (Tan, 2019, s.204). Nitekim geleneksel ve modern toplum ayrımında bile bu ihtiyaçlar farklılaşabileceği gibi, kentsel ve kırsal mekanların da bu açıdan birbirinden ayrıldığı söylenebilir. Ancak günümüz toplumlarında bazı istek ve ihtiyaçların bireyler tarafından aynılaştığı, tükettiklerinin birbirine benzemeye başladığını söylemek de mümkündür (Tan, 2019, s.204).

2.1.1. Tüketim ve Kültür

Kültür, toplumsal yapının önemli unsurlarından biri olmakta ve “*tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü; hars, ekin*” (TDK, 2024) anlamına gelmektedir. Bir toplumu tanımlamada, açıklamada ya da anlamada dikkat edilecek nokta o toplumun kültürü ve bu kapsamda maddi ve manevi kültürel tüm öğeleri olmalıdır. Bu kapsamda kültür, bir toplumun tüketim kalıpları ve davranışlarının şekillenmesinde etkili olan önemli bir boyuttur. Kültür bir toplumdan topluma

değişebileceği gibi bir toplumun kendi farklı dönemsel süreçlerinde dahi değişebilmektedir. Böylece geleneksel dönemin kültür özellikleri ile modern dönemin kültür özellikleri arasındaki farklarının neler olduğu ve bu farklılıklarda toplumların tüketim eylemlerinin nasıl gerçekleştiği tanımlanmalıdır. Böylece geleneksel ve modern toplum yapılarında tüketimin ve tüketim kültürünün durumu ele alınarak israf davranışlarının bu süreçlerdeki durumu yorumlanabilir. Böylece tüketim ve israf davranışı arasında kültürün nasıl bir yer edindiği ve aralarındaki ilişkinin görülebilmesi sağlanacaktır.

Geleneksel toplum yapısı değişime direnç gösteren, gelenek ve göreneklerin merkezi öneme sahip olduğu, toplumsal hareketliliğin ve sosyal farklılaşmanın az olduğu, basit tarım araçları ile geçimlerini sağlayan yapısal dönemdir. Burada tamamen üretim odaklı bir ekonomik kültür söz konusudur. Günü kurtarma ve nüfusa göre üretme ve o oranda da tüketme söz konusudur. Yaşadıkları mekânsal bölge sınırlı bir alana sahip olduğu için tüketecekleri nesnelerde sınırlı olacaktır. Böylelikle ihtiyaçları oranında üretim ve tüketim davranışları gerçekleştirmektedirler. Geleneksel yapıda tüketim kültürü “hayatta kalabilmek” iken modern toplumda “tüketim bir amaç” olarak değerlendirilmektedir.

Geleneksel kültürde yer alan birey, üyesi olduğu toplumdan kazandığı kültürel pratiklere göre kendini şekillendirir ve çevresini bunlara göre değerlendirir. Ancak aydınlanmacı yaklaşım ile geleneksel kültürden ayrışma yaşanarak, rasyonelliğin ortaya çıkardığı bireyseli kültür yapısı gündeme gelmiştir (Yiğit, 2019, s.23). Geert Hofstede’nin kültürel boyutlar teorisinde değindiği gibi bireyci toplum yapısına sahip toplumlarda, ki bu toplumlar modern toplum yapısı ile eş değer görülebilir, “ben” düşüncesi hâkim, üyeler kendi istek ve tercihlerini ön planda tutarak, bireysel başarılarını önceler durumdadırlar (Dursun, 2013, s.52). Toplulukçuluk yapılarında ise bireyler kendilerini üyesi oldukları toplumun örgütlerine, ailelerine adanmakta, bireysel istek ve çıkarları değil, ait oldukları topluluğun çıkarlarına göre hareket etmektedirler (Dursun, 2013, s.52). Modern dönemde sanayileşme, bilim ve teknolojinin gelişimsel süreci, kapitalist ekonomi sisteminin yayılışı ve kentleşme gibi önemli toplumsal olaylar modern dönemin tüketim kültürünü değiştirmiştir (Yiğit, 2019, s.24). Özellikle sanayinin gelişmesiyle fazla üretilen ürünlerin kitlesel tüketilmesi istenmiştir. Ayrıca modern dönemde teknolojinin gelişmesi, parasal ve çevresel riskler yaratmıştır. Ulrich Beck (1992, s.19-21)’e göre modern döneme geçişle zenginliğin üretimi risklerin sosyal üretimine neden olmuş, hem kıt kaynaklara sahip geleneksel yapıdaki toplumlarda üretilen malların dağıtımında yaşanan problemler hem de teknolojik ve bilimsel gelişmelerin yaşandığı modern dönemde üretilen riskler artış göstermiştir. Klasik sosyologların geleneksel dönemde eleştirdikleri üretilen malların eşitsiz dağıtımının “endüstriyel toplum” ya da “sınıf toplumu” gibi kavramlarla ve bu toplumlardaki risk ve tehlikelerin nasıl

azaltılabileceği ile ilgiliyken bugün risk kavramı modern dönemin ilerleyen süreci olan düşünümsel modernlikle ilgilidir. Geleneksel yapıdaki toplumlarda risk “aç kalmak” gibi temel ihtiyaçların karşılanamaması durumları olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel dönemin insanı aç kalmamak, sağlıklı olmak ve hayatta kalabilmek adına üretir ve tüketir. Geleneksel yapıda mekân ve zaman Tanrı tarafından düzenlenmiş, belirlenmiş ve tesadüfiliğin yer almadığı bir inanış söz konusudur (Özcan, 2011, s.93). Bundan dolayı da geleneksel toplum yapılarında riskler temel ihtiyaçların karşılanamaması dışına çıkmaz. Ancak modern dönem, “risk toplumu” dur. Modern dönemde riskler çeşitlidir, öngörülemezdir. Riskler insanüstü güce sahip olabileceği gibi birey daha fazla üretmek ve daha fazla tüketebilmeyi ister. Dolayısıyla tüketim, modern döneme ait bir kültür olarak yerleşmiş ve gelişmiştir.

Tüketim kültürü kavramı modern dönemde gerçek anlamını kazanmış, geleneksel dönemdeki “ihtiyaç odaklı tüketme” yerine “arzulu ve hedonik tüketme” kültür biçimini almıştır. Modern dönemde bireyler sadece ihtiyaçlarını karşılayabilmek için değil, tüketim eyleminden aldıkları haz ve arzu içinde tüketim davranışı sergilemektedirler. Bu çerçevede modern dönemin kent merkezleri Steven Miles (1998, s.1-2)’ın da belirttiği “*kültür merkezi*” değil birer “*tüketim merkezi*” olmaktadır. Bu bağlamda günümüz toplumları için kültür kavramı tüketimle eş değer olarak görülen, Frankfurt Okulu’nun önemli isimlerinden olan Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer’in “*kültür endüstrisi*” kavramı ile modern dönemdeki kültür unsurlarının tüketim nesnesi biçimini aldığını iddia etmeleri ile özdeşir. Frankfurt Okulu’nun temel düşüncesi kültürün kitlesel olarak üretilip tüketildiği fikridir. Kültür endüstrisinde yer alan birey piyasa koşullarına hâkim olan güçler tarafından biçimlendirilmiş bir nesneye dönüştürülmüştür. Kültür endüstrisi bireyin gündelik yaşam alanlarını ele geçirmiştir. Beslenme, giyim, eğlence ve çalışma gibi bireylerin haz arayışlarında, beğeni düzeylerinde ve tüketim pratiklerinde tek tipleştirmeyi amaçlamaktadır. Theodor W. Adorno (2007, s.51)’ya göre kültür endüstrisinde yer alan bireylerin üretici kuruluşlar tarafından istatistik nesnesi olarak görülerek, bireyi pasifize edip, istedikleri ürünleri tüketmeleri sağlanır. Böylece modern kültürde bolluğun içerisinde boşuna harcama yapmak, aşırıya kaçmak ve müsrif olmak söz konusudur (Özcan, 2011, s.92).

Modern kültür dolayısıyla tüketimi destekler ve tüketim toplumu yaratır. Ancak geleneksel kültürde önemli olan sürdürülebilir bir toplum yaratabilmek ve doğal kaynakların korunmasını sağlamaktır. Geleneksel toplum yapısında bireyler, doğanın üstünlüğünü kabul ederken modern dönemin insanı kendisini doğadan üstün gören faaliyet ve davranışlarda bulunur. Bu durumda modern dönemin insanı doğal kaynakların tüketilmesinde kendisini özgür görmekte ve aşırıya giderek israf davranışı sergilemektedir. Böylece israf olgusu modern dönemde önemli toplumsal sorunlar arasına girmiş, modern dönemde tüketim toplumlarında önemli bir kültür haline gelmiştir

(Öksüz,2013, s.96). Nitekim tüketim kültürü de savurganlıktan ve aşırılıktan beslenerek israfi doğurmuştur.

2.1.2. Tüketim Toplumu

Tüketim kavramı, özellikle Sanayi Devrimi'nden sonra hem üretim hem de tüketim anlamında bazı değişikliklere uğramış, günümüz modern toplumları için tüketim farklı bir anlam kazanmaya başlamıştır. Sanayileşmenin artması, kırdan kente göç geçişleri, teknolojinin gelişimi, kentleşme vb. gibi faktörler toplumun tüketimini ve tüketim eylemlerini değiştirmiştir. Artık toplum üretmekten daha çok her şeyi tüketen bir toplum yapısına geçmiştir. Böylelikle yeni sanayi kolları oluşmuş, reklamcılığın ve pazarlamacılığın gelişimi ile yeni iş imkanları yaratılarak tüketime teşvik edilen bir toplum yapısı oluşmuştur (Savur, 2023, s.22). Nitekim tüketim toplumu, nesnelerin hızlıca kullanılarak atıldığı ve israf edilen toplum olarak tanımlanmaktadır (Williams, 1999, s.18). Jean Baudrillard (1997, s.29) ise tüketim toplumlarını, kişisel tüketimin ve harcamaların artarak devam etmesi ve yönetime ait olan kaynakların birçok alanda kullanılarak artması olarak açıklar.

Ona göre, artık tüketim toplumunda üretim alanları ile kültür arasında herhangi bir ayrım kalmamış, kültürel alan da tüketime dahil olmuştur (Zorlu, 2006, s.264). Tüketim bir boyutuyla ihtiyaç ve istekle alakalı olsa da Baudrillard, tüketimin “gösterge” ya da “sembollerle” eş değer olan bir duruma dönüştüğünü ifade eder (Zorlu, 2006, s.264). Tüketim toplumu içerisinde yer alan her şey göstergeleşmiş ve bu göstergeler tüketilebilen bir duruma dönüşmüştür. Tüketim toplumunun göstergesi Baudrillard'a (1997, s.47) göre mutlulukla eş değer görülen bir şey olarak sunulmaktadır. Ne kadar tüketirsen o kadar mutlusun anlayışı ile özdeş görülebilir (Baudrillard, 1997, s.49). Önemli olan tüketilecek nesneler değil, o nesnelerin bünyelerinde barındırdıkları “statü”, “kod”, “iyi” ve “mutlu” görüntüsü sağlayabilecek bir göstergesi olmasıdır. Dolayısıyla tüketim toplumunda temel amaç kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak değil, arzularını ve toplumsal konumlarını tükettikleri nesnelerle belirleyen bir tüketim sağlayabilmek olmuştur (Savur, 2023, s.22).

Tüketim toplumunda önemli olan, bireylerin tüketim eyleminde bulunduklarında önceliklerinin temel ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve bunu gerçekleştirirken de toplumsal kaynaklara karşı bilinçli davranarak hareket etmesi zorunluluğudur (Torlak, 2000, s.127). Toplumsal düzenin oluşabilmesi için bir toplumun tüketim faaliyetlerini gerçekleştirirken kaynakları israf etmeden hareket etmesi gerekir. Bireyler tüketim toplumunun girdabına kapılıp, kaynakların tükenmesine sebebiyet vermeden hareket etmelidir. Burada önemli olan bireyin tüketim toplumu içerisinde nelerden etkilendiği, bireyi tüketime sevk eden faktörlerin neler olabileceğidir. Bunların

nedenlerinin bilinmesi; değişen tüketimi ve beraberinde oluşan “tüketim toplumunu” anlayabilme noktasında önemli olacaktır. Bu faktörler “*kişisel*”, “*sosyo-kültürel*” ve “*pazarlama yöntem ve araçları*” olmak üzere incelenebilir.

Kişisel faktörler; bireyin kendi aile, arkadaş, okul ve sosyal çevresinden etkilenecek bireyin “*inancını*”, “*tutumlarını*” ve “*algılarını*”, “*öğrenmesini*” ve “*kişiliğini*” etkileyerek tüketme eyleminde bulunmasına neden olan faktörler olarak karşımıza çıkar (Torlak, 2000, s.64-65). Kişisel faktörler; bireyin yaşı, cinsiyeti, içerisinde bulunduğu dönemi, sosyo-ekonomik durumu, hayat biçimi ve kişiliği kapsamaktadır (akır vd.,2010, s.88). Örneğin; genç bir kişinin tüketebileceği ürünler ve hizmetler farklı iken yaşlı bir bireyin tüketebileceği şeyler farklılık gösterir. Ya da bir beyaz yakalı çalışan ile mavi yakalı çalışanın bir eşyayı satın alma davranışı elde ettikleri gelire bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bu durumda kişilerin tüketimlerinde inançları, sosyalizasyon süreçleri ve içindeki bulundukları dönem gibi kişisel faktörler önemli olmaktadır.

Sosyo-kültürel faktörler ise tüketme davranışını tetikleyen *aile kurumu*, *referans grupları* ve *kültür* olarak sayılabilir. Aile kurumu içerisinde birey çeşitli tüketim davranış kalıplarını öğrenerek tutumluluk, cömertlik, israf gibi davranışlar sergileyebilir (Torlak, 2000, s.72). Burada aile kurumu içerisinde gelir durumunun ve aile içi ilişkilerin de etkili olduğunu söylemek gerekir. Referans grupları ise aile kurumu üyeleri dışında kalan bireyin iletişimde bulunduğu diğer gruplardır. Bu gruplar genellikle bireylerin bir ürünü veya hizmeti alma hükmü verdiği noktada etkilendiği (Odabaşı, 1998, s. 104), tüketme eylemindeki davranışlarını etkileyen gruplardır (Özkalp, 2000, s.89). Bireyin iş ve arkadaş ortamı, içerisinde üye olarak bulunduğu dernekler, vakıflar ve kulüpler örnek olarak gösterilebilir (Torlak, 2000, s.74). Tüketici davranışını etkileyen “*kültür*” ise bireylerin tüketim tarzlarını yaratır ve eğlenme, çalışma, dinlenme gibi alanlarda tüketici davranışlarını şekillendirir. Ancak kültürün zaman içerisinde değişmesi tüketim kalıplarının ve eylemlerinin de değişimine neden olur. Bu durumda kapitalist tüketim tarzı, kültürü kendi önünde engel olarak konumlandırır (Torlak, 2000, s.77). Frankfurt Okulu’nun değindiği “*kültür endüstrisi*” kavramı bu meseleyi açıklığa kavuşturacaktır. Kültür endüstrisi, bireyi toplumsal yaşamı içerisinde sürekli olarak tüketime sevk ettirmekte, tüketiciye “*sahte ihtiyaçlar*” yaratarak gerçek ihtiyaçlarının üstünü kapatmaktadır (Bekalp, 2019, s.23). Frankfurt Okulu’nun kültür endüstrisine bu anlamda en temel eleştirisi, endüstri biçimi haline gelen kültürün bireyleri yapay ihtiyaçlara sevk eden bir araçsal rol üstlenmesidir (Bekalp, 2019, s.23). Her ne kadar kültür endüstrisi bireyi özgürleştirmek isteyen bir yapısallık hedefi olduğunu vurgulasa da durum tam aksinedir. Kültür endüstrisi bireyin tüketme eylemini özgürleştirmek yerine kısıtlayarak bireye ihtiyaı olmadığı ürünleri manipüle ederek almasını teşvik eder. Bu

bağlamda toplumun içerisinde bulunduğu kültür biçimi bireylerin tüketme ve israf davranışlarını göstermede önemlidir.

Bireyin tüketici davranışını etkileyen bir diğer araç da *pazarlama yöntem ve araçlarıdır*. Gelişen iletişim araçlarının yanı sıra reklamlar, alışveriş merkezleri ve dijital programların pazarlama tekniklerinin ve araçlarının gelişim göstermesi bireyin tüketim davranışlarına etki etmekte ve insanların yaşamlarını tüketme odaklı bir duruma dönüştürmektedir (Çınar ve Çubukçu, 2009, s.287). Nitekim Bocock (1997, s.57)' a göre 20.yy'ın sonlarında bireyler artık sadece çalışarak temel ihtiyaçlarını karşılayan değil, tüketim mallarını da alabilmek uğruna bu uğurda çalışan bireylere dönüşmüşlerdir. Bu dönem içerisinde bireyler üretilen malları tüketebilsin diye reklamlar yapılarak tüketime sevk ettirilmektedir. Maddi gücü yetebilen birey, reklamlardaki ürünleri alabilirken maddi gücü yetmeyenler için bu reklamlar birer hedef haline gelmekte, bireylerden bu ürünlere ulaşacak yeterli gelire sahip olmasalar bile o ürünü tüketebilme uğruna çalışma istemiyle hareket etmeleri istenmektedir (Baudrillard, 1998, akt. Bocock,1997, s.57). Dolayısıyla bireylerin bir şeyler satın alabilme isteği tüketim ideolojisi olarak modern kapitalizme kendisini bağlamış ve insanların tüketebilme hayallerini güdülemiştir.

Özetle bireyler tüketirken toplumsal çevrelerinden, içinde bulundukları ülkeden, kültürden veya siyasi bağlamlardan etkilenebileceği gibi psikolojik, sosyo-kültürel ve bireysel nedenlerden de etkilenebilmektedirler (Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu, 2018, s.14). Dolayısıyla bu faktörler tüketici davranışını etkileyerek tüketim davranışlarında etkili olmaktadır.

2.1.3. Tüketim Biçimleri

Tüketim, modern toplumların en popüler olgusu olmasıyla birlikte tüketim biçimlerinin de çeşitlenerek arttığı söylenebilir. Bireyin tüketim eylemine geçtiği noktada gösterdiği davranış kalıbının şekli önemlidir. Örneğin; birey bir şeyi satın almak istediği noktada temel ihtiyacı olduğu için mi yoksa o anki malın ücret değerinin bireye mantıklı bir alışveriş fırsatı sunacağı için mi alır ya da birey satın alacağı ürünü sosyal çevresinde bir statü kazanmak için mi yoksa kişi için sembolik bir anlamı olduğu için mi satın alma eyleminde bulunmuştur, bu davranış kalıpları önemlidir. Dolayısıyla bir tüketici davranış kalıbının hangi tüketim biçimine dahil edileceği ve bunlardan rasyonel, ekonomik, sembolik, hedonik (hazcı), duygusal ve bilinçli/sosyal tüketim türlerinden hangisine dahil olacağından bahsedilebilir. Burada tüketim biçimlerinden bahsedilmesinin sebebi, insanların tüketme eyleminde hangi davranış kalıplarını ve tüketim biçimini gerçekleştirdiği ve bunların yaratacağı israfın tüketici davranışlarında nerede konumlandığını bilebilmektir. Bu kapsamda tüketim biçimleri “*Rasyonel Tüketim, Ekonomik*

Tüketim, Hedonik (Hazcı) Tüketim, Sembolik Tüketim, Duygusal Tüketim ve Bilinçli/Sosyal Tüketim “olmak üzere açıklanacaktır.

Rasyonel Tüketim: Tüketim eyleminde birey, kendi çıkarına ve mantığına uygun davranıyor ise rasyonel tüketim davranışı sergiliyor demektir. Burada birey akılcı davranırken, yaptığı alışveriş sürecinde tamamen kendisine yarar sağlayan bir eylem gerçekleştiriyordur (Türk, 2018, s.855). Birey, ürüne karar verirken “uygunluk” temelinde ürünün ya da hizmetin “fiyatına, kalitesine, performansına, dış görünümüne ve çevreci” olmasına göre hareket ederek akılcı bir tüketim gerçekleştirir (Ceyhan ve Taş, 2017, s.112; Toka, 2023, s.99; Yıldız ve Kuru, 2015, s.661). Tüketiciler belirtilen bu kriterler dışında başka bir seçimde bulunmazlar. Rasyonel tüketim davranış kalıbı gösteren bireyler satın alacağı ürünlerin durumu, piyasa değeri ve genel ekonomi bilgisine sahip kişiler olup, seçimlerini akılcı ve mantıklı bir tutarda çelişkiye düşmeden, maksimum faydayı kendilerine sağlayarak gerçekleştirirler (Yapraklı ve Mutlu, 2023, s.170). Günümüz modern toplumları içerisinde oldukça yaygın görünen, kapitalist tüketim kültürünün de etkisiyle bireylerin salt bir biçimde yalnızca kendi çıkarları için fayda elde edeceği bir tüketim davranış kalıbı sergileme biçimleridir (Torlak, 2000, s.106). Bu noktada Karl Marx’ın kullanım değeri ve mübadele (değişim) değeri kavramlarına değinmek önemli olacaktır. Kullanım değeri ile değişim değeri arasında ayrıma giden Marx’a göre bir nesneyi kişiye sağladığı fayda için kullanmak ile o nesnenin pazar alanındaki mübadele sonucundan ortaya çıkan değeri ile kullanmak arasında farklılık vardır (Marshall, 1999, s.497). Burada birey, üründen yarar sağlamak için kullanır ise “kullanım değeri” olarak değerlendirilir. Ancak “mübadele (değişim) değeri” ürünün pazarda satımı ile elde ettiği paradan sağladığı değerdir. Yani mübadele değeri üründen yararlanmaz, ürünün pazardaki mübadele değerinden kazanır. Bu da mübadele değeri elde etmek demektir. Eğer bir kişi bir malı kullanım değeri için tüketiyorsa alacağı üründen yarar sağlamak ve ondan faydalanmak istiyor anlamına gelir.

Ekonomik Tüketim: Ekonomik tüketim, beklenmedik bir ihtiyaç ortaya çıktığında bireyin ekonomik davrandığı tüketim biçimi olarak görülebilir (Torlak, 2000, s.102). Burada önemli olan nokta aniden gelişen ihtiyacın, sürekli karşıladığımız ihtiyaçlar durumunda bütçemizi aşmadan, ekonomik bir şekilde karar verebilmeyi gerektirir. Ancak ekonomik tüketim biçiminde birey karşılaştığı durumlara göre farklı tepkiler de verebilir. Örneğin; gelir düzeyi yüksek birisi temel ihtiyaçlarını karşılarlarken tasarruflu davranıp, gelirin geri kalanını harcarken kişisel zevklerine göre ekonomik davranmadan gerçekleştirebilir. Ya da gelir düzeyi düşük birisi temel ihtiyaçlarını karşılarlarken tutumlu davranmayıp, temel ihtiyaçları dışındaki tüketim eylemlerinde tasarruflu davranma davranış kalıbı da sergileyebilir. Dolayısıyla burada ekonomik tüketim davranışı

sergilerken tüketiciler farklı alanlarda ekonomik tutum sergileyebilir. Önemli olan bireyin hangi yerde nasıl bir ekonomik davranış kalıbı sergilediğidir.

Hedonik (Hazcı)Tüketim: Hedonizm, bilinen diğer adıyla “Hazcılık” bireylerin kendi kişisel zevkleri uğruna koşturdukları, hayatlarının asıl amacının zevk alma üzerine kurgulandığı bir davranış kalıbı olarak tanımlanabilir (Toka ve Çekiç Akyol, 2023, s.99). Hedonik tüketim davranış kalıbının günümüz toplumları için önemli bir tüketme eylemi olduğu özellikle de modern bireylerin satın almak istedikleri hizmet ve ürünlerde “keyif alma”, “mutlu olma”, “eğlenme” ve “tatmin sağlama” mottoları etrafında tüketimde bulundukları ifade edilebilir (Yıldız ve Kuru, 2015, s.660; Toka ve Çekiç Akyol, 2023, s.99). Burada tüketici, kullanmış olacağı ürünün kendisinde yaşayabileceği eğlence tarafından yönlendirilirken alışverişinde rasyonel “başarı” elde etme kriterini estetik biçimde göstermektedir (Holbrook ve Hirschman, 1982, akt. Arnold ve Reynolds, 2013, s.78). Hedonik tüketimin faydacı tüketim kalıbındaki bireye maksimum fayda sağlama görevinden ayrışan yönü, tüketicinin görevinin “eğlence, fantezi ve duysal uyarılma” yaşaması ile bağlantılı olmasıdır (Babin et al., 1994, akt. Arnold ve Reynolds, 2013, s.78). Colin Campell’egöre, hedonik tüketimde önemli olan şey ihtiyaçlarımızın bize “doyum hissi” ve “hoşnutluk” hissi yaratması ile lüks olarak nitelendirdiğimiz harcamalarımızın “ zevk” ve “haz” vermesi arasındaki farkı bilebilmektir (Zorlu, 2006, s.224). Tüketici eğlenir, aktivitelerde aktif rol alır, kişisel hazı yakalama isteği ile (Toka ve Çekiç Akyol, 2023, s.99) modayı takip ederek, sosyal ilişki ağları kurarak hem kendini hem de çevresindekileri mutlu etmek için çabalar (Şengün ve Karahan, 2013: 15, akt. Yıldız ve Kuru, 2015, s.660). Modern insanın tüketirken haz alma duygusu, tüketimin gerçek bir ihtiyaçtan kaynaklanıp kaynaklanmadığı sorusunu gündeme getirmiştir (Bauman, 2006, s.92). Dolayısıyla hedonik tüketim, günümüz modern toplumlarının tüketim davranış kalıbını tanımlamada merkezi önemde olan bir kavram olarak konumlanmaktadır.

Duygusal Tüketim: Duygusal tüketim, bireyin kişisel çıkarları uğruna değil de duygusal olarak aldığı karar neticesinde tüketme eyleminde bulunma durumu olarak tanımlanabilir (Torlak, 2000, s.107-108). Bireyi duygusal tüketici davranış kalıbına sokan belirli bazı faktörler vardır. Bunlar bireylerin inançları, kişiliği, aile ve arkadaş çevresi, reklamlar gibi duygusal bağ ve ilişki kurabileceği önemli etkenlerdir (Torlak, 2000, s.108). Örneğin; bireyin kendisi için harcamayı planladığı bir tüketim eyleminde ailesi veya arkadaş çevresinin acil bir ihtiyacı olduğunda duygusal bir tüketim davranışı sergileyerek tasarrufunu sosyal çevresi tarafına kullanmasıdır (Torlak, 2000, s.108). Ayrıca bu tüketim biçiminde reklamların duygusal tüketime olan etkisi göz ardı edilmemelidir. Burada reklamlar, alıcıyı rasyonel açıdan etkilemekten daha çok duyguları ile hareket edebilmesi adına hipnoz ederek duygusal tüketici olarak davranmalarına neden olur

(Torlak, 2000, s.109). Duygusal tüketimde birey, tüketimini gerçekleştirirken kendini sınırlandırmalıdır. Aksi takdirde duygusal tüketim davranışı israfa neden olabilecek önemli bir durumu oluşturur. Birey duyguları ile hareket ederek tüketme eylemi sergiler, akılcı davranmaz. Bu durumun bilincine varılmadığında ise israf olgusu ile karşılaşılabilmesi büyük olasılık olur.

Sembolik Tüketim: Sembolik tüketim biçiminde bireyler, kendi kimliklerini oluşturmak için tüketme ihtiyacı hissederler (Elliott ve Wattanasuwan, 1998, akt. Piacentini ve Mailer, 2004, 251-252). Sembolik tüketim biçiminde önemli olan tüketilecek nesnelerin sembolik bir anlam içermesi, benlik kavramı ve dışarıya yönelik bir tutum sergilenmesidir (Elliott, 1999, akt. Piacentini ve Mailer, 2004, 251-252). Burada tüketici, önceliğini temel ihtiyaçlardan daha çok psikolojik ve sosyal gereksinimlerini gidermeye verir (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2012, s.40). Bu tüketim davranışında bireyler, benlikleri için bir imaj oluşturmak nedeniyle toplumsal bağlara karşı dışa yönelik bir tavır içinde ürünlere ya da hizmetlere yönelirler. Buradaki asıl vurgu bireyin toplumsal yaşam alanında benliğinin kabul görmesi, imajı, belirli bir statüde görünebilmesi ve maddi gücünü gösterebilmesi için markalı, gösterişli ve ilgi çekici ürünler gibi sembolik bir anlamı olan ürünlere ya da hizmetlere yönelir (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2012, s.40). Sembolik tüketim bu noktada daha çok “*gösterişli tüketim*” olarak nitelendiği gibi, satın alınacak ürünlerin kişiye yarar sağlaması gibi durumun öncelikli olmadığını vurgulamalıyız. Örneğin; bir kişi marka bir eşyayı alırken, ürünün kalitesine, fiyat-performansına ya da ihtiyacı olup olmadığına göre karar vermek yerine sadece saatin bir marka değeri olmasından dolayı sembolik bir tüketim gerçekleştirir. Bu durumda birey ne ürünün durumuna ne de kendi ihtiyacına göre bir alışveriş yapmış olur. Dikkat edilmesi gereken nokta, sembolik tüketimin benliği yaratması ve toplumsal alanda kabul görmesi, statü elde edilmesi adına yapılan harcamaların israfa neden olabileceğidir. Akılcı, bilinçli veya faydacı yaklaşmadığı için bu tüketim biçimi, aşırı tüketimi ve beraberinde israfı doğurabilir.

Sosyal / Bilinçli Tüketim: Bilinçli ya da sosyal tüketim gerçekleştiren birey, önceliğini toplumsal alanın kaynaklarını israf etmeden, çevreci ve makul ölçüde tüketime vermektedir. (Torlak, 2000, s.109). Burada birey harcama yaptığında kişisel çıkarını düşünmez ve onun için önemli olan toplumun ve toplumsal kaynakların menfaatidir. Bu doğrultuda bilinçli hareket ederek bir tüketim eylemi içerisine girer. T.C. Ticaret Bakanlığı’nın, “*Tüketicinin Korunmasının Güçlendirilmesi Teknik Destek*” projesi kapsamında hazırlanan “*Bilinçli Tüketici Misiniz?*” (2021) kitapçığında belirtildiği üzere birey, bilinçli bir tüketim tavrı sergilerken kişisel zevk ve hırslarına kapılmaz, reklamların tüketime teşvik edici hipnozlarından uzak durur, akılcı ve rasyonel ilerler, plan ve

programlarını tüketim eylemine girmeden önce hazırlar, topluma saygılı ve çevreci bir şekilde hareket eder⁸(2021, s.6).

2.2. İSRAF

İsraf kavramı, TDK'ya göre “*gereksiz yere para, zaman, emek vb.ni harcama; savurganlık*” şeklinde tanımlanmaktadır. İsraf günümüz toplumları açısından ciddi bir sorun olmakla birlikte “gereksiz tüketim” ile anlam alanı genişleyen bir kavrama dönüşmüştür (Türkiye İsraf Raporu, 2018, s.17). Tüketiciler Birliği'ne (2007) göre israf; “*gereksiz yere harcanan her türlü değer, savurganlık olarak, tüketici ise; tüketen, mal ve hizmetlerden faydalanan, satın alıp kullanan, mecazi anlamda da bitiren, mahveden*” şeklinde tanımlanmıştır. İsraf, bireylerin gerçekleştirdikleri eylemler içerisinde “*haddi aşması, itidali, orta yollu davranmayı terk etmesi*” şeklinde de tanımlanabilir (Kayhan, 2006, s.153). Dolayısıyla israf olgusunun kavramsal boyutunun birden çok tanımının yapıldığı söylenebilir. Bu durumda israfın ortak bir tanımının yapılmadığı, ancak işaret edilen noktanın aynı olduğu söylenebilir. Özellikle günümüzde toplumların tüketim toplumu olarak nitelendirilmesi ile *gıda, giyim, enerji, su vb.* tüketim birimlerinin kullanımının artışı, bilinçsiz ve gereksiz yapılan harcamalar, geri dönüşüm ve israfı önleyebilme adına atılan yanlış ve bilinçsiz eylemler israfı meydana getirdiği gibi israf olgusunun da önemli bir kavram olarak konumlanmasına neden olmuştur. İsrafın nedenlerinin açıklanması, israf kavramını anlayabilmek adına ayrıca önemli olacaktır.

Literatürde; “*savurganlık-cimrilik, dünyevileşme, liyakat istismarı ve zaman bilincinin kaybı*” (Taş, 2020, s.23-29) israfın nedenleri olarak görüldüğü gibi, “*ihtiyaç fazlası tüketim, düzensiz alışveriş tercihleri, kaynakların verimsiz kullanılması*” (Durmuş, 2022, s.273-274), “*taklit ve özentî, fantezilerin ihtiyaç haline gelmesi, bencillik ve sefâhet (lüzumsuz harcama)*” (Öksüz, 2013, s.92-109), gıda israfı çalışmasında yer alan “*alışkanlık, tutum, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol, duygular ve davranışlar*” (Russel vd., 2017, s.110) ya da en genel anlamda “*psikolojik, ekonomik, sosyal, kültürel ve medya*” (Ersoy, 2019, s.98-102; Savur, 2023, s.54-56) israfa neden olan faktörler olarak sıralanmaktadır. Buradan da anlaşılabacağı üzere israfın nedenleri bireysel olabileceği gibi toplumsal, ekonomik ve medya gibi daha makro ölçekli faktörler de israfta etkili olmaktadır.

⁸T.C. Ticaret Bakanlığı-Tüketicinin Korunmasının Güçlendirilmesi Teknik Destek Projesi- Bilinçli Tüketici Misiniz? Kitapçığı (7 Ekim 2021) <https://tuketici.ticaret.gov.tr/yayinlar/basili-materyaller/bilincli-tuketici-misiniz>

Bu açıdan bakıldığında bireysel anlamda israfa neden olabilecek etkiler özel olabileceği gibi genel davranış kalıpları olarak da karşımıza çıkabilmektedir. Burada en önemli noktalardan birisi, bireylerin ihtiyaçları dışında tüketim sergilemeleridir. Öncelikle de ihtiyaç olarak neyi nasıl algıladıklarının farklı olmasıdır. Burada birey, ihtiyacına kendi amacı ve isteğiyle karar verebileceği gibi özellikle kapitalist tüketim kültürünün bireye her şeyi ihtiyacıymış gibi göstermesi de söz konusu olmaktadır (Savur, 2023, s.54; Torlak, 2000, s.139). Bundan dolayı da gereksiz, aşırı tüketim ve kaynakların kötüye bilinçsiz kullanımı israfa neden olmaktadır. Kırsal bölgede dini ve toplumsal değerlere bağlılık yüksek olduğundan aile-çevre veya kültürün etkisi ile burada yaşayan bireyler aşırı tüketime direnebildikleri gibi televizyon, dijital araçların gelişimi ve reklamlarla birlikte tüketim ihtiyaç ve isteklerini arttırabilirler (Torlak, 2000, s.139-140)

İsrafa neden olabilecek ekonomik faktörler sadece bireysel değil, toplumsal ve sosyal hayatta meydana gelebilecek tavır ve davranışlardan da kaynaklanabilir. Bu faktörlerin bazılarını sıralayacak olursak;

- *Ürünlerin üretim süreçlerinde atıkların oluşması ve geri dönüşümlerinin sağlanmaması,*
- *Üretilen ürünlerin gereksiz ambalajlama ve pazarlama faaliyetleri,*
- *Üretimde yanlış planlama ve fiyatlandırma,*
- *İsrafi önleyecek yeterli yasal düzenlemelerin olmaması,*
- *Tek kullanımlık ürünlerin üretimi (pet şişe, tabak, bardak, vs.),*
- *Kalitesi düşük mallar üreterek tüketicilerin daha sık satın almalarını teşvik etmesi,*
- *Artıkların değerlendirilmemesi* (Savur, 2023, s.55; Torlak, 2000, s.143).

İsraf; bireysel, ekonomik, psikolojik, toplumsal ve medya gibi faktörlerden kaynaklı oluşabileceği gibi, kültürden de etkilenmektedir. Tüketici seçimleri kültürü etkileyebileceği gibi, kültür de tüketici davranış ve seçimlerini etkilemektedir (Savur, 2023, s.55). Kimi zaman tüketici, ürün veya hizmeti kültürel bir anlam ya da kültürel bir kod olduğu için satın alabilmektedir. Alacağı ürünün onun için kültürel bir anlam taşımasının yanı sıra kültür, ürüne olan talebi de biçimlendirebilir (Savur, 2023, s.55). Kültür ve onun gerektirdiği ritüellerde israfi gözlemlemek mümkündür. Düğün adetlerinde tüketim odaklı harcamalar yapılması, gösterişli pahalı kıyafetlerin giyilmesi, pahalı takılar ve mücevherlerin takılması, bilinen pahalı markalardan giyinerek bu ritüellere katılmak, gösterişli çeyiz hazırlama ve sergileme gibi harcamalarda tüketim abartılır (Koçak ve Uğurhan, 2022, s.153). Bundan dolayı da kültürün tüketime teşvik ederek, israfa da neden olabileceğini söyleyebiliriz.

2.2.1. İsrâf Türleri

İsrâfın toplumun her alanında giderek artması ile çeşitli biçimleriyle karşılaşılmaktadır. Maddi ve manevi alanlarda aşırı ve boş yere tüketim, savurganlık, bilinçli olunmayan geri dönüşüm ve tasarruf durumları israfa neden olur. İsrâf yalnızca maddi kaynaklar üzerinden değil, manevi değerler üzerinden de gerçekleşir. Bu kapsamda literatürde maddi ve değer israfı olmak üzere iki biçimli israf türü söz konusudur. Eğer israf edilen *gıda, giyim, enerji, dijital araçlar, su, para* gibi somut şeyler ise “maddi israf”, *zaman, emek, değer* gibi daha soyut ise “manevi israf” olarak adlandırabiliriz. Bu tez de ise maddi kaynaklar üzerindeki israf durumu değerlendirilecektir. Bu kapsamda, “*gıda, giyim, dijital, enerji ve su*” israf türleri ele alınacak, ayrı başlıklar halinde tanımlanacaktır. Çalışmada ele alacağımız israf türlerinin tanımlanması çalışmanın ve neden bu israf türlerinin ele alındığının anlaşılabilmesi açısından önem arz etmektedir.

2.2.1.1. Gıda İsrâfı

İsrâfın her türlü dünyanın geleceği için önemli bir durum teşkil etmekle birlikte, gıda israfı bu anlamda önemli bir paya sahiptir. Gıda israfı, üretilen her türlü gıda malzemesinin bilinçli ya da bilinçsizce gıdayı ölçsüz bir şekilde kullanarak tüketilemeden çöpe gitme, israf olma durumu olarak tanımlanmaktadır⁹. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO, 2019)’ne göre dünyada yıllık üretilen gıda miktarının 1,3 milyar tonu (1/3’ü) israf edilmekte ve bu durumun parasal karşılığı yaklaşık 990 milyara denk gelmektedir¹⁰, Türkiye’de milli gelirin yaklaşık yüzde 15’i israf edilmekte ve bu israfın yaklaşık yüzde 42’si hanelerde gıda israfı ile gerçekleşmektedir (TİSVA, 2020). Özellikle Türkiye’de gıda israfı başta gelen bir durumdur. Nitekim 2021 Birleşmiş Milletler Gıda İsrâfı Endeksi Raporu’na göre Türkiye’de her yıl kişi başına 93 kilogram yiyecek çöpe atılmakta ve kişi başına en çok gıdanın israf edildiği (kilogram başına) ilk beş ülkeden Türkiye, üçüncü sırada yer almaktadır¹¹. Bu kapsamda Türkiye’de aşırı tüketimin ve beraberinde oluşan israfın önemli bir düzeyde gıda olduğu söylenebilir. Gıda israfının bu denli yüksek olmasında üretim ve tüketim süreçleri etkili olmaktadır. Kırsal bölgelerde bahçe, tarla ve

⁹ T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Gıda İsrâfı ve Gıda Atığına Genel Bakış <https://www.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=77#:~:text=G%C4%B1da%20israf%C4%B1%20ise%2C%20%C3%BCretilen%20g%C4%B1dalar%C4%B1n,veya%20t%C3%BCketilemeyecek%20duruma%20gelmesiyle%20olu%C5%9Fur>. Erişim Tarihi: 2.11.2023.

¹⁰Food and Agriculture Organization of The United Nations (FAO) (2019). *Food Waste: ‘Key Facts On Food Loss AndWasteYouShouldKnow!’*.https://twosides.info/includes/files/upload/files/UK/Myths_and_Facts_2016_Sources/18-19/Key_facts_on_food_loss_and_waste_you_should_know-FAO_2016.pdf Erişim Tarihi: 08.11.2023.

¹¹“2021 BM Gıda İsrâfı Raporu: Türkiye’de her yıl 7,7 milyon ton yiyecek çöpe atılıyor”. (5 Mart 2021). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-56291957> Erişim Tarihi: 02.11.2023.

ekim alanlarından tüketiciye tedarik edilene kadarki süreçte gıdaların ezilerek, çürüyerek ya da bozulma gibi gıdayı israf edecek olaylar yaşanması etkili olmaktadır (Tekiner, 2023, s.2). Aynı zamanda evlerde bireylerin yemekleri yemeyip, tabaklarında bırakarak ya da ihtiyaçları dışında gıda alışverişi yaparak tüketememelerinden dolayı artık haline gelen gıdalar da israfa neden olmaktadır (Tekiner, 2023, s.2).

Gıda israfının gerçekleştiği hanelerde gıda israfına engel olabilmek adına önemli tedbirler alınarak hareket edilmelidir. Öncelikle bireyler, gıda alışverişlerini gerçekleştirmeden önce eksik ve ihtiyaçları olan bir liste hazırlayarak alışverişlerini yapmalı, aç oldukları zaman alışverişe çıkmamalı, tüketecekleri ürünlerin son kullanma ve tavsiye edilen tüketim tarihlerine dikkat ederek çürük olmayan ama şekil olarak düzgün olmayan yiyecekleri tercih etmeli, alışveriş listelerinin dışına çıkmadan ihtiyaçları ne ise sadece onları tedarik etmelidirler¹²(FAO Stories, 2020; Tekiner, 2023, s.3). Ayrıca alışveriş alışkanlıkları, alışveriş mekanlarının türleri ve alışveriş sıklığı gibi nedenler de gıda israfını etkilemektedir. Bireylerin süpermarketlerden yaptıkları gıda alışverişlerinde diğer mağazalardan ya da kendi ürettikleri yerlerden (bahçe, tarım yeri vb.) aldıkları gıdaya göre daha fazla israf edildiği görülmekte ve böylece alışveriş alışkanlıkları gıda israfı yaratmada önemli bir alan olmaktadır (Jörissen, vd., 2015, s.2710). Böylece gıda israfına karşı oluşabilecek nedenlere karşı önlemler alarak hem gıda israfının önüne geçilebilir hem de para ve enerji tasarrufu sağlayarak sürdürülebilir bir gelecek için adım atılabilir.

2.2.1.2.Giyim İsrafı

Giyim israfı, bireylerin ihtiyaçları dışında giyim-kuşam ürünlerini satın alması, eskiyen ya da yıpranan kıyafetlerini geri dönüşüm sürecine katmadan atması ve giyim-kuşam konusunda bireylerin alışverişlerine parasını savurganca, kişisel haz ve istekleri doğrultusunda harcaması olarak tarif edilebilir. Nitekim giyinme, insanların zorlu iklim koşullarından korunabilmesi, rahat ve konforlu hareket edebilmesi, dış etkenlerden sakınabilmesi adına en temel ihtiyaçlarından birisi olmaktadır. Fakat günümüz toplumları için giyinmenin temel ihtiyaç olmaktan çıktığını söylemeliyiz. Günümüz modern toplumları sürekli tüketen ve bitmek bilmeyen ihtiyaçları üzerine şekillenen sosyo-ekonomik yapıya sahip döneme girmiş; reklam, moda ve kültür gibi faktörlerden etkilenecek kişisel haz ve isteklere boyun eğmiş ve giyim alışverişi tutkusuna kendisini kaptırmıştır (Abacı, 2016, s.190). Artan moda akımları ve küresel giysisleri üretme ve pazarlama stratejilerinin artması, giysi israfını arttıran ve aynı zamanda çevre sorunlarına da yol açan

¹²Food and Agriculture Organization of The United Nations (FAO) (2020). *15 Quick Tips For Reducing Food Waste and Becoming A Food Hero*. <https://www.fao.org/fao-stories/article/en/c/1309609/> Erişim Tarihi: 2.11.2023.

günümüz toplumları için önemli bir sorun haline gelmiştir (Kapoor ve Khare, 2019, s.85). Giyim alışverişlerinde bireyler satın almak istedikleri ürünün kalitesi, üretildiği yer, hammaddesi gibi temel ve en önemli özelliklerine dikkat etmek yerine; yeni kıyafete sahip olma, moda ve reklamların yönlendirmesi gibi estetik kaygılarla hareket etmektedirler (Türkiye İsrâf Raporu, 2018, s. 25). Bireylerin asıl amaçları güzel görünüm elde edebilme ve statü göstergesi gibi daha kişisel ve keyfi olmaktadır (Ayanoglu ve Ağaç, 2017, s.254). Giyim israfı öyle bir noktaya ulaşmıştır ki dünyada bir kişi için 11 parça iken toplamda 80 milyon kıyafet üretilmekte ve on yıl öncesine göre bu oran %60 oranında tüketilerek artmaktadır (TİSVA, 2020, s. 25). İnsanların satın aldıkları giyim ürünlerinin dolaplarda kaldığı veya daha sonrasında hiç kullanılmayanların sadece 140 milyon gibi bir rakama ulaştığı öngörülmekte ve sadece Çin de tekstil ürünlerinin bir yılda 20 milyon tona yaklaşan bir üretim kapasitesine ulaştığı söylenmektedir (Türkiye İsrâf Raporu, 2018, s.25). Rakamlar bize giyim israfının günümüz toplumları açısından önemli bir noktaya ulaştığını ve bunun tekstil atığı gibi çevre risklerini arttırdığını göstermektedir. Bu bakımdan da çalışmada maddi israf kaynağı olarak görülen giyim israfının ele alınması önemli görülmektedir.

2.2.1.3. Dijital İsrâf (E- İsrâf)

Dijitalleşmenin, Web 4.0'ın, yapay zekâ gibi teknolojilerin ve cihazlarının ön görülemez hızda gelişmesi ile dijital israf günümüz teknoloji odaklı toplumları için oldukça önemli olmaktadır. Modern toplumlarda bireyler akıllı telefon, televizyon, bilgisayar, tablet, elektronik cihazlar, internet vb. gibi birçok dijital araç ve cihazla iç içe yaşamaktadır. Bu dijital araçların aşırı ve gereksiz üretimi hem de tüketimi dijital israfa neden olmaktadır. Dijital israf, “e-israf” olarak bilinmekte ve özellikle dijital markalara özenme bir moda olarak görülerek bireylerde bir profil yaratma, sosyal statü elde etme gibi imaj peşine düşmeyi gerektirmektedir. Bu durum da dijital israfın artmasına neden olmuştur. Ayrıca literatürde dijital israf sadece teknolojik cihazların temel ihtiyaç dışında tüketilmesi değil, dijital verilerin de israfa yol açabileceğidir. Bu konuda “Dijital atık” kavramı ya da Japonca dijital israf anlamına gelen “dijital muda” kavramları literatürde farklı bağlamlarda ele alınmaya başlamıştır. Dijital atıklar en temelde gereksiz verilerle birlikte bulut bilişim bağlamı taşıma ve biriktirme olarak da ele alınabilir (Corcoran, 2012, akt. Alieva ve von Haartman, 2020, s.270). Dijital israf (muda), israf türleri içerisinde oldukça yeni gelen bir türdür. Dijital miras ve dijital atıkların biriktirilmesi ve değer yaratmayan her türlü atık olarak tanımlanmaktadır (Alieva ve von Haartman, 2020, s.270). Ayrıca ilgili literatürde dijital atıkların aktif ve pasif biçim olarak iki şekilde sınıflandırılması da söz konusudur. Bu noktada önemli olan şey kişisel olarak dijital israftan kaçınabilmek adına belli başlı şeyleri gerçekleştirmektedir. Örneğin; dijital cihazlarda ihtiyaç dışı indirilen dosyalar, uygulamalar veya hizmetleri silmek ve bu verileri depolamaktan kaçınmak önemlidir. Dijital cihazlarda bireyler verilerini düzenli olarak

temizlemeli, cihazlarını enerji tasarrufu özelliği ile kullanmalı, cihazlarında yazılım güncelleme versiyonlarını geciktirmeden yapmalı ve böylece dijital cihaz ömürlerini uzatmalarını sağlamalıdır. Ayrıca dijital verilerin fiziksel değil de bulut depolama sistemleri kullanılarak saklanması dijital veri israfını önlediği gibi, cihazlardaki enerji tüketimini de oldukça aza indireyecektir. Dijital israfta en önemli bir diğer önlem de kullanılmayan, eskiyen ya da bozulan dijital cihazların geri dönüşüme uğratılmasıdır. Geri dönüşüme giden bu cihazlar toplumun çevre sağlığı için oldukça önemlidir. Dolayısıyla tüm bu önlemlerin alınması dijital israfı önlemede oldukça önemlidir.

Nitekim TİSVA (2020)'ya göre, dijital israfı (e-israf) önleme noktasında en yüksek geri dönüşümü gerçekleştiren ülke %62,6 ile İsveç olurken, Türkiye'de geri dönüşüm sadece %5 oranında kalmıştır. Global E-Waste Monitor (GEM) (2020) Raporu'na göre sadece 2019 yılında dünya da 53,6 milyon metrik ton e-atık üretilmiştir ve önümüzdeki 16 yıl boyunca bu oranın iki katına çıkacağı tahmin edilmektedir¹³. Bu ürünlerin geri dönüşümü konusunda ise 2019 yılında yalnızca 17,4'ü geri dönüştürülmüştür. Ancak bu oran sadece 57 milyon Amerikan doları değerinde geri kazanılabilecek malzeme iken, çöpe atılıp ya da yakılarak israf oluşturmuştur. Ayrıca e-atıklar, insanlara fiziksel olarak zarar verebileceği gibi zehirli maddeler içerdiğinden küresel ısınmaya neden olabilirler ve ayrıca çevre için de risk teşkil etmektedirler.

2.2.1.4. Enerji İsrafı

Enerji israfı, en genel anlamda enerjinin bilinçsiz ve gereksiz bir şekilde kullanılması olarak tanımlanabilir. Enerjinin doğru kullanılmaması ya da bilinçsiz şekilde boş yere harcanması enerji israfını yaratır. Nitekim hem toplumsal hayatın hem de insan yaşamının tartışmasız en önemli kaynağı enerjidir. Enerjinin kullanımı sanayi kollarından, evimizin içerisine kadar her yerde önemli olan, yerine bir başka kaynağın geçemeyeceği, ülkelerin gelişmişlik ve refah seviyelerini yükseltebilmeleri noktasında vazgeçilemezdir (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s.22). Özellikle günümüz toplumları için en önemli sorunlardan biri olan iklim değişikliği ve küresel ısınma, enerji tüketim kalıplarının değişmesine neden olmuş ve bu alanda ülkelerin politikacıları iş ortaklığı ile dünya geleceği hakkında önemli adımlar atmışlardır (Kavaz ve Kaya, 2023, s.221). Bu alanda ilk önemli adım Kyoto Protokolü olmuş ve Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı'nda (UNFCCC) 2009 yılında imza atan 150 ülkenin sayısı 187'ye yükselmiştir (Kavaz ve Kaya, 2023, s.221). Bu durum sadece makro ölçekle veya uluslararası alanda atılan adımlarla değil, konutlarda bireylerin dikkat edeceği küçük önlemlerle de enerjiyi daha verimli

¹³Global E-Waste Monitor-Quantities, Flows, and The Circular Economy Potential- 2020 Raporu
<https://ewastemonitor.info/gem-2020/> Erişim tarihi: 13.11.2023

tüketebileceğimiz hale getirmemizi sağlayabilir. Konutlarda ısıtma, aydınlatma, elektrikli ev aletlerinin kullanımında ve dışarıda ulaşım ihtiyaçlarımızı karşılarken alınan önlemlerle enerjiyi verimli kullanırsak iklim değişikliğiyle mücadele edebilir, daha az fatura öder ve kendi konforumuza katkı sağlayabiliriz (Yumurtacı ve Dönmez, 2013, s.39). Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın 2011 Faaliyet Raporu'na göre Türkiye'de tüketilen enerjinin yıllık artışı %8 olarak belirlenmiştir¹⁴. Ayrıca konutlarda harcanan enerji miktarı Türkiye'de tüketilen enerji miktarının %26'sını oluşturarak önemli bir paya sahip olmaktadır. Dolayısıyla enerji israfından kaçınabilmek ve temiz sürdürülebilir bir çevre için konutlarda enerjiyi verimli kullanan ampuller kullanmak, enerji verimliliği sağlayan elektronik aletler (A++ makineler) kullanmak ve belki de en önemlisi, toplumu bilinçlendirmek ve tasarruf edilen elektrik enerjisi miktarı kadar enerjiyi santrallerde üreterek enerjide dışa bağımlılık azaltılabilir (Yumurtacı ve Dönmez, 2013, s.40, 43).

Ayrıca son dönemde güncel ve oldukça tartışılan bir konu olan enerji israfından kaçınabilmek adına Türkiye'de kış saati uygulamasından vazgeçilmesi de ele alınması gereken bir diğer husustur. Türkiye'de kış saati uygulamasının kaldırılması ile hedeflenen enerji tasarrufu, enerji israfının önlenmesi noktasında yararlılığı tartışılan bir mesele olmuştur. 8 Eylül 2016 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan Bakanlar Kurulu tarafından alınan karara göre Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın yazısı üzerine gün ışığından daha fazla yararlanmak için yaz saati uygulamasına her yıl, yıl boyunca geçilmesi (kalıcı yaz saati uygulaması) kararı alınmıştır¹⁵. Kararın alınma nedeninin, güneş ışığından daha fazla yararlanabilmek ve böylelikle enerji tasarrufu sağlayabilmek olduğu özellikle belirtilmiştir. Ancak Enerji Mühendisleri Odası (EMO)'nın Araştırma Raporu'na göre kış saati uygulamasının kaldırılması ile elektrik tüketimini azaltabilmenin aksine enerji israfını arttırdığı yönünde olmuştur. EMO'nun raporunda yer alan Türkiye Elektrik İletim A.Ş. (TEİAŞ)'den aldığı verilerde 2012 yılı ile yaz-kış saati uygulamasının kaldırıldığı 2016 yıllarındaki beş senenin Kasım ayının elektrik tüketimlerini karşılaştırmıştır. Kasım ayında herhangi bir ekonomik durgunluk ya da sıcaklık mevsimlerinde değişiklik olmamasına rağmen elektrik tüketiminde artış yaşandığını belirtmiştir¹⁶. EMO'ya göre özellikle elektrik kullanımının yüksek olduğu kentsel bölgeler (İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir vb.) sabah saatlerinde okul veya iş yerlerine gidebilmeleri için karanlıkta kalkmak zorunda kalmışlar ve bu durum da hane içi enerji tüketimlerini arttırmalarına neden olmuştur. Ayrıca uluslararası alanda iletişimi zorlaştıran, trafik kazalarına sebebiyet veren ve enerji israfına yol açan bir uygulama olduğunu ifade etmişlerdir.

¹⁵<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/09/20160908.htm>Erişim tarihi: 09.01.2024

¹⁶https://www.emo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=116230Erişim tarihi: 09.01.2024

Elektrik tüketiminin artışı 2016 yılında kış saati uygulamasının kaldırılmasından sonra daha iyi görebilmek için karardan önceki iki yıl ile karardan sonraki iki yılın elektrik tüketim miktarlarını Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK)'nın Piyasa Gelişim Raporlarından elde edilen verilerle görebilmek de önemli olacaktır. Bu kapsamda aşağıda 2014 ile 2018 yıllarında Türkiye'deki elektrik tüketim miktarı (TWh) verileri ile oluşturulmuş tabloda alınan karardan sonra enerji tüketiminin arttığı yorumu yapılabilir.

Tablo 3: Türkiye’de Yıllık Enerji Tüketim Miktarları ve Artış Oranları

Yıllar	Yıllık TWh (Terawatt Saat) Miktarı	Artış Oranı %
2014	257,2	—
2015	264, 14	%2,69
2016	277,52	%4,41
2017	292,003	%5,22
2018	302, 772	%3,69

Kaynak: Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) Piyasa Gelişim raporlarından elde edilen verilerle oluşturulmuştur. (<https://www.epdk.gov.tr/Detay/Icerik/3-0-24/elektrikyillik-sektor-raporu>)

Güncel yıllık enerji tüketimi verilerine baktığımızda ise Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'na göre, 2022 yılında Türkiye’de 331,1TWh miktar olan elektrik tüketimi söz konusu olmakta ve Türkiye Ulusal Enerji Planı çalışmasının sonuçlarına göre de elektrik tüketiminin 2025 yılında 380,2; 2030 yılında 455,3 ve 2035 yılında ise 510,5 olarak öngörülmektedir¹⁷. EMO'nun yaptığı çalışmadan hareketle bu konuda çözüm önerisi, elektrik enerjisinin verimli kullanılabilmesi için en uygun nokta GMT+2:30 olmakta ve yaz saati uygulamasında da GMT+3:30 diliminin seçilmesi olmaktadır¹⁸. Dolayısıyla kış saati uygulamasının kaldırılması kararının enerji israfını engelleme yönünde olumlu bir sonuç üretmediği görülmektedir. Ancak enerji tüketimini arttıran tek faktörün bu uygulama olmadığı; artan nüfus, ekonomideki değişimler, mevsim şartlarının normal seyrinde ilerlememesi gibi diğer etkenlerin bu konuda etkili olduğu da belirtilmelidir..

¹⁷T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Enerji, Elektrik. <https://enerji.gov.tr/bilgi-merkezi-enerji-elektrik>. Erişim tarihi: 09.01.202

¹⁸EnerjiMühendisleriOdası.https://www.emo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=114958&tipi=5&sube=0. Erişim tarihi: 09.01.2024.

Burada enerji israfını engelleme noktasında kış saati uygulamasının kaldırılmasının bir çözüm olup olmadığının kendi başına güncel bir konu olarak tartışılması gerekmektedir.

2.2.1.5. Su İsrafı

Su israfı, en genel anlamda suyun gereksiz yere boşa harcanarak kullanılmasıdır. Nitekim su sadece insanlar için değil, yaşayan tüm canlılar için hayati öneme sahiptir. Son zamanlarda suyun bilinçsizce giderek artan kullanımı dikkat çeken ve tartışılması gereken bir duruma dönüşmüştür. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde kentleşme, sanayi kollarının varlığının artışı ve refah düzeylerinin artması nedeniyle su talebi artmakta ve suyun bilinçsizce kullanılmasından dolayı da su israfı yaşanarak, su kaynakları azalmaktadır (Türkiye İsfraf Raporu, 2018, s.20-21). Su kaynakları azalırken dünya nüfusunun 1,3 milyarı su kıtlığı çekmekte ve bu rakamın 2025 yılında 3 milyara ulaşacağı öngörülmektedir (Türkiye İsfraf Raporu, 2018, s.20-21). 21. yüzyılda su tüketiminin yedi kat artması; nüfus artışı, kuraklık, küresel ısınmayla birlikte ekosistemler üzerinde baskı yaratılması gibi önemli etkenlerden kaynaklanmaktadır (Gezer ve Erdem, 2018, s.114).

Her ne kadar insanlar için su kolay ulaşılabilir, sürekli tüketebilir bir kaynak olarak görülse de durum sanıldığı kadar aksinedir. Dünyada tüketilebilir su oranı sadece %2,5 iken, bu oranın %69,5'i de doğada buzul biçiminde bulunmaktadır (Türkiye İsfraf Raporu, 2018, s.130). Yine Türkiye İsfraf Raporu'na (2018) göre dünya nüfusunun neredeyse yarısını oluşturan 80 ülke, su kıtlığı problemi yaşamakta ve öngörülere göre de Türkiye, su zengini olarak anılmasının aksine, su varlığı açısından yetersiz ülke olarak anılmaktadır. Nitekim özellikle son dönemlerde Türkiye'de yaşanan su kıtlığı problemleri ve baraj seviyelerinde önemli gerilemeler söz konusudur. Küresel bir problem haline gelen iklim değişikliği ve bunun bir neticesi olarak kuraklık, yağışların azalmasına ve ülkelerin gelecekleri açısından su problemlerine sebebiyet vermektedir.

Örnek verecek olursak *İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü* (İSKİ)'ne göre İstanbul'da ortalama baraj doluluk oranı 2023 yılının Ocak ayının sonunda %28,85 iken bu oran Ekim ayında %18,59'lara kadar gerilemiştir¹⁹. *Ankara Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü* (ASKİ)'ne göre Ankara'da güncel olarak aktif doluluk oranı %30,14 olarak verilmiştir²⁰. Bu oran Ankara'nın aktif kullanılabilir su seviyesini göstermektedir. Yine Ankara'da 2020 yılının Ekim ayında aktif doluluk su oranı %13,22 iken bu oran 2021 yılında

¹⁹İski, Baraj Doluluk Oranları. <https://iski.istanbul/baraj-doluluk/> Erişim Tarihi: 09.01.2024

²⁰Aski, Barajlar Bilgi Sistemi, Ankara Baraj Doluluk Oranları. <https://www.aski.gov.tr/tr/baraj.aspx> Erişim Tarihi: 09.01.2024

yüzde 4,03 gerileyerek 9,19 olmuştur. *İzmir Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü* (İZSU)'ne göre de 2 Ekim 2023 yılında sadece Gördes Barajı'nda aktif doluluk oranının %4'lere gerilediği; Güzelhisar Barajı doluluk oranının 2022 yılında yüzde 66,31 oranında olduğu görülürken, 2023 yılında bu oranin yüzde 60,63 seviyesine gerilediği görülmektedir²¹. Yine en çok düşüşün görüldüğü İzmir'deki diğer barajlardan Alaçatı Kutlu Aktaş Barajı, 52,04'ten yüzde 25,48'e; Ürkmez Barajı da yüzde 53,20'den yüzde 16,88'e gerilemiştir.

Su barajlarında doluluk oranlarının sadece üç büyükşehirdeki durumu göz önüne alındığında bile Türkiye açısından önemli bir su sorunu ve kıtlığı gündemde olmalıdır. Bireylerin su tüketimlerine karşı dikkatli olması, hâlihazırda küresel bir su kıtlığı problemine karşı hem bireysel hem de ulusal yöneticilerin de iş birliği içerisinde olduğu uluslararası anlamda tedbirler alınması gerekmektedir. Suyun tasarrufunun ve bilinçli kullanımının bu denli önemli olduğu yerde bireysel, kamusal, politik ve uluslararası alanda önemli adımlar atılmalıdır. Bireyler, konutlarında aldıkları basit önlemlerle bile su israfının önüne geçerek tasarruf sağlayabilirler. Mutfaklarında yiyeceklerin temizlenmesinde, bulaşıklar elde yıkanıyor ise boş su akıtmamaya, makinede yıkanıyor ise doldurmadan çalıştırmamaya özen göstermelidir. Banyo alımlarında su kullanımına dikkat etmeli, su damlatan ya da arızalı başlıklar değiştirmeli ve en önemlisi tasarruf özellikli yeni başlıklar takılmalıdır. Bu hususta alınabilecek tedbirler kapsamında kamusal alanda Çanakkale Belediyesi'nin 2 Mart 2023'te duyurduğu su tasarrufuna ilişkin küresel ısınma ve buna bağlı olarak yağışların mevsim normallerinin altında seyretmesi üzerine bazı kararlar alınmıştır. Bu kararlar;

- *Konut ve işyeri önlerinin ve içlerinin hortumla yıkanmasının yasaklanması,*
- *Yüksek su tüketimi olan sanayi tesislerinde suyun tasarruflu kullanılabilmesi için mevcut kullanımları göz önüne alınarak kısıtlamaya gidilmesi,*
- *Halı ve kilim yıkamalarının yasaklanması,*
- *Şehir şebeke suyu ile hortumla araba yıkanmasının yasaklanması,*
- *Oto kuaför-yıkama işletmelerinde su tüketiminin max. 20 m3/Ay olarak uygulanmasına, Oto kuaför-yıkama, halı yıkama hamam, WC vb. gibi su tüketimi yüksek olan işyerlerinde ön ödemeli elektronik sayaç takılmasına, yeraltı suyu kullanımı varsa mekanik sayaç takma mecburiyetinin getirilmesine böylece yeraltı su kullanımının tespiti yapılması,*
- *Bahçe sulamalarının sabah ve akşam, mümkünse kuyu suyu ile ve yağmurlama/damlama sistemleri kullanılarak yapılması,*

²¹İzsu, Barajların Su Durumu. <https://www.izsu.gov.tr/tr/barajlarinsudurumu/1> Erişim Tarihi: 09.01.2024

- *Park, bahçe, yeşil alan, tarımsal amaçlı üretim yapılan yerlerde sulamaların kısıtlandırılması, acil sulama ihtiyacı olan yerlerin yağmurlama, damlama sulama ile su kullanımının minimuma indirilmesi* olarak duyurulmuştur (Çanakkale Belediyesi, 2023).

Bu kararların kentin önemli tek içme ve kullanma suyu ihtiyacını karşılayan *Atikhisar Barajı*’nı koruyabilmek ve su tüketimini dengeleyebilmek adına aldığı kararını belirterek, 30 Nisan 2023 tarihine kadar geçerli olduğunu duyurmuştur²². Daha sonra alınan bu kararın 31 Aralık 2023 yılına kadar uzatıldığı belediye tarafından tekrar paylaşılmıştır. Çanakkale Belediyesi gibi, yine İstanbul Büyükşehir Belediyesi kuruluşu olan İSKİ’nin 2023 Ağustos ayında aldığı karara göre bahçe ve peyzaj sulama abonelerinin su kullanımlarına kısıtlama getirildiği paylaşılmıştır²³. Bölge genelinde yaşanan aşırı sıcaklık ve kuraklığın su kaynaklarında oluşturduğu olumsuz durumlar neticesinde su tasarrufu yapabilmek adına önceliğin içme ve kullanma suyuna verilmesi, bahçe ve peyzaj sulama abonelerinin ise su kullanımlarını geçici süreliğine durdurulması kararı alındığı belirtilmiştir. Su kullanımını kısıtlama ile ilgili uluslararası alanda da bazı tedbirler karşımıza çıkmaktadır. Bunun bir örneğini Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nin Los Angeles Eyaleti’nde görmekteyiz. 2022 yılında Los Angeles kentinde meydana gelen aşırı sıcaklıklar ve buna bağlı oluşan kuraklık nedeni ile su tüketiminin arttığı ve böylelikle su kaynaklarında önemli derecelerde azalmalar yaşandığı belirtilmiştir. Bu nedenle su israfını ve aşırı tüketimi engelleyebilmek adına şehir belediyesinin oy birliği kararıyla su tasarrufu yoluna gidilerek hanelerde bireylerin bahçe ve bitkilerini sulamasına haftada iki gün sekiz dakika izin verilerek su kısıtlaması getirilmiş ve su polisleri devreye sokulmuş, kurallara uymayanları önce uyarı ile sonrasında devam edilirse para cezası ile caydırma yoluna gidilmiştir²⁴ (Euronews, “ABD: Los Angeles’ta Kuraklığa Karşı Bahçe Sulamaları Kısıtlandı; Su Polisi Devrede”, 20.07.2022).

Verilen bu örnekler, bazı kent bölgeleri belediyelerinin su tasarrufu ve farkındalık ile ilgili aldığı tedbirlerle halkını bilinçlendirmesi ve su israfının önüne geçilebilmesi adına attığı adımlar açısından oldukça değerlidir. Özellikle de son dönemde bu haberlerin artması su kıtlığına bağlı

²²Çanakkale Belediyesi, Belediye Encümeninden Su Tasarrufuna İlişkin Önemli Kararlar. <https://www.canakkale.bel.tr/sayfa/1140-tum-haberler/6563-belediye-encumeninden-su-tasarrufuna-iliskin-onemli-kararlar> Erişim Tarihi: 08.01.2024.

²³Anadolu Ajansı, “İstanbul’da Bahçe ve Peyzaj Sulama Abonelerinin Su Kullanımları Geçici Durduruldu”, 30.08.2023.

²⁴Euronews. “ABD: Los Angeles’ta kuraklığa karşı bahçe sulamaları kısıtlandı; su polisi devrede.” <https://tr.euronews.com/embed/2005834> Erişim tarihi:08.01.2024.

olarak su tüketimi konusunda bilinçsizce hareket edildiğini de göstermektedir. Dolayısıyla su israfı karşısında bireysel tedbirler her ne kadar önemli olsa da belediyelerin, siyasilerin ve hatta sadece ulusal değil, uluslararası alanda da su israfına karşı alınabilecek küresel boyuttaki önlemlerin çok daha etkili olabileceği düşünülmektedir.

2.3 KENTSEL VE KIRSAL MEKÂN TANIMLAMASI

Kentsel ve kırsal mekanlarının tanımlanması, araştırmanın israf olgusunu karşılaştıracığı sahaların anlaşılması noktasında önemlidir. Kent ve kır mekanlarının tanımlamalarının farklı olmasının yanı sıra bu kavram çifti bölgeden bölgeye, ülkeden ülkeye farklı biçimlerde kullanılmaktadır. Bir mekânın kentsel ya da kırsal olarak tanımlanabilmesi için tek bir tanım yapmak mümkün değildir. Bunun nedeni bir bölgenin kentsel ya da kırsal olup olmadığını tarif edecek doğal, beşerî, ekonomik ve kültürel gibi etkenlerin değişkenlik göstermesi ve coğrafi bağlamda yeterli ve geçerli bir bilgiyi elde etme noktasında yaşanan problemler olarak gösterilebilir (Sevinç, vd., 2018, s.72).

Ancak bu kapsamda OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) ve AB (Avrupa Birliği)'nin tanımlamalarına bakarak uluslararası standart bir tanımdan bahsedebiliriz. OECD'ye göre, bir yerin kırsal mekân olarak adlandırılabilmesi için “nüfus yoğunluğu” önemlidir (Aydınlı ve Çiftçi, 2015, s.193). OECD'ye göre, bir bölgenin nüfus yoğunluğu kilometrekare başına 150 ve altında ise o bölgeye kırsal bölge tanımlaması yapabiliriz. OECD bu kırsal tanımı da kendi içerisinde üç ayrı kategoride açıklar. Bunlardan ilki, bir bölgenin nüfusunun yarısından fazlası kırsal mekanlarda yaşıyor ise bu bölgeye “*Predominantly Rural Region*” (Kırsallığı Baskın Bölge), nüfusunun yüzde 15 ile 50'si yaşadığında “*Intermediate Rural Region*” (Orta/Ara Kırsal Bölge), nüfusunun yüzde 15'inden azı yaşıyor ise de “*Predominantly Urban Region*” (Kentselliği Baskın Bölge) olarak tanımlanmaktadır²⁵. Böylelikle 31 Aralık 2022 tarihi itibarıyla Türkiye nüfusunun yüzde 67,9'u yoğun kent, yüzde 17,3'ü kır ve yüzde 14,8'i de orta yoğun kent bölgelerinde yaşamaktadır (TÜİK, 2023). TÜİK'e göre de kır ve kent tanımlaması mekân formu biçiminde açıkladığında, “bir bölgenin nüfusunun 20 binden fazla olduğu yerlere “**kentsel**” alan, “20 bin ve daha azı olan bölgelere” ise “**kırsal**” alan denmiştir.

Dolayısıyla kent ve kır kavramlarının tanımlanması zordur. Çünkü mekanlar sürekli değişen, farklı faktörlerin devreye girdiği, ülkeden ülkeye hatta bir ülkenin kendi içerisinde bile ortak

²⁵ Rural Development in the European Union- Statistical and Economic Information Report (2006), http://ec.europa.eu/agriculture/agrista/rurdev2006/index_en.htm. Erişim tarihi: 28.11.2023.

bir mekân tanımının yapılmasının kolay olmadığı aşikardır. Bu hususta kent ve kır mekanını açıklarken sadece nüfus yoğunluğuna değil, “siyasi”, “kültürel”, “sosyolojik” ve “ekonomik” etkenlerin tamamına dikkat ederek bir tanım yapılması daha doğru olur (Sevinç, vd., 2018, s.73). En genel anlamda *kır*; tarım ve hayvancılıkla uğraşı gösteren, görece nüfus yoğunluğunun düşük olduğu, sosyal ilişkilerin daha yoğun yaşandığı yer iken, *kent*; daha rasyonel ilişkilerin olduğu, nüfus yoğunluğunun yüksek, ticaret, ekonomi ve hizmet sektörlerinin gelişmişlik gösterdiği mekanlar olarak tanımlanabilir. Ayrıca kentsel ve kırsal mekanların kültürel özellikler açısından karşılaştırılmalı şekilde verilmesi tüketim ve israf davranışlarını daha iyi anlayabilmek açısından önemlidir. Mekâna ait olan kültür, bireylerin iktisadi ve israf davranışlarını belirleyen en temel özelliktir. Bu anlamda Ferdinand Tönnies, Emile Durkheim, İbni Haldun, Sorokin ve Zimmerman gibi kuramcıların kentsel ve kırsal mekanların kültürel özelliklerinin belirlenmesindeki katkıları araştırma konusu açısından israf davranışlarının anlaşılmasında önemli olacaktır.

Tönnies (1887)’in Cemaat (Gemeinschaft) ve Cemiyet (Gesellschaft) kavram çifti, kentsel ve kırsal alanların tanımlanmasında önemlidir. Tönnies, toplumsal yapının analizini ortaya koymak isterken, Gemeinschaft ve Gesellschaft olmak üzere iki ideal tip üzerinden “*geleneksel toplum yapısı*” (kırsal mekan) ve “*modern toplum yapısı*” (kentsel mekan) olarak açıklar (Güner, 2019, s.73). Ona göre Cemaat (kırsal) daha çok ilkel bir toplum yaşamıyla örtüştürürken, Cemiyet (kent) ise ileri düzeyde bir yaşam biçimi olarak tarif edilir (Altay, 2019, s. 94). Tüm mahrem ve birlikte yaşama biçimleri cemaat yapısında vardır (Falk., 2004, s.48). Cemaat yapılarında daha çok birincil ilişkilerin söz konusu olduğu, aile, komşuluk ve dostluk bağlarıyla ilişkilerin gerçekleştiği, ticarete takas olgusunun gelişmediği, birlikteliğin önemli olduğu bir yapı söz konusudur (Güner, 2019, s.74). Cemiyet yapıları içerisinde ise sözleşmeye dayalı ve hukuk ile garanti altına alınmış ekonomik ilişkiler söz konusudur. Burada en önemli araç paradır ve para bu mekanlarda metalaşır ve metalaştıkça da toplum için vazgeçilmez unsur olur. Dolayısıyla “*Cemiyet*” modern toplum yapısıyla eş değer görülmekte (Güner, 2019, s.73) ve Cemiyet kamusal yaşam alanı olarak tanımlanmaktadır (Falk, 2004, s.48). Bu yapılarda rasyonellik hakimken; aile bağları gevşek bir yapıdadır. Burada tek bir iradede hareket edilmez. Burada bireysellik/bireycilik tamamen ön plandadır. Cemiyet yapısı olarak aktarabileceğimiz kentsel mekân formları, temelini maddi üretim ve tüketim ilişkilerinin oluşturduğu bir forma dönüşmüştür. Nitekim Tönnies’te “Cemaat ve Cemiyet” toplum yapılarındaki israf davranışları ile ilgili doğrudan bir açıklama söz konusu olmasa da mülk sahipliğinin geleneksel toplum yapılarında ortak olduğu, bireysel mülkiyetin olmadığı ancak modern toplum yapılarına geçildikçe mülkiyetleşmenin “özel statü” olarak yer almaya başlamasının (Altay, 2019, s.94)

önemli olduğunu söylemeliyiz. Çünkü cemaatte ortaklaşa hareket edilen alanda üretim yapılacaksa topluluğa hizmet etmek adına yapılır. Kişisel hırslarla hareket edilerek üretim gerçekleştirilmediği gibi tüketimde dengede yapılmaya çalışılır. Çünkü amaç ortaktır. Ortak kaynaklar üzerinden kararlı iktisadi davranışlarda bulunulmalıdır.

Durkheim'in "*mekanik dayanışmalı toplum*" ile "*organik dayanışmalı toplum*" yapıları açıklaması ise kentsel ve kırsal mekân tanımlamasına benzer görülebilecek bir diğer kavram çiftidir. Durkheim, mekanik dayanışmalı toplum yapılarını kırsal mekanla eş değer görürken, organik dayanışmalı toplum yapılarını modern toplum yapısını temsil eden kentsel mekanla özdeş görmektedir (Özdemir,2023, s.153-154). Ona göre kentsel ve kırsal mekânı temsil eden mekanik ve organik dayanışmalı iki tipteki mekânsal formlar birbirinden kültürel bakımdan, toplumsal eylem ve davranış biçimleri bakımından farklılık göstermektedir. Durkheim (2018, s. 161) "*Toplumsal İşbölümü*" (1893) adlı eserinde mekanik dayanışmada bireylerin hiçbir neden olmaksızın birbirlerine bağlı olduklarını, organik dayanışmada ise bireylerin toplumu oluşturan parçalara doğrudan bağlandığını ifade etmiştir. Mekanik dayanışmalı toplumlarda üyelerin arasında benzerlik fazla, farklılık az ve benimsedikleri duygular, hisler, inanç ve kültürler de benzerlik göstermektedir (Özdemir, 2023, s.154). Organik dayanışmalı toplumları, mekanikten ayıran en önemli şey "farklılaşma" dır. Modernleşme ile nüfusun artışı iş bölümünü geliştirmiş, bireyler arasındaki ilişkiler rasyonelleşmiş, üyeler arasında bağlılık zayıflamıştır. Durkheim (2018, s. 109)'a göre, mekanik dayanışmalı toplum yapısında "*ortak bilinç*" söz konusudur ve o toplumun üyeleri arasında oluşabilecek her türlü inanç ve duygular ortak olarak benimsenir. Nitekim bu ortak olarak benimsenen inanç ve duygulara karşı gelinmesi durumunda ortak bilinç baskıcı ve otoriter davranmaktadır.

İbni Haldun ise toplumların zorunlu olarak belirlenmiş bir süreçten geçeceğini ve bunun iki temel aşama olan "*bedevi*" ve "*hazeri*" umran olduğunu söyler (Arslan, 2017, s.84). Bedevi (badavi) Arapça kökenli bir sözcük olarak "*çölde, çayırda yaşayan*" göçebe" anlamına gelmekte iken TDK'ya göre "hazeri" (hazari) "medeni" ya da "şehirli" anlamına gelir. Toplumsal yaşamın zorunlu seyri bedevinin ardından hazari'nin gelmesi biçiminde gerçekleşir. Ancak dikkat edilmelidir ki toplumların gelişim süreci içerisinde bedevi biçimi yok olmaz, her iki yaşamsal formda varlığını devam ettirir. İbni Haldun, burada "göçebe (bedevi)" ile "şehirliyi (hazeri)" sadece kavramsal olarak değil, bu yapıların ekonomik, toplumsal, inançsal ve kültürel farklılıkları olduğunu belirterek de açıklamalar getirir. *Bedevi* yaşam biçimi en basit olan ilkel yaşam biçimi söz konusu olmakla birlikte toplumun üyeleri temel zorunlu ihtiyaçların ötesinde bir tüketim davranışında bulunmayan bir ekonomik yapıya sahiptirler (Arslan, 2017, s.87). Sadece tarım ve hayvancılıkla geçimlerini sağlayan, insanların kendilerine yetecek düzeyde üretim ve tüketim

gerçekleştiren bir kır ekonomisi söz konusudur. Bu durum ayrıca bedevi yaşam biçiminde israf davranışının gözlemlenmeyeceğini de gösterir. Bedevi yaşam formunda siyasi anlamda olan bir kabile reisi vardır ve bu toplumsal yapıda yaptırım gücü daha çok ahlaki otoritelere dayanan egemenlikten gelmektedir (Arslan, 2017, s.87; Polat ve Aktaş Polat, 2016, s.574). Bilimsel bilginin ve bilimin geri planda kaldığı, kültürel anlamda zanaatların olmadığı bir yaşam mekânından bahsedilebilir. *Hazari* yaşam biçiminde ise daha gelişmiş, şehir ekonomisine sahip, ticaret ve zanaatların geliştiği, artan nüfustan dolayı gelişen iş bölümünün olduğu, verimliliğin yüksek olduğu, siyasi ve merkezi açıdan güçlü bir devlet formunun olduğu “şehir” ve “kent” yaşamını temsil eden bir yaşam biçimidir (Arslan, 2017, s.87). Hazari yaşam biçiminde bedeviye göre nispeten daha fazla tüketim ve israf davranışının gözlemlenebileceği söylenebilir. Bedevide üretimden artı ürün elde etmek ya da bundan kar edebilmek isteyen ekonomik sistem görülmediği için tüketim davranış kalıplarında farklılık söz konusudur. Bedevi yaşam biçimi daha kanaatkâr, azla yetinen ve günü geçiren bir toplumsal yapı olarak nitelendirilebilir. Sonuç olarak bu iki toplumsal yaşam formu ekonomik, siyasi, kültürel ve ahlaki yönden birbirinden oldukça farklılaşmaktadır.

Sorokin ve Zimmerman (1969) 'ın *Principles of Rural-Urban Sociology* (Kırsal-Kentsel Sosyolojinin İlkeleri) adlı eserinde “kırsal dünya” ve “kentsel dünya” ayrımı oldukça önemlidir. Burada “Rural World (kırsal dünya)” ile “Urban World (kentsel dünya)” kavramsallaştırmaları, kentsel ve kırsal mekanların kültürel, ekonomik, etkileşim düzeyleri ve nüfusları hakkında karşılaştırmalı bir bilgi sunmaktadır. Bu bilgilerde kentsel ve kırsal mekanlarda tüketimin ve israf davranışının nasıl gerçekleştiği hakkında yorumlama yapılmasına yardımcı olacaktır. “*Rural World*” de toplumun üyeleri; tarımla uğraşan, doğayla doğrudan ilişki kurarak doğanın üstünlüğünü kabul eden, açık çiftliklere ya da daha küçük topluluklara bölünmüş, nüfus yoğunluğu az ve ırksal açıdan homojenlik gösteren, farklılaşmanın ve tabakalaşmanın az olduğu, sosyal hareketliliğin görece düşük ve etkileşimleri dar alanda gerçekleşerek güçlü, samimi ve basit ilişkilerin kurulduğu bir yapı söz konusudur (Sorokin ve Zimmerman, 1969, s.56-57). “*Urban World*” de ise imalat ve mekanik işlerin gerçekleştiği, ticaretin, uzmanlığın ve yönetimin gerektirdiği tarım dışı işlerin olduğu, doğal yaşamdan-doğadan uzakta, kente daha yakın, doğal çevreye üstünlük sağlayan, nüfuslarının kırsala göre daha fazla olduğu, heterojen, farklılaşmış ırksal özelliklerin olduğu, kentselliğin ve dolayısıyla da tabakalaşmanın ve hareketliliğin yüksek olduğu, etkileşimlerinde daha çok kişi ile temasta bulunan ve günlük, kısa süreli ilişkilerin yoğun olduğu, yüzeysel, resmi ve standartlaşmış, kişilerin “numara” ya da “adres” biçimlerinde etkileşime girdikleri toplumsal yapılarıdır (Sorokin ve Zimmerman, 1969, s.56-57). Bu açıdan kırsal dünyada tüketim ve israf davranışının iktisadi faaliyetler, üretim ve tüketim amaçları, nüfus

yoğunluğu, etkileşim kalıplarından dolayı kentsel yaşama nazaran daha az gerçekleştiği yorumlanabilir. Farklılaşma ve tabakalaşmanın az olması, kır ekonomisine bağlı belirli tüketim kalıplarını gerçekleştirebilmeleri, doğaya karşı sorumluluk beslemeleri israf davranışlarından da kaçınılabileceği anlamına gelebilir.

Özetle Tönnies'in "*Cemaat ve Cemiyeti*"; Durkheim'ın "*Mekanik ve Organik dayanışmalı*" toplum ayrımı; İbni Haldun'un "*Bedevi ve Hazeri*"si; Sorokin ve Zimmel'in "*Kentsel Dünya-Kırsal Dünya*" kavramsallaştırmaları, temelde kentsel ve kırsal mekanların birer temsili, açıklamasıdır. Dolayısıyla bu kavramsallaştırmalar bünyelerinde bulundurdıkları özellikler bakımından farklılaşmaktadır. Çalışmada ise israfın ve tasarrufun mekânsal karşılaştırma açısından nasıl farklılaştığının anlaşılmak istenmesi sosyolojik tartışmalara katkı sunacaktır.

2.3.1. Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Tüketim Harcamaları

Kent ve kır kavramlarının standart bir tanımının yapılmasının güç olmasının yanı sıra kentsel ve kırsal mekanlardaki tüketim harcama ve göstergelerinin de belirli bir biçimde gerçekleşmediğinden bahsedebiliriz. Nitekim kent mekânı, "tüketim" ve "yeni" kavramları ile eşleştirilirken, kırsal mekân ise "eski" ve "üretim" ile eşleştirilen bir durum olmaktadır (Özdemir, 2020, s.842). Ancak durum bu kadar kolay tanımlanmamakta, kırsal mekâna dönüş ile farklı durumlar tespit edilebilmektedir (Özdemir, 2020, s.842). Örneğin; kentsel bir mekânda yaşamını devam ettiren biri için tüketim harcamaları kırsal bir beldedeki biriyle eş değer olabileceği gibi, kırsal bir mekânda yaşayan başka biri için de tüketim harcamaları kentli tüketim tarzına benzeyebilir (Orçan, 2002, s.136). Ancak tüketimin kentsel ve kırsal mekanlarda birbirinden ayrıştığını, bu iki mekânda da gerçekleştirilen tüketim eylemlerinin farklılaştığı genel anlamda bilinmektedir (Orçan, 2002, s.136). Mekânsal olarak farklılaşan tüketim harcamalarının hangi alanlarda olduğunun bilgisi önemlidir. Bu kapsamda Türkiye'de 1970 yılı ve sonrasında kentsel ve kırsal mekanlarda tüketim harcama oranları ve bu oranların hangi tüketim kalemlerinde gerçekleştiği bölgesel olarak tüketim davranışında farklılık ya da benzerlik olup olmadığına dair fikir verecektir.

Nitekim Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)'nin 1978-1979 kentsel ve 1973-1974 kırsal mekanlarda tüketim harcama oranlarına dair paylaştığı verilere bakıldığında, en fazla harcama ve tüketim payının başta *gıda, giyim ve konut* alanlarında olduğu görülmektedir (Orçan, 2002, s.136). Böylece hem kentsel hem kırsal mekân birimlerinde tüketimin önceliğinin zorunlu ihtiyaçlara verildiği ve bunun mekânsal bazda da değişiklik göstermediği yorumu yapılmaktadır (Orçan, 2002, s.136). Ancak zorunlu ve en temel ihtiyaçların dışında ikincil harcama tüketim biçimleri olarak *kentte* sırasıyla *ulaşım, haberleşme, kültür, eğitim ve eğlence, ev dışında yemek yeme, diğer, ev ve hane*

halkı ile ilgili bakım ve hizmetler ve en son sırada *sağlık* biçiminde gerçekleşmektedir (Orçan, 2002, s.137). Kırsal mekanlarda ise bu sıralama *sağlık, dışarıda yemek yeme, ulaşım, diğerleri, en son ise kültür, eğitim ve eğlence* biçiminde gerçekleşmektedir (Orçan, 2002, s.138). Burada dikkat çeken önemli bir fark, kırsal mekanlarda ev ve hane halkı ile ilgili bakım ve hizmetlerin bulunmamasıdır. Bu durum kırsal mekanlarda o dönem içerisinde hane içi bakım ve hizmetlerin ikincil bir tüketim ihtiyacı olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Ancak kentsel bölgelerde ulaşım dair tüketim harcamaları daha öncelikli iken kırsalda daha geride yer almakta ve kırsalda ise önceliğin sağlık alanına dair harcamalar olduğu görülmektedir. Sağlık alanının kentsel bölgede en son sırada yer aldığı gözlemlenirken, kentsel bölgenin haberleşme, kültür, eğitim ve eğlence gibi kültürel etkinliklere harcama yaptığı dikkat çekmektedir.

Bu verilerden hareketle kentsel ve kırsal mekân harcamalarının ayrıştığı alanların, zorunlu ihtiyaçlardan sonra gelen tüketim göstergeleri olduğu söylenebilir. Ancak bu ayrışmanın hangi alanlarda olduğunu bilmekle birlikte bu tüketim harcama alanlarına gelirden ne kadar pay ayrıldığını bilmek de önemli olacaktır. Bu kapsamda kırsal bölgede gıdaya ayrılan tüketim payının kente göre fazla olması, aralarında önemli bir ayrışma olduğunu gösterdiği gibi, kırsal bölgede eğitim ve sağlık gibi zorunlu ihtiyaçlar ile eğlence-bakım-haberleşme gibi ikincil ihtiyaçlar da kente göre daha az tüketilmekte, gelir payları bu alanlarda daha az kullanılmakta ve kentsel bölge bu harcama kalemlerini kırsal bölgeye göre daha fazla gerçekleştirmektedir (Orçan, 2002, s.139). Dolayısıyla bu verilerden yola çıkarak kentleşme ve gelir seviyesi arttıkça zorunlu ihtiyaçların lüks tüketim olarak tanımlayabileceğimiz ikincil ihtiyaçlara göre tüketim oranının azalacağı yorumlanabilir. Kültür ve eğlence endüstrisinin gelişimi, modern yaşamın yarattığı boş zaman serbestisini tüketen toplum yapısına dönüştüren kapitalist tüketim toplumu, kentsel ve kırsal mekanlarda etkilerini arttırarak devam ettirecektir (Orçan, 2002, s.139). Buradaki verilerin tarihleri günümüz toplumlarındaki kentsel ve kırsal mekanlardaki tüketim harcama oranlarına dair net bir açıklama sunmasa da tarihsel olarak kentsel ve kırsal mekanlarda tüketim göstergelerinin farklılaştığı bilgisini vermektedir. Ayrıca kentleşmenin artması tüketimin aşırılığı, zorunlu ihtiyaçlardan lüks ihtiyaçlara geçişin giderek arttığı bir tüketim toplumunda kaynakların israfı noktasında bize ışık tutması açısından da önemli olacaktır. Bir diğer dikkat çekilmesi gereken husus da Türkiye’de kentsel ve kırsal bölgelerde hanehalklarının aylık ortalama tüketim harcamalarının ne kadar olduğudur. Kentsel bir bölgedeki hanenin aylık ortalama tüketim harcama miktarı ile kırsal bölgedeki bir hanenin harcama miktarı farklılık göstermektedir. Nitekim 2011-2013 yıllarında TÜİK’ten elde edilen veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Tüketim harcamalarından kastedilen; “*gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içecek, sigara ve tütün, giyim ve ayakkabı, konut ve kira, mobilya ve ev eşyaları, sağlık, ulaştırma, haberleşme, eğlence*

ve kültür, eğitim hizmetleri, lokanta ve oteller, çeşitli mal ve hizmetler” gibi tüketim kalemlerinde yaptıkları harcamalardır.

Tablo 4: Türkiye’de Kentsel ve Kırsal Bölgelerde Hanehalkı Başına Aylık Ortalama Tüketim Harcaması

Yıl	Kentsel Bölge (TL)	Kırsal Bölge (TL)
2011	2.364 ₺	1.547₺
2012	2.642 ₺	1.741₺
2013	2.851₺	1.910₺

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Tüketim Harcaması (2011, 2012, 2013)

Tablo 4’teki verilerden hareketle, yıllara göre kentsel bölgenin hane başına aylık ortalama tüketim harcamasının kırsal bölgeye göre daha fazla gerçekleştiği ama bu durumun yıl bazlı karşılaştırma için geçerli olduğu söylenebilir. 2011-2013 yılları arasında tüketim harcamalarına bakıldığında hem kentsel hem de kırsal bölge içinde tüketim harcama miktarı artarak devam etmektedir. 2013 yılı ve sonrası TÜİK’in Hanehalkı Tüketim Harcaması raporlarında kentsel ve kırsal bölge biçiminde ayrıma gitmeden Türkiye geneli için veri yayınlanmasından dolayı tabloya 2013 yılı sonrası kentsel ve kırsal bölgedeki tüketim harcamaları eklenememiştir. Ancak Türkiye genelinde hanehalklarının tüketim harcamalarına bakmak ve hangi tüketim alanlarına bütçelerinden hangi oranda pay ayırdıklarını bilmek çalışmanın tüketim eyleminin bir sonucu olan israf davranışına ışık tutmasında önemli olacaktır. Bu kapsamda TÜİK’ten “*Fert Başına Aylık Ortalama Tüketim Harcamaları (TL) ve Türkiye Genelinde Hanehalklarının Tüketim Harcama Alanlarına Bütçelerinden Ayırdıkları Pay Oranı*”na dair veriler elde edilip aşağıdaki tabloda yıllara göre karşılaştırmalı şekilde özet niteliğinde sunulmuştur. Tablo 3’te tüketim harcama alanlarından konut/kira, gıda ve alkolsüz içecekler, giyim ve ayakkabı, mobilya ve ev eşyaları, eğlence ve kültür alanlarında tüketilme payları verilmiştir.

Tablo 5: Türkiye Genelinde Hanehalklarının Tüketim Harcama Alanları

Yıl	Fert Başına Aylık Ortalama Tüketim Harcaması (₺)	Konut/Kira Harcamaları Oranı	Gıda ve Alkolsüz İçecekler Oranı	Giyim ve Ayakkabı	Mobilya ve Ev Eşyaları	Çeşitli Mal ve Hizmetler
2015	1.455 TL	%26	%20,2	%5,2	%6,1	%4,3
2016	1.642 TL	%25,2	%19,5	%5,2	%6,3	%4,2

2017	1.854 TL	%24,7	%19,7	%5,0	%6,3	%4,4
2018	2.181 TL	%23,7	%20,3	%4,8	%6,5	%4,9
2019	2.465 TL	%24,1	%20,8	%5,0	%6,4	%5,1
2022	6.259 TL	%22,4	%22,8	%4,9	%6,4	%4,1

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Tüketim Harcaması İstatistiklerinden elde edilerek oluşturulmuştur.

<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=gelir-yasam-tuketim-ve-yoksulluk-107&dil=1>

Tablo 5’teki verilerden hareketle 2015-2019 tarihleri arasında Türkiye’de tüketim harcama alanlarının ilk sırasında konut/kira harcamaları yer almakta iken, ikinci sırada gıda ve alkolsüz içeceklerin tüketimi yer almıştır. Elde edilen verilerden hareketle bu tarihler arasında hanelerde harcamaların büyük bölümü ilk sırada konut/kira harcamalarına ayrılmakta iken, ikinci sırada gıda ve alkolsüz içeceklere harcandığı görülmektedir. Ancak 2022 yılındaki verilere bakıldığında durumun değişiklik göstererek konut/kira harcamalarının ilk sıradan düşerek yerini gıda ve alkolsüz içecek tüketimine bıraktığı gözlemlenmektedir. 2022 yılında Türkiye’de hanelerde konut/kira harcamaları kadar gıdaya yönelik tüketim harcamasının arttığını ve hanehalkı bütçesinde önemli bir paya sahip olduğunu yorumlayabiliriz. Ayrıca 2015 yılından 2022 yılına kadar geçen sürede hanelerde kişi başına düşen aylık ortalama tüketim harcamasının yaklaşık 4,3 katı kadar arttığını söyleyebiliriz. Bu da yedi yıllık süreç içerisinde Türkiye’de hanede kişi başına düşen tüketimin önemli bir oranda arttığını göstermektedir. Artan bu tüketimde hanehalkı bütçesinden en çok payın 2022 yılında gıdaya yönelik olarak gerçekleştiği söylenebilir. Nitekim hanehalkı tüketim harcama alanlarında gıdaya Avrupa ülkeleri içerisinde en çok pay ayıran ülkelerin başında Türkiye gelmektedir²⁶. Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (Eurostat)’nin paylaştığı verilerde AB ülkeleri içerisinde hanehalkı tüketim harcamalarında en yüksek pay %25 ile konut ve kira iken Türkiye’de bu oran %23,4 ile gıda ve alkolsüz içecekler olarak geçmektedir²⁷. Gıdanın AB ülkelerinde hanehalkı tüketim harcamalarındaki oranı %14,3’tür. Türkiye bu anlamda Karadağ ve Romanya ülkelerinin ardından üçüncü sırada yer alarak önemli bir yüzdeyi paylaşmaktadır. Konut ve kira payı Eurostat’ın verilerinden hareketle Türkiye’de 2021 yılında %13,2 olarak açıklanmış, konut/kira giderleri içerisine elektrik, su ve doğalgaz faturaları eklenmiştir. Bu konuda dikkat edilmesi gereken önemli bir husus, TÜİK’in 2020 ve 2021 yılları içerisinde hanehalkı tüketim harcamaları konusunda bir veri sunmadığıdır. En son ulaşılan veri 2022 yılına aittir.

²⁶“Hanehalkı tüketim harcamaları: Türkiye, Avrupa’da gıdaya en çok pay ayıran ülkelerin başında” <https://tr.euronews.com/2022/11/21/hanehalki-tuketim-harcamaları-türkiye-avrupada-gıdaya-en-cok-pay-ayiran-ülkelerin-basinda>Erişim tarihi: 22.11.2022.

²⁷Wefood, “Türkiye’nin Gıda Yatırımları ve Harcamaları Her Geçen Yıl Artıyor!”5 Temmuz 2024.

Ulaşılan bu verilerden hareketle Türkiye’de hanehalklarında gıdanın ve konut/kira gider harcamalarının (elektrik, doğalgaz ve su) aile bütçesinde önemli bir yere sahip olması; alkollü içecek, sigara ve tütün, giyim ve ayakkabı, mobilya ve ev eşyaları, sağlık, eğlence ve kültür, eğitim hizmetleri, lokanta ve oteller, çeşitli mal ve hizmetler gibi alanlarda gerçekleştirilen harcamaların bütçe içerisinde ayrılan payın oldukça az olması dikkat çekicidir. Lüks tüketim ve boş zaman değerlendirmesi, kültür ve eğlence alanında yapılacak aktivitelerdeki tüketimin Türkiye’deki hanehalklarında oldukça az paya sahip olması da önemli bir veri sunmaktadır. Bunun yanı sıra gıda, konut/kira giderleri (elektrik, doğalgaz ve su) gibi alanlarda tüketim oranlarının yüksek olması ancak bütçede ayrılan beyaz eşya ve giyim/ayakkabı alanında harcamaların bütçe oranına kıyasla daha az olması çalışma kapsamında gıda, giyim, dijital, enerji ve su alanlarında israfın boyutunu görebilme noktasında önemli olacaktır.

2.4. GERİ DÖNÜŞÜM

TDK’ya göre geri dönüşüm kavramı “*atıkların yeniden değerlendirilmesi durumu*” olarak tanımlanmaktadır. Hem üretim sürecinde hem tüketim aşamasında ortaya çıkan atıklar azaltılmalı ve geri dönüşüme uğratarak bu yönde politikalar geliştirilmelidir (Çalışkan ve Hatırlı, 2023, s.55). Artan nüfus, küreselleşme, sanayileşme, kentleşme, kaynakların aşırı ve bilinçsizce tüketimi insanlığın geleceğini tehlikeye atarken israfın önüne geçip, atıkların geri dönüştürülmesi noktasında bireyler ve toplumlar eğitilmeli ve bu yönde adımlar atılması sağlanmalıdır. Bu noktada öncelikle atık nedir ve atık nasıl dönüştürülür bunların bilinmesi gerekmektedir.

Atık, bir üretim ya da tüketim işlemi sonucunda ortaya çıkmış ve kullanıcı tarafından istenmeyip atılan; katı, sıvı ve gaz halinde olabilen tüm maddeler olarak tanımlanabileceği gibi (Bilgili, 2020, s.90), 2 Nisan 2015 tarihli 29314 sayılı Resmî Gazete’de Atık Yönetimi Yönetmeliği’nde; “*üreticisi veya fiilen elinde bulunduran gerçek veya tüzel kişi tarafından çevreye atılan veya bırakılan ya da atılması zorunlu olan herhangi bir madde veya materyal*” olarak da tanımlanabilmektedir²⁸. Meydana çıkan atıkların oranı geçmişten günümüze artış göstermekte, çevre ve sürdürülebilir gelecek önünde bir engel teşkil etmektedir. Nitekim Türkiye’de belediyelerde toplanan günlük kişi başı atık miktarı 2018 yılında 1,16 kilogram olarak hesaplanmıştır. Günlük kişi başı üretilen atık miktarı İstanbul’da 1,28 kg, Ankara’da 1,18 kg ve

²⁸2 Nisan 2015 Tarihli ve 29314 Sayılı Resmî Gazete, Atık Yönetimi Yönetmeliği, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/04/20150402-2.htm>Erişim tarihi: 21.11.2023.

İzmir’de 1,36 kg olarak kaydedilmiştir²⁹ (TÜİK, 2018). 2020 yılı TÜİK İstatistik verilerine göre de “*imalat sanayi işletmelerinden, maden işletmelerinden, termik santrallerden, Organize Sanayi Bölgelerinden (OSB), sağlık kurum ve kuruluşlarından ve en son da hanehalklarından*” toplamda 104,8 milyon ton atık üretildiği belirtilmiş ve 2018 yılı verilerine kıyasla yaklaşık %10,5 oranında artış göstererek artmıştır (TÜİK, 2020, Atık İstatistikleri). Güncel verilere göre ise imalat sanayi işyerleri, maden işletmeleri, termik santraller, OSB ve hanehalklarında sadece 2022 yılında 29,4 milyon tonu tehlikeli olmak üzere, toplam 109,2 milyon ton atık üretildiği bildirilmiştir³⁰ (TÜİK, 2022, Atık İstatistikleri). Atık oranlarının giderek artış göstermesi ise geri dönüşüm noktasında çözüm üretilmesini gerekli kılmaktadır.

Türkiye İsrar Raporu (2018, s.26)’na göre ortaya çıkan atıkların çözümünde sırasıyla önce atığa neden olan şeyin belirlenmesi, sonrasında atığın geri kazanılması ve son olarak da diğer tüm aşamalardan geçmiş, atık haline gelmiş atıkların çevreye zarar vermeden minimum zararla yok edilmesinin sağlanması şeklinde üç aşama belirtmiştir. Ayrıca literatürde “3R” olarak geçen “Tekrar Kullanım (Reuse)”, “Geri Dönüşüm (Recycle)” ve “Geri Kazanım (Recovery)” kavramları atıkların değerlendirilmesi noktasında temel olan üç kavramdır (Karagözoğlu, vd., 2009, s.3 akt. Türkiye İsrar Raporu, 2018, s.26).

Geri dönüşüm bu noktada kaynakların kullanımını azaltmaya yardımcı olurken, dünya ömrünü uzatır, doğal kaynakların korunumuna yardım ettiği gibi çevreyi de korur (İlgar, 2020, s.496). Bundan dolayı da kişiler kendi hanelerinde veya çevrelerinde geri dönüşüm ile ilgili aktif bir şekilde rol almalıdır. Bireyler geri dönüşümü kendileri gerçekleştirebilir, basit adımlarla israfın önüne geçerek oluşan atıkların çevreye zararını önleyebilir. Bu noktada evlerde kâğıt, plastik, cam ve metal gibi maddeleri ayrı tutarak toplamalı ve geri dönüşüm kutularına bırakmalıdır. Evlerde oluşan gıda atıkları da hem kompost edilerek hem de farklı yöntemlerle değerlendirilerek atık miktarı azaltabilir, bahçelerde ya da evlerde beslenen bitkiler için topraklara besleyici besin kaynağı oluşturulabilir. Ayrıca bireyler, tek kullanımlık ürünleri tüketmekten ziyade yeniden kullanılabilen ürünler satın alabilir.

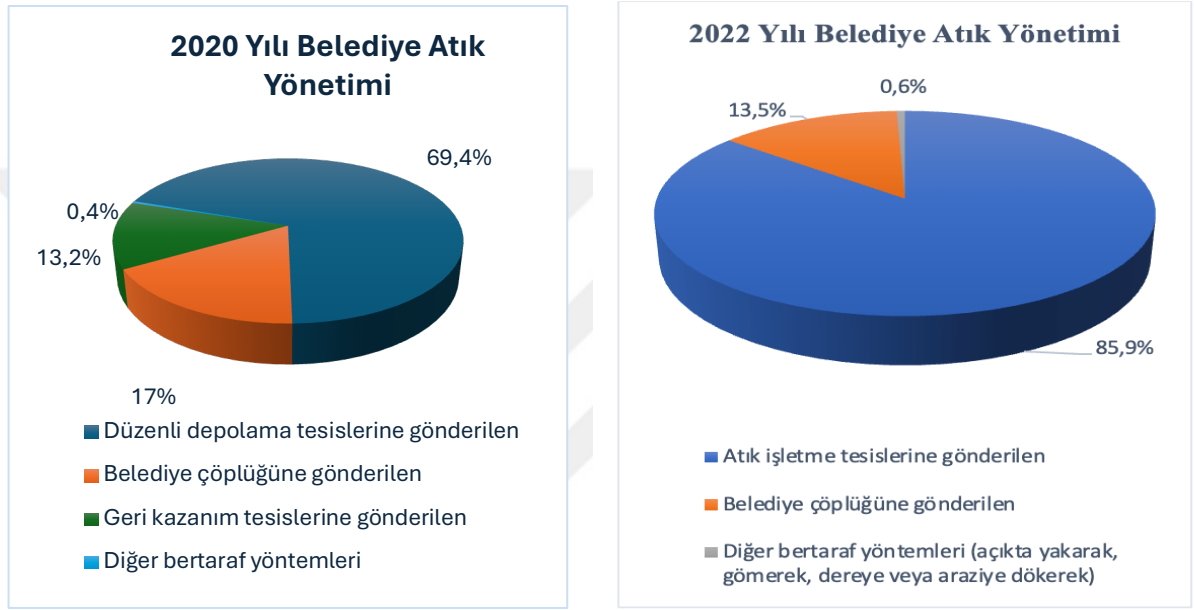
Bireysel önlemlerin yanında belediyelerin, siyasilerin, sivil toplum kuruluşlarının da bu anlamda harekete geçmesi gerekir. Nitekim Türkiye’de belediyelerin atıkların geri dönüştürülmesinde belirli bir atık yönetimi söz konusudur. 2020 yılında 1389 belediyeden 1387’si, 2022 yılında da 1391 belediyenin 1389’u atık hizmeti vererek; atıkların “*atık işletme tesislerine, belediye*

²⁹TÜİK, Belediye Atık İstatistikleri, (2018)<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Belediye-Atik-Istatistikleri-2018-30666> Erişim Tarihi: 21.11.2023.

³⁰Atık İstatistikleri, (2022)<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Atik-Istatistikleri-2022-49570> Erişim Tarihi: 21.11.2023.

çöplüğüne, geri kazanım tesislerine ve diğer bertaraf etme yöntemlerine (yakarak, gömerek, araziye ya da dereye dökerek)” başvurarak atık oluşumunun önüne geçmeye çalışmaktadırlar. Bu kapsamda ortaya çıkan sonuçlarda belediyelerin günlük kişi başına düşen toplam atık miktarı 1,13 kg iken, 2022 yılında 1,03 kg olarak hesaplanmıştır. Ayrıca belediyelerin 2020 ve 2022 yıllarında atık yönetimi ile ilgili atık bertaraf etme yöntemlerinin oranları aşağıda Şekil 2’ deki grafikte verilmiştir.

Şekil 2: Türkiye’ de 2020 ve 2022 Yıllarında Belediye Atık Yönetimi Grafikleri



Kaynak: TÜİK, 2020-22 Atık İstatistiklerinden elde edilerek oluşturulmuştur.

Şekil 2’deki grafiklerden anlaşılacağı üzere 2020 ve 2022 yıllarında belediyelerin atık yönetiminde önemli bir pay oluşturan atıkların “atık işletme tesislerine gönderilmesi” olmuştur. İkinci sırada ise “belediye çöplüğüne gönderilerek” atıkların bertarafının gerçekleşmesidir. En düşük pay ise her iki yıl içinde diğer bertaraf yöntemleri olarak belirtilen yakmak, gömmek, araziye ya da dereye dökmek işlemlerine aittir. Dünya genelinde atık oluşumuna ve atık yönetimine baktığımızda ise kişi başı günlük 0,74 kilogram, yılda 2,01 milyar ton kentsel atık oluşmakta ve bu atıkların %33’ü çevre koşullarına dikkat edilmeden bertaraf edilmektedir ³¹. Bu

³¹ The World Bank, Trends in Solid Waste Management, 2018. https://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/trends_in_solid_waste_management.html#:~:text=The%20world%20generates%202.01%20billion,from%200.11%20to%204.54%20kilograms Erişim tarihi: 24.01.2024.

oranın 2050'ye kadar yüksek gelire sahip ülkelerde günlük kişi başı atık oranının %19, düşük veya orta gelire sahip ülkelerde ise %40 ve fazlası biçiminde artacağı öngörülmektedir³¹

Böylelikle çalışmada israfın yaratabileceği atıkların geri dönüştürülmesinin önemi ortaya konmaktadır. Çalışmada kentsel ve kırsal mekanlarda israfın önlenmesi noktasında bireylerin geri dönüşüm konularında neler yaptıklarını belirleyebilmek ve atık yönetimlerini nasıl gerçekleştirdiklerini gündelik deneyimlerinde anlayabilmek önemli olacaktır. Nitekim aşırı tüketim ve beraberinde oluşan israf aslında bir atık yaratımıdır. Bu noktada da geri dönüşümün yeri, sürdürülebilir bir gelecek açısından önemli olmaktadır.

2.5. TASARRUF VE BİRİKİM

TDK' ya göre tasarruf kelimesinin anlamı, "tutum", "para, mal vb. biriktirme" anlamlarına gelmektedir. Ayrıca tasarruf, "tüketilebilecek herhangi bir şeyin idareli kullanılabilmesi, dikkatli kullanım" olarak da tanımlanabilir. Tükenebilen kıt kaynaklarla yaşamını devam ettirmeye çalışan birey için tasarrufta bulunmak önemlidir. Bundan dolayı da tasarruf, tüketimle ilişkili olduğu gibi israfın önüne geçilmesinde de elzemdir.

Nitekim bireyler, elde ettikleri gelirlerin tamamını tüketmek yerine, bir kısmını tasarruf ve birikim yapmak isterler. Böylece tasarrufun değerini kaybetmemesi ve ondan düzenli bir gelir oluşturabilmek adına yatırım araçlarına yönelirler (Bozkuş ve Üçdoğruk, 2007, s.1). Birey, gelirinden ayırdığı bir kısım bütçeyle tasarruf ve birikim yaparak yaşam standart kalitesini yükseltmeyi amaçlar. Bireyler tasarrufunu gerçekleştirirken; çevreden, sosyo-ekonomik şartlardan, kültürden, sosyal etkileşim süreçlerinden edindiği bilgilerden, eğitim düzeyinden ve psikolojik yapısından vb. gibi faktörlerden etkilenecek farklı biçimlerde tasarruf ve birikim yapmaktadırlar (Bozkuş ve Üçdoğruk, 2007, s.1). Ancak Türkiye İsrar Raporu (2018, s.27)'na göre düşük gelire sahip hane halklarının; finansal bilgi yetersizliği, finansal kurum ve kuruluşlara ulaşma yetersizliği veya gelir seviyelerinin düşük olmasından dolayı tasarruf yapmaları oldukça güç görünmektedir. Ancak refah seviyesi yüksek, gelir düzeyi iyi dereceye erişmiş olan hanelerde yapılan tasarruflar ise risk almadan, gelecekte olumsuz durum ile karşılaşmaları halinde hazırlıklı olabilmeleri ve kendilerini güvence altına alabilmeleri şeklinde gerçekleştirilir.

Her hanenin ya da bireyin bu tasarrufu nasıl, hangi araçlarla ve hangi yatırım araçları ile ne şekilde yapacağı da farklılaşabilir. Örneğin; gayrimenkule, döviz ve altına, banka hesabına, hisse senedine, fona ve işe yatırım yapabilirler (Beyazıt Hayta, 2008, s.354; Bozkuş ve Üçdoğruk, 2007, s.2-3). Burada önemli olan tasarruflarının seviyesini yükseltirken bilinçli hareket ederek finansal anlamda yeterli düzeyde bilgiye sahip olarak, akılcı ve mantıklı hareket etmeleridir (Türkiye İsrar

Raporu, 2018, s.27). Aksi takdirde yaptıkları tasarruf ve birikim davranışlarını bilinçsiz ve körü körüne gerçekleştirmeleri birikimleri açısından risk teşkil ederek, yatırımlarının önüne engel oluşturur.

Nitekim Türkiye’de bireylerin tasarruf ve birikim yapma durumlarının düşük seviyede olduğu söylenebilir. Bu kapsamda ING Bank’ın Bilkent Üniversitesi ve Ipsos KMG (Ipsos Knowledge Management Group) iş birliği ile yürüttüğü Türkiye’nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması, Türkiye ekonomisinin önemli bir sorunu olan düşük düzeyde tasarruf yapma davranışını ele almakta ve bu anlamda Türkiye’de tasarruf yapma durumunu istatistiksel olarak raporlaştırarak önemli veriler sunmaktadır.

Türkiye’nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması 2021 Yılı 4.Çeyreği Raporu’na bakıldığında araştırma, kentsel bölgelerde 18 yaş ve üstü bireylerin tasarruf eğilimlerini incelemiştir. Bu doğrultuda Türkiye’de 2021 yılının son çeyreğinde tasarruf yapan bireylerin oranı %18,2’dir³². 2023’ün ikinci çeyreği için yapılan raporda ise bu oran artış göstererek %25,3’ e çıkmıştır. Bu durum tasarruf yapma oranının önemli ölçüde arttığını göstermektedir. Cinsiyet bazında bakıldığında ise 2023 yılının 2.çeyreğinde kadın ve erkeklerde tasarruf yapma oranı artsa da erkeklerin oranındaki artış daha yüksek seyretmektedir. Erkekler %9,3 iken bu oran kadınlarda %3,5 olarak kaydedilmiştir. Yine 2023 yılının ikinci çeyreğinde tasarruf yapan bireylerin yaş ortalamasının arttığı; ilk çeyrekte yaş ortalaması 37,3 iken ikinci çeyrekte yaş ortalamasının 39,3’e kadar çıktığı ifade edilmiştir. Bu veriler 18-24 yaş aralığındaki bireylerin tasarruf yapma oranlarının düştüğünü göstermektedir.

Tasarrufu olmayanların ve yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlayanların 2021 yılının 4.çeyreğinde tasarruf yapma oranları düşüş göstermektedir. Tasarrufu olmayanların, tasarruf edememe nedenlerinde ilk sırada %80 oranla “tasarruf edecek yeterli gelirin olmaması” gelmektedir. Ancak daha önce herhangi bir tasarruf eyleminde bulunmamış bireylerin 2023 yılının ikinci çeyreğinde tasarruf yapma eğilim ve isteklerinin önemli bir oranda arttığını söylemek de mümkündür. Geçen çeyrek dönemde %36,4 olan bu oran bu çeyrekte %42’ye yükselmiş durumdadır. Bu durum da bireylerin içerisinde bulundukları dönem şartlarının bireyleri tasarruf yapmaya ittiği bir sürece götürdüğü yorumunu yaptırmaktadır. Bireylerin bu dönem içerisinde tasarruf yapmak için kullandıkları araçların başında ise "yastık altı altın ve nakit” tercih edilmekte ve geçen çeyreğe göre 3 puan düşse de söz konusu tasarruf yapma aracı %22 oranı ile ilk sırada yer alan tasarruf yapma aracı olarak tercih edilmektedir.

³² Türkiye’nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması, 2021 Yılı 4.Çeyrek Raporu, <https://www.tasarrufegilimleri.com/>

Ayrıca 2023 yılının ikinci çeyreğinde “döviz vadeli hesap” tasarruf aracı önemli bir artış göstererek %5’ten %14’e yükselerek önemli bir yatırım ve tasarruf aracı olarak tercih edilmiştir. Bireyler bu dönem içerisinde tasarruf yapmak isteme nedenlerinin en önemli ve ilk gerekçesini “geleceğe yatırım yapmak” olarak görmektedirler. Bu durum 2021 yılının son çeyreğinde de ilk sırada “geleceğe yatırım yapmak” olarak yer almaktadır. 2023 yılında bireylerin tasarruf yapma nedenleri %61 oranı ile “geleceğe hazırlıklı olabilmek” için görülmekte iken “ev almak”, “kimseye muhtaç olmamak”, “hayat standartlarını yükseltmek” ve “çocuklarının geleceğine birikim yapmak” da tasarruf yapmanın diğer nedenleri olarak sıralanmışlardır. İkinci sırada da kendi çocukları için tasarruf yapmak istemelerinin nedeni de bir önceki çeyreğe göre %2 artarak %23 olmuştur³³.

Dolayısıyla paylaşılan veriler ve tasarruf ile ilgili literatür göz önüne alındığında israfın önüne geçilerek bireyler tasarruf davranışı sergileyebilir, sürekli tüketmek yerine gelirlerinin belirli bir kısmını biriktirerek geleceklerini garanti altına almaya çalışabilirler. Ancak güncel olarak ortaya çıkan “Doom Spending” (Kıyamet Harcaması) kavramı tasarrufa ilişkin bakışı değiştirmektedir. “Kıyamet Harcaması” olarak bilinen “Doom Spending”, Z kuşağının gelecekte ev ya da araba gibi malları alabilecek kadar para kazanamayıp tasarruf yapamadıkları için bütün kazançlarını harcamaları olarak tanımlanır. Özellikle fiyatları öngörülemez biçimde artan konut piyasası gençler için ev sahibi olmayı imkânsız kılarak bireyleri “doom harcaması” yapmaya itmektedir (Appianin, 2024, s.41). Gençlerin kazançlarının düşük olması yeterli miktarda para biriktirememelerine neden olur. Böylece tasarruf ve birikim yapmak yerine kazandıkları para ile lüks tüketime yönelirler. Özellikle ekonomik sorunlar yaşayan ülkelerde enflasyonun yükselmesi, tüketim ürünlerinin pahalılığı gibi etkenler bireylerin alım gücünü azaltmaktadır. Bundan dolayı gençler gelecekleri için umutsuzluğa kapılarak tasarruf ve birikim yapmanın mantıklı olmadığını düşünmektedirler. Kazandıklarını harcayarak bu umutsuzluğu bastırıp, mutlu olmaya çalışmaktadırlar. Bu yeni harcama biçimi sadece dünyada değil, Türkiye’de de popüler bir kavram haline gelmiştir. Uzmanlara göre dijital medyanın olumsuz içeriklerine maruz kalan ve alım gücü düşük gençler pahalı tatillere giderek, lüks giyim ürünleri satın alarak “umutsuzca lüks tüketim” gerçekleştirmektedirler³⁴. Nitekim Nielsen IQ’nun “Geleceği Şekillendiren Gençler” araştırması sonucunda Türkiye’de gençlerin %43’ünün geleceğe yönelik herhangi bir planlama yapmadıkları,

³³ Türkiye’nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması, 2023 İkinci Çeyrek Raporu, <https://www.tasarrufegilimleri.com/>

³⁴ “Doom spending sendromu: Yarınlar yokmuşçasına yapılan 'kıyamet harcaması!' Türkiye’de de yayılıyor, gören 'Bu benmişim' diyor... 2030'a dikkat!” (16.10.2024). <https://finans.mynet.com/haber/detay/ekonomi/doom-spending-sendromu-yarinlar-yokmuscasina-yapilan-kiyamet-harcamasi-turkiye-de-de-yayiliyor-goren-bu-benmisim-diyo-2030-a-dikkat/490916/> Erişim tarihi: 25.10.2024.

daha iyi bir eğitim alarak kendi mesleklerinde yükselme hayalleri kurdukları ve az çalışarak daha fazla para kazanmak istedikleri raporlanmıştır³⁵. Tüm bunlar değerlendirildiğinde Z kuşağının “doom spending” tüketim anlayışı israfın artması, tasarruf ve birikimin azalması açısından anlamlı olmaktadır.



³⁵ Brand Map, “NielsenIQ, “Geleceği Şekillendiren Gençler” araştırmasını paylaştı.” (10.10.2024). <https://www.brandmap.com.tr/post/nielseniq-gelece%C4%9Fi-%C5%9Fekillendiren-gen%C3%A7ler-ara%C5%9F%C4%B1rmas%C4%B1n%C4%B1-payla%C5%9F%C4%B1> Erişim tarihi: 25.10.2024.

3.BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Araştırmanın bu bölümünü çalışmanın kuramsal altyapısı oluşturmaktadır. Bu kapsamda öncelikle İslamiyet ve kapitalizm ilişkisi tartışılarak İslam filozoflarının tüketime bakış açıları kısaca aktarılmış ve Kınalızâde Ali Efendi'nin ahlak felsefesi noktasında geliştirdiği “güzel ahlaklı” olmanın temelini sunduğu üç erdemli davranış biçiminin “aşırılığı”, “azlığı” ve “orta yolu” anlayışının tüketim ve israf noktasında ele alınıp çalışmaya felsefi bir yaklaşım sunulmuştur. Ayrıca sosyolojik bağlamda israf toplumlarının oluşumunda tüketim kuramları ele alınıp, kuramcılar tarafından tüketim biçimlerinin israfı yaratma noktası ile ilişkilendirilerek tartışılmıştır.

3.1. İSLAMİYET VE KAPİTALİZM İLİŞKİSİNDE “TÜKETİM AHLAKI”

Burada İslamiyet'in en temelde kapitalist sisteme karşı olan tavrından bahsedilmesi gerekir. Her ne kadar Max Weber için kapitalizm, Avrupa'da baş göstermiş olsa da günümüz toplumları için her alana sirayet ederek gelişme göstermektedir. Bu doğrultuda mekânsal olarak Avrupa'da tartışılmaya başlayan ve sosyologlar tarafından gündeme getirilen “kapitalizm” bir taraftan da İslamiyet ve İslam toplumlarındaki görünümleri ile de önemli bir tartışma alanı haline gelmiştir. Bu hususta Maxime Rodinson ve Jacques Austruy değerlendirilmesi gereken önemli isimler olmuşlardır. Maxime Rodinson (1969, s. 43), İslamiyet'in kitabı olan Kur'an'ın ekonomik içerikte bir kitap hüviyeti barındırmamasından dolayı kapitalizm ve İslamiyet ilişkisinin ele alınamayacağını vurgular.

Kur'an-ı Kerim'de ekonomik anlamda “adaletli” davranmanın öncelikli olduğu sürekli vurgulanmaktadır. M. Rodinson (1969, s.51-55), bu anlamda Kur'an'da aşırı kazanmanın ve faizin yasaklamasının, kölecilik anlayışının reddedilerek olumsuz durumlar yaşamış insanlara ve yoksullara yardım edilmesinin ve ahirette haksızlıkların ortadan kalkacağı ve herkesin eşitliğinin yaratıldığı bir düzen kurulacağı vurgusunun yapıldığını söylemektedir. Ayrıca Rodinson (1969, s.56-57), İslamiyet'te zekat anlayışının, ki zekat; “*Zenginlerin sahip olduğu mal ve paranın kırkta birinin fakirler başta olmak üzere Kur'an'ın belirlemiş olduğu yerlere dağıtılmasını öngören, İslam'ın beş şartından biri:*” (TDK) olarak tanımlanır, Ortaçağ Müslüman ülkelerinde benimsenmesinin, kapitalizmi aşacak olarak görülen “sosyalizm” ve “komünizm” sistemleri gibi, Müslümanlar arasında “zekat” yönteminin de kapitalizmi aşmanın bir yolu olarak kullanıldığını düşünmektedir.

Jacques Austrey ise İslami zihniyetin kapitalizm anlayışı ile çoğu halde uyummadığını belirtir. Uyummanın başlıca “psikolojik”, “sosyolojik” ve “kurumsal” engellemelerden kaynaklı olduğunu düşünür (Akarçay, 2009, s.188). Ayrıca İslamiyet’teki bu dünya ve öteki dünya ayrımının net olmasını, öteki dünyada iman edenlere nimetlerin tüm bolluğu ile sunulacağı vaadini kapitalizmin ruhuna aykırı görür. İslamiyet’te faizin yasak olması, rekabet ve işsizliği engelleyen kazanımlarının olması, yine Rodinson’ın da bahsettiği “zekât” sisteminin yer almasını ve özellikle hem üretilmesinin hem de tüketilmesinin yasaklandığı bazı gıda türlerinin olmasını kapitalizmin İslam ülkelerinde gelişmemesinde başlıca nedenler olarak değerlendirmiştir (Austrey, 1974, s. 42-48). Dolayısıyla İslamiyet anlayışında aşırı ve gereksiz tüketimin istenilmeyen bir olgu olması, israfın yaratılmaması noktasında yasaklar ve kaideler geliştiren bir dini biçim olması ve bu hususta tüketim anlayışının “sade”, “yalın”, “gösterişsiz” ve en önemlisi “kanaat etme” fikri ile sadece ihtiyaçları karşılayabilecek ölçüde gerçekleşmesi gerektiği fikrinin temelinde yattığı söylenebilir. Bu açıdan da aşırılıktan kaçınarak azlığa gitmede “orta yollu tüketim” anlayışı benimsenmiştir.

Nitekim İslam filozofları da toplumsal hayat içerisinde yer alan insanın, hayatını dengeli bir şekilde yaşaması gerektiğini sürekli vurgulamaktadır. Özellikle *Farabi*, *İbn Miskeveyh*, *Gazali*, *Kınalızâde Ali Efendi* gibi önemli isimlerin toplumsal hayatta bireyin “orta yollu” diğer bir deyişle “itidalli” olma öğütleri ve felsefi anlayışları söz konusudur. Onlar için “itidalli tüketim” mantığı “tüketim ahlakını” doğurur, israftan kaçınmayı sağlar ve ihtiyaçların karşılanması noktasında bir ölçü belirler.

Bu hususta İslam filozofu Farabi, bir metanın ihtiyaç için satın alınması noktasında kişinin tüketimden haz ve zevk almasını uygun görmektedir. Ancak bireyin, kişisel zevk ve beğeni uğruna ihtiyacı yokken tüketim gerçekleştirmesini “israf” olarak değerlendirmekte ve böylece doğru bir davranış olmadığını düşünmektedir (Mutluel, 2014, s.691).

İbn Miskeveyh’e göre de bireyin karşılaması gereken “beslenme”, “giyinme” ve “cinsel ilişki” gibi temel ihtiyaçları vardır ve bu temel ihtiyaçlar karşılanırken insanın “denge” içerisinde hareket etmesi gerekir. Beslenirken “zevk” almak için değil, gıda alımının insan için hayati gereklilik olduğu düşüncesi ile tüketmeli; “giyinme” ihtiyacını karşılarken amacı iklimsel şartlardan bedenini koruyabilmek ve vücudunu örtebilmek olmalı; “cinsel ilişki” ihtiyacını da meşru olarak giderebileceği yollardan giderebilmeli ve amacını sadece soyunu devam ettirilebilmek olarak görmelidir (İbn Miskeveyh, 1983; 51, akt. Mutluel, 2014, s.691). Bu üç temel ihtiyacı karşılarken birey, aşırılıktan uzak durup, cimri davranmamalıdır.

Gazali ise meta tüketimine karşı pek olumlu bakmamaktadır. Ona göre dünyadaki metaların gerçek bir değeri olmadığı gibi, insan hayatını sürdürebilmek için bu metaları tüketmeye mecburdur. Özellikle beslenmek, giyinmek ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmek adına tüketmeli ancak bunları gerçekleştirirken birey, servetini dengeli kullanıp, hırs ve arzularına kapılmadan ve bir o kadar da cimrilikten kaçınarak dengeli bir yaşam sürdürmeli ki, ahiret mutluluğuna ulaşabilsin (Gazali, 1975, s.580-581).

Çalışma kapsamında kuramsal alt yapıyı oluşturan Kınalızâde Ali Efendi'nin meta tüketimi anlayışı da diğer İslam filozofları ile paralellik göstermektedir. Kınalızâde Ali Efendi için insan hayatının temeli iki zıt kutuptan oluşur. Bunlar “fazilet” ve “rezilet” tir. Bu iki dikotominin ortak noktası olarak birey, adaletli davranır, orta yollu eylemlerde bulunursa güzel yaşama ulaşabilir. Bu hususta Kınalızâde Ali Efendi, ahlak felsefesinin niteliklerini belirlerken “adalet” ve tam zıddı olan “zulüm” kavramlarına değinir. Ona göre ahlaklı olmanın en önemli boyutu adaletten geçer ve bunun için “hikmet”, “iffet” ve “cesaret” erdemlerine sahip olunması durumunda “ahlaklı” olunabileceğini savunur. Bu hususta bu üç erdemin kişiyi “adalet” faziletine erdireceğini düşünür. Aşağıda yer alan tabloda bu durum aktarılmıştır.

Tablo 6: Kınalızâde Ali'nin Ahlak Anlayışı

BİLME GÜCÜ			ARZU			ÖFKE		
Aşırılığı	Orta Yolu	Azlığı	Aşırılığı	Orta Yolu	Azlığı	Aşırılığı	Orta Yolu	Azlığı
Kurnazlık	Hikmet	Ahmaklık	Günahkarlık	İffet	Şehvet Azlığı	Saldırganlık	Cesaret	Korkaklık
ADALET ≠ ZULÜM								

Kaynak: Kınalızâde, 2005, s.174,426 akt. Ersoy, s.95

Tablodan da anlaşılacağı üzere Kınalızade'nin ahlaklı olabilmek için bahsettiği “bilme gücü”, “arzu” ve “öfke” boyutlarının aşırılığında ve azlığında oluşabilecek durumlardan bahseder. Bireyin bilme gücünde aşırılığa kaçılırsa kurnazlığa, azlığa gidilirse ahmaklığa ulaşılacağından bahseder. Ancak orta yollu davranır ise “hikmet” boyutuna ulaşılır. Arzu olgusunun ise aşırılığı noktasında insan “günahkâr” olurken, azlığı noktasında “şehvet azlığına” düşer. Ona göre arzunun orta yolu “iffetli” olmaktan geçer. Öfke noktasında ise kişinin aşırılığı “saldırganlığa” yol açarken, azlığı “korkaklığa” neden olur. Öfkeyi kontrol altında tutup, orta yollu davranılırsa “cesarete” ulaşılır. Dolayısıyla orta yol olarak belirlediği erdemli olma biçimlerinin yani

“faziletlerinin” var olduğu durumda “adalet”in olacağı, sağlanmadığı durumda ise “zulüm” ile karşılaşılacağına vurgu yapmıştır.

Kınalızâde’nin ahlaklı olma yani “fazilete” ulaşabilme felsefesinde bireyin orta yollu davranması anlayışının kişilerin tüketim davranışlarında da uygulamasını, mal alırken ya da harcarken dikkatli davranması gerektiğini vurgulamıştır. Ancak Kınalızâde’nin tüketim olgusu ile ilgili doğrudan aşırılık, azlık ya da orta yol önerisi olmamakla birlikte çalışma kapsamında erdemlilikle ilgili görüşlerinden elde edilerek bir tablo oluşturulmuştur. Bu hususta tüketim olgusunun da azlığının “cimrilik” oluşturacağı, aşırılığının “israf” yaratacağı ve en sonunda orta yolunun “tasarruf” tan geçmesi gerektiği şeklinde yorumlanabilir. Aşağıda yer alan tablo Kınalızâde Ali Efendi’nin ahlak anlayışının bakış açısından esinlenerek oluşturulmuştur.

Tablo 7: Tüketimde Aşırılık, Azlık ve Orta Yol

TÜKETİM		
Aşırılığı	Orta Yolu	Azlığı
İsraf	Tasarruf	Cimrilik
REFAH ≠ KRİZ		

Kaynak: Kınalızâde Ali Efendi’nin “Ahlak” anlayışından etkilenecek oluşturulmuştur.

Oluşturulan tablodan anlaşılacağı üzere tüketim davranışının hırsla aşırıya kaçılarak yapılması ile “israf”, azlığı ile sakınılarak gerçekleştirilmesi ile “cimrilik” oluşur. Burada önemli olan orta yol olarak erdemli bir davranış biçimi sayılabilecek “tasarruf” olarak değerlendirilebilir. Nitekim orta yollu bir tüketim gerçekleştirip, ihtiyaçlara cevap verebilecek bir şekilde davranma sonucunda birey refaha ulaşır. Ancak birey dikkat etmez, aşırılığa kaçır ya da tam tersi azlığına gider cimri davranırsa krizlerle karşı karşıya kalır. Bunun dengesini de tasarruflu davranarak gerçekleştirebilir. Nitekim bu konuda Kınalızâde, insanların cimrilikten, gücü yettiği halde vermemekten, kaçınması gerektiğini (Kınalızâde,2005, s.298) bir taraftan da bir metaya karşı hırsla kapılıp israf gerçekleştirmesini vurgulamıştır. İnsan burada adaletli davranarak gerektiği şekilde tüketim davranışını yapmasını bilmeli, “faziletli” yani orta olanı bulmalıdır (Kınalızâde, 2005, s. 124). Kınalızâde (2005, s.132)’ye göre bir insan cömertlik faziletinde gösteriş amaçlı davranmamalı yani “gösterişçi tüketimden” uzak durmalıdır. Cömertliğin dışında israftan kaçınılmasını da vurgulayan Kınalızâde’nin insanların gelir-gider dengelerini korumalarına yönelik tespitleri de söz konusu olmuştur. Kişinin tüketim harcamalarının elde ettiği gelirden daha fazla olması durumunda geçimin sağlanamayacağını vurgularken, kazancın ve harcamanın eşit olmasını da uygun bulmaz. Nitekim kazanılan ile harcanan eşit olursa kıtlık olur ve ihtiyaçların

doğduğu dönemlerde insan başkalarına muhtaç konuma düşer. Ona göre bu noktada en doğru davranış, kişinin gelirinin belirli bir payını olumsuz durumlara karşı ayırabilmesidir. Bu durum çalışma kapsamında israfın önlenbilmesinde ele alınan tasarruf ve birikim noktası ile doğrudan orantılıdır.

3.2. TÜKETİM KURAMLARI AÇISINDAN İSRAF OLGUSUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

Tüketim yaklaşımları genel anlamda faydacı tüketim, hedonik tüketim, gösterişçi tüketim, sembolik tüketim ve lüks tüketim olarak ele alınabilir. Bu farklı tüketim yaklaşımları birbirlerinden bağımsız savları ile farklı kuramcılar tarafından ele alınıp değerlendirilmişlerdir. Nitekim faydacılığa karşı haz durumunu temsil eden hedonik tüketim; gösterişçi tüketim ve günümüz toplumlarını açıklamada sıkça başvurulmuş sembolik ve lüks tüketim yaklaşımlarının kuramsal açıdan tartışılması israfı açıklamada önemli olacaktır.

Faydacılık, bir nesnenin insana en yüksek düzeyde yarar sağlayabildiği durumu olarak tanımlanabilir. Faydacılık kuramının öncüsü olarak bilinen Jeremy Bentham faydacılığı haz peşinde koşmak ve acılardan kurtulmak olarak tanımlar (Yıldız,2020, s.91). Bentham'dan etkilenen John Stuart Mill'in Faydacılık Kuramı'nın gelişiminde önemli etkileri olmuştur. Mill, 1861 yılında yazdığı "Faydacılık" adlı eserinde faydacı ahlaki zihniyetini "sumum bonum" anlamına gelen Latince "en yüksek iyi" felsefi terimi etrafında şekillendirmiştir (Mill, 2017, s.21). Mill (2017, s.14)' e göre bir eylem geçici menfaatler uğruna yapılmadan, kişiyi her zaman en iyi ve en yüksek mutluluğa ulaştırabilecek faydalılıkta olmalıdır. 19. yüzyılın faydacılık kuramının temsilcilerinden Alfred Marshall ise bireylerin eyleme geçerken kişisel istekleri, arzuları ve hedefleri doğrultusunda aksiyon aldıkları ve bu doğrultuda yararlılık anlamına gelen "utility" kavramının insan eylemliliği için önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır (Yıldız, 2020, s.91). Dolayısıyla faydacılık en temelde kişinin eylemi sonucunda onda sağlayacağı yararlılık/kullanışlılık yaratmasıyla ilgili olmalıdır. Faydacılık kavramını bilmek bu hususta faydacı tüketimin anlaşılmasında önemli olacaktır. Nitekim faydacı tüketim, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılarken rasyonel davrandığı ve tüketim eyleminin sonucunda ondan bir fayda/yarar sağlama durumu olarak tanımlanabilir. Faydacı tüketimin temel mantığı bireyin tüketirken haz ve arzu peşinde olmadığı, ihtiyaç odaklı rasyonel bir davranışla tüketimini gerçekleştirdiğidir. Ancak hedonik tüketim, faydacı tüketimin tam tersi bir yaklaşımla hareket eder. Hedonik tüketimin temel mantığı ise bireyin haz ve zevkleri için eylemde bulunması durumudur. Bu hususta hedonik tüketimin öncü isimlerinden sayılan Colin Campbell'e değinmek doğru olacaktır. Colin Campbell'e göre kapitalizmin gelişmesinde hedonik tüketim etkili olmuştur. Ona göre tüketim, püritenizm ile romantik etik arasında bir bağ oluşturarak kapitalizmi

yaratmıştır (Corrigan, 1997, s.13). Burada faydacı tüketimin kişide sağladığı yararlılık ilkesini protestan etiği ile açıklayan Campbell, romantik etiği hedonik tüketimle ilişkilendirmiştir. Ona göre romantik etik bireyi hazza ve sanatsal ürünlerin tüketilmesi yönüne iterek daha çok para harcatmaya yöneltmiştir (Zorlu,2006, s.228). Dolayısıyla bu ayrım ve romantik etiğin gelişimi tüketime farklı bir bakış açısı kazandırarak hedonik tüketimi doğurmuştur. Campbell, ihtiyaca yönelik tüketimin, insana doyum ve hoşnutluk hissi verdiğini, lüks tüketimin ise zevk ya da haz duygusu yarattığını söyleyerek “fayda” ve “haz” arasında bir ayrım gerçekleştirir (Zorlu, 2006, s.224). Buradaki vurgu “faydacı tüketim” ile “hedonik tüketim” arasındaki farkı gösterir. Dolayısıyla insana fayda sağlayacak ihtiyaçları tüketmekle, zevk ve haz için tüketmek arasında bir ayrım olduğu aşıkardır. Nitekim Campbell’de bu doğrultuda geleneksel haz ile modern dönemin tüketim eylemlerinde gerçekleştirdiği haz arayışı arasında farklılık olduğunu ifade eder. Çalışma kapsamında ele alınana kent ve kırsal bölgedeki tüketimin modern ve geleneksel dönem haz arayışını dolaylı olarak ilişkilendirerek arasındaki farklılığı görebilme noktasında Campbell’in açıklamaları çalışmaya referans noktası sağlayacaktır.

Tablo 8: Geleneksel ve Modern Hedonizm Karşılaştırması

GELENEKSEL HEDONİZM	MODERN HEDONİZM
Belirli eylemlerden haz alınır.	Bütün deneyimlerden haz alınır.
Haz peşine düşme duyumlara bağlıdır.	Haz peşine düşme duygulara bağlıdır.
Duygular kişinin kontrolü dışında gerçekleşir.	Duygular kişinin kontrolü altında gerçekleşir.
Nesnelerin ve olayların kontrolünden haz alınır.	Nesnelerin ve olayların anlamlarının kontrolünden haz alınır.

Kaynak: Corrigan, 1997, s.16.

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere geleneksel ve modern hedonizm arasında temelde yer alan benzerlik söz konusudur. Her iki dönemde de birey, haz almak ve haz alanlarını arttırabilmek için davranışlarını “arzuya” çevirir (Zorlu, 2006, s.225). Ancak bu benzerliğin dışında geleneksel ve modern dönemde haz alma arasında en temelde zıtlıklar ve farklılıklar vardır.

Geleneksel dönemde haz alma; duyu alanında gerçekleşen, sadece belirli eylemlerden haz alınan, duyguların kontrol dışında kalarak nesnelerin ya da olayların “kontrol edilebilir” olmasından alınan hazdır. Geleneksel dönemde haz arayış alanı dar olduğu gibi haz alınacak nesneler de

oldukça sınırlıdır. Bundan dolayı da geleneksel dönemde haz daha çok yeme, içme ve seks gibi temel hazlara kadar ulaşmaktadır (Odabaşı, 2013, s. 113).

Modern döneme bakıldığında geleneksel dönemin haz arayışı, haz alma biçimi ve haz alınan nesneler birbirinden oldukça farklıdır. Modern dönemde bireyin en temel amacı haz peşine düşerek heyecan elde etmek ve hayatın amacını haz alma olarak kurgulamaktır (Zorlu, 2006, s.225-226). Birey ona heyecan verecek olan hazzın peşinden giderek hazza ve zevke ulaşmaya çalışır. Modern dönemde bireyler tükettikleri nesnelere kendi imajlarını vererek; hayal ve fantezi kurma gibi nesnelerin gerçek anlamından uzak kendi gerçekliklerini tüketirler (Zorlu,2006, s.226). Böylece modern dönemin bireyi hayal ve fantezi kurarak haz alabileceği nesneleri satın alma eğilimi gösterir (Odabaşı, 2013, s.114). Bu durumda bireylerin gerçek ihtiyaçları tüketmesi yerine sahte ihtiyaçları tüketmelerine neden olur.

Campbell'e göre temel ihtiyaçlarımızı tüketmenin dışında haz temelli hedonik tüketimin sürekli kılınabilmesi için "recreation" (tazelenme) felsefesi olması gerekir (Kayacan ve Tunca, 2023, s..44). Burada bireyin "tazelenme" adı altında tüketicinin hedonik tüketiminden haz ve zevk alabilmesinin sürekliliği sağlanmaya çalışılır. Bu durumda kapitalist şirketlerin kar edebilmesine olanak sağlayan bir sistemsel yapıya dönüşür. Dolayısıyla hedonik tüketim, Campbell'in modern ve geleneksel hedonizm ayrımı, tüketimin haz odaklı gelişimi özellikle modern kent yaşamı içerisinde artmaktadır. Campbell'in dönemsel haz ayrımında "modern hedonizm" kentsel mekanları, "geleneksel hedonizm" kırsal alanları görece temsil edebilir. Modern hedonizm, kent mekanları içinde tüketilen nesnelerin haz odaklılık seviyesi ile ilgilenir. Kırsal mekandaki haz alma seviyesi ise farklıdır.

Faydacı tüketimin yerini alan hedonik tüketim yaklaşımının yanı sıra günümüz toplumlarının tüketim kalıplarını daha iyi açıklayabilmek için "gösterişçi tüketim" ve "lüks tüketim" yaklaşımlarına bakılmalıdır. Endüstriyel kapitalizmin gelişmeye başladığı modern dönem, üretimin yanında tüketimi de geliştirmiştir. Toplumsal yapıdaki üst sınıfın üyeleri kendilerini toplumun diğer alt sınıflarından ayırmak için farklı tüketim biçimlerine başvurmuşlardır. Batı Avrupa'da yaygınlaşan ve gelişen endüstriyel kapitalizm özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde "taklitçi" yeni tüketim sınıfları oluşturmaya başlamıştır (Bocock,1997, s.24-25). Veblen için endüstriyel kapitalist sistemin gelişmesi beraberinde zengin toplumsal sınıfları yaratmış ve bu sınıflar Avrupa' da yaşayan aristokrat sınıflara benzemek isteyen taklitçi sınıf olarak gördüğü "yeni zenginler" i oluşturmuştur (Zorlu, 2006, s.163). Veblen özellikle tüketimin "fayda sağlayan" anlamının dışına çıkıp "statü peşinde koşmak" anlamına dönüşmesini ve "yeni zenginlerin" ekonomik durumlarını toplum yararına kullanmak yerine israf yaratmalarını

eleştirmiştir (Kızılkaya, 2001, s.55). Buradaki tavır yine faydacı tüketimin geri planda kaldığıdır. Lüks tüketimin temsilcilerinden sayılan Werner Sombart için ise Avrupa’da gelişen kapitalizmin yayılmasını 1300-1800’li yıllardaki saray kültürü içerisinde yer alan zenginlerin, aristokratların lüks tüketimi üzerinde değerlendirir (Özgeren Kınılı, 2018, s.1028). Dolayısıyla gösterişçi tüketim ve lüks tüketim yaklaşımlarının analizlerinde genellikle belirli bir sınıf üzerinden gerçekleşen tüketim biçiminin eleştirisi yapılır. Gösterişçi tüketimin temsilcisi sayılan Torstein Veblen’de bu “Aylak Sınıf” iken Werner Sombart’ta “Saray ve Çevresi” olarak konumlandırılmıştır. Buradaki vurgu lüks ve gösterişçi tüketimin ve dolayısıyla yaratılan israfın toplum içerisinde “üst sınıf” olarak görülen gruplar tarafından gerçekleştiği dönemsel bir analiz olarak verilmiştir. Özellikle kapitalizmin yeşermeye başladığı, kentleşmenin ve modernleşmenin adımlarının atıldığı bölgelerde sosyologlar tarafından dikkat çeken bir husus olarak değerlendirilmeye tutulmuştur. Ancak dönemsel sınıf analizleri üzerinden tüketimi günümüz toplumları için açıklamak daha zordur. Günümüz toplumlarında gösterişçi ve lüks tüketimin belirli bir sınıf ya da zümre tarafından daha fazla gerçekleştiği, ekonomik gücün lüks ve gösterişli tüketimde etkili olduğu her ne kadar bilinse de dijitalleşme ve teknoloji sayesinde tüketim nesnelerine ulaşılabilirlik ve tüketim nesnelerinin görünürlüğünün artırılması gösterişçi tüketimin toplumun diğer sınıflarına nüfuz etmesine neden olmuştur. Gösterişçi tüketimin mantığı Veblen için endüstri toplumunda yükselen “yeni zenginlerin” / “aylak sınıfın” kendi kimliklerini yaratabilmek ve toplumun diğer sınıflarından kendilerini ayırt edebilmek adına yaptıkları tüketim biçimi olarak ifade edilmiştir (Zorlu, 2006, s.163). Veblen (2005, s.19)’e göre bu yeni zengin sınıf genellikle endüstriyel işler yerine “onur” barındıran işlerle meşgul olmuşlardır. Ona göre oluşan yeni sınıfın bireylerinin amacı, tükettiği nesnenin onda fayda sağlaması değil, kendi kimliğine bir “güç” kazandırması anlamına gelen "conspicuous consumption" “gösterişçi tüketim” davranışı sergilemeleridir (Bocock, 1997, s.25). Faydacı tüketimden uzaklaşılması, kişilerin birer statü ve güç kazanımı için tüketim sergilemeleri günümüz toplumları açısından da geçerli bir durumdur. Yaşanılan bu durum Veblen’e göre kapitalist sömürünün yer aldığı endüstri toplumlarında işçi sınıfı ile “aylak sınıf” olarak nitelendirilen sınıf arasında farkı gittikçe artırmıştır (Veblen, 2005, s.21-22). Veblen, aylak sınıfı “hiç çalışmaya ihtiyacı olmayanlar” biçiminde açıklayarak; kapitalist dönemin yarattığı artı değerle geçinen, özel mülk edinmek ve toplumsal sınıflar içerisinde bir statü kazanabilmek için adeta tüketirken yarışan bir sınıf olarak tanımlamıştır (Güleç, 2015, s.72). Çalışmayan aylık sınıfın üyeleri gıda alışverişlerinde, barınmalarında, aldıkları hizmetlerde, eğlencelerinde, evlerindeki süs eşyalarında her zaman her şeyin “en pahalısını” ve “en iyisini” tüketenlerdir (Zorlu, 2006, s.166). Burada “gösterişçi tüketimin israf yaratması gerekir” mottosu çalışma kapsamında ayrıca önemlidir. Gösterişçi tüketimin sonucunda israf, yaratılması gereken zorunlu bir şeydir, ki zengin sınıf zenginliğini ve statüsünü topluma gösterebilsin (Güleç, 2015,

s.73). Ayrıca aylak sınıfın kendi zenginliğini ve statüsünü gösterebilmesi için hizmetçilerinden, iş yerlerine, çocuklarından sahip oldukları hayvanlara kadar en iyi şekilde temsil edilmeleri gerekir (Veblen, 2005, s.63). Veblen (2005, s.63)'e göre “başkası namına aylaklık ve tüketim” yapmak kişinin “patronunun” ya da “efendisinin” itibarını arttırır. Böylece “vekaleten tüketim” yapılması bir taraftan da israf davranışını ortaya çıkaracaktır (Zorlu, 2006, s.167).

Veblen'in açıklamaları dönemsel olarak gelişmiş, endüstrileşmiş kentlerdeki belirli bir sınıf üzerinden tüketim biçimine ve doğurduğu israfa dair açıklama sunmaktadır. Ancak günümüzde aşırı tüketimin ve beraberinde oluşan israfın kırsal bölgelere de “süzülmesi” söz konusudur. Artık aşırı tüketim ve israf hemen hemen her mekânda ve sınıfta gözlemlenebilir bir duruma evrilmiştir. Veblen'in bahsettiği dönemde geleneksel tüketim ile modern tüketimin arasında farklılıklar oluşmuş, “yüksek”, “soylu”, “değerli” gibi tüketim ölçütleri konulmuş olsa bile “gelişmiş-basit”, “değerli-değersiz” gibi dikotomilerle tüketim kalıpları günümüzde değişime uğramıştır (Zorlu, 2006, s.168). Kentlerdeki tüketim kalıplarında değişme olduğu ve sonradan kırsal alana bu değişimin süzülmesinden bahsedilmesi gerekir. Süzülme kuramında genellikle üst sınıf, ki bu Veblen'de gösterişçi tüketimin temsilcisi sayılan “aylak sınıf” olarak konumlandırılabilir, tükettiği nesnelerin kendinden “aşağı” da olan sınıfları taklit ederek üst sınıfın boş bıraktığı yerlere süzülmesine denir (Taş ve Burcu Sağlam, 2020, s.6). Süzülme, ayrıca boşluğun doldurulmasının yanı sıra tüketim nesnelerinin taklit edilmesi ile de gerçekleşebilecek bir husustur (Taş ve Burcu Sağlam, 2020, s.6). Nitekim dijital çağın sunduğu teknolojik gelişmeler sayesinde orijinal tüketim nesnelerinin sahtesi yapılabilmekte ve sosyo-ekonomik gelir düzeyi düşük, kentlere göre kırsal alanda kalmış bölge insanları için ucuz ve hesaplı olarak tüketilebilecek hale gelmektedir (Taş ve Burcu Sağlam, 2020, s.6). Dolayısıyla da kentsel ve kırsal alanlarda gösterişçi tüketimin biçimleri görülebilir.

Gösterişçi tüketim biçiminin yanı sıra lüks tüketimde kuramsal açıdan önemli bir boyuttur. Lüks tüketim biçiminin gösterişçi tüketimden ayırt edici yanları bulunmaktadır. Bu açıdan öncelikle lüks kavramının ne olduğu bilinmelidir. Nitekim Sombart (2013, s.117) lüks kavramını “*temel ihtiyacı aşacak biçimde yapılan her türlü fazladan harcama*” olarak tanımlamaktadır. Ona göre bu tanımdaki “temel ihtiyaç” tam olarak bilinemez ve kişiden kişiye değişebilir. Sombart (2013, s.117) bu doğrultuda lüksün nitel ve nicel olarak farklı iki biçimde oluşabileceğini söylemiştir. Ona göre nicel anlamda lüks daha çok “malların ziyan edilmesi” ile “sayısal aşırılığa” kaçma olarak açıklanır. “*Bir uşak 'yettiği' halde yüz uşak tutmak ya da puroyu yakmak için üç kibrit çöpünü birden tutuşturmak gibi*” örneklerle açıklar (2013, s.117). Dolayısıyla nicel anlamda lüks bir nevi israfı da doğuran bir biçimdir. Sombart (2013, s.117)'a göre nitel anlamdaki lüks ise “*Malların, temel gereksinimi giderme amacının dışına taşacak ölçüde işlenmesi*” dir.

Sombart (2013, s.118-119)’a göre bireylerin kişisel lüks harcamalarının temel nedeni nefesine dayanan haz ve zevk alma duyusudur. Ayrıca lüks tüketimin rövanşta olmasında kapitalist sistemin etkili olması toplumsal yapı içerisinde “zengin üst sınıf”ı oluşturarak sadece “tüketimi” değil, “lüks tüketim” olgusunu yaratmıştır (Özgeren Kınılı, 2018, s.1029). Sombart lüks tüketimin örneklerini de dönemsel ithalat istatistikleri üzerinden açıklamaya çalışmıştır. Ona göre Hindistan’dan Avrupa’ya kadar ithal edilen “baharat, ecza, boya maddeleri, ipek ve ipek kumaşlar, pamuk ve pamuklu bezler, değerli taşlar, porselen, kahve, tütün, şeker, çay ve kakao” gibi malzemeler temel ihtiyacın ötesinde lüks tüketimi simgeleyen ürünler olmaktadır (Özgeren Kınılı, 2018, s.1029). Dolayısıyla burada temel ihtiyaçlar dışında gerçekleşen bir tüketim biçimi olan “lüks tüketimin” israfı doğurabileceğinden bahsedilmesi gerekir. Her ne kadar Sombart, lüks tüketimin belirli bir sınıfı temsil eden grup tarafından gerçekleştiğini vurgulasa da “lüks tüketimi” günümüz toplumları içinde “üst sınıf” dışında diğer toplumsal sınıflarda da görebilmek mümkündür.

Sombart lüksün gelişimini, lüksün görüldüğü belirli alanları özellikle ele almış ve incelemiştir. Ona göre lüksün görünüm alanları “evdeki lüks” ve “kentteki lüks” üzerinden gözlemlenebilir. Sombart evdeki lüksü yemek ve konutlardaki şaşalı harcamalar üzerinden açıklamaktadır. Ona göre yemekte lüks tüketiminin artmasının en önemli nedeni 15.ve 16.yüzyılda İtalya’da “mutfak sanatı”nın ortaya çıkmasıdır. Ona göre yemek lüksü “*yemek pişirme tekniğinin yetkinleşerek yükselmesi*”dir (Sombart, 2013, s.175). Evsel lüks tüketimi arttıran ise “konut lüksü” dür. Ona göre kentlerde, 17.yüzyıldan itibaren konut ve döşeme alanlarında pahalı harcamalar yapılması lüksü arttırmıştır. Büyük şato evlerinin yerini sayısı giderek artan kent konutları almış sonrasında taşra evleri yerini “villalar”a bırakmıştır (Sombart, 2013, s.175-176). Sombart, “barok”, “rokoko” gibi ev için büyük harcamaların yapıldığını, görkemli ev gösterimlerin olduğunu, şık ve pahalı iç dekorasyon ve mimarilerin lüks tüketiminde önemli olduğunu vurgulamıştır. Sombart için böylece kentler lüks tüketimin en önemli tetikleyicilerinden birisi olmaktadır. Nitekim Sombart’ın kentteki lüks analizleri çalışma kapsamında ele alınan “kent” ve “kırsal” mekanlardaki israf noktasına ışık tutacaktır. Kentsel yaşamın lüks tüketimi tetiklemesi, gereğinden fazla harcamaları doğurduğu için israfı yaratmada önemli bir etkidir. Sombart (2013, s.185)’a göre kentlerin zengin yaşam için olanaklar sunması lüks tüketimin çeşitlenmesine neden olur. Saraylarda kişisel lüks tüketimin gerçekleştiği harcamalar yerini artık kent sokaklarındaki kolektif lükse bırakmıştır (Sombart, 2013, s.186).

Bir başka dönemsel analiz sunan, endüstriyel kapitalizmin geliştiği Almanya’daki tüketim ve metropol yaşamın gelişimini ele alan George Simmel’e değinmek gerekir. Simmel, formel

sosyolojinin önemli temsilcilerinden birisi olması sebebiyle çalışma kapsamında ele alınan israf ve tasarrufun kentsel ve kırsal mekânsal formlarda karşılaştırılması söz konusu olduğunda kuramsal açıdan önemlidir. Simmel'in "Metropol ve Zihinsel Yaşam" ve "Para Ekonomisi" ile ilgili kuramsal açıklamalarına değinmek bu noktada önemli olacaktır. Simmel "Metropol ve Zihinsel Yaşam" (The Metropolis and Mental Life) (1903) makalesinde modern dönem kentlerinin yaşam biçimi, para ekonomisi üzerinden tüketimi ve bu mekânsal formlarda yaşayan bireylerin psikolojik ve toplumsal yönü ile ilgilenir (Köse Özelçi, 2020, s.190). Simmel (2015, s.318)'e göre metropol (şehir) bireyi ekonomi, iş yaşamı ve toplumsal olarak bir tempo içerisine sokmaktadır. Ona göre kentsel yaşam, tüketim süreçleri ile oluşan sosyolojik formdur ve kentleşmeyi "bezginlik ruh hali" (blaseattitude) ve "para ekonomisi" kavramları ile açıklamaya çalışır (Zorlu, 2006, s.172). Metropol şehirler ona göre giderek sanayileşen, endüstri fabrikalarının çeşitlendiği, tiyatro, spor, eğlence merkezleri gibi kültürel faaliyetlerin mekânsal olarak yer aldığı sosyolojik bir yapı haline gelmiştir (Bocock,1997, s.25) Simmel (2015, s.320)'e göre kentlerde sosyal farklılaşma ve karmaşıklaşmış sosyal ilişki ağları vardır ve burada bireyler birbirlerine karşı duyarsız hale gelmişlerdir. Metropol yaşamın "hesapçı, dakik ve kesinlik" gibi katı kurallarının günlük yaşam içerisine yerleşmesinden dolayı bireyler bazı ruhsal sorunlar yaşarlar ve modern kent yaşamının insanlar üzerinde kurduğu baskınlık otoritesine karşı usanmış/bezmiş kent insan profili ortaya çıkar (Özyurt, 2007, s.114). Bu yüzden kentte birey, "bezgin ruh haline" kapılır ve bezgin ruh hali metropolün para ekonomisi ile zirveye ulaşmasına yardımcı olur. Kentsel yaşam formlarında her şeyin değeri para unsuru ile ölçülebilen hala evrilmiştir. Simmel (2015, s.319)'e göre metropolde her şeyin değeri "kaç para ?" sorusu ile belirlenmekte ve bireyler rasyonel ilişki kurarak adeta birer sayı biçimine dönüşen hesaplaşmalar içerisine girmektedir. Kentler artık para alışverişinin mertebesi olan ve kırsal yerleşim mekanlarına göre nesnelerin tüketilmesini zorlayan mekânsal formlar şeklini almaktadırlar (Zorlu, 2006, s.175). Metropol yaşamında birey tüketirken kendisini diğerlerinden farklı hale getirebilmek için sonu gelmeyen "fark edilebilir olma" savaşına girer (Bocock,1997, s.27). Ancak Simmel (1971, s.87)'e göre kentte bezgin ruh halinden kaçmak isteyen bireyler, tüketmeye ve satın almaya yönelerek iyileşmeye çalışsalar da kendilerini değersiz hissetme ruh halinden uzaklaşamazlar. Birey tüketemezse mutsuz olur ve geride kalmış hissine kapılır. Bu durum onu toplumsal olarak "diğerlerinden" dışlanmaya iteceği gibi psikolojik bir savaşın içine dahil eder. Simmel, kentsel yaşam mekanları ile kırsal yaşam mekanlarındaki tüketim süreçleri arasında keskin bir ayrıma gider. Simmel (1971, s.87)'e göre paranın merkezde olduğu kent formlarında birey nesneleri tüketemez, alışveriş yaparak kimliklerin şekillendiremezse "bezgin ruh hali" psikolojisi içine girer. Ancak kırsaldaki bireyin durumu kente göre oldukça farklılaşmıştır. Kentte birey ihtiyacı dışında sürekli tüketim gerçekleştirerek israf davranışı sergilemiş olur. Asıl amacı

kent yaşamının onda kurduğu baskıdan kurtulmaktır. Bunu da tüketerek geçirmeye çalışır. Ancak kırsal formlarda tüketim anlayışı bu şekilde işlemez. Çünkü metropolün sunduğu baskı, bireyin her şeye erişebilir ve yetişebilir olmasını istemesi kırsal alanlarda yoktur. Ancak Simmel'deki kentsel mekân ile kırsal mekandaki tüketim pratikleri arasındaki farklılıklar günümüzde bu kadar keskin değildir. Günümüz toplumlarında bazı istek ve ihtiyaçların bireyler tarafından aynılaştığını/benzediğini söylemek mümkündür (Tan, 2019, s.204). Bundan dolayı da tüketim toplumu kavramı artık daha fazla gündemdedir. Üretim odaklı toplum yapılarının yerini tüketim toplumları almıştır. Bu konu ile ilgili açıklamalar sunan Jean Baudrillard'ın "Tüketim Toplumu" (1970)'na değinmek günümüzde israfın oluşumunu hızlandıran tüketim toplumunun görevini kavramada etkili olacaktır.

Jean Baudrillard (1929) bir tüketim toplumu kavramsallaştırmasından bahseder. Ona göre tüketim toplumu; eğitim, gıda, sağlık ve kişisel alandaki harcamaların giderek arttığı bir toplum biçimidir (Baudrillard, 2013, s.29). Baudrillard, tüketilen şeylerin yarar ya da ihtiyaç anlamının dışına çıktığını, sembol ya da göstergelerle anlam kazandıkları bir yapıya dönüştüğünü vurgular (Zorlu, 2006, s.264). Artık nesnelerin kullanım değerinden, gösterge değerine dönüştüğü, bireylerin tükettikleri nesneleri sadece sembolik değerleri için satın aldıkları bir topluma evirildiğini belirtir (Zorlu, 2006, s.265). Böylece tüketim toplumunda "mutluluk eşittir tüketmek" olarak belirlenmiştir (Baudrillard, 2013, s.49). Baudrillard, tüketim toplumunun bir sonucu olarak ortaya çıkan "çöp sepeti uygarlığı" toplumundan bahsetmiştir.

Baudrillard, "*Bana fırlatıp attığın şeyi söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim!*" diyerek, tüketim toplumunun oluşturduğu savurganlığa ve israfa vurgu yapar (Baudrillard, 2013, s.38). Ona göre bu toplum yapısında, özellikle de zengin olarak ifade edilecek toplumlarda, "*bolluk varsa savurganlık vardır*" durumu ile karşılaşılır (Baudrillard, 2013, s.38). Baudrillard, burada israf kavramı yerine daha çok "savurganlık" kavramını kullanmaktadır. Ona göre malların israf edilmesi, savurganlık davranışının oluşması "*her zaman insana rezervlerini tükettiren ve kendi sağ kalma koşullarını irrasyonel bir eylemle tehlikeye attıran bir tür delilik, çılgınlık, içgüdünün yanlış işlemesi*" olarak tanımlanmaktadır (Baudrillard, 2013, s.39). Ona göre ortaya çıkan israf istatistiği üretilen mal miktarının gereksiz yere arttığının bir nedenidir (Baudrillard, 2013, s.38). Burada israfı görebilmek ve anlayabilmek, gerçekten tüketilmek üzere üretilmiş olanla olmayan arasındaki farkı bilebilmekten geçer (Baudrillard, 2013, s.38). Bu da "gerçekten tüketilecek malın ne olduğu?" sorusuna götürür. Ona göre tüm toplumlar her zaman zaruri harcamalarının dışında tüketim eylemlerinde bulunmuşlardır (Baudrillard, 2013, s.39). Gereksiz harcamalar ve aşırı tüketimler zorunlu tüketimin önüne geçer. Yapılan harcamalar birikimlerin ve sahip olunması zorunlu olan şeylerin önüne geçerse işte o zaman savurganlık / israf oluşur (Baudrillard, 2013,

s.39-40). Burada israfın ne olduğu açıklansa da asıl sorgulanması gereken şey ihtiyacın ne olduğudur? Baudrillard ihtiyaç kavramını *“insanın her zaman lüzumsuz bir şeye ihtiyaç duyan hayvan”* olarak nitelelendiren, *“varlıklar yaşamlarını sürdürmelerine göre mi yoksa yaşamlarına yükledikleri bireysel ya da kolektif anlama göre mi örgütlenir?”* sorusu ile açıklamaya çalışır (Baudrillard, 2013, s.40). Baudrillard (2013, s.41), en temelde insan varlığının “saklama” yönünde bir ihtiyaç hissettiğini, insanın hayatta kalabilme savaşında her zaman daha fazlasına ihtiyaç duymasını içgüdüsel bir dürtü olarak konumlandığını anlatmak ister. Ona göre savurganlık dediğimiz şey sadece hayatta kalma içgüdü dışında yapılabilecek her türlü üretim ve tüketimin yol açtığı şeydir. Ona göre savurgan olmak sadece kılık kıyafet, gıda üzerinden değil; gereksiz askeri teçhizatlar, kasaba ya da köylerdeki kişilerin zirai anlamda gereksiz “fazladan tuttuğu” her şeydir. Kısaca ona göre bir nesneden fazladan alıp saklamak ve bolluk toplumunun buna destek olması “israf” olgusunu yaratır. Baudrillard ayrıca savurganlığın yarattığı israfın başka bir boyutuna daha değinir. Ona göre günümüzde üretilen ürünlerin kullanım ömürlerine göre tasarlanmadığı, asıl amacın “yok etmeye” yönelik olması israfın yaratılması açısından asıl sorundur (Baudrillard, 2013, s.43). Hatta bu konuda reklamların, nesnelerin kullanım ömrünü uzatmak yerine kısaltmak için çalıştığını; modanın nesneleri sürekli yok ederek yeniden üretip sürekli tükettirmeye odaklandığını ifade eder. Dolayısıyla Baudrillard, sistemin bireylerde tüketim açlığı yaratıp kendi üretim düzenini güvence altına almasını eleştirir (Baudrillard, 2013, s.43). Nihayetinde tüketim toplumunun varlığı nesnelere ihtiyaç duyuyor gibi görünse de temelde “yok etme” arzusundadır (Baudrillard, 2013, s.44). Nitekim Baudrillard için her durum ve koşulda sanayi sonrası toplumlarda “yok etmek” temel işlevlerinden biri olmaya mecburdur (Baudrillard, 2013, s.44).

Dolayısıyla faydacı tüketim biçiminden hazcı, gösterişçi, sembolik ve lüks tüketim biçimlerine evrilen bir toplum yapısına gelinmiştir. Tüketim teorilerinin bir kısmı israfın genellikle bir sınıf ya da zümre üzerinden gerçekleştirildiğini vurgulamışlardır. Kimi tüketim teorileri de günümüz toplumlarının harcama odaklı bir yapı içerisinde yer aldığını iddia etmiştir. Yapı, harcama odaklı toplumlar yaratarak tüketim toplumunu körüklemektedir. Bireyleri gerçek ihtiyaçları dışında sürekli tüketmeye itmekte ve böylece tüketim toplumunun öznesi birey, tasarruf ve birikim yapmanın imkansızlığı içerisinde kalmaktadır.

4.BÖLÜM

OSMANLI'DAN GÜNÜMÜZ TÜRKİYE'SİNE: TÜKETİM, İSRAF VE TASARRUF

Çalışma kapsamında ele alınan kentsel ve kırsal mekanlarda israf ve tasarrufun nasıl geliştiğini daha net anlayabilmek adına Osmanlı İmparatorluğu döneminden günümüz Türkiye'sine kadar toplumun tüketim pratikleri, israf davranışları ve bu doğrultuda alınan tasarruf önlemlerinin neler olduğu dönemselsel bir süreç içerisinde aktarılacaktır. Bu başlık altında “Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Tüketim”, “Cumhuriyet’in Kuruluşu ve Sonrası: *Yoksulluktan Tüketim Toplumuna Geçiş*”, “1980 Türkiye’si ve Günümüz: *Tüketim Toplumunun Yükselişi ve İsraf*” Olmak üzere üç ayrı dönem üzerinden tüketim, israf ve tasarruf kavramlarının gelişimi, uygulamaları ve toplumda görünüşleri ele alınacaktır.

4.1. OSMANLI İMPARATORLUĞU DÖNEMİNDE TÜKETİM

Osmanlı İmparatorluğu, Avrupa’da gelişen endüstriyel kapitalizmin oluşturduğu tüketim kültüründen hemen etkilenmemiştir. Osmanlı Devleti daha çok tüketimden uzak, üretim odaklı ekonomiye sahiptir. Ancak Osmanlı sarayındaki tüketim biçimi ile tebaanın tüketim biçimleri arasında farklılıklar söz konusudur. Osmanlı sarayı içerisindeki harcamalar yerel halka inmemiştir. Osmanlı Devleti halkı, Müslümanlıktan gelen “kanaatkâr, kendine yeten” duygusunun hâkim olduğu, lüks ve gösterişten uzak geleneksel bir ekonomik anlayış benimsemiştir. Böylece Osmanlı döneminde tüketimin gelişmesi geri planda kalmıştır (İlter, 2019, s.464). Özellikle Osmanlı nüfusunun yarısından fazlasının köylerde yaşaması ve köy halkının geleneksel olana bağlılığını sürdürmesi tüketim kültürünün değişim sürecini yavaşlatmıştır (Orçan, 2002, s.29-30). Ülgener (1982) ise Osmanlı Devleti’nin iktisat ve zihniyet anlayışının daha pasifize olmuş, tefekkür kültürüne dayalı ve tam anlamıyla “kanaatkâr” ekonomik biçime dayalı olduğunu ifade etmiştir.

Osmanlı Devleti’nin tüketim odaklı kültürünün gelişmesi “zevk, eğlence, sefa” anlamına gelen Lale Devri dönemi ile başlamıştır. Bu doğrultuda Osmanlı Devleti’nin Avrupalı devletler ile siyasi anlamda diplomatik, askeri ve sosyal temaslar kurması tüketim kültürünü geliştiren bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Osmanlı Devleti’nin geçim kaynağı tarım ve hayvancılık olmakta ve böylece halk ürettiğini “günlük” ve “geçimlik” olarak artı ürün yaratmadan, servet biriktirmeden ve kar elde etmeden sağlamaktadır (İlter, 2019, s.465). Nitekim Orçan (2002, s.30-

31)'a göre de Osmanlı tebaasında “geçinebilecek kadar üretimin ve eşyanın olması yeterli” anlayışı dini ve tasavvufi öğretilerle işlenerek, gösteriştense uzak, israfa kaçmadan daha “ahlaki” olarak görülen ekonomik biçim ile gerçekleşmektedir. Bu ekonomik ideal tipin Osmanlı’da hâkim olmasının en önemli nedeni, esnaflar için “ahilik”, halk nezdinde “mutasavvıflar” ve “gelenek” aracılığı ile sağlanmasından kaynaklanmıştır (Orçan, 2002, s.31). Nitekim Osmanlı’nın ekonomik ilişkilerinin bir yapılaşma süreci içerisine girmesinde ve geleneksel ahlaklı ekonomik anlayışın yerleşmesinde ahilerin etkin bir rol oynadığı söylenmektedir (Ülgener, 1982, s.34). Ahilik, Osmanlı Devleti’nin İslam ekonomisine dayalı olmasından dolayı lüks tüketimden uzak, israftan kaçınarak ve tüketimin sınırlarını koruma yönünde adımlar atılmasını her zaman vurgulamıştır (Arslan, 2015, s.268). Bu hususta ürünlere verilen fiyatlarda tüketicinin ekonomik gücü ile esnafın/sanatkârın kârı arasında dengeli bir fiyat gözetimi gerçekleştirilmesi sağlanmaya çalışılmıştır (Arslan, 2015, s.268). Dolayısıyla Osmanlı Devleti için tüketimden kaçınmak, üretime odaklanmak ve israf etmemek önemlidir. İsrâf, daha çok yerel kesimde “günah” olarak nitelendirilip dikkat edilen bir davranış kalıbı olarak görülse de üst sınıf olarak nitelendirilen toplum nezdinde kabul görmüş kişilerde israfa yaklaşım farklı gelişmiştir.

Osmanlı döneminde dış dünya ile artan toplumsal etkileşim süreci ve bununla birlikte değişim geçiren kültürel davranış kalıpları mevcut dönüşümü hızlandırmıştır (Arslan, 2012, s.86). Osmanlı’nın tüketim karşıtı yaklaşımı, özellikle 19.yüzyılda Batı ile temaslarının gelişmesiyle yumuşamış; İstanbul, Selanik ve İzmir gibi kentlerde ekonomik gelişmelerin yaşanması, para ekonomisinin baskın hale gelmesi, ticaretin bu bölgelerde zenginleşmesi ve geleneksel ekonominin kentlerde geride kalması tüketim kültürünü geliştirmiştir (İlter, 2019, s.464). Tüketim pratiklerindeki değişim de bu süreçte Kırım Harbiyle birlikte gündeme gelmiştir (Topay ve Erdem, 2019, s.170). Özellikle bu savaşla birlikte cepheye giden yabancı askerlerin İstanbul’da kalması ve orada Batı kurallarını yerlilere öğretmesi ile süreç pekişmiştir (Toprak, 1995, s.25). Tüketim kültürü önce “Osmanlı Burjuvazisi” denilen belirli bir seçkin sınıf üzerinde gelişme göstermiştir. Sınıf üzerinden tüketimin ayrışması mekânsal olarak bir farklılaşma yaratmıştır. Osmanlı’da kentsel ve ekonomik olarak gelişmiş bölgelerde tüketim kültürünün geliştiğini, geleneksel ve daha fazla kırsal özellikleri barındıran yapılarda bu gelişimin aynı doğrultuda olmadığını belirtmek gerekir. Kentsel bölgelerde etnik köken, Batı ile ilişkilerin artması, yabancı kimliklerin varlığı ve dolayısıyla sosyalizasyon süreçleri etkili olmuştur. Ancak geleneksel ekonomik anlayış içerisinde olan kırsal kesimler yerleşik tüketim kalıplarını değiştirmeden korumuştur. Bu ayrışma İstanbul’un farklı semtlerinde de görülmüştür. Örneğin; önemli bir nüfusun yabancı olduğu Pera, Beyoğlu gibi İstanbul semtlerinde daha çok Batı ekonomisine

dayalı geleneğin hâkim olduğu tüketim kalıpları söz konusu iken, Haliç gibi semtlerde geleneksel ekonomik temele dayalı yaşam biçimi varlığını sürdürmüştür (Toprak, 1995, s.28).

Osmanlı'da Batılılaşma hareketleri ve özellikle Tanzimat Fermanı'nın ilanıyla Batı medeniyetini sadece teknik anlamda değil düşünce ve yaklaşımlarıyla da kabul eden bir hamle gelişmiştir (Ülken, 1992, s.42). Böylece Osmanlı Devleti, Batı'ya ait olan giyim kuşam gibi çeşitli ürünleri tüketerek eski geleneksel yaklaşımları terk etmeye başlamıştır. Bu değişim önce saraya, sonra konaklara, en son da evlere kadar sızarak Batılılaşma hissedilmiştir (Ülken, 1992, s.42).

Osmanlı'da toplumsal sınıflar içerisinde tüketim ve israf konusunda “seçkinlere” daha toleranslı yaklaşıldığı görülmektedir. Osmanlı'da tüketme görevini üstlenenler Orçan (2002, s.59)'a göre “tüketimin öncü sınıfları”dır. Ona göre tüketimin bayrağını en önde taşıyanlar “*saraylılar ve paşalar*”, “*diplomatlar, bürokratlar ve üst memurlar*”, “*burjuva özentileri, azınlıklar ve tüccarlar*”, “*öğrenciler ve aydınlar*” ve “*mirasyediler*”dir. Orçan (2002, s.59-66), *saraydaki* kesimin ayrıcalıklı konumlarından ve alım güçlerinin yüksek olmasından dolayı lüks tüketim gerçekleştirdiklerini ve lüks tüketimi de satın aldıkları “yabancı eşyalarla” göstermeye çalıştıklarını söylemektedir. *Diplomatlar, bürokratlar ve üst memur* olarak nitelendirilecek kesim ise daha çok Lale Devrinde Paris'e gönderilmişler ve Avrupa'nın kentlerinde yaşayıp buraların tüketim kültürünü benimsemişlerdir. Böylece Avrupalı tüketim biçimini benimseyerek toplumun diğer sınıflarından farklı olduklarını tüketim nesneleri ile göstermeye çalışmışlardır. *Burjuvazi özentileri, azınlıklar ve tüccarları* tüketimi izleyen, bölgeye getiren ve yaşatan kişiler olmuşlardır (Orçan, 2002, s.63). Ayrıca Osmanlı'da ticaret, azınlıkların elinde işlemeye başlamış ve Batılılaşma çabası içinde olan Osmanlı Devleti için önemli gruplar haline gelmişlerdir. İstanbul gibi kentlerde gelişen burjuvazi özentileri, yeme-içmeyi, giyinmeyi ve kültürel etkinlikleri modern bir sınıfa mensup imajı yaratmak için sergilemektedirler (Orçan, 2002, s.62). Tüketimin bir diğer öncüsü olan *aydınlar ve öğrenciler*, “Yeni Osmanlılar” ve “Genç Türkler” olarak adlandırılmaktadırlar. Yurt dışından eğitim alıp ülkelerine geri döndüklerinde toplumun tüketim biçimini etkilemişlerdir (İlter, 2019 s.465). Yurt dışında gördükleri tüketim ürünleri hakkında yeterli bilgiye sahip olup, bu ürünleri halka tanıtmaya çalışmışlardır (Orçan, 2002, s.63-54). Bundan dolayı Batılı tüketim kültürünün toplumda yayılmasında etkili olmuşlardır. Tüketimin öncüleri olarak görülen *mirasyediler* ise daha çok miras yolu ile daha “alafranga” denilebilecek bir yaşam stili süren ve Osmanlı'da önemli bir tüketim alanı gerçekleştiren grup olarak kavranabilir.

19. yüzyılda ise Osmanlı Devleti'nde Batılı anlamda tüketim mekanları, gelenekleri ve ürünleri yaygınlaşmaya başlamıştır (Topay ve Erdem, 2019, s.169). Dönem içerisinde “Bon Marche”

olarak bilinen giyim, süs ve oyuncak gibi Batılı eşyaların satıldığı ilk mağaza açılmıştır (Orçan, 2002, s.73). Mağazaların dışında eğlence mekanlarında da değişim görülmeye başlanmıştır. Geleneksel kahvehane, hamam, mesire gibi yerlerin Batılı tarzda eğlence yerlerine dönüşmesi ve gelişmesi Batılı anlamda tüketim kültürünün toplumda yaygınlaşmasını sağlamıştır. Osmanlı’da gelişen tüketim mekanları tüketim tarzlarını da etkilemiştir. Giyim, moda, gıda ve eğlence gibi kültürel faaliyetlerde Batılı kültürün özellikleri görülmeye başlanmıştır. Özellikle 19. yüzyılın sonlarına doğru Batılı giyim modasında gelişme yaşanmış ancak Türk toplumunun muhafazakâr geleneksel yaşam tarzına sahip bölgelerinde bu değişim hemen görülmemiştir. Batı modası önce kentlerdeki memur ve iş sahibi kişilerde görülmüş, sonrasında kırsal bölgelere kaymıştır (Orçan, 2002, s.79). Her ne kadar 19. yüzyıl Osmanlı’sının giyiminde “tesettür” geleneği sürse de bu gelenek, moda ile süslenme tarzına dönmüşmüş, Batılı anlamda giyim kültürü yeşermeye başlamıştır.

Osmanlı İmparatorluğu’nda israf boyutunun görüldüğü yer ise saray ve çevresindekiler olarak gösterilebilir. Özellikle “Batılı’ya hayranlık” durumu hem giyim üzerinden hem de yabancı ürünlerin aşırı tüketimi üzerinden gerçekleşmiştir (Topay ve Erdem, 2019, s.170). Batılı veya Avrupalı olma özentiği, halkın ürettiği yerli ürünlerin tüketimini azaltmış, milletin kendi kültürel kimliğinden uzak tüketim sergilediği konusunu gündeme getirmiştir. Bu anlamda Osmanlı’daki geleneksel ekonomik anlayış olan “kanaatkâr” tüketimin yerini “israf” almaya başlamıştır (Orçan, 2002, s.82). İstanbul, İzmir ve Selanik gibi Osmanlı’nın önemli kent merkezlerinde bıçak, çatal, sandalye gibi mutfak araç-gereçleri gıda ürünlerinin tüketiminde merkezi konumda olmuştur. Bu dönemde yer sofrasından masaya geçilmiş, kentlerde pastane, lokanta ve yemek restoranlarının kurulmasıyla yemek tüketim kültürü de değişmeye başlamıştır (Orçan, 2002, s.82-83). Osmanlı’da kırsal bölgelerde yeme-içme konusunda “kendine yeten üretim ve tüketim” kalıbı varlığını sürdürse de kentsel bölgelerin değişimi yeni bir “tüketim kültürü” nü doğurmuştur.

Özellikle İstanbul’un pazarlarında Avrupalı ürünlerin kendine yer edinmeye başlamasıyla kentsel nüfusun çarşılar, pazarlara ya da diğer tüketim yerlerine bağlılığı artarak devam etmiştir (Koyuncu ve Tiltay, 2017, s.5). Bu bağlılık kırsal bölgelerde görünmemekte, buralar kendi gıdalarını kendileri üreterek sağlamaktadırlar. Eğlence kültüründe de farklılık ve değişim yaşamaya başlayan Osmanlı, 1856’da Kırım Savaşlarının bitmesinden sonra kendini eğlenceye vermiş, o dönemin yaygın olan kahvehane, gazino, kumarhane gibi mekanlarında vakit geçirmiştir (Koyuncu ve Tiltay, 2017, s.5). Osmanlı döneminde yerel halk için ülkeye giren Batılı ürünler genellikle “lüks hayat”ın bir parçası olarak görülmekte ve lüks tüketim sadece “elit” sınıfta gerçekleşmekteydi (Orçan, 2002, s.85). Osmanlı’da lüks kavramı yerine daha çok “israf”

kavramı kullanılmış ve dolayısıyla “lüks eşittir israf” olarak algılanan bir durum oluşmuştur (Orçan, 2002, s.85)

Peki bu lüks ürünler nedir? Osmanlı’da lüks ürün olarak algılanan ilk nesne önce “araba” olmuştur. II. Mahmut’un çıkardığı fermanla birlikte halkın da araba kullanabilmesi, İstanbul gibi önemli kentlerde araba ve fayton modasını doğurmuş, araba lüks tüketimin önemli bir ürünü haline gelmiştir. Üst sınıfın araba kullanabilmesi, Avrupalı tüketim kültürünü temsil edecek bir sınıfın doğduğunu göstermiştir (Koyuncu ve Tiltay, 2017, s.12). Kullanımı yaygınlık kazanmaya başlayan araba ve özellikle İstanbul’da fayton kullanılması bireyler için “sosyal statü edinimi” haline gelmiş, toplumda “zenginlik göstergesi” biçimine dönüşmüştür. Lüks olarak sayılabilecek diğer eşyalar ise mobilya, sandalye, kanepeler, masa, bardak, tabak gibi eve ait ürünler olmuştur. İlerleyen süreçte buharlı fırın, çamaşır makinesi, gaz lambası, dikiş makinesi gibi çeşitli ürünler Osmanlı topraklarına girmeye başlamış ve halk tarafından tüketilmiştir (Orçan, 2002, s.86). Osmanlı için belki de bu dönemde en önemli lüks göstergesi “konut” bakımından “apartmanlar”dır. Prestij ve sosyal statü haline gelen apartmanlar ilk olarak kentte, İstanbul Beyoğlu’nda yapılmıştır. Böylece Osmanlı Devleti tebaası için tüketebilmek, hoşlarına giden ürünleri alabilmek, eğlence kültürünü yaşayabilmek önemli bir duruma dönüşmüştür.

Dolayısıyla Osmanlı’da her ne kadar dinin etkisi ve yaşanan siyasi, sosyal ve askeri zorluklardan dolayı “üretken” ve “kendine yeten” bir ekonomik model söz konusu olsa da dış ülkelerle kurulan temaslar ve ilişkiler neticesi ile tüketimin belirli mekanlarda ve toplumsal sınıflarda yayılmaya başladığı söylenebilir. Giyim, yeme-içme, eğlence, lüks eşyaların tüketimi özellikle İstanbul, Selanik ve İzmir gibi kent merkezlerinde yaygınlaşmıştır. Kent merkezlerinde lüks tüketim üst sınıfa ait kişilerce gerçekleştirilen bir durum olmuştur. Ayrıca israf konusu Osmanlı Devleti’nin ekonomik politikaları için oldukça önemli bir husus olarak ele alınmıştır. Nitekim Osmanlı Devleti’nin yıkılış dönemine doğru gerçekleşen savaşlar, yaşanan ekonomik kriz ve siyasi çöküş israf açısından önemli bir dönemdir. Bu dönemde Osmanlı İmparatorluğu için dış borçlanma giderek artmakta ancak saray ve çevresi dışarıya “yıkılmadık” görüntüsü verebilmek için ihtişamlı lüks alışverişlerinden geri durmamaktadır (Dikmen, 2005, s.140). Bu “yıkılmadık” görüntüsünün o dönem içerisinde ne kadar israf yarattığı tartışılmalıdır.

“Şehzadelerden biri için ısmarlanan pırlanta kakmalı bir altın sofrası takımı ve ihtişam bakımından misli görülmemiş olan bir saltanat arabası III.Napolyon’ un dikkatini çekmiş ve durum sadrazam Fuat Paşa tarafından Abdülmecit’e iletilmiştir” (Morawitz, 1978, s.20)

Yukarıdaki ifadeden anlaşılacağı üzere Osmanlı'nın çöküş döneminde halkı yoksulluk içerisinde savaşlarla cebelleşirken, Osmanlı Devleti "imajı" için lüks tüketimden vazgeçmemiştir. Bu süreç içerisinde Osmanlı Devleti bir taraftan toparlanabilmek ve yerleşik düzen yaratabilmek için ticaret ve sanayi alanlarında yerli bir burjuvazi sınıfı oluşturmaya çalışmıştır (Çam, vd.,2020, s. 351). Böylece Osmanlı oluşturacağı bu yeni sınıf ile sermaye birikimi sağlamak istiyordu. Birikim sağlayabilmek için tasarruf çalışmalarını başlatmış, vatandaşlarına müsriflikten uzak, israfa kaçmadan, tasarruflu olmaları yönünde hem basını hem de okullarda okutulan ders kitaplarını araç olarak kullanmıştır (Çam vd., 2020, s.351). Böylelikle Ma'lumat-ı Medeniyeye ve Ahlakiyye ya da Musahabat-ı Ahlakiyye adlı ders kitaplarında tasarrufun önemini çocukluktan itibaren aşılarmaya çalışılmıştır.

4.2. CUMHURİYET'İN KURULUŞU VE SONRASI: YOKSULLUKTAN TÜKETİM TOPLUMUNA GEÇİŞ

Osmanlı Devleti'nin yıkılışıyla Türkiye Cumhuriyeti'nin temelleri atılmıştır. Ağır yenilgilerle yıkılan Osmanlı Devleti arkasında pek çok sorun bırakmıştır. Böylelikle yeni bir devlet düzeni sağlanmaya çalışılarak inkılaplar ve reformlar gerçekleştirilmiştir. Toplumsal yapının düzene girebilmesi için önemli çalışma adımları atılmıştır. İnkılaplar halkın düşünce yapısını geliştirebilmek, ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda kalkınmasını sağlamak için yapılmıştır. Batılı anlamda ilerleme fikri gelişmiş ve özellikle toplumun üst sınıfları tarafından benimsenmeye başlanmıştır. Bir taraftan Osmanlı Devleti'nin bıraktığı geleneksel bakış açısı Cumhuriyet dönemiyle yıkılmaya çalışılmış ve bu anlamda Batılı kültürel unsurları toplumun tüketmesi ve içselleştirilmesi istenmiştir. Ancak bu dönemdeki Batılılaşma politikası Osmanlı'daki gibi devletin üst kurumlarında değil; Türk insanının hanesinden sosyal çevresine, kültürel anlayış biçiminden dinsel tutumlarına, giyim biçiminden eğlence anlayışına kadar tüm sosyal yaşam alanlarına etki edecek biçimde yayılması istenmiştir (Orçan, 2002, s.92). Yeme, içme, giyinme, kültürel etkinlikler, kurumsal yapılar, bilimsel alandaki çalışmalar gibi birçok alanda Batılı ve Avrupalı gelişmeler yakinen takip edilerek entegrasyon süreci geçirmiştir. Her ne kadar Cumhuriyetin ilk yıllarında Batılılaşma çabası içerisine girilse de 1945 yılına kadar ülke "kıtlık" ve "yoksulluk" çekmiş, bazı temel gereksinim ürünleri halka karne ile dağıtılmıştır (Topay ve Erdem, 2019, s.172). 1945 yılında nüfusun neredeyse tamamının köylerde yaşadığı, kentlerde yaklaşık %20'lik bir nüfusun kaldığı bilinmektedir (Orçan, 2002, s.96). Böylece Cumhuriyetin kuruluşunda gerçekleştirilmek istenen Batılılaşma, ekonomiye bir türlü aktarılamamış ve böylece tüketim odaklı bir toplum da söz konusu olmamıştır. Bu süreçte tüketim söz konusu olmadığı gibi israfın da gerçekleşmediğini, kıt kanaat geçimin yaşandığını söyleyebiliriz. Nitekim israftan daha çok kıtlık ve yoksulluk yaşayan bir ülke için her gün daha

fazla tasarruf yapmak, “kemer sıkma” politikası gerçekleştirmek gerekliydi. Bu doğrultuda hükümet 1926 yılında savurganlığın ve israfın önüne geçebilmek adına “*Men-i İsrâf’at Kanunu*”nu çıkarmıştır (Orçan, 2002, s.98).

1929 yılında Dünya Ekonomik Burhan’ının etkileri Türkiye’de de hissedilmeye başlanmıştır. Özellikle Türkiye’nin bu dönemde tarım üretimi olumsuz etkilenmiş, ticari şirketler iflas etmiş ve tarım üreticisi giderek yoksullaşmıştır (Demirbaş, 2022, s.472). Bu durum tarım üreticisi olarak konumlanan kırsaldaki köylü için yoksulluğu daha da derinleştirmiştir. Hatta temel gereksinim olarak bilinen giyim ürünlerine köylünün ulaşmasında dahi sorunlar yaşanmıştır. Örneğin; 1939 yılında Sümerbank’ın köylü nüfusuna “ucuz köy tipi elbise” üreterek satışa sunduğu bilinmektedir (Orçan, 2002, s.98). Bu durum ülkenin nüfusunun 4/5’ni oluşturan köylünün temel gereksinimini dahi karşılayamadığı ve hatta II. Dünya Savaşı ile artan yoksul bir toplum yapısını göstermektedir. Nitekim Demirbaş (2022, s.476)’a göre 1935-1946 yılları arasında Türkiye’de memur ve işçi ücretlerinde artış gerçekleşmesine rağmen her iki sınıfın da satın alım gücü azalmıştır. Bu dönem içerisinde memur ve işçi sınıfının gelirlerinden ödedikleri vergi oranları da aynı doğrultuda artmıştır (Demirbaş, 2022, s.476). Dolayısıyla yaşanan bu gelişmeler toplumda alım gücünü azaltarak yoksullaşmayı doğurmuştur. Her ne kadar Batılı ülkelere özenilse de kentte yaşayan insan sayısının kırsal bölgeye oranla düşük seviyede kalması, kitle iletişimin ve teknolojik çağın gerisinde olunması, ekonomik olarak düşük seviyeye sahip halkın bulunması, II. Dünya Savaşı ve ekonomik kriz ile yerleşik bir tüketim kültürünün ve tüketici profilinin oluşmasına engel olmuştur (İlter, 2019, s.465-466).

1950 ve sonrası dönem ise Türkiye Cumhuriyeti’nin “tüketim toplumu” olarak gelişiminde önemli bir sürece işaret eder. Literatürde 1950 ve 1980’e kadar olan aralık “kitleleşme dönemi” olarak ele alınır. Bu dönemde “kıtlık”, “yoksulluk” ve “üretim” dönemi geride bırakılmış, “montaj üretimi” gerçekleştirilerek endüstrileşmeyi arttırmıştır. Dolayısıyla kırsal bölgeden kentlere iş gücü göçü artarak devam etmiştir (Orçan, 2002, s.122). 1950’de siyasi anlamda çok partili hayata geçişin yaşanmasıyla “liberal ekonomiye” geçilmiş ve bu durum tüketim odaklı bir yaşam biçimini doğurmuştur (İlter, 2019, s.466). 1950 yılında Demokrat Parti (DP)’nin iktidar olarak seçilmesiyle Amerika Birleşik Devletleri ile yakın ilişkiler kurularak çeşitli anlaşmalar yapılmış, Amerikan hayranlığı halk nezdinde artmış ve İktisadi İş Birliği Anlaşması’nın imzalanmasıyla da ülkeye çeşitli ürünler ithal edilerek tüketim odaklı bir toplum yapısına dönüşümün ilk adımları atılmıştır (İlter,2019, s.466). Türkiye’de artan ithal oranları, ihracatın görece azalması ve “hayranlık” duyulan ülkeden mallara olan talebi arttırmış, piyasada malların çoğalmasıyla tüketicilerin sürekli tüketim gerçekleştirmeleri sağlanmaya çalışılmıştır. 1950’li yıllarda gelişmiş ülkelerin perakende ticaret sisteminden etkilenilmeye başlanmıştır. Örneğin; bu

dönem içerisinde Türkiye’ye “Migros” ve “Gima” gibi markalar giriş yapmıştır (Arklan,2012, s.86). Böylece tüketim mekanlarında değişme meydana gelmiş ve geleneksel anlamdaki alışveriş kültürü; kentleşmeyle birlikte modernleşerek değişmiştir (Orçan, 2002, s.154).). Özellikle Türkiye’de 1950 ve 1980 yıllarında kitle iletişim araçlarının ve beraberinde reklam sektörünün gelişmesi tüketimin kiteselleşmesine neden olmuştur (Topay ve Erdem, 2019, s.173-174). 1970 dönemine kadar tüketim adeta bir kimlik göstergesi haline dönüşmüştür. Ayrıca bu dönemde kiteselleşme ile köyden kente göçün önemli ölçüde artması “yarı-şehirli tüketim tarzına geçiş”i sağlamıştır. Göçle birlikte kentlere gelen köylü, kentin çeşitli tüketim alışkanlıklarını görüp, benimsemiştir. Giyim, yeme içme, eğlence gibi farklı kültürel faaliyetlerle tanışmış ve böylece kırsal tüketimin kentsel tüketimine geçişteki ara dönemini oluşturmuştur (Orçan, 2022, s.135).

1970’li yıllar ise kentteki tüketimi açıklayabilme noktasında önemli bir dönemdir. Modernleşmeyle kentlerin gelişimi giderek hızlanmış; Batılı ülkelerle olan ekonomik, sosyal ve kültürel temaslar artarak çeşitli tüketim ürünleri ülkeye girmiştir. Özellikle bu süreçte kentsel bölgelere mağaza kültürünün gelmesi, piyasa düzenleme adı altında belediyeler tarafından “tanzim satış mağazaları”nın kurulması, ucuz ve toplu alışveriş alışkanlığını tüketiciler arasında geliştirmeye başlamıştır (Cengiz ve Özden, 2002, s.68- 69). Dolayısıyla bu süreç Türkiye açısından tüketim alışkanlıklarının değişmesine ve tüketim mekanlarında yeni bir anlayışın gelişmesine neden olmuştur (Arslan, 2009, s.153). Siyah-beyaz televizyonun ülkeye girmesi, eğlence-kültürel etkinlik anlayışını yaygınlaştırmış. Ayrıca lüks ürünlere talebin artması, araba ve elektronik eşyaların evlere girmesiyle yeni bir tüketim anlayışı doğmuştur (İlter, 2019, s.466).

Özetle, 1950 ve 1970 döneminde Türkiye’nin Keynesçi politikalardan etkilenmesi, tarım sektöründe gelir seviyesini arttırmış ve toplumda yeni zengin sınıfları oluşturmuştur. Kentleşme önemli ölçüde hızlanmış ve kentli yeni tüketim kalıplarını hızla benimsemiştir. Tüketim kültürü bir yandan aile ve din gibi diğer kurumları etkilemiş, sosyal dayanışma ve yardımlaşma duygusunu azaltmıştır. Osmanlı Devleti’ndeki “kanaatkâr” tüketim anlayışı terk edilerek bireysel tüketim alışkanlıkları yaygınlaşmaya başlamıştır (İlter, 2019, s.466). Ülkenin ekonomik ve siyasal anlamda krize girdiği dönemlerde tasarrufa yönelik çalışmalar devlet tarafından uygulanmaya çalışılsa da 1970’lerde tüketim odaklı toplum yapısı yeşermeye başlamıştır.

4.3. 1980 TÜRKİYE’Sİ VE GÜNÜMÜZ: TÜKETİM TOPLUMUNUN YÜKSELİŞİ VE İSRAF

Türkiye’de 1980 ve sonrası dönem tüketici toplumunun yaratılmasında önemlidir. Özellikle 1980 sonrasında yapısal reformlarla ihracatın arttırılması kararı ithalatı kontrol altına alamamış ve

toplumda gelir eşitsizlikleri oluşturmuştur. Türkiye, serbest ekonomi modeline geçerek uluslararası alanda görünürlüğünü arttırmış ve yabancı ülkeler tarafından bir pazar olarak görülmüştür (Topay ve Erdem, 2019, s.174; İlter, 2019, s.466). 1980 sonrasında uygulanan neo-liberal politikalar ile ülkeye yabancı sermayenin hızlı akışı ve tüketim alanına giren eğlence ve hizmet sektörünün gelişmesi tüketicilerin ithal edilen malzemelere ilgisini arttırmıştır (Arklan, 2012, s.86). Böylece Türkiye artan ithalat oranları ile birlikte üretim kapasitesini düşürmüş ve uluslararası alanda pazar konumuna dönüşmesiyle “tüketim toplumu” biçimini kazanmıştır. Bu dönemde sadece kentlere değil, kırsal bölgelere de buzdolabı, televizyon, çamaşır makinesi, radyo gibi tüketim ürünleri girmeye başlamıştır (Aydemir, 2006, s.210). Böylece 1980’ler Türkiye’nin tüketim toplumuna geçişinde önemli bir süreç olmuştur (Topay ve Erdem, 2019, s.174).

Türkiye’de 1980’ler toplumun üst sınıfında yer alan grupların lüks tüketim gerçekleştirmeye başladığı, 1990’larda ise tüketimin bireysel bir form kazanıp lüks yaşam tarzına dönüştüğü dönemler olarak bilinmektedir (İlter, 2019, s.467). Bu gelişmelerin yanında Turgut Özal iktidarında olan Türkiye, uygulanan ekonomi politikaları ile uzun vadede ihracata yönelmiş ve Türkiye küresel pazarda önemli bir konuma gelmiştir (Aydemir, 2006, s.210). Bu dönemde Türkiye kendi ürünleri ile piyasada rekabet edebilen, sadece ithalatta değil ihracatta da yer alan bir ülke konumuna gelmiştir. Ancak bu durum ülke pazarında hem yerel hem de yabancı ürünlerin birbirinden ayırt edilememesine neden olmuş ve çeşitliliği arttırmıştır. Artık bireyler için markanın, alışverişin ve pahalı ürünlerin tüketilmesi, birer statü edinimi haline gelmiştir (Aydemir, 2006, s.210-211). Böylelikle Türkiye’de lüks yaşam tarzının benimsendiği, az ile yetinememe, zengin olma gibi bireyselliğe dayalı tüketim kavramı gelişmiş ve bu durumun fiziki kanıtı olarak da 1990’larda açılan alışveriş merkezleri olmuştur (Topay ve Erdem, 2019, s.175).

1990’larda yeni açılan alışveriş merkezleri ile tüketim toplumunun oluşumu körüklenmiş, Batı ülkelerinden örnekleri alınarak alışveriş merkezleri ülkede gelişmeye başlamıştır. Bu dönemin ilk ürünü Turgut Özal döneminde İstanbul Ataköy’de 1988 tarihinde açılan “Galleria Alışveriş Merkezi” olmuştur (Arslan, 2009, 153). Açılışından itibaren ilgi gören alışveriş merkezinin kira fiyatları cadde mağazalarından daha pahalı olmasına rağmen zincir mağazalar bu merkez içine girmek istemişlerdir (Arklan, 2012, s.86). Böylece ülkede gelişen alışveriş merkezleri büyük şehirlerde gelişmeye başlamış (Cengiz ve Özden, 2002, s.69) ve “Galleria’nın ardından İstanbul’da *Nova Baran (1990)*, *Atrium (1992)*, *Capitol (1993)*, *Carrefour (1993)* ve Ankara’da *Atakule (1988)* ile *Karum (1993)*” birbirlerine takip etmiştir (Arslan, 2009, 153). Dolayısıyla alışveriş merkezlerinin Türkiye’nin her yerine yayılmaya başladığı ve böylelikle tüketim pratikleri üzerinde köklü değişimlerin yaşanmasına neden olduğu söylenebilir (Arklan, 2012, s.86). Alışveriş merkezlerinin tüketimi ateşleyen bir yapıya sahip olmaları, tüketiciye sundukları

olanakları ile daha da cazip hale gelmiştir. Böylece Osmanlı'dan itibaren gelişmeye başlayan tüketim mekanları olarak alışveriş merkezleri, bu dönemde tüketim dinamiklerini hızla değiştirmiş ve insanlar için cazip bir alan olarak konumlanmıştır. Dolayısıyla artık Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş yıllarında yaşanan sıkıntıların geride bırakıldığı ifade edilebilir. Bu dönemde ülkenin refah seviyesi artmış ve Batıyla bütünleşme isteği Türkiye'nin tüketim toplumuna geçtiği süreci doğurmuştur (Aydemir, 2006, s.210).

Tüm bu gelişmelere bağlı olarak 1980'li yıllar ve günümüz Türkiye'sinde israf toplumu doğmuştur. Nitekim Türkiye İsrar Raporu'na (2018, s.10) göre 1980'li yıllardan günümüze kadar olan süreç, Türkiye açısından aşırı tüketimin bir hayat tarzı haline geldiği, “gıda”, “giyim”, “iletişim”, “turizm” ve “medya” gibi alanlarda tüketim boyutunun aşırılaştığı ve dolayısıyla da israfı doğurduğu sürece tekabül eder. Nitekim Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, kaynaklarını kullanırken “gösterişçi tüketim” sergileyip, “gösterişçi yatırımlarla” işgücünü boşa harcamaktadırlar (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s.10). Bu süreçte gelişen bankacılık sistemleri ile tüketicilerin kredi kartı kullanımı artmıştır. Kredi kartlarının taksitli ödeme seçeneği sunması insanlara cazip gelmiştir. Böylece toplumda “taksitli alışveriş kültürü” yerleşmiştir. Kredi kartları ve taksitli ödeme seçenekleri bireylerin ihtiyaç dışı ya da lüks ürünleri satın alabilmesinin önünde kolaylık sağlayarak israfı arttırmıştır. Bir taraftan Türkiye'de teknolojik ve dijital ürünlere olan talebin artarak devam etmesi, reklamların ve reklam şirketlerinin varlığı ve özellikle son zamanlarda hizmet sektörünün önemli gelişimi ülkenin tüketim toplumuna evrilmesini sağlayan etkenler olmuşlardır. Tüketim mekanlarının sadece alışveriş merkezleriyle kalmayıp özellikle yaşanan pandemi süreci ile internet/online alışverişinin popüler hale gelmesi, tüketicilerin istedikleri ürünlere her an ve her yerde sahip olmalarına neden olmuştur. Bireylerin dijital araç kullanımlarının artması, tüketim mekanlarının “soyutlaşmasına” neden olmuş ve tüketim ürünlerine ulaşılabilirliği arttırmıştır. Bu durumda tüketim toplumu bireylerinin, ihtiyaç dışı ürünleri satın alma eğilimleri hızlanmıştır.

Türkiye açısından önemli bir diğer husus ise kırsal bölgelerin ekonomik olanaklarının yeterli olmaması ve köy nüfusunun giderek azalması, kentlerde yoğun nüfus patlamalarının yaşanmasına neden olmuştur. Nitekim Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçlarına (TÜİK, 2022) göre 2022 yılında Türkiye'de 85 milyon nüfusunun yaklaşık 5 buçuk milyonu belde ve köylerde yaşamaktadır. Bu durum total nüfusun yaklaşık %6,5'inin köylerde olduğunu göstermektedir. Nüfusun önemli bir bölümünün kentlerde olması da üretim kapasitesinin azaldığını ve tüketimin kentlerde artmaya başladığını göstermektedir. Böylece tüketimin ve israfın merkezleri kentsel mekanlar olarak algılanmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda israfın önüne kamusal ve özel alanlarda tasarruf yapılarak geçilebileceği düşünülmüştür. Nitekim bireysel tedbirler farkındalık çalışmaları

ile topluma aşılarmaya çalışılmıştır. Kamusal alanda ise onuncu kalkınma planı (2014-2018) erevesinde israfa karşı tasarrufa geçebilmek için yeni düzenlemeler yapılmış ve yurt içi tasarrufları arttırılmıştır. Ayrıca retken yatırımlara yönelerek, kredilerin düzenlenmesi ve vergilerin arttırılması gibi çeşitli düzenlemeler getirilmiştir (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s.13).



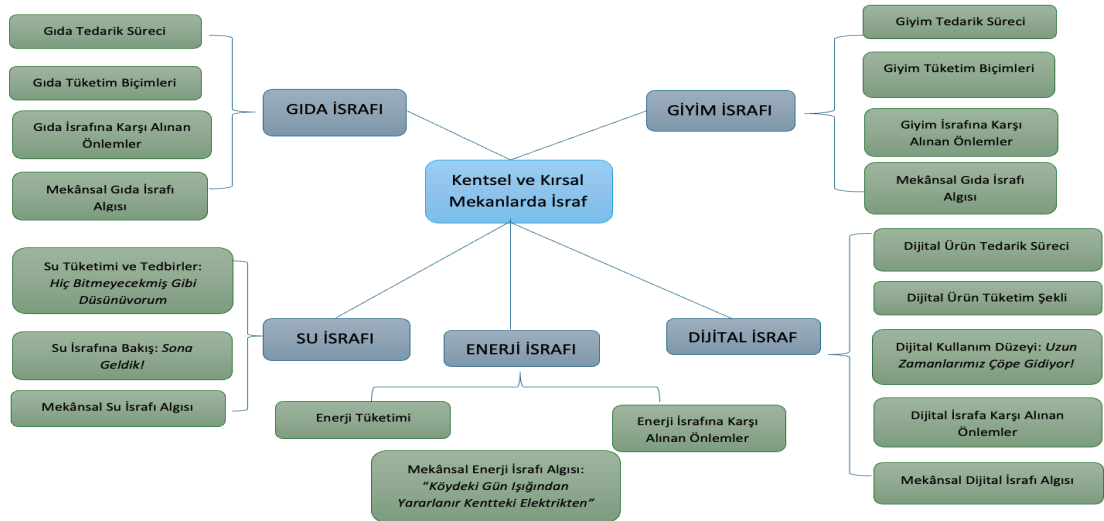
5. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde araştırmanın problem cümleleri kapsamında üç temaya ulaşılmıştır. Ulaşılan temalar; “Kentsel ve Kırsal Mekânlarda İsraf”, “Tasarruf ve Birikim” ve “Geri Dönüşüm” şeklindedir. Bu üç temaya belirli kategoriler ve alt kategoriler çerçevesinde ulaşılmıştır. Ayrıca ulaşılan temaların daha iyi açıklanabilmesi için araştırmanın kategorileri ve alt kategorileri ayrıca ele alınıp değerlendirilecektir. Araştırmanın “Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsraf” teması; “Gıda İsrafı”, “Giyim İsrafı”, “Dijital İsraf”, “Su İsrafı” ve “Enerji İsrafı” kategorileri içerisinde açıklanacaktır. Bu kategorilerde tüketim biçimlerinin mekânsal durumları, alınan önlemler ve mekânsal israf algısının katılımcılarda nasıl oluştuğu değerlendirilecektir. Araştırmanın ikinci teması olan “Tasarruf Davranışları”, “Birikim Yapma Nedenleri”, “Birikim Yöntemi Tercihleri” ve “Birikimde Mekânsal Farklılık: Köyde Adam Kazanıyor Kasabada Elin Cebinde!” kategorileri çerçevesinde kentsel ve kırsal mekanlarda tasarruf ve birikimin nasıl gerçekleştiği değerlendirilecektir. Araştırmanın üçüncü ve son teması olan “Geri Dönüşüm” de ise geri dönüşüme dair “Tanımlamalar: *Tekrardan Hayata Döndürmek Gibi*”, “Uygulamalar: *Bizim Çöpe Attığımız Bir Sobadaki Küldür'den Hepsi Çöpe Gidiyor'a*” ve “Öneriler” kategorileri çerçevesinde ele alınacaktır.

5.1. KENTSEL VE KIRSAL MEKÂNLARDA İSRAF

Araştırmanın “Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsraf” teması; “Gıda İsrafı”, “Giyim İsrafı”, “Dijital İsraf”, “Enerji İsrafı” ve “Su İsrafı” olmak üzere toplamda beş kategoriden oluşmaktadır. Ulaşılan her kategorinin alt kategorileri aşağıda yer alan Şekil 3’te belirtilmiştir.



Şekil 3. Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsraf Teması, Kategori ve Alt Kategori Şeması

Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerde öncelikle israf ile ilgili bazı sorular sorulmuştur. Katılımcıların israfı nasıl tanımladığı ve bu anlamda israf olarak gördükleri şeylerin ne olduğunun anlaşılması için “İsraf sizin için ne ifade etmekte? İsrafı tanımlayacak olsanız nasıl tanımlardınız?”, “Aile üyelerinizde israf davranışını en çok kim gerçekleştirmektedir? Neden böyle düşünmektesiniz?” gibi sorular yöneltilmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda israf kavramının tanımında en çok tekrar eden kavramlar Şekil 4 ve Şekil 5’teki kelime bulutlarında yer almaktadır.



Şekil 4. Kentte İsrafa İlişkin Tanımlamalar

İsraf, kentteki katılımcılar tarafından en çok “ihtiyaç dışında yapılan her türlü eylem/harcama” olarak açıklanmaktadır. İhtiyaç dışı yapılan her şey ise “gereksiz / fuzuli” gibi kavramlarla eş değer görülmüştür. Nitekim TDK’ye göre israf “Gereksiz yere para, zaman, emek vb.ni harcama; savurganlık” olarak açıklanır. Bu doğrultuda kentteki katılımcıların israftan anladıkları ve tanımladıkları genelde “fazla/gereksiz/ihtiyaç dışı tüketim” olmaktadır.

“İsraf benim için temel olmayan ihtiyaçların, temel ihtiyaçlar haricinde olan tüm alışverişler ve gereksiz kullanımlar, gereksiz tüketimleri ifade ediyor. Nasıl açıklardım? İsrafı ziyan etmek olarak açıklarım. Yani örneğin su musluğu açık bırakmak ya da gereksiz yere elektriği açık bırakmak ya da fazla yiyecek alıp çöpe atmak, ziyan etmektir.” (Ş15- Erkek, 25)

“Gereğinden fazla ihtiyaç dışı kullanım. Aslında her şey israf olabilir. Şimdi konuşmanın da israfı var, ne bileyim yediğim yemeğinde, içtiğim suyun, giydiğim kıyafetin hepsinin israfı

var. Burada önemli olan şey sanırım. Fazla olarak kullanmak. Varken almak. Yani ihtiyacın dışında bir şey almak istiyorsun. O sanırım.” (Ş6, Kadın, 44)

Yukarıda ifadesi verilen Ş6’nın da bahsettiği gibi kentte israf “fazla kullanım” anlamına gelen bir kavram olarak tanımlanmıştır. Ayrıca kentteki katılımcılar “gereksiz / fuzuli” yapılan harcamaları da israf olarak tanımlamıştır. Tüm bunların özünde katılımcıların israfı tanımlamada bir eylemin asıl amacı dışında, gereği olmayan, yararsız gerçekleştirilen bir eylem olarak tanımladıkları ifade edilebilir. Nitekim Ş13’ün aşağıdaki ifadesinde yer alan örneği bu tanımlamayı açıklamaktadır.

“Gereksiz yaptığımız her harcama ya bence. Mesela benim bir sürü pantolonum var. Bunlar benim istesem ömür boyu yeter, giyinmeme. Ama napıyorum varken alıyorum. İhtiyacım mı? Değil. İşte bu yani bence.” (Ş13, Kadın, 27)

İsraf kavramının tanımlamasında kentsel ve kırsal mekânı birbirinden ayıran kırsaldaki katılımcılar için israfın dinen “günah” olarak algılanması olmuştur. Kırsaldaki katılımcılar israfı en çok “günah / haram” olarak gerçekleştirilen bir eylem olarak kavramaktadırlar. Aşağıda yer alan Şekil 5’teki kelime bulutunda ise kırsaldaki katılımcıların israfa yönelik tanımlamaları yer almaktadır.



Şekil 5. Kırsalda İsrafa İlişkin Tanımlamalar

Nitekim Arapça kökenli bir kelime olan israf, Güner (2012, s.222)’e göre Arapçada “*haddi aşma, hata, cehalet, gaflet, düşkünlük ve tiryakilik*” anlamına gelen ve “*inanç, söz ve davranışta dinin, aklın veya örfün uygun gördüğü ölçülerin dışına çıkmak, ifrat ve tefrite düşmek*” olarak ele alınan

dini kavramdır. Katılımcıların ifadelerine bakıldığında ise israf davranışını dinle ilişkilendirdikleri görülmektedir. Kırsaldaki katılımcılar için israf dinen yasaklanan, istenilmeyen bir davranış olarak tanımlanmıştır.

“Bir kere dinimizce israf haramdır. Bir kere yiyebileceğimiz kada almalı. Mesela Gazze’de Filistin’de bütün kan kardeşlerimiz, yarısı aç duruyor. Buna rağmen bizde yarım ekmek yiyeceksek bütün bir ekmek alıyoz yarısını yiyoz yarısını çöpe atıyoz. Günah bi keren” (K4, Erkek, 58)

“İsraf demek günahın bir numarası. İsraf bana göre çok kötü bir şey. Hayatında ilk önce o. Olumsuz yani kötü bir şey bu. Zaten harcaman, tüketebileceğin kada harcasın. Ondan ilerisi israf, günah haram benim gözümde.” (K11, Erkek, 56)

Ayrıca kırsaldaki katılımcılar kentteki katılımcılardan farklı olarak israfı “çöpe atmak” olarak da tanımlamışlardır. Katılımcılar gereğinden fazla tüketilenin herhangi bir değerlendirme işlemine tutulmadan çöpe atılmasını israf olarak açıklamışlardır.

“Şorda fazla bi şey olupta örnek veriyin sana bi tencere yemek yapıpta onu akşam yiyipte geride kalanını çöpe koymak israftır. Onu ya az pişiriceksin ya da onu bi saklama kabıyla dolapta bi hafta yani bi haftadan fazlada bekletmiyeceksin. Bekletmeden onu, çöpe gomamak” (K8, Kadın, 52)

“İsraf ne diyim. Yani mesela o kadar hayvan varken sokaklarda ekmekler bayatlıyor, şeyler bayatlıyor. Bunları çöpe atmaktır. Yani atmak yerine dışarıdaki hayvanları besleseler yani hem israfa geçmez hem dışarıdaki hayvanında karnı doyar yani.” (K1, Kadın, 19)

“Yimeği yersin tabağın yarısını atarsan o da israf olur. Günah aslında atmak füzuli yere. Bugün mesela ekmek aldın yarısını attın o da israf.” (K5, Erkek, 74)

Ayrıca katılımcılara aile üyelerinde israf davranışını gerçekleştirdiği düşünülen kişilerin kim olduğu sorulmuştur. Kentsel ve kırsal mekanların her ikisinde de en çok “çocuklar” üzerinden israf davranışı gerçekleştiği söylenmiştir. Kentsel mekanlarda “kardeş” ikinci sırayı izlerken, kırsal mekânda ikinci sırada yakın akrabaların israf davranışını gerçekleştirdiği düşüncesi yer almıştır.

Tablo 9: Aile Üyelerinde İsraf Davranışı Sergilediği Düşünülenler

Aile Üyesi	Kırsal Mekân	Kentsel Mekân	Kentsel ve Kırsal Mekanlar
Eş	1	1	2
Akraba	3	-	3

Çocuk/lar	6	6	12
Kardeş/ler	2	6	8
Hiç Kimse	2	3	5
Toplam	14	16	30

Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda her iki mekân için de israfın sergilenmesinde genellikle aile üyeleri içerisindeki “çocuklar”ın ve “kardeşler”in ifade edilmesi, israf davranışının sergilenmesinde yaş etkeninin göz önüne alınmasını sağlamaktadır. Nitekim gençlerin israf davranışını daha çok gerçekleştirdiği algısı literatürdeki çalışmalarda da söz konusudur. Çalışkan ve Hatırlı (2023, s.60)’ya göre yaş arttıkça israfın azaldığı ve böylece gençlerin israfı daha fazla gerçekleştirdiklerini ancak bu durumun nedeninin tam olarak açıklanamadığını ifade etmişlerdir. Ayrıca gençlerin tüketimde kritik bir öneme sahip olduğu ve farklı bir tüketim kültürü yarattıkları aşıkardır. Ersoy (2019, s.94)’a göre gençler arasında gerçekleşen tüketim kalıpları benzerlik göstermektedir. Yaratılan bu kültür gençler arasında rekabetçi tüketimi doğurmuş, onları israf davranışı sergilemeye itmiştir.

Nitekim Savur (2023, s.113)’un kır ve kentte yer alan gençler üzerinden israfı ele aldığı çalışmasında kentteki genç bireylerin kıra göre daha fazla tüketerek israfa yol açacak davranışlarda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Savur (2023, s.116), kentteki gençlerin tüketim mekânlarına ulaşılabilirliğinin daha kolay olması sebebiyle tüketime yönelik davranışlarının daha fazla olduğunu ve dolayısıyla israfı daha fazla gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Ancak kırsal alandaki gençler arasında da bazı israf davranışları saptadığını aradaki farkın çok fazla olmadığını vurgulamıştır. Çalışma kapsamında da katılımcılar K7 ve Ş15 israf davranışını gerçekleştirenlerin daha çok gençler olduğunu düşünmektedirler. Moda, dijitalleşme, tüketim kültürünün farklılaşması ve mekânsal imkanların kent yaşamında daha fazla olmasını gençler için israfı gerçekleştirme nedeni olarak görmektedirler.

“Görüyoruz bak. Kasabada gençlerde moda çılgınlığı, internet çılgınlığı, telefon çılgınlığı var. Ondan böyle bence. Köylerdeki zaten kendi işinde gücünde. Hayvanda, işinde gücünde köydeki insan. Kentlerde gençler yapıyo bunu. Eski büyük insanlar değil. Yüzde yüz. Mesela 30 yaşın altı çok çılgın. Gençler çok bilmeyo kıymetini, değerini. Bitmiycekmiş gibi düşünüyola. Köyde fazla zayı olmaz zannetmem. Köyde eski yaşlılar kaldı, onlar tasarrufu bilirler. Kentte gençler bilmeyo.” (K7, Erkek, 66).

“Alışveriş anlamında kentte gençler özellikle yapıyor. Yani köyde kentlerdeki kadar lüks bir yaşam yok. Bir kere o kadar çok teknolojik alet yok. Dolayısıyla gençler ki özellikle de köyde israf oluyorsa eğer köydeki gençler yapıyordur. Köydeki yaşça büyükler erişemediği için her

şeye israf da yapamıyorlar. Âma gençler daha girişken. Her iki yerde de. O yüzden daha fazladır israfı” (§15, Erkek, 25).

Ayrıca her iki mekânda da israf davranışı sergilediği düşünülen genç aile üyelerinin genelde *giyim ve para* konusundaki harcamalarından dolayı israf yaptığı düşünülmektedir. Bu hususta gerçekleştirilen israf davranışlarında belirli türden ürünlerin satın alımından kaynaklanan israf türü göze çarpmaktadır. Bu durum “takıntılı satın alma eylemi” ile açıklanabilir. Psikoloji literatüründe “*Kompulsif Satın Alma*” olarak da geçen takıntılı satın alma tüketim biçimi kişilerin ihtiyacı olmadığı halde aşırı satın alma eylemini gerçekleştirerek kontrolsüz ve önlenemez bir biçimde tüketim gerçekleştirmesidir (Günaydın,2021, s.899). Burada birey, tüketimi gerçekleştirirken rasyonel düşünemez ve sadece haz odaklı davranır. Gerçekleştirdiği bu tüketimin sonucu da hem maddi hem manevi bir zarar oluşturur. Takıntılı satın alma eylemi böylece israfa neden olur. Nitekim katılımcıların ifade ettiği üzere aile üyelerinin gerçekleştirdiği tüketimlerde marka bağımlılığı, sosyal statü için sembolik tüketim gerçekleştirme ve haz odaklı davranışları kişileri israfa sürüklemektedir. Aşağıda yer alan kentsel ve kırsal mekanlardaki katılımcılar bunları açık bir şekilde ifade etmiştir.

“Evde en fazla kızım yapıyor. Geliri bizden fazla mesela on çift ayakkabı alıyor. Ayakkabısı varken ayakkabı alıyor. Bana göre israf. İki çift var, üç çift var ama on çifte gerek yok. Neden alıyor dersen, o da onu seviyor, mutlu oluyor. Genellikle giysi de yapıyor. Montu var mesela ama gidip bir tane daha alıyor, bir tane daha alıyor. Bence israf bu.” (§7, Erkek, 64)

“Ablam. Kesinlikle. Alışveriş tutkunu bir kere. Giyim üzerine daha çok alışveriş yapıyor. Deli gibi sürekli alıyor. Marka tutkunu bir kere. İkincisi kredi kartına çok güveniyor hanımefendi. Sanki oradan bedavaya alışveriş yaptığını zannediyor. Sonra biz kredi çekip kapatıyoruz. Ama öyle böyle değil yaptığı yani” (§14, Erkek, 28))

“Gelinlerim. Onlar genç olduğundan herkes giyiniye bizde giyineli. Herkes eşya alıya bizde alalım diye. Bana göre israfçı. Mesela etrafımız hep zengin, onların yanında ufak tefek giyinemeyolar ben gibi. Çevreden dolayı olabiliyo” (K3, Kadın, 61)

Ayrıca katılımcılara “Size göre israf köylerde mi yoksa kentlerde mi daha fazla yapılmaktadır? Nedeni sizce ne olabilir?” sorusu yöneltilerek hem kentsel hem kırsal mekanlardaki katılımcıların gözünden mekânsal olarak israfın nerede daha çok yapıldığı ve bu durumun katılımcılar gözünde nedenlerinin anlaşılması sağlanmak istenmiştir. Katılımcılar açısından her iki mekân karşılaştırıldığında israf daha çok “kentte” gerçekleşmektedir.

Kentteki katılımcılar açısından kentte israfın daha çok gerçekleşmesinin nedenlerinin başında kentteki olanakların ve imkanların daha fazla olması gelmektedir. Ayrıca kentteki katılımcılar israfın özel ve kamu kurumlarının varlığından kaynaklı olarak kentsel mekanlarda daha fazla gerçekleştiğini düşünmektedirler. Bu noktada Ş6 ve Ş10 katılımcılarının kapitalizm eleştirisi dikkat çekmekte, kapitalizmin birer ağı olan yapıları kentsel mekanlarda israfı arttırmada en önemli neden olarak görmektedirler.

“Aslında neyin israf olduğunu bilsek. Mesela pembe bir tişörtüm var ama bir de yeşil olsun bir de sarı olsun dediğimde şimdi üç tane farklı renk. Önce bu renkler nasıl elde ediliyor önce onu bilmek lazım. Hani fabrikasını öğrensek, o fabrikada tişörtün bir rengini elde edebilmek için kaç ton su harcadığını bilsek işte o zaman kimin israf ettiğini görürüz. İsfaf büyük şirketlerde yapılıyor bir kere. Bir halı yıkamak israf değil. Ne bileyim balkonunu yıkamak israf değil. Ya da köyde sulama yapmak değil. Fabrikalarda yapılıyor. Önce onun önüne geçilsin. Ne diyoruz “kapitalist düzen” çünkü israfı o yapıyor. Ama biz bilmiyoruz sadece. Biz alırken pembe ya da sarı tişört diye alıyoruz. Nasıl dönüştürüyorlar onlar bir açıklansın önce! O yüzden kapitalizm bunun temel nedeni. Önce sana yediriyor sonra diyor sen kilo aldın spor salonuna git seni zayıflatmayı vaat ediyor. Baktın olmuyor senin diyetisyene gitmen lazım diyor o sana ilaç yazıyor eczaneye gidiyorsun ilaç alıyorsun. Hepimiz alıştık buna. Ee tabi bizde bu zincirin bir halkasıyız” (Ş6, Kadın, 44)

“Genel anlamda bence kesin ve net kentlerde tabii. Ya şimdi aslında bu sistemin bize dayattığı bir şey olabilir yani. Biraz işin derinine insek kapitalist sistem yani. Önce seni hafta içi çalıştırıyor sonra hafta sonu harcattırıyor. Sistem seni bir şeyler almaya itiyor. Harcatmaya itiyor” (Ş10, Erkek, 34)

Kentteki katılımcılar kent yaşamında insanların bilinçsizce tüketim gerçekleştirmesinin; “sosyal medya”, “marka”, “moda” ve “gösterişçi tüketimin” artmasının israfın nedenleri olarak değerlendirmektedirler. Kırsal mekanlarda israfın daha az yapılmasının nedeni olarak “kısıtlı imkanlara sahip olunması”, “tutumlu davranılması”, “sosyal imkanların yetersizliği”, “geleneksel alışkanlıklar”, “gelir seviyesinin düşüklüğü” ve “emek sürecine tanıklık” edilmesi cevaplarını vermişlerdir: .

“Kentsel bölgelerde daha fazla israf yapılıyor. Kırsalsa yokluğu bilen insanlar bunlar. Adamlar kendi sütünü bile satıyor abi. Bir damlasının bile hesabını yapıyor. Ama kentte yok. Kentteki insan alışveriş tutkunu. Bence artık herkes online alışverişe şey yaptı. İndirim de indirim, indirim de indirim. Herkes indirimden bir şey alıyor. Özendirici çok millet var ya. İşte marka ayakkabı, yok şu marka ayakkabı... 4 bin lira olmuş ya. Biri bir arkadaşından

görünce benim de olmalı diyor insan. Benim arkadaşlarım giyiyor benimki de olmalı diyor. Mesela sokakta herkeste trençkot görüyorum. Moda oldu. Herkes ondan alıyor. Normal mont yok. Şimdi herkes aynı tip olmaya başlayınca bende de olmalı diyor ve marka takıntısı başlıyor bence. Köydeki insan da kesin israf yapıyordur ama kente göre daha azdır. Çünkü neden adamlar kendi geçim kaynağını sağlıyorlar. Sütleri kendi ineğinden sağlıyor, kendi ineğini kendi besliyor. Bir sütün damlasının bile hesabını yapıyor anladın mı? Doğal yaşam organik şeyler, kendi bahçesinde nane yetiştiriyor mesela.” (§13-Kent)

“Kentlerde fazladır. Ortam bir kere neden, işte sosyal ortamlar, komşuluk-aile ilişkileri, başkalarından geri kalmak istememek, mahrum etmemek çocuklarımızı. Bir de işin içine gösteriş girdiğini düşünüyorum. Kentlerde bu daha yoğun. Şimdi köyde bir ayakkabıyla hem tarla işini yapabilirsin hem komşuya gidebilirsin, bahçeye gidebilirsin. Bir gezmelik ayakkabıyla düğünlere üç sene boyunca gidebilirsin. Evinde çorbanı yiyebilirsin. Çünkü sosyal bir ortam yok. Çocuk onu yer çünkü bir yerde onun paylaşımını yapmayacak. Ama kentte öyle mi? Sosyal medya da işin içine giriyor. Şimdi yediğimiz yemekten tutun gezdiğimiz kafelere kadar görüntü veriliyor, hikayeler atılıyor. Bu şimdi köy ortamlarında yok. Ne yapıyor birkaç saat telefona baksa bile akşam 22:00’da yatıyor veya yatsı namazını kıldıktan sonra yatıyor. Hem elektrikten tasarrufu oluyor hem erken kalkıyor. Günden daha çok verimli iş görür. Boş vaktinde tarlada gezer ve orada bir şey almak zorunda kalmaz. Ama burada dışarıya çıktığımız zaman bir markete gitsek katlanıyor harcadıklarımız. Kentlerde lüks çok ve teknoloji israfa daha fazla sebep bence” (§9, Kadın, 49)

§13 ve §9 katılımcılarının ifadelerinde görülen, tüketim toplumunun içerisinde kendisini kaybetmiş ve kendi benliğini tüketimle özdeşleştiren bireylere dönüşme durumudur. Özellikle bu durumun kentlerde olması vurgusu önemlidir. Nitekim Bocock (1997, s.57)’a göre 21.yüzyılın başlarında artık bireyler için çalışmak sadece temel ihtiyaçlarını karşılamak adına yapılan bir eylem değil, tüketim mallarına ulaşabilmek için gerçekleştirilen bir faaliyet durumuna dönüşmüştür. Şehir yaşamının cazibesi içinde tüketim mallarına olan talep Max Weber’in Kalvenizm çalışmasında yer alan “eski tip tüketici” profilini değiştirmiş artık yeni tip tüketiciler oluşarak önemsiz her şey için alışveriş yapan duruma dönüşmüştür (Bocock,1997, s.27). Kentte yapılan tüketim biçimleri kişide bir kimlik oluşturabilmek ve “görünürlüğünü” sosyal çevresinde arttırabilmek adına gerçekleşmektedir (Bocock,1997, s.27).

“Köyde çok fazla olanak yok imkân yok sınırlı olanaklar var. Köyde örneğin bir ekmeğin üretiminde oradaki insanlar her aşamada bulunduğu için buğdayın ekimi biçilmesi işlenmesi öğütülmesi her aşamayı gördükleri için bu zorlukları kendi gözleriyle gördükleri için o bilinç daha yüksek oluyor o yüzden israftan genel olarak kaçınıyorlar” (§15, Erkek, 25)

Yukarıda ifadesi verilen katılımcı Ş15'e göre de kırsal kesimde üretim aşamasına tanıklık eden köylünün emek sürecine yabancı olmayıp üretim sürecini bizzat gerçekleştiriyor olmasından dolayı israf davranışı sergileyemeyeceğini düşünmektedir. Nitekim Karl Marx'ın "Yabancılaşma" biçimlerinden biri olan "işçinin ürettiği nesneye yabancılaşması" durumu kırsal kesimde yer alan katılımcılar açısından görülmemektedir. Modern dönemin kapitalist baskısı ile çalışan şehir işçileri genellikle üretiminde büyük rol oynadıkları ürünün sonucunu görememekte ve kendi emeklerinin sonucu olan ürün hakkında hak sahibi olamamaları nedeniyle ürüne yabancılaşmaktadırlar. Ancak kırsalda yer alan katılımcıların emek sürecine tanıklığı ve üretimin aşamalarından ortaya çıkan ürünü tanımalarının israf davranışını azaltacağı kanısını oluşturmaktadır. Nitekim kırsalda yer alan katılımcı K8'in ifadesi de bu durumu kanıtlamaktadır.

"Kenttedü. Ginelde herkes benim gibi düşünüyö. Çünkü hayvanınan falan va. Fazla israf olmayo o yüzden. Burda herkes çalıştuğu için acıyı görüyö. Gurbetteki kadınlar, tamam çoğu çalışıyo ama çalışmayanlarda oluyo. Çalışupta o ızdırabın nasıl geldiğini anlamayolar paranın nasıl kazandığını anlamayola. Ama biz her konuda sabahın 7'de kalkıyöz akşama kada. Şimdi kışın iyi ama yazın va ya yimek yemeye vakitin olmayo. Ee şimdi dışarıdan para kazanıyo ama ben hayvanları besleyon. Hayvan satınca yine ondan yararlanıyon. O acıyı görüyöz hepimiz. Şimdi dışta çalıştuğun acıyı bende evde tadabüliyon. Hayvana gidiyöz, oraya gidiyöz. O yorgunluğu görüyörsün. Onu görünce de fazla hani bunu niye harcaıyın" (K8, Kadın, 53)

Kırsal mekânı temsil eden katılımcıların kentte israfın daha fazla olduğunu düşünmelerinin nedenleri; kent yaşamında *sosyal mekanların fazla olması, ihtiyaç fazlası tüketim alışkanlığının yerleşmesi ve özentili tüketim davranışı sergileme* olarak görülmüştür. Katılımcı K10'un aşağıda yer alan ifadesi bu nedenleri özetlemektedir.

"Kentlerde. Şimdi şöyle köyde duran bi insan ihtiyacı olan kadarını alır. Öyle aşırı derece giyime kuşama şuna buna yani benim görüşüm bu, kentlerde olduğu kadar önem vermez. Adam bi takım elbise alsa 3-5 sene kadar giyiyo. Ama öbür türlü ne bileyim kentlerde sosyal yaşam alanlarında kendilerine göre takılan insanlar var. Her gün mesela farklı farklı şeyler giyecem diye uğraşıır" (K10, Erkek, 20)

5.1.1.Gıda İsrafı

Çalışmada gıda israfının nasıl gerçekleştiğini katılımcıların deneyimlerinden anlayabilmek adına öncelikle katılımcılara *"Sizin için gıda tüketimi temel/öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?"* ve *"Gıda harcamalarınıza aylık ne kadar bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?"* gibi

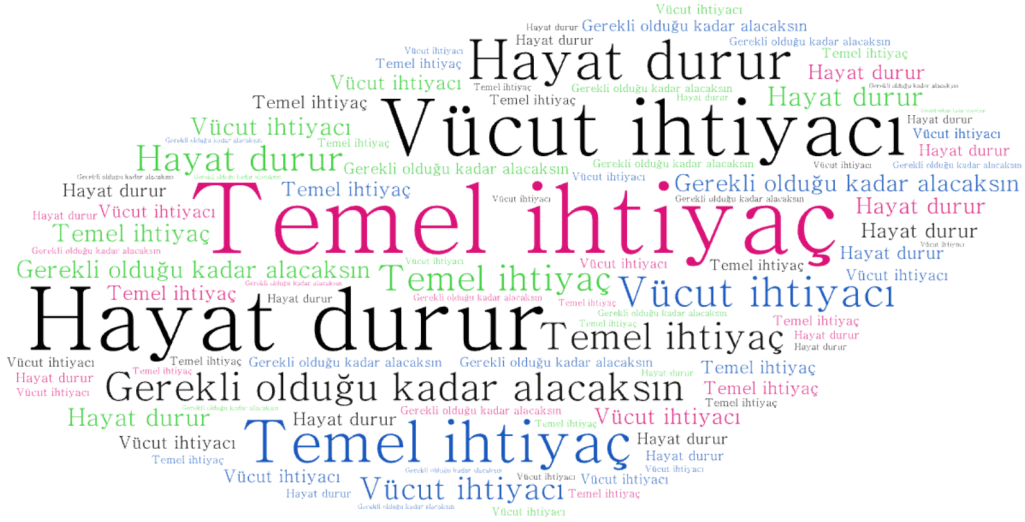
Olmamalı. Sadece bir insanın temel besinleri almasına karşıyım ben. Lüksü de olması lazım. Bunun hani etidir pirzolasıdır. Bunlar lüks değil aslında ama bizde şu an lüks görünüyor. Gıda tabii ki temel bir ihtiyaç. Ancak farklı şeyler yiyebilmek, güzel şeyler tadabilmek önemli” (Ş10, Erkek, 34)

Kentsel mekânda katılımcı Ş6, kapitalizmin dayattığı lüks ve ihtiyaç fazlası gıda tüketimini eleştirmekte ve vücudun temel ihtiyaçları karşılayacağı kadar gıda tüketmeyi doğru bulduğunu savunarak diğer katılımcılardan ayrılmaktadır.

“Ben tek öğün beslenirim. Vejetaryenim da demiyorum. Sadece az tüketmekten yanayım. Özellikle ben gideyim tavuk, biftek, balık alıyım yiyim demem. Ne varsa onu yerim. Bir de vücudunu da dinlemek lazım. O zaten senin neye ihtiyacın varsa istiyor senden. Ama hiçbir zaman et istemedi. Demek ki ete ihtiyaç yok. Gıda da ne zaman acıırsam o zaman yerim. Sabah, öğlen, akşam o da kapitalist düzendir. Atalarımız sabah kalkıp kahvaltı yapmıyordu yani. Serpme kahvaltı mesela görüyoruz görüntüleri biz de verdik yani serpme kahvaltı işletmede bitmiyor ki sadece gözünü doyuruyor ruhunu doyuruyor. Ama yetmiyor. Karnın hepsini alamaz insanın. Ama biri eksik olsun hemen bilir. Ama onu da yemiyor. Parasını ödiyor, gidiyor. Al sana israf. Bizde vardı kaldırdık biz mesela. Artık vermiyoruz. Çünkü bizim zorumuza gidiyor. E çöpe gidiyor dedik artık vermeyelim. Ama şu an serpme kahvaltı furyası devam ediyor. Dedim ya parasını geç çok yazık. Gözünü doyuruyor. Yine açlığını gideriyor. Biz açız. Nefis sadece o.” (Ş6, Kadın, 44)

Ş6’nın ifadesi aşırı tüketime karşı gelişen yeni akımlarda gördüğümüz savunularla benzerlik göstermektedir. Temelde aşırı tüketimi reddeden ve kapitalizmin yerleştirmeye çalıştığı fazla tüketim anlayışına karşı gelen bir duruş söz konusudur. Minimal düzeyde tüketimle birlikte ihtiyaç dışına çıkmamayı savunmaktadır. Nitekim Köksalan (2019, s.639)’a göre minimalist tüketim en temelde kapitalizmin tüketerek mutlu olunacağı savına karşı çıkarak kişinin hayatında ihtiyacı olmayan fazla nesnelerden uzaklaşmasını sağlayan bir tüketim biçimidir. Burada birey asıl gereksinim duyduğu temel ihtiyaçları karşılayarak en az tüketim nesnesine sahip olur (Köksalan, 2019, s.639). Ş6 da gıda tüketiminde minimal düzeyde, vücudunun en temel ihtiyaçları doğrultusunda bir tüketim gerçekleştirdiğini lüks ve aşırı gıda tüketimine karşı olduğunu, kendi iş yerinde sunduğu “serpme kahvaltı” biçiminden örnekendirerek ifade etmiştir.

Kırsalda gıda tüketimine ilişkin tanımlamalar ise aşağıda Şekil 7’de yer alan kelime bulutunda aktarılmıştır.



Şekil 7. Kırsalda Gıda Tüketimine İlişkin Tanımlamalar

Kırsal mekanlarda gıda tüketimine ilişkin yapılan tanımlamalarda en çok “temel ihtiyaç” kavramsallaştırması olmuştur. Sonrasında insan vücudunun yaşamsal fonksiyonlarının devam edebilmesi için gıda alımının önemli olduğu yönünde tanımlar yapılmıştır. Gıda tüketimi sağlık ile ilişkili aktarılmıştır. Nitekim K8 ve K12’nin aşağıdaki ifadeleri bu durumu açıklamaktadır.

“Gıda tabi temel ihtiyaç. Gıdamızı almazsak kansuz kalıyoz vitaminsiz kalıyoz. Hayat duru yoksa.” (K8, Kadın, 52)

“Öncelikli temel ihtiyaç. Önemli. Aç kalmamız gerekiyor. Bütün ihtiyaçlarımızı gıdayla karşılıyoz. Yani yimekten olsun, her türlü şeyde. Vücut ihtiyacı.” (K12, Kadın, 48)

Gıda konusunda kırsalda kentten farklı olarak “gerekli olduğu kadar tüketme” durumu söz konusudur. Katılımcılar açısından gıda tüketimi önemli olsa da “ölçülü” ve “dengeli” bir tüketimin olması gerektiği anlayışı söz konusudur.

“Mesela ihtiyaç bu mecbur alıcaksın gıdada. Ama aşırıya gitmezsin. Mesela bi haftalık evin ihtiyacını alırsın. Kastamonu’dan mesela genelde haftalık alırım ben. Mesela nedir portakalı 5 kilo alırım. Yiticek kadarını, gerekli olduğunu.” (K11, Erkek, 56)

“Tabi canım çok önemlidir. Şimdi on kağıtlık şeyi 15’e alusan mesela pazarda hangisi daha istifadeliyse daha şeydir. 5 kilo alacağın yere huzuli yere niye alayın 2 kilo alırım yiyeceğin kadar. Evde ne kadara gerekliyse o kadarını.” (K5, Erkek, 74)

Ayrıca kentsel ve kırsal mekanlardaki katılımcıların haneleri için yaptıkları gıda harcamalarına ayırdıkları bütçeler sorulmuştur. Bu hususta kentsel mekanlarda gıda tüketimine aylık bir bütçe ayrılmadığı, gıda harcamalarının günlük ya da haftalık ihtiyaç doğrultusunda yapıldığı ifade edilmiştir. Bu durumun nedeninin kent yaşamı içerisinde bireylerin tüketim mekanlarına daha kolay ulaşmasından kaynaklandığı ifade edilmiştir.

“Net bir şekilde bu ay şu kadar bütçe ayırdım gibi bir şey yok. Eskiden aylık harcama yapıyorduk. Yani en temel aylık alışverişimizi yapıyorduk sonra sebzedir meyvedir eksiklerdir yine markete gidiyorduk. Şimdi market çok yakın³⁶. Hatta haftada birkaç kere bazen yapıyoruz” (Ş8, Kadın, 41)

“Ya aslında ihtiyaç oldukça gidip alınıyor. Spontane geliyor. Biz esnaf kökenli olduğumuz için aylık olmuyor. Çok çok nadir böyle. Zaten her şey elimizin altında³⁶ burada. Büfe şurada, market iki sokak altta³⁶.” (Ş2, Kadın, 55)

“Yanımız bakkal dükkânı³⁶, caddede de market var. Ee bir de zaten düzenli toptancım geliyor dükkâna. Öyle haftalık, hatta günlük yani neredeyse alıyoruz.” (Ş6, Kadın, 44)

Kentteki katılımcılar 2024 Şubat-Mart itibari ile aylık 10 bin TL ile 20 bin TL arasında gıda harcaması yaptıklarını söylemişlerdir. Bu durum kentteki katılımcıların belirtilen tarihler içerisinde ortalama 27.081 TL olan aylık bütçelerinden yaklaşık %55,3’ünün gıda harcamalarına ayırdıklarını göstermektedir.

“Zaten harcamalarımın çoğu gıda. Zaten ev kirası vermediğim için giyimden falan kısıyoruz aylık harcamam genellikle gıda. Aslında daha fazla param olsa daha çok gıdaya ayıracağım. Ama yetmediği için bugün etin kilosu belli, sütün kilosu belli, yumurtanın tanesi belli. Bugün alabilsek en az hakkıyla 30 bin sırf gıdaya gitmesi lazım. Şu an 20 bin anca gidiyor. Onu da diğer şeylerden kısararak gıdaya daha fazla. Bu 20 binin 10-15 bini aylık gıdaya gidiyor” (Ş7, Erkek, 64)

“Aylık 15 bin lira gidiyor rahat. Dört kişilik kalabalık bir aileyiz biz. Sürekli yemek düşünmem gerekiyor. Her gün aynı dert. “Ne yiyeceğiz?”. Ee tabi öyle olunca kalabalık da olunca bir de sürekli masrafımız oluyor ister istemez. Çok rahat bir 15 bin gidiyordur. Her bir çocuğum farklı bir şey istiyor. Yetiyor ama son zamanlarda çok fazla gidiyo para, her şey de pahalandı tabii.” (Ş9, Kadın, 49)

³⁶Katılımcıların gıda harcamalarında tüketim mekanlarına erişilebilirliğinin kolay olduğunu gösteren ifadelerdir.

Kırsal mekânda ise 2024 Şubat-Mart tarihleri itibari ile aylık gelir bütçelerinden ortalama 5 bin TL gıda harcamalarına ayrıldığı en çok tekrar eden rakam olmuştur. Bu durumda kırsal bölgede yer alan katılımcıların ortalama 28,375 TL olan aylık gelirlerinin yaklaşık %17,6'sı gıda harcamalarına gitmektedir.

“Valla bu ay bakkala dört vedim, manava da iki en az. Ne eder sen hesapla iştin. 6 eder. 6 bin kâğıt. Evet. Öyle bir şey gidiyo” (K4, Erkek, 58)

“Ayluk aşağı yukarı beşe yakın gidiyo. Haftada bi milyon harcasak dört en az.” (K5, Erkek, 74)

“Dört dört buçuktan fazla geçiyor. Hayat şartları şu an arttı. Yimeye yetmeyo.” (K12, Kadın, 48)

Katılımcıların ifadelerinde de anlaşılabacağı üzere kırsalda ve kentte gıda harcamalarına aylık ayrılan bütçede farklılık göze çarpmaktadır. Nitekim TÜİK'in 2022 Hanehalkı Tüketim Harcaması verilerinde Türkiye'de %22,8 ile hane bütçesinden ayrılan payın en çok gıda ve alkolsüz içecekler olduğu kaydedilmiştir. TÜİK'ten alınan veri Türkiye geneli içindir. Kentsel ve kırsal tüketim harcamaları verileri ise 2013 yılından sonra verilmemektedir. 2013 yılında kentsel ve kırsal bölgede tüketim harcamalarında gıdaya ayrılan pay toplam tüketim harcamalarının içine dahil edildiği için bu oran ayrıca verilmemiştir.

5.1.1.1. Gıda Tedarik Süreci

“Gıda İsrafi” kategorisi çerçevesinde ulaşılan alt kategorilerden biri “Gıda Tedarik Süreci” dir. Gıda tedarik süreci bireyin tüketim aşamasında dikkat etmesi gereken bazı hususlar neticesinde gıda israfının önüne geçilmesini önemli kılar. Gıda tedariki sürecinde alınacak olan gıdaların liste halinde hazırlanıp hazırlanmaması, gıda alışverişlerini gerçekleştirecek mekanların doğru seçimi, indirimleri takip edip etmeme, gıda alımında dikkat edilen süreçler, son tüketim tarihine dikkat edilip edilmemesi gibi önemli bir süreci teşkil eder. Bu aşamalara dikkat edildiği müddetçe gıda israfı önlenabilir hale gelir.

Nitekim çalışma kapsamında kırsal mekânda yer alan katılımcılar temel bazı besin maddelerini kendileri üretmektedirler. Bu açıdan kentsel ve kırsal mekanlarda gıda harcamalarında farklı tedarik süreçleri söz konusu olmaktadır. Kırsal mekanlarda gıdaya erişim “kendine yeten üretim” ile söz konusudur. Kırsalda yer alan katılımcıların tamamı temel besin maddesi sayılacak “yumurta”, “tereyağı”, “süt”, bazı temel “meyve” ve “sebzeleri” kendileri için üretmektedirler. Bu durum kırsal ekonomideki *kendine yeten üretim* kavramını gündeme getirmektedir.

“Bizüm sütümüz, yumurtamız, yağımızdan tutta, senin o yolda gördüğün elma ağaçlarına kadahir şey bahçemüzdendir bizüm. Biz kendimize yetene kada yetiştiriyoz. Yoh satmayoz başkasına. Kendimize yiticek kada. Ekip biçtiğimiz tarlalardaki arpa olsun şiy olsun onları bilen hayvanlarımıza yem olsun diye yani. Anca hasıl zamanı çok çok bereketlü geçese birazını satıyoz. Ama kendü emeğümüzü de hiç zayı etmeyiz.” (K8, Kadın, 52)

“Mesela bu sene fasulye yetiştirdik. Bu sene sera yapıcaz Allah izin verirse. Önceden vardı yıkıldı. Patatis yetişir, soğan yetişir, yani böyle ufak tefek şeyler yetişir. Satmıyoruz hayır. Kendimize. Kabaklarımız var mesela. O sofradaki kabak tatlısı senin yediğin hani bizim kendi yetiştirdiğimiz. Yukarda (bahçede) öyle koca koca kabaklar var. Bizim hanım kendi yetiştirdi hep. Bahçe var bizim orda ekiyo hep” (K11, Erkek, 56)

K8 ve K11 katılımcılarının ifadelerinden de anlaşılabacağı üzere kırsal mekânda yaşayanlar gıda tedarik sürecinin önemli bir kısmında bazı gıdaları kendileri için ürettiklerini, ürettikleri ürünlerin çoğunu satmadıklarını ve hatta tarlalarından elde ettikleri arpa, yulaf, siyez vb. hammaddeleri hayvanlarına yem olarak kullandıklarını ifade etmişler. Bu yüzden kırsal mekânda temel besinlerin tedarik aşaması, kendi emek süreçleri ile gerçekleşmektedir. Nitekim kırsal mekanlar her ne kadar kent bölgelerine hizmet eden bir kol olarak görülse de kırsalın *kendine yeten üretim* gerçekleştirmesi kendine has bir özelliğidir (Kırca ve Demirciler, 2015, s.52).

Katılımcılar temel besin gıdalarını kendilerine yetecek kadar ürettiklerini ancak bu durumun hasattan elde edilen verime göre değiştiğini söylemektedirler. Diğer gıda ürünlerinin bir kısmını da genellikle ilçede yer alan *manav, kasap, bakkal, zincir marketler ve pazardan* tedarik etmektedirler. Bu durumun temel nedeni ise hasat zamanından elde edilen verimin önceki döneme göre düşük olmasıdır. Yazın gıdayı daha çok dışarıdan satın alma durumunun söz konusu olduğunu, kışın elde ettikleri ürünlerle yetinebildiklerini belirtmişlerdir.

“Bizüm bahçede fasulye, patates, domates yerişiyö. Aklına gelebülecek çoğu şey. Kendi yiyeceğümüz kadar ekiyöz. Elma va, armut var mesela. Ama bunlar bize kışları kendimize yetiyö. Yazın satın alıyöz yani. Kışlarıda bazen yetişmediği zaman almak zorunda kalıyöz. Bu sene elmala yoğudu hiç. Bu sene verimli geçmedi hiç olmadı. Mecbur dışardan aldık” (K5, Erkek, 74)

“Bahçemde fasulye, barbunya yaparın. Patlıcan olu hatta kızartup korun. Turşusunu yaparız. Alıçta, kuşburnudan, erikten pestil yaparız. Kendimizden toplayıp yapıyöz. Bahçede iki elmamız va. Geçen sene biz o elmaylan yani yedik hep. Bu sene meyveler hiç olmadı. Hiç

kimsenin meyvesi de olmadı. Geçen sene biz kasa kasa buradan topladuk. Yaza kada onu yiduk. Ama bu sene yok. Dışardan alıyon mecbur” (K8, Kadın, 52)

Kırsalda yer alan katılımcılar dışarıdan aldıkları ürünlerin tedarik sürecinde ise indirimleri çoğunlukla takip etmemektedirler. Gıda alımı için seçilen tüketim mekanları sırasıyla ilçede yer alan “zincir market”, “bakkal”, “manav” ve en son “pazar” olmaktadır.

“Biz buradan yaptığımız zaman Seydiler³⁷den yani marketlerden yapıyoruz. İndirimleri hayır takip etmem. İhtiyacımız oldukça alırsız gidip öyle bakmayız hangisi indirimde değil falan.” (K6, Erkek, 24)

“Seydilerden alıyoz. Marketten. Zincir değil de Katiplerin³⁸yerinden. Sen bilmezsin tabi şimdi onları tanımasın. Bakkal. Gastamonu’ya falan gittiğimiz zaman alıyoz. İndirimi de yok anam. Bakamayoz.” (K3, Kadın, 61)

Kentte gıda tedarik süreci kırsal mekândan farklılaşmaktadır. Öncelikle kırsalda yer alan kendine yeten üretimin kentte olmadığı, temel besin kaynakları dahil olmak üzere tüm gıda ürünlerini bütün katılımcıların tüketim mekanlarından tedarik ettikleri göze çarpmaktadır. Kentte ağırlıklı olarak “zincir marketler” gıda tüketim mekânı olarak karşımıza çıkarken kısmen “bakkal”, “pazar” ve “internetten gıda alışverişi” gerçekleşmektedir.

“Daha çok zincir market. Paket gıdaları zincir market, sebze meyve vs. pazardan temin ediyoruz. İndirimleri takip ediyoruz daha çok annem takip ediyor gıda olarak.” (Ş1, Kadın, 25)

“Pazar ve zincir market. Ediyorum son zamanlarda (indirim). Bütün mağazalara giriyorum karşılaştırıyorum. Akşam yatıyorsun on lirayla kalkıyorsun sabah yirmi beş lira oluyor o yüzden takip ediyorum. Bu zaten şu an herkesin genel sorunu.” (Ş2, Kadın, 55)

“İnternette söylüyorum ben. İhtiyaç oldukça alıyorum ben. Belli bir liste vardır bizde. Buzdolabının üstünde bir liste vardır her zaman o listeye eksikleri yazarız. O listenin de dışına çıkmayız. İndirimi de önümüze denk düşerse o an bakarız. Yoksa özellikle indirim falan öyle yok kovalamam.” (Ş4, Erkek, 38)

Kentte gıda alımında internetten yapılan alışveriş biçimi söz konusudur. Özellikle bu biçimin genç katılımcılar arasında yaygın olduğu gözlemlenmektedir. Aile üyeleri ile yaşayan gençlerin

³⁷Köyün bağlı olduğu ilçe.

³⁸ Kastamonu il merkezinde yer alan süpermarket.

evlerine internet aracılığı ile gıda alışverişi yaptıkları ifade edilmiştir. Ancak kırsalda gıda alışverişinde internetten alışveriş hiç yapılmamaktadır.

Gıda tedarik sürecinde dikkat edilmesi gereken diğer önemli bir noktada “son kullanma tarihi” olmaktadır. Nitekim tüketicinin gıda tedarikinde ihtiyacı doğrultusunda stoklama yapmadan, ürünün mevsimine uygun olmasına, ürünün içeriğinden, kalite kontrolünün yapılmasına ve son tüketim tarihine dikkat edilmesine kadarki hususlar gıda atık oluşumunu ve israfını azaltmada önemlidir (Songür ve Çakıroğlu, 2016, s.22). Bu hususta her iki mekânda yer alan katılımcılara ürünün son kullanma tarihine dikkat edip etmedikleri ve özellikle hangi ürün gruplarında dikkat ettikleri görüşmeler sırasında sorulmuştur. Alınan cevaplar doğrultusunda kentte yer alan iki katılımcı “bazen dikkat ettiğini”, bir katılımcı “dikkat etmediğini” geriye kalan on üç katılımcı ise son kullanma tarihine bakarak alışveriş yaptıklarını ifade etmişlerdir. Kırsal mekânda dört katılımcı “bazen”, üç katılımcı “dikkat etmediğini” geriye kalan yedi katılımcı ise “dikkat ettiğini” söylemiştir. Bu durumda kentte yer alan katılımcılardan ürünün son kullanma tarihine dikkat ettiklerini söyleyenlerin sayısının kırsala göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Nitekim Özgül ve Aksulu (2006, s.9)’nun bireylerin gıda tüketiminde ürünlerde yer alan etiket duyarlılığı hakkında yaptıkları araştırmada 1995–2005 yıllarında tüketicilerin üretim ve son tüketim tarihine dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Yıldız (2024, s.44)’ın çalışmasında katılımcıların %73,3’ü son kullanma tarihine her gıda alımında bakmakta, %17,1’i çoğunlukla, %6,7’si bazen ve %2,9’u hiç dikkat etmemekte şeklindeki sonucu da önemlidir. Ayrıca Yıldız (2024, s.63), çalışmada süt ve süt ürünlerinde tüketicilerin raf ömrü ve fiyat gibi bilgilere öncelik verdiği sonucuna ulaşmıştır. Çalışmada da hem kırsal hem de kentsel bölgede yer alan katılımcılar için durum benzerlik göstermektedir. Her iki mekandaki katılımcılar için ağırlıklı olarak dikkat edilen gıda ürün grubu “süt ve süt ürünleri” olurken çabuk bozulabilecek ve zehirlenme tehlikesi yaşatabilecek kasap ve şarküteri ürünlerinde de dikkatli olduklarını ifade etmişlerdir.

“Tabii ediyoz. Tabii tabii tavuk fullan alırken çok dikkat ediyoz. Olmadı geri yolladuk bi keren. Vire³⁹ alışveriş ettiğimizuz taze veriye bize. Ama biz yine de bakaruz yani. Bizim hoca (eşi) vire³⁹ dikkat ede. Zaten ginelde o yapayo alışverişleri. Emme o da bakar hep.” (K3, Kadın, 61)

“Son kullanma tarihine kesinlikle bakarım. Bilinçli olarak şöyle özellikle dikkat ettiğim ürünler var. Tavuk ve balık. Protein yapılı çünkü. Özellikle balık, tavuk etinin geri dönüşü

³⁹Kastamonu ve Batı Karadeniz ağzında “sürekli”, “tekrar eden”, “sık sık kullanma” anlamına gelmektedir.

yok zehirleme yaptığı için. Ama bugün makarna beş gün geçtiyse bir şey olmaz yani. Taze ürünlere daha dikkat ederim” (Ş10, Erkek, 34)

Aşağıda ifadeleri yer alan Ş8 ve Ş16 katılımcıları ise her ne kadar son kullanma tarihine dikkat etseler de bazı ürün gruplarında son tüketim tarihine inanmadıklarını belirtmişlerdir. Ş8 bunun gıda şirketlerinin kâr amacı gütmemesinden kaynaklı olduğunu, Ş16 da gıda tüketim tarihinin toplumsal norm olarak kabul edilmesinden kaynaklı kabul gördüğünü düşünmektedir.

“Son kullanma tarihine dikkat ederim ama bence son kullanma tarihi yani son kullanım tarihi bozulmayacak bir şeyse bir ay geçti diye atmam. Hani yediğimiz zaman zehirleyeceğini düşünüyorsam tüketmem ama kullanma tarihi bana biraz şey gibi geliyor gıda şirketlerinin dayatması gibi geliyor. Onun için bizi zehirlemeyeceğine emin olduğum bir şeyse, tabii bir sene geçince değil de ama bir ay geçti diye çöpe atmam.” (Ş8, Kadın, 41)

“Ederim bizzat bakarım. Özellikle süt ve süt ürünlerinde bakıyorum. Aslında bakarsak bu bize toplum tarafından enjekte edilmiş bir şey. Benim çünkü aslında öyle bir şey yok ama bildiğimiz bunların tarihi geçtikten sonra insan sağlığına zararlı. Bende bu düşünceden yola çıkarak bakma hissi duyuyorum. Algıdan kaynaklı. Yoksa bence gıda ürünlerinin son kullanma tarihi yok. Ama topluma ben de ayak uydurarak bakıyorum.” (Ş16, Erkek, 22)

Gıda tedarik edilirken son kullanma tarihine dikkat etmiyorum diyen katılımcılar ise “ihmkarlık”, “alışkanlık”, “güvenilir yerden alışveriş” ve “yaşlılık” gibi gerekçelerden dolayı bu konuya dikkat veremediklerini söylemişlerdir.

“Çokta bakmayoz. Bakmayoz yok yalan söylemeyin şimdi. Aynı bakkal olduğu için aynı yerden alışveriş ettiğim için başka yere gitmem. Mesela Şok, Bim falan açıldı Seydilere ama ben Yılmaz Market’e gidiyorum. Aynı yerden aynı alışverişi yaptığım için bakmam. O yüzden.” (K4, Erkek, 58)

“Valla kızım pek şey edemen yani gözlerim pek yakın gözlük olmayınca seçemeyon. Edemeyoz. Yaşlılık. Aslında dikkat etmek lazım. Bi sefer incir aldumudu geçen sene evvelki sene kurtlaşmış attık. Tarihi geçmişüdü, değiştirmedim attım. Ondan müteveli aslında bakmak lazım da iştin (işte) ne bileyim” (K5, Erkek, 74)

“Dikkat emiyorum ya. İhmalkarlıktan bakmıyorum. Bakılmalı ama. Çok emin olduğum şeyleri almaya çalışıyorum ben gözü kapalı alışveriş yapmıyorum öyle. Genellikle de zaten alışverişlerimizi kendi bildiğimiz yerden yaptığımız için ya da buna bağlı olarak

toptancılardan aldığımız için bu konuda bir şikâyetim olmuyor. Çünkü bana gelende düzgün tarihten geliyor ve ben onu evimde tüketiyorum.” (Ş9, Kadın, 49)

5.1.1.2. Gıda Tüketim Biçimleri

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde gıda alışverişi yaparken nelere dikkat ettikleri, en son gerçekleştirdikleri gıda alışverişi üzerinden hatırlayarak anlatmaları istenmiştir. Gündelik yaşamlarında bir gıda ürünü satın alırken öncelik verdikleri hususun ne olduğu, ihtiyaç dışında satın aldıkları gıda ürünlerinin olup olmadığı ve varsa neden satın alma eyleminde bulundukları gibi derinlemesine sorular sorulmuştur. Bu hususta K1 ve K2 katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir.

“Valla sanırım en son geçen hafta Bim’e gitmişim herhâlde. Ordan da makarna çeşidi almıştım, salça, şehriye falan. Yani evde yoktu o yüzden aldım. Eksikti o yüzden almıştım. Alırken de genellikle her zaman aldığımızı alıyorum. Güvendiğimiz bildiğimiz denediğimiz marka olsun diye. Ee tabii fiyata illaki artık herkes gibi biz de bakıyoruz. Mecbur yani. İhtiyacım dışında yani çikolata falan alıyorum. Bence ihtiyaç dışı bu yani. Akşam cips yiyelim falan diye. Niye alma isteği duyuyorum canım istiyor ya da hep beraber yeriz düşüncesi ile alıyoruz. Sohbet muhabbet o arada yeriz diye” (K1, Kadın, 19)

“Evet son evet hatırlıyorum. Hatırladım. Alırken en başta evde eksik olanlara dikkat ederek aldım. Mesela un aldım, et aldım, nohut aldığımı hatırlıyorum, şeker aldım. Bunlar bitmişti. Dikkat ederim yani eksik varsa alırım. Fiyatı önemli oluyor alırken bakıyorum bir önce şöyle. Ama gidip de hiç bilmediğim ucuz diye de kötü şey almam yani... İhtiyacım dışında da genelde abur cubur alıyorum ya. Canımız istiyor, seviyoruz. Mesela ben şimdi eve giderken abur cubur alacağım, eşim de istiyor. Zaten benim eve çok giden abur cubur.” (K2, Kadın, 23)

Nitekim kırsal mekânda alınan cevaplar çoğunlukla katılımcıların “ihtiyaç odaklı tüketim” gerçekleştirdikleri, ihtiyaç fazlası gıda alımından mümkün oldukça uzak durdukları yönündedir. Yapılan bir gıda alışverişi sürecinde öncelik, hane içerisinde eksik gıda ne ise onu almak ve fiyat, marka ve kaliteye dikkat etmek şeklinde ifade edilmiştir.

Ayrıca kırsaldaki katılımcılar için ihtiyaç dışı görülen ürünler “atıştırma malzemeleri”, “alkolsüz içecekler”, “kuruyemiş” ve “tatlı” olarak görülmektedir. Genellikle alınan bu ürünlerin “çocuklar” ya da “torunlar” için yapıldığı söylenmiştir. Bu kapsamda yaş etkeni karşımıza çıkmakta ve ihtiyaç dışı ürünlerin alımında gençlerin başrolde olduğu ya da gençler için satın

alındığı ifade edilmiştir. Bu ürünleri alma nedenleri sorulduğunda da çoğunlukla “kişisel istek/haz/mutluluk” cevabı ile karşılaşılmıştır.

“Dün yaptuk kızım. Kırmızı mercimek, piriç, zeytinyağı, filen aldık. Yo yo listeleyoz ben hemen unutuveriyom. Yoksa ne alacağımızı bilemeyiz. İhtiyaç dışı tam bu kadaranlık (eliyle gösteriyo) pisküvi alduk bi şeyler aldık işti. Pisküvi alduk, çikolata alduk çocuklar geli diye. Bi sürü şey alduk. En çok pisküvit kofret çocuklara alıyoz hep bunları. Torunlar gelesiyer bi sürü şey alıyoz. İhtiyaç mı disen değil de iştin çocukla sevinisin diye.” (K3, Kadın, 61)

“İhtiyaç olmayan çocukların citos (cips) öte berileri va. Kola, abur cuburları. Çocukla onları genelde. Bayılıyola. Emme onun dışında yeme içme olarak ihtiyacım olmazsa almam. Bi tane daha alayım evde var dimem.” (K8, Kadın, 52)

Kentte yer alan katılımcılarda ise genellikle ihtiyaç odaklı günlük ya da haftalık gıda tüketimi söz konusudur. Kentte gıda tüketim biçimi tek tip olmayıp, tüketim biçimleri çeşitlenmektedir. Katılımcıların kimi rasyonel, ekonomik, faydacı tüketim gerçekleştirse de bazı katılımcılar için bilinçsiz tüketim ve hedonik tüketim biçimleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların gıda alışverişinde kalite, marka, fiyat gibi etkenlere göre alım yaptıkları dikkat çekmiştir.

“Fiyat. Sadece fiyata dikkat ederim ben. En son Şok markete gittim. Kahve, kuş üzümü, şampuan, deterjan aldım. Gıda ürünlerini daha çok takip edemiyorum.Şu an sadece ihtiyaçlarımızı alabilecek durumdayız. Fazlasını ben almıyorum. Aldıklarında da aslında fiyatı normalde yüksekse ve o indirimde girmişse alıyorum. Bu israf oluyor mu bilemedim şimdi aslında. Evdeki ihtiyacım neyse ona göre gıda alışverişimi yapıyorum aslında genelde. Önceliğim de meyve sebze ağırlıklı, süt ve süt ürünleri daha çok oluyor. İhtiyacım dışında almadım. Genellikle çocuklarım ve ailemin ihtiyaçları doğrultusunda alışveriş yapmaya çalışıyorum. Onun dışına çıkmamaya çalışıyorum. Çoğunlukla da çocuklarım için alıyorum.” (Ş9, Kadın, 49)

“En son meyve aldım. Bak çok güzel soru sana anlatayım. Migros'ta baktım 69 lira şöyle yürüdüm dedim biraz yürüyüş yapayım. Tarım Kredi'ye girdim bir şey alacaktım, baktım orada muz 42 lira. Muzdu. Oradan aldım. 42 liradan aldım. Yani almam gereken dikkat ettiğim ucuz olmasıydı. Ve hakikaten taze güzeldi de... En çok eve genelde marketlerden süt, meyve, yumurta, tavuk, pirinç, makarna çok az peynir şarküteri ürünleri et ama et normal düzeyde. Bunun içinde abur cubur da var mı? Bolca abur cubur. Oğlum çok yiyor. Bizim eve hiç gazlı içecek girmediği için bizim evde hiç gazlı içecek içilmediği için içeceği eyleyim. İhtiyaç dışı yiyecek içecek bazen alıyorum ya. Mesela bazen canım çekiyor. Bi de onu deneyim diyorsun.” (Ş2, Kadın, 55)

Ş2 ve Ş9 katılımcılarının ifadelerinde yer aldığı gibi, rasyonel tüketim biçimi gıda alımında önemli olmaktadır. Rasyonel tüketimde beklenen tüketicinin satın aldığı ürüne ihtiyacı olması, ihtiyacını karşılayacak özellikleri barındırması, fiyatı kişinin gelirine uygun ve o kalitede olmasıyla gerçekleşir (Yıldız ve Kuru, 2015, s.661). Nitekim kentte yer alan Ş2'nin alacağı ürün için fiyat karşılaştırması yapması ve araştırma içine girmesi, Ş9'un da fiyat istikrar takibi yapması gibi durumlar rasyonel tüketim biçimi ile değerlendirilebilir.

“En son evet hatırlıyorum. Yumurta almıştım sonra kırmızı havuç almıştım bi de marul almıştım. Bi de butik köy ürünleri satan bir yerden sirke almıştım. Gündelik yapmam gereken salata malzemesiydi o yüzden aldım. Fazlasını almam. Şu kadar kullanacağım şu kadar alırım minimal. En çok mümkünse et yani. Bi de salata malzemelerine çok gidiyor. İhtiyaç dışında alırım. Şimdi mesela canım çekti meyveli soda almam gibi. Sizinle konuşurken. Yani gün içerisinde bi kaç defa alıyorum. Aslında ihtiyacım var mı buna sanmıyorum. Mini mini bi kaç tane soda falan.” (Ş3, Erkek, 25)

Ş3'ün ifadesinden hareketle minimalist tüketim gerçekleştirdiği söylenebilir. Nitekim minimalist tüketim ihtiyaçlar ölçüsünde harcama yapılan ve niceliksel olarak en az seviyede ürün tüketilen satın alma durumudur. Ş3 de günlük beslenme öğünü ölçüsünde, kullanacağı kadar malzeme satın aldığını ifade etmiştir.

Ayrıca kentte yer alan katılımcıların ihtiyaç dışı ürün olarak gördükleri “atıştırılabilir” kategorisi söz konusudur. Çerezler, kuruyemiş, alkolsüz içecek türleri ve tatlılar ön planda iken çoğunlukla kırsala benzer biçimde bu ürünlerin “çocuklar” için satın alındığı söylenmiştir. Nedenleri sorgulandığında ise devreye çoğunlukla hedonik tüketimin girdiği, “canım çekiyor”, “nefis”, “isteklerim” gibi ifadelerle karşılaşılmıştır. Nitekim günümüzde ön planda olan hedonizm, rasyonel anlayışın dışında daha duygusal, kişisel istek ve beklentilere göre hareket ederek fazla ürüne sahip olma isteği ve duygularıyla hareket edilen tüketim biçimi olmaktadır (Köksalan, 2019, s.636). Kentte yer alan katılımcılarda da bu durum göze çarpmaktadır.

“En son gıda da evde ihtiyacımız vardı aldık. Ama genellikle kişisel isteklerim de oluyor. Yani ihtiyacımız olmadan da alırsız biz. Önceliğim olmadığı da oluyor. Çünkü ben aşırı hazır sever bir insanım. Canım çok çekiyor, gözüm kararıyor alıyorum. Markete girdiğimde önceliğim ihtiyacım neyse onu almak aslında ama sonra çikolata reyonu, kahve reyonlarına bakıyorum. Abur cubur ürünlerinde ihtiyacım dışında hep alışveriş yapıyorum. Nefsime hâkim olamıyorum. Gözüm dönüyor yani canım istiyor alıyorum.” (Ş13, Kadın, 27)

“İhtiyacım olan belli başlı şeyler oluyor ama ihtiyaç bitmiyor. Mesela bir liste varsa bile listemin dışına çıkıyorum. İhtiyaçtan dolayı gidiyorum ama aklımdakinin dışında da

ihtiyaçlar oluyor. Çamaşır suyu azalmıştı mesela diyorum sepete atıyorum hadi bir tane de Nutella alayım diyorum almasam ölmem ama alıyorum. Nefisle ilgili. Can çekiyor. “(Ş8, Kadın, 41)

5.1.1.3. Gıda İsrafına Karşı Önlemler

Gıda atıklarına karşı tedbirler almak gıda israfını azaltmada önemlidir. Bu hususta Songür ve Çakıroğlu (2016, s.24)’nın da belirttiği gibi “*yakma, anaerobik fermentasyon, kompostlama, depolama gibi genel metotlar; hayvan yemi ve gübre olarak kullanma gibi gıda atıklarını tarımsal uygulamalar için kullanma, atık minimizasyonu ve değerlendirmesi*” gibi yöntemler gıda atıklarının oluşumunu engellemede önemlidir. Nitekim gıda israfına karşı alınan önlemler mekânsal farklılıklar içermektedir. Çalışmada gıda israfına ilişkin kırsal mekânda alınan önlemler ile kentsel mekânlarda alınan önlemler birbirinden farklılaşmaktadır. Kırsal mekânda önlemlerin başında “hayvansal yem kullanımı” gelmektedir. Kırsalda mekânsal özelliklerin ve imkanların katılımcılara sağladığı avantajlar dolayısıyla gıda artıklarını değerlendirdikleri bir alan söz konusudur.

“Yemek ot tarzı olursa hayvanlara (büyükbaş) ayırıyoruz, ekmek tarzı olursa köpekler ya da tavuklar yiyor. Köpek yiyor, tavuklar yiyor. Çöpe gitmiyor. Köpeğimiz yiyor tavuğumuz da oluyor tavuqlarda çok seviyorlar.” (K1, Kadın, 19)

“Hayvanımıza veriyoz hiç müsrif etmen. İneklerin yiyeceğini ineklere, tavukların yiyeceğini tavuklara ayırurun. Tavuklara piriç gibi pilav gibi şeyleri ayırıyoz. Hayvanlara (büyükbaş) da ekmek kırığı elma kabuğu gibi” (K3, Kadın, 61)

“Köpekler var, kedimiz va iki tane. Adamı bile yiyela (gülerek). Çöpe yoğ yoğ hayatta. Çöp şaysü ayırdur, hayvanlara verdüğümüz ayırdur. Kediye mesela ekmek parçalarını ayru, köpeğe ayırıyetten yağlı da yapıyoz.” (K5, Erkek, 74)

Kırsal mekânda yer alan katılımcıların ifadelerinden anlaşılabacağı üzere özellikle sahip oldukları hayvan türüne göre artan gıdalarını ayrıştırma yaparak atıkları hayvanlarına vermektedirler. Büyükbaş hayvana sahiplerse daha katı gıda atıkları, kümes hayvanlarına daha yumuşak ve sulu atıklar, kedi ve köpekler içinde “katık” şeklinde yiyebilecekleri biçimde verdikleri ifade edilmiştir. Nitekim gıda işletmelerinde gıda atık yönetimi konusunda yemek artıklarının hayvan yemi olarak kullanılması besin kaynağı olarak zengin içeriğe sahip olması bakımından hayvanlar için önerilen bir metot olarak kabul edilmesinin yanı sıra eskiden beri uygulanan geleneksel yöntemdir (Songür ve Çakıroğlu, 2016, s.24). Çalışma kapsamında da kırsal mekandaki

katılımcıların gıda atıklarının neredeyse tamamını hayvanlara yem olarak değerlendirdikleri için gıda israfına karşı aldıkları başka farklı tedbirler ifade edilmemiştir.

Kentsel mekanlarda ise artan gıdaların çöpe gittiğini söyleyen altı katılımcı vardır. Özellikle *değerlendirme alanının olmaması, kent yaşamının getirdiği iş yoğunluğu ve temposu, ihtiyaç fazlası tüketim, ihmalkarlık, bozulan yemekler, yemeği beğenmeme* gibi nedenlerden dolayı gıda israfına karşı önlem alınamadığı genelde vurgulanmıştır.

“Ay çok utanarak söyleyeceğim yani ben hani o konuda çok kötüyüm. Ne yazık ki döküyorum. Çok ekmek ziyan oluyor. Çünkü çok alıyorum. Aman evde bulunsun filan diye. Yenmediği zaman çöpe... Onu hep aman kurutayım falan galeta unu yaparım diyorum ama hiç fırsatım olmuyor. Bakıyorum küflenmiş. Buzluktan çıkınca da güzel olmuyor. Çok döküyorum ya. İsrafsa bu israf. Artan yemekleri çok döküyorum.” (§8, Kadın, 41)

“Çöpe attığım yemekler de oluyor ya. Ya beğenilmiyor ya yenmiyor, kalıyor. Doğrudan atıyorum. Ne yalan söyleyim bu da bizim ayıbımız yani. Çok büyük ayıp yani. Vakit yok açıkçası. Kolayına geliyor gidip dökmek. Çalışınca bir de. Beğenmiyorlar da bazen dediğim gibi. Beğenmeyince ne yapacaksın zorla mı yedireyim. Atıyorum valla.” (§9, Kadın, 49)

“Yani ekmek mesela alıyordum genelde gıda anlamında. Bu ekmekte çöpe attım maalesef ki üzülerek söylüyorum. Normalde akşam eve gelince o ekmeği tüketeceğimi düşünerek alıyorum ancak akşam bir plan değişikliği oluyor arkadaşlarım dışarıya çıkmak istiyorlar onlarla dışarıya çıktığımda, yemeği dışarıda yediğimde ekmek bayatlamış oluyor. Ben o gün tüketemeyince bayatlıyor ve maalesef üzülerek ekmeği atmak zorunda kalıyorum ve bu benim israfım yani. Üşeniyorum ve çöpe atıyorum. Değerlendirmiyorum çöpe atıyorum. Hiçbir şekilde değerlendirmiyorum. Zamanım yok.” (§15, Erkek, 25)

Ancak kentsel mekanlarda gıda atıklarına karşı alınan bazı tedbirler de söz konusudur. Özellikle ekmek israfının önüne geçme noktasında “*değerlendirme yöntemi*” kullanılmaktadır. Bayatlayan ekmekleri yeniden kullanılabilir hale getirerek çeşitli yöntemlerle değerlendirmektedirler. Ayrıca bayatlayan ekmekleri ve bazı yemekleri hayvan barınaklarına götürün ya da parklarda kuşlara yem olarak veren katılımcılar da söz konusudur. Bu konuda dikkat çeken husus ise gıda israfını önlemede kentteki katılımcıların “ekmek” türüne daha yoğun bir önlem alabildikleridir. Bu durumun da daha çok kentin mekânsal kısıtlılıklarından kaynaklandığını belirtmişlerdir.

“Genelde çok dikkat ediyorum. Kurutuyorum, galeta unu yapıyorum. Çorbalarda kullanıyorum. Çok çok nadir çöpe gidiyor. Mesela şu an sabah çıktım evde bir ekmek vardı. Bir acil işim olur şehir dışına çıkarım o ekmek orada kalır. Onun dışında olmuyor desem

yalan olur ama olsa bile onu bir şekilde çeviriyorum hani galeta, kurutuyorum mesela.” (§10, Erkek, 34)

“Ekmek bizde ziyan olmaz. Bayatlayanları kuruturum robottan çekerim. Baktım mesela bugün yenmedi yarın da yenmedi. Ertesi güne öbür güne o ufalanıyor ben onu ufalıyorum ben onu galeta unu gibi köftelere falan kullanıyorum. Ekmek israf olmuyor ama yemek oluyor. Yemek genelde çöpe gidiyor. Ama o sürekli olmuyor. Az kişiye ya az yapmaya çalışıyorum. Kızım çalışıyor. Bazen mesela günü geçiyor falan oluyor.” (§2, Kadın, 55)

Kentteki ve kırsaldaki katılımcılara görüşmeler esnasında gıda israfını önleme noktasında aldıkları tedbirlerin yanı sıra *“Gıda israfının önüne geçilmesinde sizce ne/neler yapılabilir?”* sorusu sorulmuştur. Böylelikle katılımcılar ifade ettikleri önerilerle alınacak olan tedbirlerin gıda israfını azaltmada yardımcı olacağını düşünmektedirler. §16 ve §2, caydırıcı ceza ya da kamusal alanda yaptırımların gıda israfını önleme noktasında etkili olacağını düşünmektedirler.

“Şimdi şöyle ben köy olarak söylemeyeceğim ama kentte kesinlikle sınır olmalı, o sınırın da bir cezası olmalı. Atıyorum para cezası olmalı. Hukuki bir caydırıcı cezası olmalı. Bunu ceza koymazsan hiç kimse önüne geçemez. Bir kişi hallediyorsa da önüne geçiyorsa da 100 kişiden en fazla 10 kişi kendi isteğiyle yapar.” (§16, Erkek, 22)

“Toplumsal bilinçlenmeliyiz. Herkes bilinçli olmalı. Toplumsal bence bireysel de ne kadar israf olabilir. E damlaya damlaya göl oluyorsa o zaman birden başlıyorsa kişisel. Toplumsal bilinçlenmek lazım. Ne bileyim hastanelere kural koymak lazım. Büyük mekanlara kural koymak lazım. Önlem alınabilir diye düşünüyorum ama uygulamada etkili olur mu (gülerek) sanmıyorum. Mesela metropol şehirlerde. Köyler daha duyarlı olabilir bence. İşte kentleşme bence sömürge.” (§2, Kadın, 55)

Kentteki ve kırsaldaki katılımcıların gıda israfını önleme ile ilgili genel fikri ise gıda atıklarının hayvan barınaklarına veya sokak hayvanlarına kamu kurumları tarafından bir proje ile desteklenip ulaştırılması sağlanarak hanelerdeki gıda israfının önlenebileceği düşüncesidir. Burada önemli vurgu hijyenik mekânsal ortamın sağlanması olmuştur. Gıda atıklarının çevreye verebileceği olumsuz durumların önüne geçilerek, birikişilerle hareket edilmesinin daha doğru olduğu özellikle vurgulanmıştır.

“Bir keresinde Instagram da bir şey gördüm. Bu yenmeyen yemeklerden yemek yapıp sokak hayvanlarına veriyorlar. Böyle olabilir. Belki belediye burada biraz yardımcı olabilir. Bir poşet dağıtabilir mesela yemediğiniz yemekleri sebzeleri falan koyabilirsiniz diye

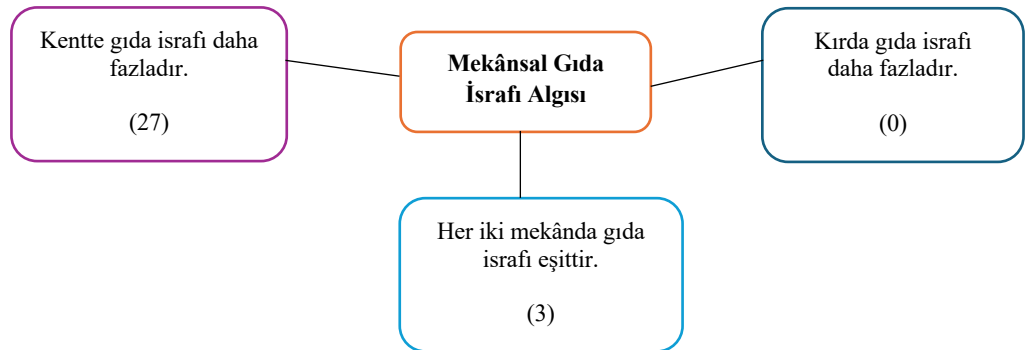
toplatabilir. Ama temiz olur mu bilemedim? Ama şey bence böyle bir uygulama çok güzel olur. Hem sokak hayvanlarının doyması için de önemli bir şey olabilir diye düşünüyorum” (Ş13, Kadın, 27)

“Bence artan yemekler belediye tarafından toplanıp hayvan barınağına ya da hayvanat bahçelerine falan o şekilde değerlendirilebilir. Belediye burada bu konuda ben hiç duymadım. Zaten köyde dediğim gibi hayvan gibi onlar değerlendiriyor ama dışarıda nasıldır bilemem yani.” (K6, Erkek, 24)

“Yemekleri barınaklara gönderebilmemiz gerekiyor ya da sokak hayvanlarının noktalarına bırakılması gerekiyor. Ancak bunlar bazen hem kokuya hem çevre kirliliğine hem sürünge hayvanların oralara yerleşmelerine sebep oluyor. Böyle daha korunaklı saklamalı çöpe atacağımız şeyler sağlanmalı. Direkt hayvan barınaklarına özel kaplarla yetkililerden gönderilmesi gerektiğini düşünüyorum.” (Ş9, Kadın, 49)

5.1.1.4. Mekânsal Gıda İsrafı Algısı

Gıda israfı her ne kadar toplumsal bir sorun olarak görülse de mekânsal olarak görünüm biçimleri farklılaşabilmektedir. Bu konuda her iki mekânda yer alan katılımcılara gıda tüketimine ilişkin hangi mekanlarda daha fazla gıda israfının yapıldığı ve onlara göre neden gıda israfının daha az ya da fazla olduğunun nedenleri derinlemesine sorularla açığa çıkarılmak istenmiştir. Bu hususta verilen yanıtlar hem kentteki bireyin gözünden kırsal hem de kırsaldaki bireyin gözünden kentteki gıda israfını değerlendirebilmelerini sağlamıştır. Böylece hem içerisinde yer aldıkları mekânsal alana eleştirel bakabilmeleri hem de dışardaki mekânsal alanı değerlendirebilme fırsatı sunulmuştur.



Şekil 8.Mekânsal Gıda İsrafı Algısı

Bu doğrultuda mekânsal gıda israfı algısı Şekil 8’de belirtildiği gibi en çok kentsel mekanlarda yapıldığı yönünde olmuştur. Kırsal mekânlarda gıda israfının gerçekleştiğini düşünen katılımcı

olmadığı gibi her iki mekânda da eşit düzeyde olduğunu düşünen üç katılımcı vardır. Bu üç katılımcının ikisi kırsalda yer alırken, diğeri kenttedir.

Kentte yer alan katılımcılar için kentte gıda israfının daha çok yapıldığı ve bunun “nüfus, reklam ve pazarlama stratejileri, sosyal mekanların çokluğu, gıda işletmelerinin fazla olması” gibi nedenlerinin olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca kentteki katılımcılar için gıda israfının kırsalda yapılmamasının başlıca nedenleri “kanaatkâr tüketim, değerlendirme alanlarının varlığı, gıdaya kutsal bakma” gibi nedenler olarak sıralanabilir.

“Yine buralardadır bu (kentte). Kentlerde nüfus kalabalık. Etken çok, reklam çok, cazip geliyor, albenisi çok, pazarlama çok... Üçüncüsü de gençlik var, çevre var. Ondan görüyor yediğini içtiğini istiyor alıyor. Köyde adam kazanıyor, çalışıyor, yiyor yiyeceği kadar pişiriyor. Ama artarsa onu yine değerlendiriyor. Kedisi yiyor, hayvanı yiyor, köpeği yiyor. Ondan sonra çayın posası bile ağacın dibine gidiyor.” (Ş2, Kadın, 55)

Gıda işletmesine sahip ve belirli bir dönem gıda işletmesinde çalışan kentteki Ş6 ve Ş3 çalıştıkları yerlerde gıda atıklarının çöpe döküldüğüne şahit olduklarını ifade etmeleri önemlidir. Nitekim gıda israfının oluşmasında işletmeler önemli bir yere sahiptir. Öcal (2021, s.61) Kırıkkale ilinde yer alan yirmi dokuz gıda işletmesinde gerçekleşen gıda israfı uygulamalarını ortaya koyduğu çalışmasında işletmelerde farklı nedenlerden dolayı gıdaların çöpe atıldığı ve katılımcıların %59’unun ihtiyaçları dışında fazla sipariş verdikleri, doymayacak hissi ile hareket ettikleri, statü edinimi için gösterişçi tüketim gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşmıştır. Nitekim aşağıda ifadeleri yer alan Ş6 ve Ş3’te benzer sonuçlara işletmelerine gelen müşterilerde rastladıklarını aktarmışlardır.

“Köyde yapıldığını çok düşünmüyorum. Kendi köyümü düşünerek söyleyim yani her şey zaten bahçeden toplanıyor. İhtiyacı kadar götürüyor. Ama burada döküldüğünü çok gördüm. Yani herhâlde ondan kaynaklı. Çok yerde çalıştım ben, gıda üzerine olan yerlerde. Bir de aman bunu mu yiyeyim bu eski algısı var. Fazla olsun doyalım gibi düşünüyor müşteri. Gözü doymuyor, nefesine hâkim olmuyor. Sonra ne oluyor? Yarım tabaklar. Ben onu şimdi nasıl alıp değerlendireyim? Kimin önüne tekrar koyarım? Mecburen çöpe. Yazık cidden. İnsanın kendisini bilmesi gerekiyor.” (Ş6, Kadın, 44)

“Bence kentlerde. Genel anlamda yemek mekanlarına baktığımızda benim daha önce çalıştığım yer meyhanedeydi mesela. Orada bile bir yemek artıyor ya da meze artıyordu hepsi dökülüyordu ya da başka çalıştım bir restoran da artanlar dökülüyordu fiksti bu. Gözlerimle gördüm yani çalıştığım yerlerde. Ama ne yapacak işletme mecbur. Müşterilerin hatası bence bu. Yiyeceği kadar söylese. Köylerdeki yaşantı farklı işte. Kentlerdeki yaşantı farklı çünkü.

Daha kıymet biliniyor köyde. Onlar için değerli o gıda. Ondan yapmazlar yani.” (Ş3, Erkek, 25)

Katılımcı Ş9, büyük kurumların kentlerde yer alması sebebiyle gıda israfının kentsel mekanlarda daha fazla yapıldığını düşünmektedir. Ayrıca kent yaşamı içerisinde yer alan bireyin artan gıdaları değerlendirme sürecine ayıracak zamanı bulamaması vurgusu yer almaktadır. Ş9’a göre kırsalda yaşayan insanların sürdürülebilir bir döngü içerisinde gıda değerlendirmesine gitmektedir. Doğal yaşamın akışı içerisinde gıda atıklarının sürekli dönüştürüldüğü bir alanın olması kırsal mekanlarda gıda israfını engellemektedir.

“Köylerde zaten çok bir harcama yok. Kendi evindeki durumlar kısıtlı. Ama kentlerde müthiş bir patlama var. Hastanelerde, lokantalarda, kafeler, mekanlarda bütün yemeklerin atıldığını sadece bazı kurumların barınaklara gönderdiğini öbür türlü bütün yemeklerin çöpe atıldığını hem gözümle görüyorum hem duyuyoruz. Yani bilinçlenmemek buna neden oluyor. Eksik kalıyoruz. Yoksa hepimizin kolayına geliyor, dolduruyoruz çöpe. Oradan ne şekilde nereye giderse gitsin diye düşünüyoruz. Köylerde yapılmıyor çünkü kalan yemekleri hayvanlarına hemen verebiliyorlar. Çıkan gübreyi bile onlar tekrar hayvanlara verdikleri için doğaya gidiyor. Orada sürekli bir devir daim var. Ne yapıyor? Karpuz kabuklarını bile hayvana veriyor. Ne bileyim kalan çorbayı bayat ekmeğiyle karıştırıp köpeğine veriyor. Toprağına gübre olarak katıyor. Topraktan gelen toprağa dönüyor. Ama kentlerde zaten toprak olayı yok zaten. Her yer taş. Her yer beton.” (Ş9, Kadın, 49)

Kırsalda yer alan katılımcılar da kentte gıda israfının daha çok yapıldığını düşünmektedirler. Tüketim mekanlarına ulaşılabilirlik ve gıda atıklarını değerlendirebilecek mekânsal şartların olmaması genellikle sıralanan nedenler olmuştur. Özellikle kırsalda artan gıdaların değerlendirilebilecek mekânsal alanın olması (hayvan sahipliği) kırsal mekanlarda gıda israfını azalttığı anlayışını doğurmuştur.

“Köy yerinde hiç atılmaz, atan yok. Hayvanı olmayı bile hayvanı olana getirüp veriye. Ekmek kırıntısı olsun, meyve şeylerini falan hep getiriyeler. Bence kasabada daha fazladır. Ya hayvanı filen olmayıncak ne yapacak çöpe koyacak. Anca kedi köpek filen yiyebiliye. Gerisi müsrif bence. Anam Gastamonu’da burdan indim dört tane pazar ekmeğini böyle atmışlaaa. Hığğğ anam ekmeği görünce canım gitti. Dedim Allah’ım şunu alsam da bi kıyıya (kıyıya) koysam eletsem (götürsem) de köpeklere versem didim. Bi de utandım yani bu garı(karı) şey mi ki diye derle diye. Çöp toplayıcı diye. Ama aklıma geldükçe hala içim sızlar. Yani o ekmeğe günah yani. O kaç elden geçiya. Anam 4 tane odun ekmeği hemi de. Hepsi aç

buradakilerin. Biz kedilere bile bazen Seydiler'den ekmek alıyoz. Doymayolar” (K3, Kadın, 61)

K3'ün ifadesinden anlaşılacağı üzere kırsalda hayvan sahipliğinin olması artan gıdaların hayvansal yem olarak değerlendirilmesi anlayışını yerleştirmiştir. K3'ün kent merkezinde ekmek israfıyla karşılaştığı manzara karşısında duyduğu üzüntü göze çarpmaktadır. K3, kent merkezinde artan ekmekleri toplayarak hayvanlara yem olarak götürmek istese de sosyal “damgalanma” ile karşı karşıya kalmaktan korkmaktadır. Bu durum her ne kadar kırsal alanlar için “alışılmış” bir davranış olarak görülse de kentlerde çöplerden yiyecek toplayıp, hayvanlara yem olarak götürmek algısının farklı olduğunu göstermektedir. Yine kent merkezinde K3 katılımcısı benzer şekilde ekmek israfı ile karşılaşan K1 katılımcısı kent merkezinde artan gıdaların çöplere atıldığını görmüştür. K3 ve K1 'e göre bu duruma benzer bir manzarayla kırsalda karşılaşmanın mümkün olmayacağı vurgusu vardır.

“Kasabalarda daha çok olur diye düşünüyorum. Mesela hani Kastamonu'ya gidiyorum çok görüyorum yerlerde ekmek, simit oluyor hep. Köyde öyle bir şey yok mesela biz atmıyoruz. Köpeğimize hayvanımıza veriyoruz. Ama onlar (kasabadakiler) genellikle atmayı tercih ediyorlar. Kolaylarına geliyor bence. Hemen döküyorlar ne uğraşacak.” (K1- Kadın, 19)

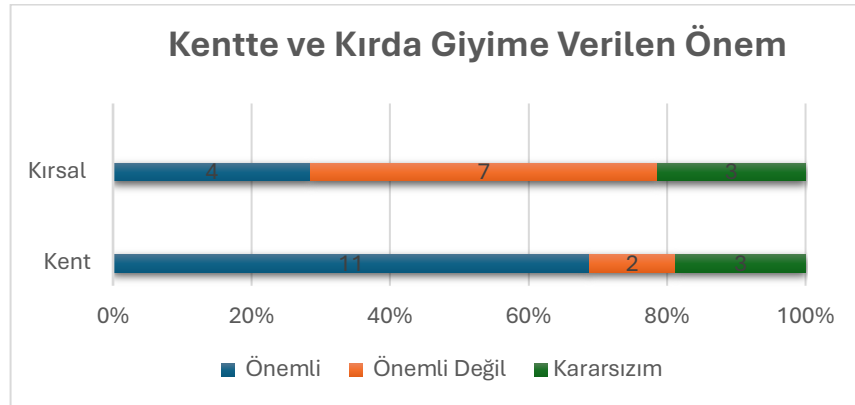
Aşağıda ifadesi yer alan K5 ise gıda atıklarının kentlerde değerlendirilmeden çöplere atılmasının nedenini kentteki insanların hayvanlara ulaşabilecek alanlarının sınırlı olmasında görmektedir. K5'e göre kırsal bölgelerde artan gıdaların hayvanlara ulaştırılabilecek bir alanın/mekânın olmasının gıda israfını azalttığını düşünmektedir.

“Gurbetler daha fazla. Gurbette daha çok. O şimdi artanı gider bi yere çöpe atar. Hayvanın yiyeceğini nereye atacak. Her yirde de köpek olmaz zahten. Ekmekleri yere atıyola sözüm ona. Çok gördük. Yemekhanede dünyanın ekmeği yemeği kalıya. Valla buralarda köylerde olmaz. Burada çöpe atamazla. Emme büyük şehirde nerede bulacak hayvanı. Ankara'da mesela nerede bulacak hayvanı?” (K5, Erkek, 74)

5.1.2. Giyim İsrafı

Çalışmada giyim israfının nasıl gerçekleştiğini katılımcıların deneyimlerinden anlayabilmek adına öncelikle “Sizin için giyim tüketimi/harcamaları temel/öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?” ve “Giyim harcamalarınıza aylık ne kadar bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?” gibi bazı sorular sorulmuş ve giyim tüketimlerine yönelik pratikleri anlaşılmaya

çalışılmıştır. Aşağıda verilen Şekil-9 grafiğinde ise katılımcıların giyim ve giyime yönelik harcamalara verdikleri önem durumu yüzdelik sütun grafiği ile aktarılmaya çalışılmıştır.



Şekil 9. Kentte ve Kırsalda Giyime Verilen Önem

Şekilden anlaşılacağı üzere kentteki katılımcılardan on biri için giyim ve giyime yönelik yaptığı harcamalar “önemli” iken iki katılımcı için “önemli değil”dir. Geriye kalan üç katılımcı bu konuda “kararsız” kalmıştır. Kırsalda durum farklı olmakla birlikte dört katılımcı için giyim harcamaları “önemli”, yedi katılımcı “önemli değil” ve üç katılımcı da “kararsızım” olarak ifade etmiştir. Bu durumda kentteki katılımcıların büyük bir çoğunluğu için giyim ve giyime yönelik gerçekleştirilen tüketim önemli iken kırsalda giyim ve giyime yönelik harcamalar büyük bir kitle tarafından önemsiz görülmektedir. Aşağıda kırsalda yer alan K9 ile kentte yer alan Ş4’ün ifadelerinde de bu farklılığı görebilmek mümkündür.

“Tabii önemli. Ben hiç kısmam giyimime. Harcama yaparım. Düzenli değil ama giyim yani her zaman yapmasan bile yaptığım zaman güzel bir alışveriş yaparım. O an “gördüm, beğendim, aldım” tarzında yaparım. Sezon sonu falan yapmam. Fiyatına bakmam. Tarzıma beğenime uymuşsa tamamdır.” (Ş4, Erkek, 38)

“Ya şimdi kızım ben ihtiyacım olunca alırım. Bi şeyim olmayınca alırım. Ha bir de düşün dernekte alıruz biz buralar. Başka türlü öyle sürekli sürekli alışveriş yapmayuz. Yok alman öyle. Köy yerinde bakılmaz.” (K9, Kadın, 53)

Bir tarafta giyim konusuna çok önem verip harcamalarında “anlık beğeni arzuları” ile hareket edilen giyim tüketimi görülürken bir tarafta giyime önem vermeyen, sadece “ihtiyaç odaklı” ve sadece “özel davetler” için satın alınan giyim tüketim biçimi vardır.

Ayrıca her iki mekânda da yer alan katılımcılar giyime yönelik herhangi bir aylık bütçe ayırmadıklarını ifade etmişlerdir. Kentte yer alan katılımcılar “anlık”, “beğeni” ya da “sezonluk” üzerine giyim harcamalarını yaptıklarını, kırsaldaki katılımcılar da giyim konusunda sadece

“ihtiyaç” olduğu zaman harcama yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu hususta giyim tüketimi ve israfı noktasında her iki mekânda da önemli farklılıklar ortaya çıkmıştır. Ulaşılan alt kategoriler de bu farklılıklara ayrıca değinilecektir.

5.1.2.1.Giyim Tedarik Süreci

Giyim üzerine yapılan harcamaların ihtiyaç ölçüsünde olup olmadığı, giyim alışverişlerini gerçekleştirilecek mekanların doğru seçimi, indirimleri takip edip edememe gibi çeşitli etkenler giyim israfında önemli bir süreçtir. Bu hususta çalışmanın kırsal bölgesinde yer alan katılımcılar için giyim tüketim mekanlarının başında “esnaf tipi işletmeler” gelmektedir. Özellikle katılımcıların tanıdıkları ve bildikleri yerden başkasını tercih etmedikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca zincir marketler ve ilçede yer alan esnaflar da diğer tercih edilen giyim tüketim mekanları olmaktadır.

“Mesela Kastamonu’da bi tane Topçuoğlu halinde ben oraya gittiğim zaman abi senin gömleklerin şurada der. Mesela mağaza gibi küçük bi yer ama esnaf. Baya da samimiyiz yani. Para pul sormazlar yani şimdi. Belirli yerimiz var. “Abi”der, “sana olacaklar şunlar” der. Çıkarır masanın üstüne “rengini beğen sade (sadece)” der. “Olmadı mı koy poşete getir” der. “Ben burada değiştiririm sana” der. Oradan alırım hep, başka yerden hiç almam.” (K11, Erkek, 56)

“Alduğumda Devrekânî⁴⁰’de bizim akrabamız var. Özlem Tuhafe diye ondan alıyoz. Kastamonu’dan alıyoz. Orda da tanıduk var. “Bi şey oldun mu getir abla” der. Bütün parayı elden de istemez. Bizimki (eşi) kahvede falan görüse veri, taksit taksit.” (K3, Kadın, 61)

Yukarıda K3 ve K11 katılımcılarında dikkat çeken husus da giyim alışverişlerinde “güvenilir” olarak konumlandıkları tüketim mekânından başkasını tercih etmemeleridir. Bu mekanları ödeme kolaylığı sunması, iade ve değişimde problem yaratmaması gibi etkenler cazip kılmıştır. Kırsaldaki genç katılımcılar ise Kastamonu’da yer alan alışveriş merkezindeki belirli markalardan alışveriş yaptıklarını ve ayrıca sıklığı çok olmasa da internet üzerinden de zaman zaman giyim ürünleri satın aldıklarını söylemeleri bakımından kırsaldaki diğer katılımcılardan farklılaşmaktadırlar.

“Şimdi yani buralarda pazarda falan çok beğenemiyorum ben. Bakıp aldığım oluyor tabii. Ama Kastamonu’dan alışveriş merkezlerinden alırım genellikle. Öyle pahalı markalarda

⁴⁰Kastamonu’da yer alan bir ilçe. Katılımcıların yaşadıkları bölgeye yakın bir ilçe olması da ayrıca önem arz etmektedir.

bakmam. Ne hoşuma giderse açıkçası. İnternette de nadir bakarım ama söylerim yani.”
(K2- Kadın, 23)

“Defacto, LCW falan var. Ufak tefek öyle aciliyet olanları yine kendi esnaf arkadaşlarımızdan alıyoruz buradan (ilçeden). Mesela ister istemez üzerimiz kirleniyor, şu oluyor, bu oluyor. Buradan merkeze gidene kadar şuradan esnaf arkadaşına gidiyorum. Bazen de internette söylüyorum. Boş vaktim oldukça abla. Ama öyle şehirdekiler gibi dakka başı değil.” (K10-Kırsal)

K10'un vurguladığı “merkeze gidene kadar şuradan esnaf arkadaşına gidiyorum” ifadesi tüketim mekanlarının seçiminde “yakınlık” etkenini öne çıkarmaktadır. Nitekim Savur (2023, s.93-94)’un çalışmasında kırsalda ve kentlerde yer alan gençlerin en çok kendi bölgelerine “yakın” olan tüketim mekanlarını seçtiği, sonrasında “uygun fiyat” ve “güvenilirlik” etkenlerinin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada da kırsaldaki bütün katılımcıların daha çok güvenilir olarak bildikleri, mekânsal olarak yakın olan işletmelerden ve tanıdıkları dükkanlardan giyim ürünleri tercih ettikleri göze çarpmaktadır.

Ayrıca kırsalda giyim konusunda giyim alışverişine çıkma durumu çok az olduğu için giyim alışveriş sıklığı ayda bir bile değildir. Katılımcılar genellikle ihtiyaç odaklı giyim alışverişini gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir, ki bu katılımcılar genellikle orta yaş ve üstü olanlardır. Özellikle düğün dernek gibi toplu yapılan davetler için giyim alışverişini yaptıklarını ve hatta hali hazırda düğüne giyebilecekleri kıyafetleri var ise onlarla yetinebildiklerini ifade etmişlerdir.

“Biz şimdi doğruyu söylemek gerekirse, biz fazla kıyafet almadığımız için her şeyi değerlendirmek zorundayız. Bize gurbetten gelen bi eşyasını versin biz onu giyiyor. Anca mecbura kaldığım zaman bi düğün dernekte giymem gerekiyorsa bi şeyi gine(yine) Seydilerden alırım. Ayağımın dibi.” (K8, Kadın, 52)

“Almaya gittiğimizde Migros’la da var, tanıdığımız yerle va. Markalı yere gidemeyiz. Girdiğimiz devamlı gittiğimiz yerle va. Seydilerden’ de cumartesi giyim için geliyor. Buralar da geliyor arabayla. Ufak tefek araç gelenden alıyoz. Zaten aldığımız düğüne derneğe oluya bizim. Öyle kasabadakile gibi sürekli nereye alıyon köy yerinde. İhtiyacımız, eksikliğimiz olacak ki öyle.” (K13, Kadın, 49)

Çalışmanın kent sahası ise giyim tedarik süreci bakımından kırsaldan farklılık içermektedir. Tüketim mekanlarının kırsala göre daha çeşitli olması, ihtiyaç odaklı tüketim dışında alışveriş yapma isteği, indirimleri takip etme ve hatta sezonluk alışveriş biçimleri gibi çeşitli durumlarla

karşılaşılmıştır. Bu hususta kentte giyim için tercih edilen tüketim mekanları sırasıyla “alışveriş merkezleri”, “mağazalar”, “internet” ve “butik” olmuştur. Kırsalda yer alan esnaf tipi giyim mağazası tercihi, kentte yerini “butik” mağazalara bırakmıştır.

“Genelde mağazalardan ya da butiklerden alıyorum. Alışveriş merkezlerindeki mağazalardan. Online da yaparım bak. İnternet üzerinden yani alışveriş merkezine gidip çok fazla alışveriş merkezinde mağaza gezmiyorum. Genelde online beğenip sipariş veriyorum. İndirimleri takip ediyorum dönem dönem.” (Ş1, Kadın, 25)

“İleride bir tane Pink Butik diye bir yer var, alırsam oradan alıyorum. Abimin ortağı. Onun dışında şu ayakkabımı Trendyol’dan indirimde girmişti oradan aldım. Genelde butik ve internet. Mağaza, AVM falan çok değil.” (Ş3, Erkek, 25)

“Sezondan almam hiçbir zaman yani aldığımı genelde Bahçelievler⁴¹. Böyle butik uygun, var ileride. Çok güzel bir yer. Marka mağazalar da böyle çok uygun olacak çok büyük bir indirimde girecek öyle alırım. İnternetten de söyleriz kızım.” (Ş5, Kadın, 50)

Kentteki katılımcılardan memur emeklisi erkek katılımcı dışında tüm katılımcılar internet alışverişini yapmaktadır. Kırsalda internetten alışveriş yapan sadece üç genç katılımcı iken kentte on altı katılımcının on beşinde de internetten alışveriş söz konusudur. Özellikle internetin ürünlere kolay ulaşılabilirlik sağlaması, zamandan tasarruf, ürün çeşitliliği, kupon sistemi adı altında ürünlerin mağaza fiyatlarına göre indirimli hale gelmesi ve alınan ürüne ait “garanti güvencesi” sağlaması gibi etkenler kişileri cezbetmektedir.

“Genellikle internetten alıyoruz ya da AVM’lerden. İnternette çeşitler çok, fiyat aralıkları oluyor sezon indirimleri oluyor ya da AVM’lerden de görerek alabiliyoruz. Ama daha çok internetten alıyoruz. Çünkü aralarında markaların daha çok rekabet oluyor. O yüzden de 5 kuruş 10 kuruş birinden ucuz oluyor. Taksit olayları var, kampanyaları var. O yüzden daha rahat alabiliyoruz. Bir de internette seçenek çok. İade süreci de kolaylık sağlıyor. Çaba sarf etmiyoruz yani alırken.” (Ş9, Kadın, 49)

Ayrıca katılımcılar kent yaşamı içerisindeki yoğun iş temposunun ve koşturmacanın internetten alışverişini gerekli kıldığı düşüncesini paylaşmışlardır. Alışveriş merkezlerindeki mağazalara ayrılacak vakit yerine internetten alışverişin kolaylık sağlamasını tercih etmektedirler. Aşağıda yer alan Ş11 ve Ş12 katılımcılarının ifadeleri de bu durumu özetlemektedir.

⁴¹ Araştırmanın kent sahasında yer alan Çankaya ilçesinin bir mahallesi.

“Vaktimiz varsa AVM’ye gidiyoruz ama vaktimiz yoksa internet sitelerinden Trendyol’dan herkesin kullandığı sitelerden temin ediyoruz. İş temposundan vaktimiz olmuyor. İnternet bu konuda rahatlık.” (Ş11, Erkek, 27)

“Ağırlıklı internet ya. Çok zaman bulup dışarı çıkamadığımız için internetten oluyor. Zamanımız olur da dışarı çıkarsak ki o da bayramda seyranda anca o zaman kapatabiliyoruz ya da o zamanlarda AVM’lere gidiyoruz O yüzden kurtarıcımız internet.” (Ş12, Erkek, 45)

Ayrıca internetten alışveriş biçimi katılımcıların gözünde “indirimli alışveriş” olarak görülmektedir. Katılımcılara indirimleri takip edip etmedikleri sorulduğunda internetten indirimleri takip ettikleri çoğunlukla ifade edilmiştir. Kırsalda giyim ürünlerinde indirim takibi mağazaya gittikleri andaki indirimli ürünlerle eş değer görülürken kentteki indirim algısı farklıdır. Özellikle kentte internetten alışveriş ve sezonluk alışveriş indirimli olarak yapılan bir alışveriş türü olarak görülmektedir. Aşağıda ifadeleri yer alan Ş16, Ş15 ve Ş8 katılımcıları için de bu durum geçerli olmuştur.

“Kışın yaz dönemi yazın da kış dönemi için alıyorum. Toplu bir şekilde. Atıyorum şöyle kışın bir polar montla cekete ihtiyacım varsa yazın sezon sonu ayısını aynı anda alırım. Çeşit çeşit bakmaktan da hoşlanmam açıkçası. Aynı anda alırım ve indirim yakalamayı çok severim. Hiç affetmem. O yüzden sezon sonu takip ederim internetten”. (Ş16, Erkek, 22)

“Genellikle alışverişlerimi de yazlık ve kışlık olarak yapıyorum. Bir kerede yapmasam bile aynı dönem içerisinde indirim ürünlerini almaya çalışırım o yüzden. Alınca da en ihtiyacım olan neyse, neyin eksikliği varsa ondan almaya başlarım. Atıyorum pantolonum bir tane kalmıştır ilk gider pantolon alırım. Daha sonrasında ama indirimde başka bir kazak görürüm ya da tişört görürüm çok önemli ihtiyacım değildir, birinci önceliğim değildir ama beklediğimin çok altında bir fiyata sahiptir, olması gerekenden çok aşağı fiyatadır alırım. Seneye almak için onu da alabilirim.” (Ş15, Erkek, 25)

“İndirimleri özellikle takip etmem. Ama indirime denk geldiğim zaman atıyorum sezon sonunda bir ihtiyacım varsa onu sezonunda asla almam. Sezonun sonunda seneye de ihtiyacım olacak indirimden alırım. O şekilde takip ederim ama ay şu markada yüzde 40 indirim varmış oraya gitmeliyim demem. Aldığım şeyleri mümkün oldukça sezon sonunda alırım. Daha ucuza alırım.” (Ş8, Kadın, 41)

5.1.2.2. Giyim Tüketim Biçimleri

Çalışma kapsamında ulaşılan bir diğer alt kategori de “Giyim Tüketim Biçimleri” olmuştur. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde en son gerçekleştirdikleri giyim alışverişini üzerinden öncelik

verdikleri hususların neler olduğu, ihtiyaç dışında satın aldıkları giyim ürünlerinin olup olmadığı ve varsa neden satın alma eyleminde bulundukları gibi çeşitli derinlemesine sorular sorulmuştur. Böylelikle kentsel ve kırsal mekanlarda giyim üzerine farklı tüketim kalıpları ile karşılaşmıştır.

Kentte yer alan katılımcıların çoğununum giyim üzerine önemli harcamaları bulunmaktadır. En son yaptıkları alışverişlerin genellikle ihtiyaçları dışında gerçekleştiği görülmektedir. Alışverişlerinde indirimin önemli bir etken olduğu vurgulanmaktadır. Beğendikleri ürünlerin uygun fiyata gelmesi ya da indirimde girmesi kişileri o ürünü satın almaya itmiştir. Aşağıda ifadesi verilen Ş14'ün ifade ettiği gibi istediği ürünün indirimde olması ve ürünü taksitle alabilmesi alışverişinde etkili olmuştur.

“En son bu sabah aldım. Fiyatı düşmüştü bir tane yelek aldım. Üç taksite böldüm, aldım. Bana bir hitap etti ikinci de marka olduğu için. Mesela bugün ki ihtiyacım yoktu ama aldım dursun yani.” (Ş14-Kent)

Ş13 ise giyim üzerine yaptığı harcamalarının önemli olduğunu ve işi gereği göz önünde olmasının onda kıyafet almayı gerekli kıldığı gibi bir algıya neden olduğunu belirtmektedir. Özellikle “Sürekli aynı şeyleri giyemem” ifadesi sosyal statüsünü toplum içerisinde koruması adına tüketim gerçekleştirdiğini gösterir. Ayrıca en son yaptığı alışverişinde sezon sonu ürünleri daha uygun fiyatta olması sebebiyle aldığını, ancak satın aldıklarına ihtiyacı olmadığını belirtmiştir.

“Giyim için harcama yapmak benim için önemli. Öğretmen olduğum için kılık kıyafetime özen göstermem gerekir. Sürekli aynı şeyleri giyemiyorum. Arada bir değişik şeyler giyiyorum o yüzden. Biraz fazla gereksiz harcama yapıyorum. En son alışverişime bakıyorum bekle. 2 hafta önce. Yazı düşünerek almışım bir tane. Yaz alışverişi yaptım kıştan. Bir de bir tane daha hırkam olsun diye yapmışım. Yazın alacağımı ucuz getirmek için aldım. Yazın daha pahalı olacak çünkü. Hırkayı da farklılık olsun diye aldım aslında var o tipte. Ama farklılık olsun diye aldım.” (Ş13, Kadın, 27)

Ş5 de “düşük fiyat, çok ürün” mottosuyla hareket ederek satın alma davranışı gerçekleştirmiştir. Aldığı ürünlerin uygun fiyatlı olması kişiyi daha fazla ihtiyaç dışı ürün almaya sevk eder. Ş5 bu tüketimi arzularını kontrol edememesi sebebiyle gerçekleştirdiğini vurgulamıştır.

“En son iki hafta önce almıştım. Annem doğum günüm için para vermişti. Burada cadde de uygun bir butik bulmuştum orada üzerine çok az bir şey koyarak açıkçası çok uyuca çok fazla kıyafet aldım. Ucuz çünkü ama ciddi uygundu. Yani şöyle benim günlerim var orada da

şık giyiniyoruz. Atıyorum şu üstümdeki kazakta 150 lira ya da böyle hani bir penye de 150 lira ama suni deri bir elbise de 150 lira. Hani öyle bir yerden aldım. Mesela pırıltılı düğünlerde giyebileceğim etek bluz falan aldım bir tane de kadife elbise aldım. Düşün yani 8 tane ürüne 1250 lira verdik biz. Oğluma 3 tane sweatshirtaldık. Düşün. Böyle olursa alışveriş yapmayı seviyorum. Ama işte moda işte görüyorsun nefsin, ay güzel, ya da ucuz işte. Yanlış ama ne yapalım bazen nefsimiz önümüze geçiyor.” (Ş5, Kadın, 50)

Kentte ayrıca giyimle ilgili takıntılı satın alma eylemi görülmüştür. Bu durum özellikle kentteki genç katılımcılar arasında yaygındır. Takıntılı satın alma biçimi en çok “ayakkabı” ürününe karşı gerçekleşmiştir. Bu tavır kentteki giyim tüketim biçiminin hedonik tüketimle eş değer görülmesine sebep olur. Nitekim Doğan vd., (2013, s.70-71)’nin de çalışmasında bahsettiği gibi hedonik tüketim bireyin satın almak istediği mal veya hizmette aradığı “haz”, “tatmin duygusu”, “yeni trendleri benimseme”dir. Burada birey ekonomik ve rasyonel olmayan, sadece kendilerini mutlu eden hazzı bir tüketim şekli gerçekleştirir. Bireyin alışveriş sürecinde tek amacı kendi mutluluğu ve hazzıdır. Benzer şekilde aşağıda ifadeleri verilen Ş1, Ş4, Ş12 ve Ş14 katılımcılarının bir giyim ürününü sürekli ve ihtiyaç dışında almalarının nedenini “seviyorum” ya da “tarzımın parçası” olarak belirtmeleri hedonik tüketim biçiminin yansımaları olarak değerlendirilebilir.

“Markaya takıntım maalesef var. Markalı şeylerde tarzıma uygun şeyler bulduğumda da alırım yani. Tarzıma uygunsa bir kıyafet o zaman alırım yani. Hiç acımam. Zaten en çok benim ayakkabı, en çok benim... Koleksiyon da değil de seviyorum ya.” (Ş12, Erkek, 45)

“Ben en çok ayakkabı alırım bir de. Çünkü her geçen gün zamlanıyor bir de gözüme hitap eden ayakkabıyı hiç düşünmeden alıyorum ben. 15 ten çok çok daha fazladır ayakkabım. Hep marka alıyorum. Çok seviyorum.” (Ş14, Erkek, 28)

“Valla en son kazak aldım LCW’dan. Bir ay oldu olmadı. Rengi yeşildi böyle. Rengi hoşuma gitti uzun da hani popomu falan da kapatabilir. Bana uygun görür dedim. İhtiyacım da yok ki açıkçası. Sürekli aldığım şey var ama şal. Şal alıyorum. Şimdi biraz takıyorum takıyorum, onu kullanıyorum kullanıyorum, baktığım zaman öteki aldığımı çıkarıyorum ortaya.” (Ş2, Kadın, 55)

“En son yaptığım giyim alışverişi butiktendi. İki hafta önce sanırım. İlk önce kalitesine dikkat ettim. Benim için kaliteli olsun kendi zevkime hitap etsin. Üzerime yakışıyorsa alırım. Ama ne yazık ki çanta-ayakkabıda markaya önem veriyorum. Kaliteli olsun daha uzun yıllar kullanabileyim diye. Onlarda biraz takıntım var. En çok mont kaban alıyorum. Sürekli alıyorum.” (Ş1, Kadın, 25)

“En son eşime hediye almıştım 2 hafta 3 hafta önce. Ayakkabı ve mont aldık. Biz zaten aldığımız zaman çok iyi harcayarak alıyoruz. Marka olması kaliteli olduğunu gösteriyor. Uzun ömürlü gidiyor. Bir de mallarına sahip çıkıyorlar. Bir de benim ayakkabı şeyim var isteğim mi desem ne desem. Ayakkabı takıntım var. En çok ayakkabı alıyorum. Sürekli alırım. Beğendiğimi alırım, bakmam parasına. Seviyorum bir nedeni yok tarzımı oluşturuyor bence ayakkabı.” (Ş4, Erkek, 38)

Kent sahasında kırsaldaki gibi ihtiyaç odaklı ve kanaatkâr tüketim tarzı her ne kadar benimsenirse de ihtiyaç odaklı giyim ürünü alan katılımcılar da bulunmaktadır. Bunlardan Ş6, Ş7 ve Ş9 katılımcılarının ifadeleri aşağıda yer almaktadır.

“En son mont almıştık beraber oğlumla. İhtiyacım var da bir de o zaman tesadüf şeydi de indirim zamanlarıydı da. Nasılsa ihtiyacımız vardı alırsız dedik aldık. İhtiyacım varsa bana da hitap ediyorsa içime ısındıysa alırım. Ama öyle sürekli tekrar eden yok. Giyime çok bütçe ayıramıyoruz. Artık sene de bir belki.” (Ş7, Erkek, 64)

“Elimdekilerle ben çok güzel idare edebiliyorum ama alanlara da saygı duyuyorum. Zaten insanlar şimdi az paraya daha çok kıyafet almayı tercih ediyorlar parası olan zaten kalkıyor markalardan oradan buradan alacağını alıyor. Ama bir gıda kadar benim için önemli değil. Genelde elimdekilerle, hediyelerle, doğum günümde gelenlerle yetiyor açıkçası. Giyime harcama yapmıyorum. İhtiyacım oluştuğunda almayı tercih ediyorum her zaman.” (Ş9, Kadın, 49)

Aşağıda ifadesi yer alan Ş6’ya göre de giyim sektöründe “moda” etkeninin insanları tüketime sevk etmesine yönelik eleştirisi olmuştur. Modanın sabit kalmayıp sürekli değişmesi bir pazarlama stratejisidir ve böylelikle insanları sürekli tüketime sevk etmektedir. Bir dönem giyimde yarattığı moda unsurunu bir sonraki dönem değiştirir. Amaç burada “moda” değil, bireylerde tüketimi sürekli kılmaktır.

“Sadece ihtiyacım olduğunda alırım. Bende moda diye bir kavram yok. Moda ne anlaktır, aylıktır. “Aa bahar rengi turuncu” al, “yazın etek giyeceksin” al falan derler ama bende öyle bir şey yok. Ben sadece kendi modamı yaratırım. Aslında bu moda tuzak. Seni alışverişe itiyor. Ama ben alışverişe gidip de hiçbir şey almadığım çoktur benim. İhtiyaca bağlı sadece. İhtiyacım varsa alırım yoksa almam.” (Ş6, Kadın, 44)

Literatürde bu durum “hızlı moda” kavramı ile açıklanır. Hızlı moda sürekli üretim sağlayarak tüketiciye sürekli tükettirmek isteyen bir anlayışla hareket eder (Yücel ve Tiber, 2018, s.372).

Giyim sektörünün büyük şirketleri modayı sürekli tazeleyerek daha fazla kar elde eder ve böylece kaynaklar hızlı tüketilir ve üretim sürecinin çevreye zararı artar (Yücel ve Tiber, 2018, s.372). Dolayısıyla hızlı moda kavramını oluşturan giyim endüstrisi, tüketimi arttırarak atıkların oluşmasına sebebiyet vermiş ve giyim israfında başlıca rol oynamıştır.

Çalışmanın kırsal sahasında ise giyim üzerine gerçekleşen tüketim biçimleri kentten farklılaşmaktadır. Katılımcıların genellikle gösterişsiz, sade ve kanaatkâr tüketim biçimi sergiledikleri görülmektedir. İhtiyaç odaklı ve sahip oldukları ile yetinen bir anlayış göze çarpmaktadır. Kıyafetlerin uzun süreli ve eskiyene kadar kullanılması durumu söz konusudur.

“Kebeci’den⁴²geçen sene sanırım bi pantolon aldım. Daha uygun oluya kaliteli de. Milton⁴³ almıştım. Fazla da almayon yani. Bana yetecek kada neyse o hep. Yani bizde devamlı iyi şeyi giyemeyoz. Devamlı gidiyo. Eski olanı giyiyoz mecbur. Mesela bu şekilde ben dama (ahıra) gidemen. Gittiğin zaman bi yerin kalmaz (kirlenir mahvolur). Eski kıyafetlerinen gidiliyo.” (K5, Erkek, 74)

“Ben gittim mi çarşıya bir kere alırım. Mesela söylemesi ayıp 900 milyon (900 TL) dedi bi koli çoraba alıyom, onu eskiyene kadar giyiyom. Mesela bi gocuk⁴⁴ al, elbise al mesela bi beş sene gider benim için. Benim görüşüm o. Şöyle bi takım dururken bi takım daha almaya yoh. Mesela Fatih’in (oğlu) düğününde aldık hala duruyo. Şimdi mesela bi toplantıya onu giyiyoz çıkar gitsin. Köy yerinde de durduğumuz için ihtiyaç değil.” (K4, Erkek, 58)

K4 ve K5 katılımcılarının ifadelerinden anlaşılabacağı üzere kırdaki faydacı tüketim kalıbının giyim konusunda daha baskın olduğu görülmektedir. Katılımcılar sürekli giyim alışverişi yapmanın doğru olmadığını, ihtiyaç ölçüsünde satın alma kararı verdiklerini ve alacakları malın bütçelerine uygun olmasına dikkat ederek uzun ömürlü kullanabilecekleri kalitede karşılaştırma yaparak ürünleri temin ettiklerini ifade etmişlerdir. Nitekim bu durum faydacı tüketim biçimi ile eş değerdir. Faydacı tüketim kişinin satın alacağı şeyin başta ihtiyacı olmasına dikkat ederek bütçesine en uygun gördüğü mal veya hizmetin marka ve firmalar arası karşılaştırmasını yaparak en yüksek faydayı elde etmek için “az ürün çok işlevsellik” durumuna dikkat eder (Doğan vd.,2013, s.70). K4 giyim alışverişinin faydacı yönüne dikkat ederek satın almayı gerçekleştirmesinin nedenini ise kırsaldaki iş yükünün giyim konusuna önem vermeyi

⁴²Kastamonu il merkezinde yer alan süpermarket.

⁴³Kastamonu yöresel ağzında “gömlük” anlamına gelmektedir.

⁴⁴ TDK Sözlüğüne göre; “tek parça hayvan postundan yapılmış olan ceket” (<https://sozluk.gov.tr/>)

gerektirmediğini ve hatta eskiyen kıyafetlerin iş kıyafeti olarak kullanılmasını zorunlu kıldığını vurgular.

Kırsalda giyim tüketimi ile ilgili dikkat çeken bir diğer husus en son yapılan alışveriş tarihinin kentte göre farklı olmasıdır. Kentte en son yapılan alışveriş için “bugün”, “2 hafta önce” ve “bir ay oldu” gibi ifadeler yer alırken kırsalda “2 ay önce”, “3 ay önce” ve “3 sene” gibi ifadeler kullanılması giyim alışveriş sıklığının kırsalda azaldığını göstermektedir.

“En son kardeşimin oğlunun sünnet düğünü olmuştu. Ayakkabı filen almıştım. 3 ay filen oluya. 2 milyarlık aldım. Bi çanta aldıydım 700 milyona bi de elbise 2 milyar 700 e aldıydım. İki senede bi değiştiriverim ben. Öyle modaydı falan girmem. İkinci kez üçüncü kez her yere giyerin. Durumum alsan her gün alıyonda almak istemeyen. Günah. Çoluğuma çocuğuma birikim olsun.” (K3, Kadın, 61)

“En son oğlumun düğününde aldumudu. Üç sene geçti belki de. Abiye kıyafet elbise. 600 liraydı. Onun dışında bi şey almadım. Uzun ömürlü kullanıyom zahten. Bir yıl mesela gidiyo rahat. Yırtıldığı şeyleri kenarın falan dikiyoz köyde nasılsa giyiliyo. Öyle hani eskidi diye atmıyoz.” (K12, Kadın, 48)

Yukarıda ifadeleri yer alan kırdaki katılımcıların en son yaptıkları alışveriş de dahi satın alma nedenleri genellikle özel günler için olmaktadır. Ayrıca K3, gereksiz, fazla giyim tüketimini “günah” olarak değerlendirmektedir. K12 ise, yıpranan ya da eskiyen giysilerini yeniden kullanabilmek için tamir ettiğini ve kullanım ömrü bitene kadar kullandığını ifade etmiştir. Dolayısıyla kırsalda kentteki gibi ihtiyaçtan öte, istek ve arzularla hareket edilmeden, bir amaç doğrultusunda satın alma eylemi gerçekleştiği görülmektedir.

5.1.2.3. Giyim İsrafına Karşı Önlemler

Günümüzde giyim endüstrisinin yükselişi, ucuz giyimle “kullan at” sisteminin yaygınlaşması, akışkan ve takip edilemez moda anlayışı ve reklamlar gibi çeşitli etkenlerin benimsenmesi giyime yönelik tüketimi arttırarak israfa yol açmıştır. Bu hususta sürdürülebilir moda ve oluşan giysi atıklarının geri dönüştürülmesi çok önemlidir. Katılımcılara bu hususta satın alınan ürünün kullanım süresi, eskiyen, uymayan ya da beğenilmeyen kıyafetleri nasıl değerlendirdikleri gibi çeşitli sorular sorulmuştur. Bu hususta her iki sahada da sahip olunan kıyafetlerin kullanım süresi oldukça uzundur. Tüm katılımcılar kıyafetlerini kullanılamayacak hale gelene kadar giydiklerini ifade etmişlerdir.

“Uzun yıllar kullanıyorum. Artık az ürün alıp kaliteli ürün alıyorum. Markalı ürün alıyorum ama belki bir beş altı sene, belki hatta on sene kullandığım bile ürünler var yani.” (Ş1, Kadın, 25)

“Uzun süre gidiyor ya. Aldığımı öyle attığım olmadı. 4-5 senedir aldıysam onları hiç atmadım. Giyerim uzun süre.” (Ş13, Kadın, 27)

“Gider gitmez mü? Otuduğun şu koltuklar bile 30 senelik, sen hesapla giyafeti. Bir 10-15 sene gider giyafetim de. Yıkar temizler yine giyerin.” (K7, Erkek, 66)

“Valla ben öyle fazla düğün derneğe aşırı her gün dışta olmaduğum için bi sene de giyiyom iki sene de üç sene de giyiyom.” (K9, Kadın, 53)

Yukarıda ifadeleri verilen kentsel ve kırsal mekanlardaki katılımcıların giyim ürünlerini kullanım süreleri oldukça uzundur. Ancak bu durum giyim israfını engellemede önemli bir ölçüt olmayabilir. Nitekim bir giyim ürünü her ne kadar uzun süreli kullanılsa da ihtiyaç dışı ürün alımı devam ettiği sürece yeterli değildir. Bu hususta katılımcılara *“daha önce satın alıp da hiç kullanmadığınız/giymediğiniz kıyafetleriniz oldu mu?* sorusu sorularak meselenin daha derinine inilmeye çalışılmıştır. Sonuçta kentteki katılımcılarda giyim ürünü alıp sonrasında hiç giymediğini belirten katılımcı sayısı on iken kırsalda dört olmuştur. Genellikle *“bedenlerin uymaması”, “iade veya değişim sürecinin geçmesi”, “sonrasında beğenmeme”* gibi sebepler sıralanmıştır.

“Alıp da giymediğim giysilerim oldu ya. Ayakkabı aldım giyemedim bedeni olmadı, gömleğim oldu, pantolonum oldu mesela onu beğenmedim. Ama atmaya da kıyamıyorum. Zamanında para vermişim şimdi onlar çok pahalı ama giysem de olmuyor. O yüzden atamıyorum da. Hep de kaliteli şeyler. Bunu kalkıp da başka insanlara ne düşünür manasında veremiyorsun. Hani şimdi kendi giymediğini başkasına veriyor deniyor ya başka kesimler de o yüzden de veremiyorum.” (Ş9, Kadın, 49)

“Aldığım ama kullanmadığım ürünler oldu. Mesela geçen ay aldığım çantayı hiç takmadım. Dolabımda duruyor. Sonradan beğenmedim. Bir de iyi para vermiştik. Duruyor öylece” (Ş13, Kadın, 27)

“Hiç giymediğim tabi var. Ben geçtiğim sene bir kışlık mont almıştım. Tabi yaş skalası sonradan öğrendim tabi biraz 50 yaş gibiydi. Bir kere giydikten sonra onu hiç kullanmadım. Hatta şöyle örnekleyim. Ben internet sitesinden uygulamaya çıkardım bir Allah’ın kulu da yazmadı. Bir kere giydim sadece. İade şansım da yoktu. İade edemedim kaldı.” (Ş16, Erkek, 22)

Kentteki Ş9 ve Ş13 katılımcılarının ifadelerinden anlaşılacağı üzere satın alıp sonrasında hiç giymediği kıyafetlere yönelik herhangi bir geri dönüştürme ya da değerlendirme işleminin yapılmadığı ifade edilmektedir. Ş16 ise giymediği ürünü çevrimiçi ikinci-el giyim eşyası programı üzerinden satmaya çalışarak bir değerlendirme sürecine girdiğini belirtmiştir. Kırsalda ise giyilmeyen kıyafetlerin büyük çoğunluğunun “ihtiyaç sahiplerine” ya da “yakın akrabalarına” verilerek değerlendirildiği genellikle göze çarpan husus olmuştur.

“Bir tane oldu. Elbise almıştım internetten. Bana olmamıştı bedeni dar geldi. Sonra geri iade süresi dolduğu için edememişim geri. Ama onu da ablama verdim. Ablam giyiyor.” (K1, Kadın, 19)

“Alıp da hiç giymediğim var ya duruyo. Ama değerlendirmesini şöyle yapıyorum. Ablam ya da yengem bana geliyor. Ablam benden bi yaş büyük. Yengemle de aynı yaştayız. Onlara veriyorum olmayanları genellikle. Benim ailem kalabalık bir aile. Ben 9 kişi büyüdüm. Bana gelince dolabımı boşaltıp gidiyorlar. Çöpe falan hiç gitmez. (K2, Kadın, 23)

“Mesela etiketi üzerinde duran eşyalarım var. Hiç giymediğim. Duruyor dolapta.” (K6, Erkek, 24)

Kırsalda dikkat çeken bir husus satın alınıp sonrasında hiç kullanılmayan giysilerin daha çok genç katılımcılar (K1, K2 ve K6) arasında görülmesidir. Nitekim kırsalda orta ve üstü yaştaki katılımcılarda giyim tüketiminin azaldığı gözlemlenmektedir. Ayrıca katılımcılara beğenmedikleri, uymayan ya da eskiyen kıyafetlerini nasıl değerlendirdikleri sorusu sorulmuştur. Kırsalda bu soru, ağırlıklı olarak kullanılmayan, eskiyen ya da beğenilmeyen kıyafetlerin “ihtiyaç sahiplerine verme” ya da “yakın akrabalara verme” şekliyle değerlendirdikleri ifade edilmiştir. Ancak katılımcılar arasında en çok tekrar eden vurgu ikinci el olarak verilebilecek olan kıyafetlerin başkaları için “giyilebilecek durumda olması”dır. Ayrıca kırsaldaki katılımcılar kıyafetlerini kullanılmayacak hale gelene kadar giyip sonrasında sobada yaktıklarını, farklı amaçlar için kullandıklarını ve en son raddede çöpe attıklarını ifade etmişlerdir.

“Onları ne yapıyorum? Çoğunluk tanıdığımız ihtiyaç sahipleri var onlara veriyorum “ki” düzgünse. Eğer düzgün değilse valla işin açıkçası parçalıyorum aracımı siliyorum ne bileyim işte bez yapıyorum. ATV’miz var, arabamız var onların bakımını falan yaparken garajda kullanıyoruz.” (K10, Erkek, 20)

“Onları veriyoz uygun olanları. Gastamonu’da ben veriyem tanıdıglara olanlara verin diye. Eskilerini filan vermeyem. Yani dar gelenleri filan veriyem. Eskileri vermem yok yok günah. Kendü beğenmediğim filan değil mesela daralanı öylelik veriyem. Olmayanları yeni olarak veriyon. Yırtık pırtık olanı da münasip olanı elimde dikerim en kötü olunca yakuverün. Dışarıda sokakta yakuveriyom. Bürüktürüyön öyle yakuveriyom.” (K3, Kadın, 61)

Kırsaldaki katılımcıların ifadelerinde görülen en temel şey aslında giyim konusunda elindekilerle yetinme durumudur. Bu konuda Sarah Lazarovic’in tasarladığı *“The Buyerarchy of Needs”* piramidinin en alt kısmında yer alan *“Sahip Olduklarını Kullan”* basamağı ile Nas (2022, s.96)’ın bu piramidi İslam iktisadına uyarladığı en alt basamaktaki *“Kanaat et”* noktası ile özdeşleşmektedir. Katılımcılar burada sahip oldukları giyim ürünlerinin kullanılmayacak hale gelene kadar eldekilerle kanaat edip sahip olduklarını sonuna kadar kullanmaktadırlar. Bu durum kırsalda, ki özellikle yaşı büyük katılımcılarda yaygın biçimde gözlemlenmiştir.

Kırsalda yer alan K1, yaşadığı bölgede yaygın olan eskiyen kıyafetlerini *“sobada yakarak yok etme”* metodunu kullandıklarını ifade etmiştir. Ancak K1, bunun yanı sıra kullanmadığı ya da kullanılmayacak hale gelen, bedeni artık uymayan kıyafetlerinden işlemler yaparak farklı bir kıyafet oluşturduğunu ifade etmiştir. Katılımcının daha önceden tekstil fabrikasında çalışması nedeniyle bu konuda yeteneği bulunmaktadır.

“Genellikle yakıyoruz sobada. Banyoya falan kazan yakıyoruz ısınsın diye orada atıyoruz genelde. Giyemeyeceğimiz için yırtık pırtık hale gelince. Mesela hani üstümdeki olsun bunun diyelim bir yeri yırtıldı yama da yapamıyoruz mesela ben bunlardan daha güzel başka bir şey çıkarmaya çalışıyorum. Kendimde tekstilci olduğum için. Kumaşları değerlendiriyorum. Bu da kumaş üstümdeki. Benim aslında bu olmayan gömleğimdi. Kestim ekleme yaptım, şuraya cep ekledim, broş gibi oldu. Aslında daha güzel bir gömlek diktim.” (K1, Kadın, 19)

K1’in yeniden değerlendirme işleminin karşılığı literatürde *“Upcycling”* olarak geçen *“İleri Dönüşüm”* kavramı ile açıklanabilir. *“Upcycling”* kavramı elde olan bir ürünün yapısını bozmadan eklemelerle yeniden kullanıma hazır hale getirip ömrünü uzatmak olarak tanımlanabilir (Yücel ve Tiber, 2018, s.378). K1 de bedeni uymayan gömleğini genel formunu bozmadan farklı kumaşlarla ekleme yapıp eskisinden daha kullanışlı ve daha estetik bir forma dönüştürmüştür.

Çalışmanın kent sahasında ise kullanılmayan, beğenilmeyen ve eskimiş kıyafetlerin değerlendirilmesi noktasında ağırlıklı olarak *“kullanılmış giysi kumbarası”* kullanılmaktadır. Kırsalda kullanılmış giysi kumbarası hiç kullanmamışken kentte bu durumun farkındalığı ve

kullanımının yaygın olması mekânsal bir farklılık içermektedir. Sonrasında ise kentte “ihtiyaç sahiplerine verme” biçimi en yaygın verilen cevaplardan bir diğeri olmuştur.

“Olmayanları mutlaka birine veriyorum. Bende eski ama hani başkasında yeni olabiliyor. Ya da şey var şurada şimdi yine koymuşlar. Kumbara. Bizim sokağında oraya baya atmıştık. Bir de Tuzlu Çayır tarafında bir yer var ablam tanıyor oraları üç dört poşet oğlumun olmayanları ayırıyorum gönderiyorum. İhtiyaç sahiplerine gidiyor.” (Ş6, Kadın, 44)

“Giymediğim kıyafetleri genellikle ihtiyacı olan insanlara vermeye çalışıyoruz. Kapıcımıza veriyoruz. Ya da köye gidiyor. Köyde dağıtılıyor. Bir kere de Kızılay’ın giysi kumbarası var oraya vermiştim.” (Ş13, Kadın, 27)

Nitekim katılımcıların ifadelerinde yer alan giysi atık kumbaraları literatürde önemli bir yer edinmiştir. Bu hususta tüketicilerin oluşturduğu giysi atıklarının değerlendirmesi iki biçimde ele alınmıştır. Birincisi “giyilebilir giysi atığı” iken, ikincisi “giyilemez giysi atığı”dır. Burada giysi atıklarının giyilebilir olanları toplanıp gerekli işlemlerden geçtikten sonra ihtiyaç sahiplerine verilirken, giyilemeyecek olan atıklar kimyasal ve fiziksel işlemlerden geçip ikincil hammadde olarak (Yücel ve Tiber, 2017, s.376) “otomobil, dolgu malzemesi, tavan izolasyonu malzemesi, ses izolasyonu, panel kaplaması veya mobilya dolgusu” gibi çeşitli alanlarda yeniden kullanılmaktadır (Can ve Ayvaz, 2017, s.117).

“Eskiyenleri zaten çok eskimiş oluyor o yüzden şey yapmıyorum çocukların eskisini kumbaralara atıyorum. Benim yeğenimin çocukları da var onlara da verdiğim oluyor. Arkadaşlarımın çocuklarına. Bazılarını kumbaralara atıyorum.” (Ş8, Kadın, 41)

“İhtiyaç sahiplerine veriyorum. Çevremizde ihtiyacı olan herhangi birine ayırıp ihtiyaç sahiplerine veriyorum. Çöpe asla atmam. Ya da geri dönüşüm kutusuna atıyorum. Ama güzel giyilebilir ürünleri ayırıp ihtiyaç sahiplerine veriyorum.” (Ş1, Kadın, 25)

Giysi atık kumbaralarının çalışmadaki kent sahası için önemli olduğu görülmektedir. Nitekim saha sürecinde katılımcılarla görüşülen bölgelerde çeşitli alanlarda giysi atık kumbaralarıyla karşılaşmıştır. Aşağıda yer alan fotoğraf, çalışmanın sahası olan Ankara Çankaya ilçesinde gerçekleştirilen görüşmeler sırasında karşılaşılan ve katılımcıların görüşmelerde bahsettikleri giysi atık kutularıdır.



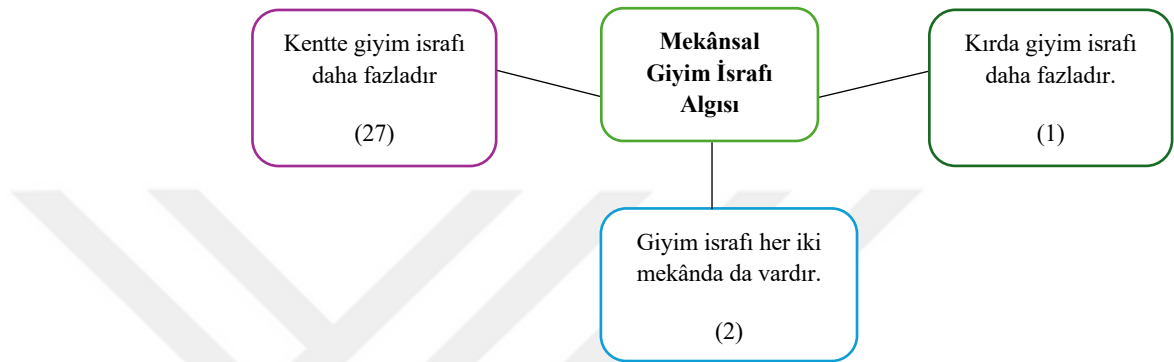
Fotoğraf 1. Kullanılmış Giysi-Ayakkabı Kumbarası

Kentte yer alan katılımcı Ş16 ise uymayan ya da beğenmediği kıyafetlerinin bir kısmını oturduğu bölgedeki belediyenin giysi atık kutularına bıraktığını, bir kısmını da çevrimiçi dijital platform üzerinden ikinci el olarak sattığını ifade etmiştir. Söz konusu katılımcı, çevrimiçi platformu kullanan kentteki en genç tek katılımcıdır. Nitekim günümüzde dijital platformlar aracılığıyla yükselişe geçen internetten alışveriş aynı zamanda tüketicilerin ikinci el kıyafet satın almalarını da sağlayan bir duruma dönüşmüştür. Sadece Türkiye’de çevrimiçinde yer alan ikinci el kıyafetlerin değeri yaklaşık 400 milyon TL olmuştur (Deniz,2020, s.1493). “Hızlı moda” akımları, pahalı ve markalı ürünlere daha az parayla sahip olabilmek isteği, ünlü isimlerin kıyafetlerini ikinci el olarak alabilmek özellikle de gençlerin bu duruma ilgi duyması çevrimiçi ikinci el satışını arttırmıştır (Deniz,2020, s.1493). Çalışmada yer alan Ş16- da bu konuya oldukça ilgili olduğunu ve sadece tek bir platform üzerinden on beşten fazla kıyafet sattığını aşağıda ifade etmiştir.

“Şöyle bu konu sevdiğim konulardan bir tanesi ben giymediğim ürünleri kesinlikle çöpe atmıyorum. Şimdi belediyemiz sağ olsun kumbara gibi bir şey geliştirdiler. Kızılay’dır Büyükşehir Belediyesi’dir. Caddelerin ortalarında falan bulduğumuz bölgelerde falan da var. Oraya atıyorum. Ben aynı zamanda internet uygulamasından giyim ürünü satma da yapıyorum. Satış ürünleri şöyle ben “Dolap” uygulaması ve “Sahibinden” üzerinden bu zamana kadar yaklaşık 15’e yakın ürün sattım. Buradan da hem kar ediyorum hem değerlendirmiş oluyor hem de oradaki hesabımı yükseltmiş oluyor. İnsanlar orada 5 yıldız gördüğünde ilgi çekiyor.” (Ş16, Erkek, 22)

5.1.2.4. Mekânsal Giyim İsrafı Algısı: “Kasabada Millet Ne Der, Köyde Ne Bulursan Giyersin!”

Gıda israfı gibi, giyim israfı da toplumsal bir sorun olarak görülmekte ve mekânsal olarak görünüm biçimleri farklılaşabilmektedir. Bu konuda her iki mekânda yer alan katılımcılara giyim tüketimine ilişkin hangi mekanlarda daha fazla gıda israfının yapıldığı ve onlara göre israfın neden daha az ya da fazla olduğunun nedenleri derinlemesine sorularla açığa çıkarılmak istenmiştir.



Şekil 10. Mekânsal Giyim İsrafı Algısı

Bu doğrultuda mekânsal giyim israfı algısı Şekil 10’da belirtildiği gibi en çok kentsel mekanlarda olduğu yönündedir. Kırsalda giyim israfının gerçekleştiğini düşünen bir katılımcı varken her iki mekânda eşit düzeyde olduğunu düşünen iki katılımcı vardır. Kentteki katılımcıların tamamı, giyim israfının kentlerde daha fazla olduğunu belirtmişlerdir. Bunun nedenlerinin başında ise kentlerde “tüketim mekanlarının fazlalığı” ve bu “mekanlara ulaşılabilirliğin kolay olması” gelmektedir. Ayrıca “sosyal medya”, “gösterişçi tüketim” ve “sosyal hayatın varlığı” diğer sıralanan sebeplerdir. Giyim israfının kırsalda daha az yapılıyor olmasında tüketim mekanlarına ulaşılabilirliğin kısıtlı olması, sosyal imkanlar ve sosyal aktivitelerin azlığı ve kırsaldaki iş yükünün etkili olduğu düşünülmektedir.

“Kentte tabii ki. Çünkü alışveriş merkezleri, markalar, lüks markalar kentte olduğu için fazla. Köyde böyle imkanlar olmadığı için. Köyde herkes daha mahallesindeki butik mağaza gibi vs. yerlerden giysilerini kullandığı için kesinlikle giyimde kent daha fazladır. Köydeki imkanlar kısıtlı olduğu için çok fazla kentte mağazalar olduğu için, imkanlar olduğu için köyde daha az.” (Ş1, Kadın, 25)

Kırsalın kısıtlı imkanları ve tüketim mekanlarına ulaşılabilirliğin sınırlı olmasının yanı sıra kentte giyim israfını yaratmada Ş1, kırsalda yer alan insanların tüketime neden olan etkilerden uzakta

kaldıklarını vurgulamıştır. Ayrıca sosyal medyanın insanların üzerinde bıraktığı hasarı vurgulayan Ş3'ün aşağıdaki ifadesi Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" (1967) analizi ile açıklanabilir.

"Bence yine kentsel bölgelerdedir. Türkiye şimdi gösteriş ülkesi oldu ya bence. İşte köydekiler de biraz daha uzak o tarz şeylere. Biraz daha sosyal medyaya maruz kalmayıp hayatlarını normal bir insanın yaşaması gerektiği gibi yaşıyor. Kenttekilerin bir de sosyal medyadan aldığı hasar da var. Sosyal medyanın etkisi çok büyük. İnsanların hayatlarını görüyorlar belki de hiç ulaşamayacakları hayatlar. Ve bu yola kolay gelecek bir çözüm arıyorlar mesela. Ama oradaki gerçek değil." (Ş3, Erkek, 25)

Gösteri toplumunun temel tezi, küreselleşmeyle artan şirketlerin, yani dünyanın sahiplerinin, medyayı araç olarak kullanıp tüketicilere ulaşma isteğidir (Debord, 1996, s.200-201). Toplumda kapitalist sisteme entegre olmuş bu yeni alanlar şirketlerin algı yaratımıyla bireylere ulaşarak çeşitli reklamlar ve pazarlama stratejilerini bireylere uyguluyorlar (Ünlü ve Filan, 2021, s.42). Ş6'nın aşağıdaki ifadesinde yer alan "güzel giyinmen lazım ya da marka giyinmen lazım, makyaj yapman lazım, saçını yaptıрман lazım" vurgusu, kapitalist sistemin gösteri toplumunda yarattığı bir stratejidir. Gösteri toplumundaki imgelerin kişilerin imajlarını yaratmada etkili olması giyim tüketimini de etkiler. Bu imgeleri birey izler, etkilenir ve tüketim davranışına geçer. Gösteri toplumu tamamen "göstergesel" ya da "imgesel hale gelmiş ve "gerçeklikten" uzaklaşmıştır (Debord, 1996, s.21-23). Böylelikle birey tüketimini göstermelik yapar ve bunu sergilemenin en önemli aracı da sosyal medya olur.

"Ya kentler de daha fazla. Köyde çünkü bağda bahçedesin niye israf edeceksin ki. Bağa giderken aynı elbiseyi giyersin bir hafta boyunca ya da ne kadarsa. Geldiğinde üzerini değiştirip yine bir gün öncekini giyersin. Ama burada öyle değil ki. Her güne bir kıyafet. Belki günde birkaç kıyafet. Bir de şey olmak lazım algı hep "güzel giyinmen lazım" ya da "marka giyinmen lazım", "makyaj yapman lazım", "saçını yaptıрман lazım". Yaptırmazsan çirkinsin çünkü. Bu empoze dildiği için herkes buna ayak uyduruyor. Bana göre tabii böyle bir şey yok. Tamamen algı. Çok güzel pazarlama tekniği. Kremler, rujlar dedim ya zincir yani bu. Gıda da dedim ya hani burada yiyor orda spor salonuna gidiyor. Orada diyetisyene gidiyor olmuyor eczaneye gidiyor. Sonra hastaneye gidiyor olmadı mide aldırma gidiyor falan daha neler neler. Kaçırdığımız zincir o kadar çok ki." (Ş6, Kadın, 44)

Ayrıca katılımcılar giyim israfında etkili olanın *göstermelik tüketimden* geçtiğini ifade etmişlerdir. Bu durum Thorstein Veblen'in "Gösterişçi Tüketim" kavramı ile açıklanabilir. Veblen (2005, s.115)'e göre bireyin sosyal yaşamı içerisinde maddi gücünü ve statüsünü

göstermenin en etkili yolu giyimden geçmektedir. Çünkü ona göre giysiler sürekli ortadadır ve herkes tarafından görülüp değerlendirilir. Veblen (2005, s.116), insanların kış gününde bile sırf güzel görünebilmek adına ince kıyafetleri tercih etmesini gösterişçi tüketimin bir göstergesi olarak değerlendirir. Bu durum Veblen (2005, s.116) 'e göre gösterişsel israf yaratır ve bireyleri giysi tüketimine yönlendirir. Veblen (2005, s.121), kişilerin kendilerini toplum önünde itibarlı gösterebilmelerini ancak giyim israfı yaparak sağlayabileceklerini söyler. Nitekim çalışmada kentteki katılımcılar da başkası adına giyinmek, moda olanı takip etmek ve bu ölçüde tüketmenin giyim israfına yol açtığını düşünmüşlerdir.

“Kentlerde. Köylünün zaten giyecek çok bir şeyi yok ki. Köylü bir kazak alır bir yıl giyer. Köyde kendini birine ispatlama çabası yok. Köylü üstüne giydiği kıyafet yeni bile olsa köy işlerine bakmak durumuna. Köylünün bayramda seyranda bir giydiği iyi kıyafeti vardır ama genelde köylünün yaptığı işler ağır işler tozlu işler olduğu için çok fazla önem göstermez. İsrrafta etmez o yüzden. Kentte gösteriş ve doyumsuzluk var. Etkileyicisi birine gösterme çabası. Sosyal medya. Fotoğraf çekinip birine gösterme. Her fotoğrafta farklı kıyafetler giyme gibi şeyler.” (Ş15, Erkek, 25)

Ayrıca kentteki giyim israfının gündelik yaşamda insanların kendilerini sergileme isteğinden kaynaklanması durumu da göz ardı edilmemelidir. Burada Goffman (2009, s.236)'ın tiyatro benzetmesinde olduğu gibi kişinin ön sahnedeki karakterinin gerçek olmadığı ancak sergilediği rolü başarılı bir şekilde sürdürebilmek için çeşitli teknikler kullandığı yorumu önemlidir. Nitekim katılımcıların da bahsettiği gibi “başkaları ne der?” algısıyla kişi kendi benliğini olduğundan farklı göstermek için çeşitli teknikler kullanır, ki bu günümüz toplumlarında tüketimle sağlanır. Kişi, Goffman (2009, s.236)'ın da bahsettiği gibi adeta bir tiyatro sahnesindeymiş gibi rolünü oynar ve seyirciden her zaman takdir bekler. Katılımcıların bahsettiği “başkaları için giyinme” durumu diğerleri gözünde kişinin beğenilmesi içindir. Aşağıda ifadesi yer alan Ş9'un çalışan kişilerin üst üste iki gün aynı kıyafeti giymemesini diğerleri gözünde “beğenilmeyeceğini” ya da “doğru bulunmayacağını” düşünmesi bu durumu açıklamaktadır. Ayrıca Ş9'un “biraz kendini sergilemekle alakalı” cümlesi, Ş15'in “birine gösterme çabası”, Ş16'nın “Başkası gördüğünde kendisini başkalarına göre değerlendiriyor olabilir” ifadesi Goffman'ın tiyatro benzetmesindeki gündelik hayatta benliğin sunumu ve Veblen'in “gösterişçi tüketim” kavramları ile özdeş görülebilir.

“Ben köylerde giyim israfının yapıldığını düşünmüyorum bir kere. Mesela bizim memleketimizde düğünlerde oturmalar da çok yani harcama yapmadıkları bir alan. Almazlar kıyafet. Düğüne belki. Kentte insanlar aktif, sosyal medya etkili, okul var bir kere. Ya şimdi

arkadaşlarıyla kahvaltıya gidiyor oraya buraya gidiyor arkadaşlarıyla foto veriyor onu hikâye yapıp paylaşıyor. Şimdi buna kaç kişi tıklayacak. Tıklayanlarla da kalmıyor ki bunu büyüte büyüte markasına kadar kazağının markasına, yüzüğünün taşına kadar bakıyorlar. Daha çok israf var o yüzden bence. Şimdi mesela sen devlet memuruysan iki gün aynı kıyafetle üst üste oraya gidebilir misin? Ya o onu giymiş demesinler de bugün de bunu giymiş beğendik desinler diye giyilmiyor. Biraz da gösterişli alakalı bence. Biraz kendini sergilemekle alakalı.” (Ş9, Kadın, 49)

“Kenttedir. Şöyle köyde insanlar sürekli tarımla uğraştıkları için sürekli hijyenik ortamlarda olmadığı için giydiği kıyafetler sürekli aynı kategoride oluyor. Sürekli olarak da değiştirme fırsatı olmuyor ve onların kentlere göre sosyalleşme ortamları daha az. Kentteki insanlar sosyalleşme ortamına daha fazla girdiği için sürekli bir istek durumunda. Buna ihtiyaç değil istek diyeceğim. Mesela günümüzden örnek vereyim özellikle de kendi yaş skalamdan örnek vereyim. Atıyorum bu sabah giydiği bir şeyi atıyorum bir arkadaşıyla kahve içmeye oturuyor bunu akşam başka bir yere davet ettiğinde eve gidip üstünü çıkarıp tekrardan değiştiriyor. Burada aslında aynı şeyi üstünde tekrar görmek istemiyor. Bunun bence temel nedeni insanların kendilerini yetersiz hissediyor olabilmesidir. Başkası gördüğünde kendisini başkalarına göre değerlendiriyor olabilir. Başkalarının bakış açısına göre. Atıyorum şurada aynı kafeye oturacak günde iki defa aynı kafeye oturacak şurada çalışan beni görse aynı şeyi üstümde görür giydi yoksul musun diye geçirir diye düşünür. Bence kendini yetersiz hissetmesinden kaynaklanıyordur. (Ş16, Erkek, 22)

Kırsaldaki katılımcıların büyük çoğunluğuna göre de kentte giyim israfının yapılmasının nedenleri aynıdır. Nitekim aşağıda ifadesi verilen K2 için de kentte insanların göstermelik tüketim gerçekleştirdiğini ve diğerlerinin gözünde kendilerini değerlendirerek tüketim davranışı sergilediklerini ifade etmiştir. Özellikle kent mekanlarındaki giyim kuralları ile kırsaldaki giyimin birbirinden farklı olduğunu vurgulamıştır. Kırsalın mekânsal dinamikleri içerisinde başkaları için giyinmenin önemli olmadığı, önemli görünmediği vurgulanmıştır.

“Keennntt tabii ki (gülerek). Herkes farklı orada. Hani ben bugün farklı giydim yarın farklı. Millet ne der tavrıyla kentte herkes. Ama köyde her gün şalvar giy kimse bi şey demez sana.” (K2, Kadın, 23)

Ayrıca kırsaldaki katılımcılar kent yaşamında “moda” kavramının insanlar için önemli olduğunu ve o doğrultuda giyim tüketimi gerçekleştirdiklerini vurgulamışlardır. Nitekim Veblen (2005 s.121) ’e göre, moda giyim ürünlerinde herkes tarafından beğenilen bir unsurdur. Veblen (2005, s.121) modanın süresinin sezonluk olduğunu ve sezon bitiminde yeni bir moda algısının

oluşturduğunu söyler. Ona göre herkes modanın gerektirdiği şekilde davranır. Kırsaldaki katılımcılara göre de bu durum giyim israfının kentte daha fazla olmasını sağlayan başlıca sebeplerdendir. Kentteki katılımcılar ise kırsaldakilerin yalnızca özel günlerde giyim alışverişi yaptıklarını ve moda unsuruna önem vermediklerini yukarıda ifade etmişlerdi. Aşağıda ifadeleri verilen kırsaldaki katılımcılar ise sadece özel günlerde dikkat ettiklerini belirtmeleri de kentteki katılımcıların ifadeleri ile örtüşmektedir.

“Kentte daha çok. Bi giydiklerini bi daha giymiyola, modaya uyucam herkes markaya şey edicen. Bugün şu çıkmış şunu alayın yarın bu çıkmış bunu alayın. Ama köyde öyle değil. Mesela aylık haftalık senelik alıyosun ihtiyacın olan şeyleri bi dahaki seneye kada mesela yani veya 5-6 ay giydikten sonra gidiyosun ihtiyacın olduğu zaman öyle alıyosun.” (K12, Kadın, 48)

“Bence kentlerde. Oralarda modaya uyuyoz diye her şeyi alıyola. Ay şu güzelimiş, şu mağazada onu alalım, ay şu ayakkabı güzelimiş alalım. Yoh bizde yok, bende yok. Köylerde de öyle fazla fazla değil. Bi düğün dernekte alırsa alırlar dediğim gibi. (K9, Kadın, 53)

“Kentte yapılır gibi geliyor bana. Kentte mesela biri yeni bi şey çıktı hemen onu almaya çalışır yani. Ama köyedekini kim görecektir kim edecektir yani. Aynı şeyi giyer. Kentteki arkadaşlarıyla düğüne gider bi yere gider yimeye gider. Kıyafet alayım der muhakkak alır yeni bi şey. Ama burada olmaz öyle. Düğünden düğüne burada.” (K14, Erkek, 33)

Yukarıda Goffman’ın günlük hayatta benliğin sunumu ile ilgili bahsedilen kişinin başkalarının gözü önünde rol sergilemesi ve onların gözünden takdir ve beğeni toplaması durumunu kırsaldaki katılımcılar da giyim tüketimi ile ilişkilendirmişlerdir. Başkaları için giyinme ya da göstermelik tüketimin mekânsal farklılık gösterdiğini kent ile kırsalın farklı dinamikleri olduğunu bir örnek üzerinden K4 ve K5 katılımcıları açıklamıştır. Onlara göre kırsalda eskimiş ya da yıpranmış sayılacak herhangi bir kıyafetle gezmenin başkaları gözünde yargılanmayacağı, ancak kentte bunun yadırganıp hoş karşılanmayacağını söylemişlerdir. Kentteki insanlarda her zaman düzenli ve tertipli, modaya uygun ve başkaları gözünde yadırganmayacak bir şekilde giyinilmesinin insanları sürekli tüketime sevk ettiği ve dolayısıyla giyim israfına yol açtığı şeklinde değerlendirilmiştir.

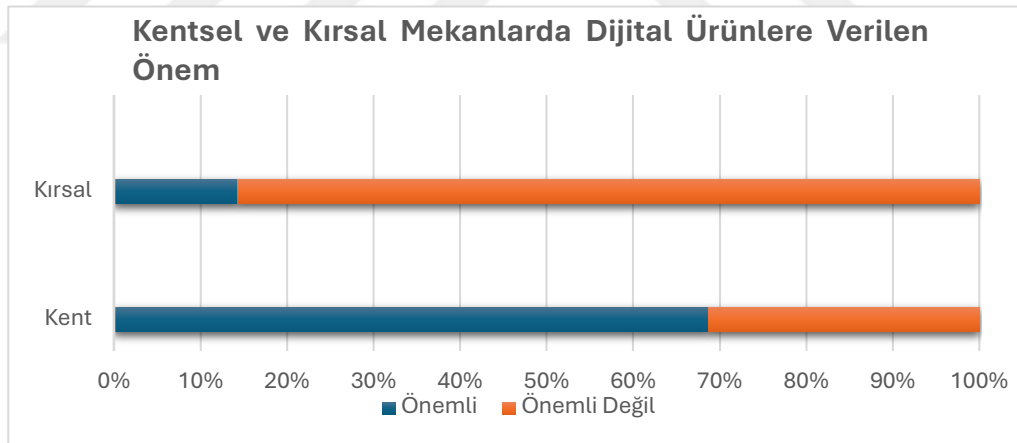
“Kasabada belki temiz giyinmesi için masraf olarak fazla olur. Kasabada biraz daha yani bugün kasabada bi tane elbiseyi giyse iki üç günde bi değişmesi gerekir. Kasabada millet ne der köyde ne buluşan giyininin hesabı. Tabii canım. Hele hele resmi dairede çalışır, efendim bi kurum kuruluştaki çalışır veya bi yöneticidir, sunucudur aynı kıyafetle seyircinin karşısına

çıkmayı ya da yöneticisinin karşısına çıkmayı tercih etmez. Genelde öyle yani. Evet. Mesela dışarı çıkarsın kasabada ayakkabıyla ama burada naylonla dışarı çıkabiliyorsun. Ama kasabada çıkamazsın. Farklı karşılanmazlar ayıplanma olmaz derler. Ben kasabaya gitsem naylonunlan gezebilir miyim? Gezemem. Mesela orada o yüzden bi çift ayakkabı çıkar burda da bir sene de çıkmaz. Niye naylon ucuz giyim almış olursun onunla idare edersin. “(K4, Erkek, 58)

“Böyükşehirde. Ora şimdi sosyetik yer. Az çok şeyin iyise gariban filan değilisen öyle gezilmez oralarda yani. Az çok giyimini eyi olacak. Bi yere gidemezsin eski şeyinen. Gidebili müsün? (Gülerek). Gidemezsin tabii canım. Ama köyde burada kürüze⁴⁵ gidesin, hayvana gidesin, tarlaya gidesin. Muhakkak çamur olur, üstün başın. Mesela köye falan geldikleri zaman, hasıla⁴⁶, aynı Ankara’dan geldiğin kıyafetinen tohum ekebili müsün ekemezsin.” (K5, Erkek, 74)

5.1.3. Dijital İsraf

Dijital israfın anlaşılabilmesi için katılımcılara “Sizin için dijital/teknolojik cihazlar önemli midir? Dijital ürünlerin satın alınması temel/öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden?” soruları sorularak dijital ürünlerin satın alınmasına bakışları ve dijital ürünlere verdikleri önem anlaşılmaya çalışılmıştır.



Şekil 11. Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Dijital Ürünlere Verilen Önem

Şekil 11’de verilen yüzdeler sütun grafiğinden anlaşılacağı üzere, kentte dijital ürünlerin satın alınması ve dijital ürüne verilen önemin yüzdeler oranı kırsala göre daha fazladır. Kentte dijital ürün tüketimini önemli görenler on bir kişi iken kırsal da iki kişidir. Kentte önemli değil diyenlerin sayısı beş olurken bu sayı kırsal da on iki olmaktadır. Dolayısıyla dijital ve teknolojik ürünlere verilen önem ve satın alınmasına ilişkin tablo her iki mekân arasında farklılık

⁴⁵ Köy halkının arasında “dağa, ormana çıkmak” anlamına gelen, sadece Kastamonu yöresel ağzı içerisinde kullanılan bir terimdir. Kürüz sözcüğü, “iğne yapraklı, çam ağaçlarının yoğun olduğu bölgelere” denir.

⁴⁶ Hasat anlamında kullanılan, “ekin biçme, ürün kaldırma işi” olarak tanımlanmaktadır. (<https://sozluk.gov.tr/>)

içermektedir. Elde edilen bulgulara her iki mekânda da dijital üründen anlaşılan şeyin ağırlıklı olarak “cep telefonu” olarak görüldüğü tespit edilmiştir. Katılımcılara dijital ürün tüketimini neden önemli gördükleri ya da önemli görmedikleri sorulmuştur. Kentteki katılımcılar için dijital ürünlerin önemli görülme nedenlerinin başında “iletişim sağlama aracı” olarak kullanılması gelmiştir.

“Şöyle benim için önemli. Temel ihtiyaç hepsi ama mesela telefon, televizyon, bilgisayar daha temeldir. Ama telefon en temeldir. İletişim için. Zor durumda kaldığında birini çağırıp yardım istemek için en temeldir.” (Ş15, Erkek, 25)

Ayrıca kentteki katılımcılardan Ş10, inşaat mühendisi olması dolayısıyla işi için kullandığı teknolojinin önemli olduğunu ve o teknolojidten yararlanabileceği ölçüde dijital tüketimini sınırlandırmayacağını ifade etmiştir.

“Kesinlikle önemli. Bir örnek vereceğim. Telefonumda benim mesela basit bir program aslında. DW programı. Mesela, bizim en son mimarın yüksek güvenlikli bakın. Çok basit bir program aslında. Bir inşaat mühendisi olarak bütün işimi buradan takip edebiliyorum. Önümde proje nereye ne yapılacak. Her şey var. Çok harika bir şey. Önümde 30 m2’lik bir projeye gezmektense bu çok işime yarıyor. Bu programı aylık bin TL yapsalar 2 bin TL yapsalar yine alırım. İşime yaradığı için.” (Ş10, Erkek, 34)

Ş7 ve Ş9 katılımcıları için ise dijital ürünlerin önemli olmasının nedenleri iletişimin yanında “bilgi edinebilmek”, “haberleşebilmek” ve kişisel olarak “yalnız hissetmemek” olarak sıralanmıştır. Bu iki katılımcı için dijital ürünler, sadece cep telefonu ile sınırlı bir algı oluşturmamıştır. Özellikle Ş9’un dijital ürünler için “Bizim parçamız oldu” ifadesini kullanması dijital ürünlere verilen önemi özetlemektedir.

“Evet. Telefon çok önemli günümüzde. Bugün günümüzde telefon her zaman lazım. Bilgisayar, telefon, teknoloji lazım. Olanaklar ölçüsünde, duruma göre herkes bir telefon almak zorunda bence. Çünkü olmadık yerde bir sıkıntı oluyor, eşine dostuna söylüyorsun. Haberleşmek için. Birbirinizi bilgilendirmeniz için. Bilgisayar da öyle. Bilgi öğrenmek için ayrı bir dünya. Bilgisayar varsa insan evde kendini yalnız hissetmiyor. Televizyon, bilgisayar olmadı mı yalnız hissediyorsun”. (Ş7, Erkek, 64)

“Niye faydalanmayalım yeni çıkan teknolojilerden. Paylaşmak güzel. Yeni bir aleti tanımak, ondan faydalanmak önemli. Her şeye ulaşmak, haberdar olmak güzel. Radyoda, internette, televizyonda... O yüzden dijital ürünler önemli bence. Bana sorsanız bir kıyafet mi yoksa

gelişmiş bir telefon mu alırsın dersiniz ben telefon derim. Çünkü artık o yönde kendimizi rahat hissediyoruz. Bizim parçamız oldu.” (Ş9, Kadın, 49)

Kentteki katılımcılardan dijital ürünlerin kendisi için önemli olmadığını ve satın almada öncelikli bir konumda yer almadığını belirten katılımcılar için ise en önemli neden “ihtiyaç duymamaları” olarak belirtilmiştir. Dijital bir ürün satın almak için ancak elindeki cihazların bozulması gerektiği ve ihtiyaçları olduğu takdirde dijital ürünlerle ilgilendikleri belirtilmiştir.

“Dijital bir şey benim çok önceliğim olmuyor ya. Ama ihtiyacım olursa alırım. Ben çok dijital bir insan da değilim. Sadece ihtiyacım varsa dijital bir alışveriş yaparım. (Ş13, Kadın, 27)

“Yok değil. Yani geri zekâlılık gözüyle görürüm. İhtiyaç, hani iş adamıysan maillerine bakman gerekir işini yönetmen gerekir. Gerçekten buraya yüklenen (telefona) tüm programları kullanırsın, bilirsın de son modelin peşine düşersin. Daha sen iPhone 5’te ne program olduğunu bilmiyorsun. Masaya koymak için sırf. Ne olduğunu bilmiyorsun. Ben de bilmem heveslenmem de almam. İhtiyacım olursa.” (Ş6, Kadın, 44)

Ş6’nın özellikle dijital ürün tüketiminin günümüz toplumları için bilinçsiz bir şekilde yapıldığını, piyasaya sürülen cihazların özellikleri ve donanımlarının farkında olmadan sadece “sosyal statü” için tüketildiğini eleştirel bir dille ifade etmiştir.

Kırsalda ise durum tam tersidir. Kenttekinin aksine kırsalda dijital ürüne ve tüketimine verilen önem oldukça azdır. Sadece iki katılımcı için dijital tüketim önemli görülmektedir. Bu iki katılımcı da gençtir. K2 için dijital ürünlerin önemli görülme nedeni “iletişim” ve “haberleşme” sağlaması iken, K10 telefonculuk mesleğine sahip olması nedeniyle dijital ürünleri bir yatırım çeşidi olarak görmekte ve teknolojinin günümüz toplumları için önemli olduğunu belirtmektedir.

“Benim önceliğim değil ama yine de bana bir lazım. Mesela şu an eşimle ben farklı yerdeyim anında bir şey olsa ilk koşabileceklerden birisi o. Veya ben burada ölüp kalsam kimsenin haberi olmayacak. Neye ihtiyacım olacak telefona. O yüzden önemli ya benim için.” (K2, Kadın, 23)

“Önceliklidir. Şöyle hem bir yatırım amaçlı hem teknoloji günümüzün artık bir devi oldu, onun ihtiyacı. Ben ister istemez takip ederim. İşim gereği de.” (K10, Erkek, 20)

Kırsalda geriye kalan on iki katılımcı için dijital ürünlerin önemli olmama nedenlerinin başında dijital ürünlerin ve tüketiminin temel ihtiyaç olarak görülmemesi gelmektedir. Kırsalda dijital

cihazdan anlaşılan ağırlıklı olarak “cep telefonu” olmaktadır. Ayrıca katılımcıların çoğu tuşlu telefon kullanmaktadır. Özellikle dijital ürünlerin kullanımının kırsalda daha uzun süreli olduğu, dijitalin ürün bozulmadığı sürece yenisini tüketmenin doğru olmadığı anlayışı yaygındır.

“Valla benim önceliğim olmaz. İhtiyacım olmazsa niye alayım mesela. Telefonum bozulmaz benim. Kaç sene oldu bu bilmiyorum bile. Aşağı yukarı 9-10 sene oldu halen daha kullanırım. Zaten çok da karıştımam ki ben. Aç kapa o kadar yani.” (K7, Erkek, 66)

“İhtiyacım olunca alırım. İsraf olmasın diye. Telefon mesela, çalışırken yenisini çıkmış, efendim görüntülü çıkmış, görüntüden sonra efendim başka bi şeyi çıkmış diye şeye kapılmam, onu almam. Elimdeki bozulmadığı müddetçe (gülerek), ses getümediği müddetçe alman.” (K4, Erkek, 58)

Kırsaldaki katılımcılardan telefoncu olan bir diğer katılımcı ise dijital ürünlerin temel bir ihtiyaç olmadığını ve insanların yalnızca sosyal statü için bunları satın aldıklarını ifade etmiştir. Ayrıca katılımcı, ilçedeki dükkanında bazı müşterilerinin kredi çekip kendisinden telefon satın aldığını ve aslında gerçekten ihtiyaçları olmadığını anlatmıştır.

“Aslında bence temel bir ihtiyaç değil. Bence şu an en büyük israf bu bence. Çünkü yenisini çıktığı zaman yenisini almaya çalışıyor. Elindeki ile idare ederken etmiyor. Markaya takılıyor insanlar. Ne bileyim bir üstüne çıkmaya çalışıyor. Kredi çekip telefon almaya çalışıyor. Şu an günümüzde yüzde 60'ı kredi ile kredi çekip telefon almaya çalışan müşterilerimi de biliyorum. Bir telefon 60 bin lira 70 bin lira 80 bin lira. Çok takıldığım bir konu değil kendi açımdan. Hani normal bir cihaz da alsa idare ederim, çünkü öyle bir şeyim yok. İsteyim. Çalışıyorum. Ama ihtiyacı olanlar illaki vardır ama ihtiyacı olmayan bir dünya insan da hem israf yapıyor hem alıyor” (K6, Erkek, 24)

5.1.3.1. Dijital Ürün Tedarik Süreci

Bir dijital ürünün tedarik sürecindeki aşamalar ve dikkat edilen hususlar ihtiyaç duyulan ürünün doğru bir şekilde satın alınmasını sağlar. Kişiler hem bütçelerine uygun hem de eksikliğini yaşadığı alandaki ihtiyaçlarını karşılayarak uzun ömürlü kullanım sağlayacak bir dijital ürüne sahip olurlar. Bu hususta bir dijital ürünün tedarik sürecinde tüketici olarak dikkat ettikleri hususlar, ayrılan bütçe, indirimlerin takibi, marka tercihi gibi değerlendirmelerin katılımcılarda uygulanıp uygulanmadığı merak edilmiştir. Bu hususta kentte ve kırsalda yer alan katılımcıların tamamı dijital ürün alımı için aylık bir bütçe ayırmadıklarını ifade etmişlerdir. Onlar için herhangi

bir dijital ürün satın almaları için kullandıkları ürünün bozulması ya da ürüne ihtiyaç duymaları gerekmektedir.

“Dükkân için büyük bütçeler oluyo ama kişisel olarak ben çok takılmadığım için hani kendime öyle bi bütçe ayırmıyorum. Ben en son noktaya geldiğinde, yenileme ihtiyacı duyarım. İşte iPhone yeni model çıktı alayım diye kesinlikle öyle bi şeyim yok.”(K6, Erkek, 24)

Dijital bir ürüne ihtiyaç doğup satın alma kararı verildikten sonra ise genellikle kişilerin kendi gelirleri doğrultusunda düşünülp bir bütçe ayırdıkları söylenmektedir.

“İhtiyacım varsa bütçeme göre bir fiyat aralığım mutlaka vardır. Çok pahalı bir şey almak istemem. İhtiyacım varsa eğer indirimlerine bakarım bir süre, hemen ilk gördüğüme yapışmam. Bir de ilk gördüğüm yerden almam başka yerlere de bakarım işte aynı model ya da kafam da şu olabilir bu olabilir diye alternatiflerim varsa hesaplı olanını tercih ederim ama öyle hadi hemen buna ihtiyacım var demem. Önce bir araştırırım.” (§8, Kadın, 41)

Kentte bazı katılımcıların ise farklı olarak satın alınacak olan ürünün piyasa değeri her ne ise herhangi bir araştırma sürecine girmeden ya da fiyatını düşünmeden satın alma davranışı sergiledikleri ifade edilmiştir.

“Bütçe şöyle yeni çıkan bir ürünün fiyatı neyse onu alıyorum ama ben tabi. Ben her zaman yurt dışı alıyorum yani”. (§4, Erkek, 38)

“Aylık bir şey de gitmiyor. Bozulduğunda ya da ihtiyaç duyduğumda alıyorum. Alırken de bir bütçe ayırmıyorum. Zaten fiyatı neyse veriyorsun.” (§9, Kadın, 49)

“Ben fiyatı neyse veririm ya. Teknoloji konusunda affım yok yani. Belirlemem bir bütçe.” (§12, Erkek, 45)

Katılımcılara bütçe dışında hangi tüketim mekanlarından satın aldıkları ve indirimlere dikkat edip etmedikleri sorulmuştur. Bu doğrultuda kentteki katılımcılar ağırlıklı olarak satın alacakları ürünün “kendi mağazası”, “elektronik veya teknolojik dijital perakende mağazaları”, “online siteler” den aldıklarını belirtmişlerdir. Kırsaldaki katılımcılar ise ilçede yer alan “telefoncu bayilerinden” ve Kastamonu merkezde yer alan “dijital marketler” den aldıklarını ifade etmişlerdir. Kırsalda internetten ürün satın aldığını belirten katılımcı olmamıştır.

“İnternette. Uygulamalardan alıyorum. Media Market, Vatan’dan alıyorum. Bir de Trendyol’dan da aldığım oldu.” (§13, Kadın, 27)

“Genelde gidip Apple’dan ya da teknolojik firmalardan alıyoruz. İnternette almıyoruz. Ben şimdi tez canlıyım, elektronik bir ürünü aldığımda görüp direkt alıp cebime koymam lazım. Elbiseyi beklerim ama elektronik bir cihazı beklemem.” (Ş11, Erkek, 27)

“Nişanlımdan alıyorum. Telefondan yani (gülerek).. Ama onun dışında tanıdığım bi kaç telefoncu daha var oradan da alıyorum. (İlçeden)” (K1, Kadın, 19)

“Merkeze gidiyorum ben. Teknolojik marketlerden alıyorum genellikle.” (K2, Kadın, 23)

Özellikle dijital ürünü kendi satış mağazalarından almayı tercih eden kentteki katılımcıların tercih nedeni “güvence” sağlaması olmuştur. Ayrıca internet yerine mağazadan gidip, görerek satın almanın daha güvenilir olduğu vurgusu çok kez tekrarlanmıştır.

“Kendi mağazasından alırım. Telefondan almam çünkü çok yüklü paralar verdiğimiz için sıfırını gider kendi mağazasından garantili bir şekilde alırım yani. Riske atmam öyle bir şeyi. Telefondan almaya güvenemem. 2.el almaya güvenemem sıkıntı çıkabiliyor. O yüzden kendi yerinden alırım.” (Ş1, Kadın, 25)

“İnternette almaya çok güvenemiyorum. Yani orijinalini göndermezler, parçası değişmiştir, bozuk çıkar falan bir muhatap arıyorum o durumda. İnternette pek almam. Ufak tefek ürünlerse belki. Ama yüz yüze daha güven veriyor bana.” (Ş8, Kadın, 41)

Kentteki katılımcılar ürünleri satın alma kararı verdikten sonra indirimleri takip ettiklerini ve bir fiyat araştırması sürecine girdiklerini ifade etmişlerdir. Ancak kırsalda yer alan genç dört katılımcı hariç, diğer tüm katılımcılar indirimleri takip etmediklerini belirtmişlerdir.

“Alırsam indirimleri takip ederim. Alacağım zaman tabii. Mesela orayı ararım, orayı ararım. Mesela benim elimde 6s var benim işimi görüyor. Bugün alacağım telefonun araştırmasını yapmam. Ama elimde patladı mecbur bakarım.” (Ş2, Kadın, 55)

“İndirimleri alacağım ürünü takip ederim ama alacaksam.” (Ş5, Kadın, 50)

“Ben dikkat ederim abla. İşimiz gereği zaten hep uyguna da almaya çalışıyoruz. Kendime de.” (K10, Erkek, 20)

Kentte yer alan Ş15 ve Ş16 katılımcıları ise indirim takibini daha çok internet alışverişi üzerinden gerçekleştirerek sağladıklarını vurgulamışlardır. İndirim sürecini online alışveriş siteleri üzerinden takip edebilmenin daha kolay olduğunu ve ürünü satın alma sürecinde özellikle indirim takibi ettiklerini vurgulamışlardır. Ancak her iki katılımcı için de satın alınan ürünün satıcısının güvenilir, bilinen ve piyasada önemli bir yer edinmiş olmasına dikkat ettiklerini söylemişlerdir.

“En çok internetten almaya çalışıyorum. Şöyle aynı malzemeyi internette teknolojik cihazlarda indirim sürecinde yakalayabiliyorsun daha uygun fiyata alabiliyorsunuz. Belirli satıcılar belirlerim güvenilir olmayan yerden de almam. Kurumsal teknolojik markalardan alırım. İnternetten daha uyguna geliyor”. (Ş15, Erkek, 25)

“Yine internet sitelerinden alıyorum. İndirimleri kovalıyorum. Şöyle ihtiyacım olduğu zaman derim ki kulaklığım bozuldu ben tekrardan bir kulaklığımı bakayım. Girerim internete ki önce önde gelen Media Market’tir, Vatan’dır onların internet sitelerine girerim bakarım. Hangisi fiyat olarak bana uygun geliyorsa ondan alma yanayım. Ama günümüzde internetten satış daha uyguna geliyor gitmiyoruz ve kapımıza kadar getiriyorlar. Daha avantajlı oluyor. Ama indirim neredeyse ben oradan gider de alırım. (Ş16, Erkek, 22)

5.1.3.2. Dijital Ürünlerde Tüketim Şekli

Çalışma kapsamında dijital israfın yaratılmasında dijital ürünlerin satın alınma biçimleri önemli rol oynamaktadır. Bu doğrultuda katılımcıların bir dijital ürün tüketim biçiminde neyi önemseyip önemsemedikleri ve hangi amaçla ürünü satın aldıklarının belirlenebilmesi önemlidir.

Kırsalda bu konuda dikkat çeken tüketim tarzının bir dijital ürün satın alırken mevcut ürünlerinin kullanım süresinin bitmesini beklemeleri önemli bir husus olarak değerlendirilmiştir. Bu konuda kırsalda statü edinimi için gösterişli dijital ürün tüketimi yapmak yerine “kanaatkâr tüketim” tarzına “elindekilerle yetinme” anlayışına sahip oldukları, ürünün kullanım ömrü bitene kadar kullanım biçimi gerçekleştirdikleri görülmektedir.

“En son telefon alduk heralde. Kendime. Bozulmuştu. Bilmem ben. Çocuklar bunu kullanabilişün dedi bunu alduk. Valla çocukla aldı, ben öyle o işten anlamam fazla karışmam yani. Zaten o işleri fazla kullanamadığımız için. Bana uzun ömürlü yitsin (gitsin) yeter” (K4, Erkek, 58)

“Valla en son ne aldun bilmeyon. Bizim öyle pek işimiz olmayo. Zaten ne zaman pili bite o zaman aldururun torunlara. Emme bu da hiç bozulmadı. Tuşlu. Bana yitiya köy yerinde.” (K5, Erkek, 74)

Kırsaldaki genç katılımcılarda ise durum farklılık göstermektedir. Özellikle çeşitlenen dijital ürün tüketimi söz konusudur. K1, en son yaptığı dijital ürün alışverişinde kendisine kablosuz kulaklık aldığını ancak bunun bir ihtiyaç doğrultusunda aldığını ifade etmiştir. Özellikle dijital ürün alırken marka seçmediğini, kendisi için uzun ömürlü gidecek ve rahat kullanım sağlayabilecek ürün almaya dikkat ettiğini ifade etmiştir.

“Kablosuz kulaklık aldım en son. Çalışıyodum iş yerinde makine başında olduğum için telefona bakma fırsatım olmuyodu. Hani acil olarak biri arıyodu mesela ya da canım sıkılıyodu müzik dinliyodum kulaklığımı takıyodum. Markasına dikkat etmedim alırken ama birazcık iyisini almaya çalıştım. Çünkü telefonla konuştuğum zaman sesim karşıya gitmiyo ya da ses boğuk ya da cızırtılı geliyor. Yani ben markasını seçmedim ama Uğur Abi (telefoncu) bu iyi diyerek verdi.” (K1, Kadın, 19)

Telefonculukla uğraşan diğer iki genç katılımcı da en son kullandıkları telefonun modelini yükselttiklerini belirtmişlerdir. K6, eski kullandığı ürünün yeterli hafızası olmadığı için yenisini satın aldığını belirtirken, K10 model yükseltme amacının dışında rasyonel bir tüketim biçimi gerçekleştirdiğini belirterek yeni bir cihaz aldığını vurgulamıştır.

“En son kendime iPhone 14 almıştım. Kendi bilgilerimi diğer cihaza aktaramadığım için ve hafızası çok düşüktü 128’likti onun için tercih ettim”. (K6, Erkek, 24))

“iPhone aldım. Hem o sırada param vardı hem hesaplı denk geldi hem o sırada elimde de cihazım vardı. Üzerine pek para eklemeyen modeli yükselttim. iPhone 11 vardı mesela elimde 12 ProMax’le değiştirdim. Üstüne de iki üç bin lira verdim. Elimdekini hiçbir sorunu yoktu model yükselttim. Artı bi de hesaplı denk geldi. Atıyorum bugün mesela iPhone 11’in fiyatı, 17-18 bin lira ediyodu benim telefonum. Bu şuan da ediyö 23-24 bin lira. Hem değerlendirdim hem indirimli denk geldi. Arkadaş da paraya sıkışmıştı benim de o sıra maddiyatım düzgündü aldım geçtim.” (K10, Erkek, 20)

Kentteki katılımcılar için ise genellikle en son gerçekleştirilen dijital ürün alışverişi telefon modeli yükseltme ile olmuştur. Katılımcılar genellikle bir önceki kullandığı telefonun özelliklerinin yeni alacakları modele nazaran yeterli olmadığı için satın aldıklarını belirtmişlerdir.

“Telefon aldım en son. Uzun ömürlü olmasına dikkat ettim. Kullanışlı olması ve gerçekten hem şarjlı hem donmaması bunlara baktım yani pil ömrü bir de. Daha önce de iPhone kullandığım için bir Android telefon almak istemedim. Kaliteli olsun diye. Annemin Android’i var mesela hep donuyordu ekranı ama ben iPhone da hiç öyle bir şey yaşamadım sadece şarj sıkıntım vardı o yüzden iPhone tercih ettim.” (Ş13, Kadın, 27)

“En son 15 Pro Max aldım. Rengi çok hoşuma gitti. Kameraları çok güzeldi. O şekilde yani. Beni cazip eden şeyler bunlardı. Bir de hafızası da iyiydi baya. Bir önceki modeli de benim 13 Pro’ydu. Daha azdı hafızası.” (Ş14, Erkek, 28)

Kentte ayrıca dijital ürün tedarikinde fiyat performans karşılaştırması, indirimli ürün takibi, alınacak ürünün özelliklerine dikkat eden bir tüketim biçimi de söz konusudur. Katılımcılar genellikle kendi işlerine yarayacak şekilde bir ürün tercihinde bulunup kendilerine en yüksek faydayı sağlayacak ve uzun ömürlü kullanım sağlayacak rasyonel bir tüketim biçimi gerçekleştirmişlerdir.

“En son 5 sene önce kendime telefon almıştım. Neye dikkat etmişim eşim almıştı kamerasına, hafızasına, özelliklerine baktım. O da neden ben kafenin Instagram’ı olduğu için fotoğraf çekip koyuyorduk. O da uygun bir fiyatıydı o zamana yani 3 bin liraydı. Dikkat ederim. Ben marka olsun diye çıldırmam asla. İşime yarasın beni idare etsin yeter.” (Ş6, Kadın, 44)

“En son ben bilgisayar aldım. Benim eski bilgisayarım da en çok yakındığım şey oyun oynayamamaktı. Ben aslında boş zamanlarımda süreye dikkat ederek de oyun oynamayı seviyorum. Almış olduğum bilgisayarda öncelik benim için maddi olarak fiyat benim için önemliydi. Bu fiyat skalasında da alabileceğim işte 20 bin liralık bir bilgisayar alacağım ama alacaklarım arasında en yüksek bana verimlilik verecek bir bilgisayar olmasıydı. Atıyorum aynı skalada bir bilgisayarda 4gb ram var. Benim alacak olduğum bilgisayarın da 8 Gb rami var. Aynı fiyata tabii yüksek olanı tercih ederim. Benim için öncelik oyundu bu bilgisayarı alırken özelliklerine dikkat ettim bir de uzun ömürlü soluklu olmasına dikkat ediyorum. Çünkü ben çok çabuk bozulacak teknolojik ürünler alma taraftarı değilim. Almış olduğum ürün dediğim gibi bilgisayar olur kulaklık olur Mouse olur ki şuan da kullandığım Mouse da yaklaşık 5 senedir kullanıyorum. Kullanım ömrü uzun gidiyor ama bunun nedeni ben kendi kişiliğimden kaynaklı çok temiz bakıyorum. En ufak detayına kadar silirim süpürürüm. Çok temiz bakarım. Aslında benden kaynaklı. Hor kullanmıyorum.” (Ş16, Erkek, 22)

5.1.3.3. Dijital Kullanım Düzeyi: Uzun Zamanlarımız Çöpe Gidiyor!

İnsanoğlu için zamanın faydalı ve bilinçli bir şekilde değerlendirilmesi önemli iken günümüz toplumlarında “boş zamanların değerlendirilmesi” genellikle dijital ürünlerle sağlanmaktadır. Kimi zaman dijital ürünlerle geçirilen vakitler zaman israfı olarak da değerlendirilir. Ayrıca dijital ürünlerin her iki mekandaki kullanım düzeyi ve farkındalığının anlaşılması dijital tüketime verilen önemi göstermesi açısından değerlidir. Bu hususta her iki mekandaki katılımcıların hangi dijital ürünlerle ne sıklıkta vakit geçirdiklerini anlamaya yönelik sorular sorulmuştur.

Kırsalda gözlemlenen, dijital ürünlerin kullanım seviyesinin ve dijital ürünlere karşı olan farkındalığın oldukça az olmasıdır. Kırsal kesimde ağırlıklı olarak dijital ürünlerden anlaşılan şey “cep telefonu” ve “televizyon” dur. Özellikle orta üstü ve yaşlı katılımcılarda gün içerisinde dijital

ürünlerle vakit geçirme sıklığı oldukça azdır. Cep telefonlarını başkaları ile görüşebilmek için kullandıklarını, sosyal medya hesaplarının ve hatta diğer uygulamalarının olmadığını söylemişlerdir. Yalnızca akşam saatlerinde televizyonda vakit geçirdikleri ifade edilmiştir.

“Çok bakmam. Tuşlu ama resim çekenlerde zahten telefonum. Hısım akrabaları ararın anca. Onun dışında işim olmaz.” (K3, Kadın, 61)

“Öyle fazla vakit geçimiyoz. Bi arama. Uygulama falan da yok yok zaten”. (K12, Kadın, 48)

“Hayır vakit geçimem. Bi torunlar gelince onlar oynuyo. Telefon gelise açarım. O da çok gelmiyor zahten. (K4, Erkek, 58)

“Tuşlu telefon benimki zaten. Yoğ yoğ hiç kullanmam. Anca telefon gelise şey yaparım. İşim olursa ararın. Biladerleri ararım mesela hep Cuma günleri. Her Cuma görüşüyoruz biladerilerinden, hısım akraba ilen. (K5, Erkek, 74)

“Telefonda konuşma olarak geçiyo. Telefonda konuşmayı çok severin. Bi saat konuşurun ama böyle oyundu başka bi şeyle yok hiç beceremen. Uygulama falan da yok Instagram, Face (Facebook) falan.” (K8, Kadın, 52)

Kırsaldaki genç katılımcılarda ise gözlenen ve ifade edilen durum farklıdır. Saha görüşmeleri sırasında genç katılımcıların cep telefonlarında oldukça aktif oldukları ve teknolojik cihazlara olan farkındalıklarının diğer katılımcılara nazaran daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca telefonculukla uğraşan K10 ve K6 katılımcılarının dijital cihazları tanınması, bilmesi ve takip etmesi ayrıca önemlidir.

“Valla telefonla dakika başı işimiz gereği. Bilgisayarda öyle sürekli işlem yaptığımız için. İş dışında ben hayatta bilgisayarla oynamam ama. Telefonda sadece. Müzik dinlerim sürekli. YouTube'dan, Instagram'dan, Tik Tok'tan, Facebook'tan. Yani şimdi şöyle ama tarımla uğraşıyosam bile bağlarım telefonu bluetooth'la sabahtan akşama kadar telefon orda kendi kendine müzik çalar.” (K10, Erkek, 20)

“İllaki vakit harcıyorum ama benim işim gereği oluyor bu. Eve gittiğimde de çok uzun üstüne düşmem ama bakarım yani.” (K6, Erkek, 24)

Kentteki dijital ürünlerin kullanım seviyesi ve dijital ürünlere karşı olan farkındalık kırsala göre yüksektir. Kentte ağırlıklı olarak dijital ürünlerden anlaşılan şey “cep telefonu”, “bilgisayar” ve “televizyon” dur. Katılımcılarda özellikle sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır. Sosyal medya mecralarında vakit geçirme süresi kırsala göre oldukça uzundur. Nitekim kırsalda sosyal medya hesabı bulunan katılımcı sayısı beş iken kentte tüm katılımcıların sosyal medya hesapları bulunmaktadır.

“Ben biraz fazla uzun zaman geçiriyorum telefonda, çok boş zamanlarımızda sosyal medyalara çok bakıyoruz maalesef uzun zamanlarımız çöpe gidiyor. Günümün en az 2-3 saati gidiyordur herhâlde. Telefona ağırlıklı gidiyor.” (Ş12, Erkek, 45)

“Valla telefonumu çok kullanıyorum. Televizyonu da çok kullanıyorum. Akşam geliyorum televizyonun karşısına geçiyorum. Haberleri çok izlerim. Telefona da çok alıştık yani arayan soran olmasa bile WhatsApp’a bakıyoruz. Saatte bir telefon. Televizyon sabah akşam bir iki saat gibi.” (Ş7, Erkek, 64)

“Başından kalkmama değil de öyle takip ettiğim birkaç sayfa var sadece hoşuma giden bir şeyler olduğunda oradan hani. Okumaya çalışıyorum sadece. Kendi sayfama bakıyorum bu yani. (Ş6, Kadın, 44)

Ayrıca kentteki katılımcılardan çalışan kişilerin iş saatleri dışında da dijital ürünleri kullanım düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir. Hatta Ş13 ve Ş15 katılımcıları iş dolayısıyla dijital ürünlerle daha sık vakit geçirmek zorunda kaldıklarını ifade etmişlerdir.

“Günde 5 saat ama iş ortamında bir saat, çalışırken bir saat bakabilirim toplamda herhalde o da aralarda teneffüs aralarında. Onun dışında çalışmadığım zaman dilimde 5 saat elimde oluyor. Boş zamanımda fazla evet harcıyorum. İş içinde kullandığımda genelde yoklama falan alıyoruz o zaman kullanıyorum bir de bir ürün indirimine girdiğinde alışveriş falan bakıyorum veya “Reels” izliyorum.” (Ş13, Kadın, 27)

“Şöyle günde 8-10 saat çalışıyorum. 5-6 saatini bilgisayarda geçiriyorum işimden dolayı. Keyfi ya da oyun oynama ya da internette dolaşmadan dolayı değil. İşimden dolayı. Aynı şekilde günde 3-4 saatimi de telefonda geçiriyorum. Telefonda da yine iş amacıyla geçiriyorum, ailemle ve sevdiklerimle iletişim amacıyla da geçiriyorum. Sosyal medyaya çok fazla bakmıyorum. Hesaplarım var ama çok fazla vakit geçiremiyorum vaktimde olmuyor.” (Ş15, Erkek, 25)

5.1.3.4. Dijital İsrafa Karşı Önlemler

Dijital ürünlerde aşırı ve gereksiz tüketim sonucu oluşan dijital atıklara karşı alınan önlemler ve bozulan telefonların nasıl değerlendirildiği ya da geri dönüşüme geçilip geçilmediği çalışma kapsamında merak edilmiştir. Kentte iki katılımcı kırsalda ise yedi katılımcı bozulan ve kullanılmayacak halde olan ürünleri evde tutmayıp hurdacıya verdiklerini ifade etmiştir. Burada önemli husus kırsalda “hurdacı kültürünün” kentteki katılımcılara göre daha fazla tercih edilen bir yöntem olmasıdır.

“Valla eskiyen televizyonlar vardı beraber attık oğlumla hurdacıya.” (Ş7, Erkek, 64)

“Eskiyenleri falan hurdacı geliya ona veriyoz. Çok arıza yoksa tamiri felan yeniye yakın bir masraf çıkıyorsa yeniye tercih ederim onu da hurdaya.” (K4, Erkek, 58)

“Kullanmadıklarımızı hurdacı gelince hurdacıya veriyoz. Tamire çok para verir diye yaptırmıyoz.” (K7, Erkek, 66)

Yukarıda ifadesi yer alan K7 ve K4 katılımcıları ifadelerindeki tamir ettirme fiyatının yeni bir ürün alma fiyatına yaklaşmasından dolayı tamir ettirmeyip elindekileri hurdacıya satmalarının daha uygun olduğunu düşünmektedirler. Bu durum aslında her ne kadar geri dönüşüme katkıda bulundukları gibi algılansa da tamir ettirmeyip, yenisini satın alma eylemi dijital israfı pek de önleyecek bir davranış olarak değerlendirilmemelidir. İsrafı önlemede en önemli yöntem eldeki ürünleri kullanım ömrü bitene kadar kullanmak ve daha az tüketim gerçekleştirmektir. Ayrıca kentte ve kırsalda bazı katılımcılar kullanmadıkları ya da eskiyen cihazlarını ihtiyaç sahibi olan yakınlarına ya da akrabalarına vererek değerlendirdiklerini de ifade etmişlerdir.

“Valla şey olmuyor çünkü mesela kızımın eski telefonları ona yeni telefon aldık onun eski telefonunu oğluma verdik. İşte böyle genelde değiştiririz. O tarz. Evde durmuyor bizde o yüzden. Değerleniyor başkalarında.” (Ş5, Kadın, 50)

“Eskiyenleri babama veriyorum. Babamda yani. Bu telefonu alalı beş ay falan oluyor öncekini babam kullanıyor şu an. Bilgisayarda da ben zaten bir tane yeni aldım. O eski annemlerin de evinde olanı da kardeşim kullanıyor. Kesinlikle çöpe falan atmam.” (K2, Kadın, 23)

Kırdaki ve kentteki diğer katılımcılar ise eskiyen ya da kullanılmayacak halde olan dijital ürünlerini herhangi bir geri dönüşüm faaliyetine sokmadan evlerinde depo ettiklerini ifade etmiştir. Bu hususta Ş9, dijital ürünlerin geri dönüşümü konusunda yetkili kurumlar tarafından yeterli bilgilendirilmenin yapılmadığını, bu konuda nasıl bir faaliyette bulunacaklarının bilgisinin onlarda olmadığını eleştirel bir dille aktarmıştır. Hurdacıya vermenin veya ikinci el satmanın olumlu bir karşılığı olmamasından dolayı evde depo ettiklerini belirtmiştir.

“Saklıyorum. Hurdaya çıktığı için bir de üstüne para vermedikleri için hepsi elimde öylece duruyor. Laptoplar, tabletlerimiz, eski cep telefonları var. Bunları satamadım hurda çünkü. Bunlarla alakalı yerler yok ya. Nereye götüreyim ben. Telefonu götürdüm geçen, çok eski açılmıyor tabi. Kırık ekranı da kullanılmıyor. 100 lira bile vermedi. Diyorum ki elimin altında bulunsun belki ileri de yaptıracak birini bulurum diye düşünüyorum. Ama bunların geri

dönüşümü ile ilgili de bir bilgilendirme yok yine. Bilmiyoruz nasıl nereye vereceğiz.” (§9, Kadın, 49)

Kentte iki genç katılımcı, internet üzerinden ikinci el olarak satma biçiminde dijital ürünleri değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Çevrimiçi ikinci el satış uygulamalarını kullananların sadece kentte olduğu bulgusu değerlidir.

“Genelde kullanmadıklarımızı “Let Go” denilen bir uygulama var orada satıyoruz genelde. Onun dışında 2 platform var. 2. El satıyoruz. Asla atmayız.” (§14, Erkek, 28)

“Şöyle bahsedeyim ben şuan Apple iPhone kullanıyorum. Apple dan bir önceki telefonum Xiaomi’ydi. Xiaomi’yi biraz kullandıktan sonra yazılımsal olarak bir hata verdi. Değişmek zorunda kaldı. Sonra bu telefondan ben zaten memnun değildim satma kararı kaldım. Yani bu tarz teknolojik ürünleri ben çok kullanmadıysam yeniyse 1-2 senelikse para da ediyorsa kesinlikle satma taraftarıyım. Ki şu anki bilgisayar kasamı da sahibinden üzerine satılığa koydum. Ama tabi bilgisayar eski olduğu için talep yok. Ama ben onu eninde sonunda 100-200 lira eksik de olsa satmayı düşünüyorum. O telefonu da 500 lira altında sattım. Ya ben elimde barındırmıyorum. İkinci telefon olsun da kullanayım gibisinden düşünmüyorum. Benim cebime artı bir maddi kazanç sağlasın. İşime yaramıyorsa kesinlikle satarım.” (§16, Erkek, 22)

Kırsaldaki katılımcı K6 ise bu hususta mesleği gereği müşterisinin yeni alacağı dijital ürünü, eski sahip olduğu cihazla takas ederek satın aldıklarını ve böylece eski ürünlerini bir şekilde değerlendirdiklerini ifade etmiştir.

“Takasla değerlendiririz. Elimizde tutmayız. Müşterilerimizle genelde böyle oluyor. Eskiği getiriyor bir fiyat biçiyoruz ve yenisini o fiyat üzerinden düşüp veriyoruz. Eskiği de biz dükkânda burada tamir edip yeniden piyasaya sürüyoruz aslında.” (K6, Erkek, 24)

Ayrıca K10, telefonculuk mesleği dolayısıyla kullanılmayan ve eskiyen dijital ürünlerin tamiratını gerçekleştirerek önemli bir geri kazanım sağladıklarını ve piyasaya bu ürünleri sunarak hem maddi kazanç hem de oluşacak atıkların önüne geçtiklerini vurgulamıştır.

“Şimdi şöyle yıpranan olur eskiyen olur her türlü yapılabilecek olanı piyasaya değer kazandırıyoruz. Mesela telefon müşterinin elinden düşüyor, kasası kırılıyor vs. şu oluyor bu oluyor ana kart tamiratını yapıyoruz, kasasıydı ekranıydı kapağıydı bataryasıydı. O şekilde belki 200 tane telefon hayata döndürmüştür.” (K10, Erkek, 20)

Dijital israfın yanı sıra dijital veri israfından da söz etmek gerekir. Kullanıcıların dijital cihazlarına indirdikleri gereksiz belgeler, dosyalar, uygulamalar aslında bir dijital veri israfı örneğidir. Bu hususta dijital veri israfından kaçınabilmek adına bu katılımcıların herhangi bir yöntem kullanıp kullanılmadıkları anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara çeşitli sorular sorulmuştur. Alınan cevaplar ve mekânsal karşılaştırma aşağıda yer alan tabloda kişi sayıları ile aktarılmıştır.

Tablo 10: Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Veri İsrafından Kaçınma Durumları

Veri İsrafından Kaçınıyor mu?	Kent		Kırsal		Toplam	
Dijital cihazlara ihtiyaç dışı belge/dosya/uygulama indiriliyor mu?	*✓	0	✓	2	✓	2
	*×	16	×	12	×	28
Dijital cihazlara gelen “mesajlar/aramalar/e-postalar/bildirimler” siliniyor mu?	✓	4	✓	4	✓	8
	×	12	×	10	×	22
Dijital verileri saklamak/korumak için işlem yapılıyor mu?	✓	6	✓	3	✓	9
	×	10	×	11	×	21
Dijital cihazlarınızın ömrünü uzatmak için işlem yapılıyor mu?	✓	5	✓	2	✓	7
	×	11	×	12	×	23

*Tabloda yer alan “✓” işareti kaç katılımcının belirtilen uygulama işlemini *yaptığını*, “×” işareti *yapmadığını* göstermektedir.

Tablodan anlaşılabileceği üzere ihtiyaç dışı veri/uygulama indirme biçimi her iki mekânda çoğunlukla görülmesine de verilerin silinmesinde, verilerin korunmasında ya da saklanmasında ve cihazların ömrünü uzatma işlemlerinde yeterli önlemlerin alınmadığı ifade edilebilir. “*Dijital cihazlarınızda ihtiyacınız dışında belge/dosya/uygulama indiriyor musunuz?*” sorusuna kentteki katılımcılardan on altı katılımcı yüklemeliklerini ifade ederken, kırsalda ihtiyaç dışı gereksiz dosya, belge veya uygulama indiren iki katılımcı vardır. Geriye kalan katılımcılar ise ya uygulama indirmemiştir ya da cep telefonları uygulama indirebilecek bir özelliğe sahip olmadığı için indirme işlemi gerçekleşmemiştir. “*Mesajları/aramaları/e-postaları/bildirimleri silip silmedikleri*” sorulduğunda ise kırsalda orta üstü ve yaşlı katılımcıların silme işlemini telefonlarında bilmediklerinden dolayı yapamadıklarını ya da torun/çocuklar geldiğinde onlara

sildirdiklerini ifade etmişlerdir. Burada her iki mekânda da dijital verilerin silinmeme durumu yaygındır.

“Silerim düzenli. Kasmam. Sevmediğim kişilerin son aramalarını bile silerim özellikle. Görmek istemem çünkü. Son aramalara baktığım zaman yok. Ben onu aradım o beni aradı hemen silerim. Düzenli silerim temiz tutarım.” (Ş2, Kadın, 55)

“Birikme olayı çok olmuyor bende. İnternette alışveriş olsun başka bir şey olsun bir sürü şey alıyoruz bunların faturasıdır falan bir sürü e-posta geliyor. Ben tabi ki düzenden yanayım birikmesinden nefret ediyorum. Hatta son aramaları da sürekli silerim. Google Chrome’un aramalarında da öyle silerim.” (Ş16, Erkek, 22)

Boş vakitlerinde silme işlemini gerçekleştirdiğini söyleyen kentteki Ş5, çalışma saatlerinin dışında kendisine boş vakit ayırdığı zamanda silme işlemini gerçekleştirdiğini söylemiştir. Kırsaldaki katılımcı ise hayvan gütmeye işini gerçekleştirdiği zaman oluşan boş zamanlarında vakit geçirebilmek adına silme işlemi gerçekleştirdiğini ve telefonun hafızasını doldurmamak adına yaptığını belirtmiştir.

“Sürekli silmem ama aklıma geldikçe silerim. Fırsatım boş zamanım oldukça işten. Ama dikkat edilmesi taraftarıyım.” (Ş5, Kadın, 50)

“Vaktim olduğu zaman bi avarayım (boştayım) hep temizlerim onu. Biriktümem. Vaktim olmaz birikmez. Hayvan güttüğümüz için vakit oluyorsa vakit geçsin diye ben onları hep temizlerin. Beynini yormasın telefonun gerek yok (gülerek).” (K8, Kadın, 52)

Kırsalda ve kentte yer alan katılımcıların büyük çoğunluğu veri silmeme işlemi için “üşengeçlik”, “uğraşmamak”, “vakit ayıramamak”, “kişisel tercih”, “iş için verilerin silinmemesi gerektiği” gibi nedenleri sıralamışlardır. Katılımcılar, görüşme esnasında, araştırmacıya mesajlarını, maillerini, fotoğraflarını vb. verilerini göstererek verilerini silmedikleri kanıtlamaya çalışmışlardır.

“Ben biriktiririm. Yok okurum durur orada. Şu anda yalan olmasın ama 83.000 küsur e-postam vardı. Göstereyim. Mesajlarım da öyle bakmam yani. Üşeniyorum.” (Ş4, Erkek, 38)

“Aramaları, mesajları, e-postaları biriktiririm. Genelde yapmış olduğum görüşmeler, aramalar, e-postayla hep işimle alakalı oluyor. Bu işimle alakalı olduğu için günlük hayatta arkadaşlarımla olan görüşmeler vs. silmiyorum. İşle alakalı da olan tüm yazışmaları saklıyorum.” (Ş15, Erkek, 25)

“Duruyor tamamen kalıyor. Vaktim olmuyor. Şöyle söyleyim, şu an kullandığım telefonu açayım şimdi size fotoğraf olarak bakın 2.889 tane fotoğrafım var. SMS, e- posta, mailde 120 tane mesaj var. Hepsi duruyor. Zaten 12. ayın 8’inde telefon silmiş artık otomatik. O tarihten bu tarihe kadar duruyor.” (K10, Erkek, 20)

“Mesajlara bakarin. WhatsApp’tan gelen mesajlar mesela öğrencim geldim demiş. Uyanasıya hemen Whatsaap’a girerin (servis şoförü olduğu için). Kim geliyo kim gelmiyor bakarin. Takip ederim. Mesajları 300 tane mesaj var. Çok fazla. Okumadığım çok fazla. Silmiyon duruyo. Allah’tan bunun hafızası çok 256 gb. O zaman dursun yani. 257 tane okunmamış mesaj var şimdi. Bak.(göstererek).” (K11, Erkek, 56)

“Dijital verilerinizi nasıl saklamayı/korumayı tercih ediyorsunuz?” sorusunda ise her iki mekânda da koruma ya da saklama yöntemini tercih etmeyenlerin sayısı fazladır. Kırsalda buna dikkat eden üç genç katılımcıdır. Katılımcıların dijital verilerini saklama yöntemleri genellikle “bilgisayara aktarım”, “Drive”, “harici disk”, “yedekleme uygulamaları”, “flaş bellek” olmuştur.

“Cloud saklıyorum. USB falan arızalanıyor Cloud’un bilgilerini bildiğin sürece ömürlük gidiyor.”(K10, Erkek, 20)

“Saklamak için USB kullanıyorum. Bilgisayar. Aynı zamanda düğün videoları falan bir bilgisayarda var bir de USB’de var ekstra.” (K2, Kadın, 23)

“Telefonumun alanı doluncaya kadar böyle bir şey yapmıyordum. Alanım dolduğunda bilgisayarımı yedekleme aracı olarak kullandım. Telefonumdaki videoları, fotoğrafları bilgisayara attım. Ama bilgisayarda saklamak için bir şey yapmadım. USB falan çekmedi. Bilgisayarın hafızasında duruyor.” (§15, Erkek, 25)

“Yapıyorum. Ben Apple kullandığım için Cloud gibi saklama yedekleme fırsatımız oluyor. Mesela oyuncu grubumla maç sonu fotoğraf çekerim onları da yedeklerim. Hem fazlalık sevmiyorum hem de benim saklama alanını artı olarak doldurmak istemiyorum. Tasarruflu davranmaya çalışıyorum”. (§16, Erkek, 22)

Dijital verilerini herhangi bir şekilde korumayan ya da saklamayan katılımcılar ise genellikle telefonlarında biriktirdiklerini ifade etmişlerdir. Kırsaldaki katılımcılar özellikle koruma ya da saklama konusunda bilgi sahibi olmadıklarını vurgulamışlardır.

“Korumak için yok. Eski telefonumdakiler gitti mesela. Yok. Aşırı önemli olan bi fotoğraf olursa zaten önemli olan kişide oluyo o tutuyor.” (§3, Erkek, 25)

“Telefonda falan duruyor hiç öyle bir şey yapmadım. Yaparsa kızım yapıyo o da kendilerininkini yapıyor.” (§5, Kadın, 50)

“Sade telefonlarımın resmini tutuyom. Saklamayı da zahten bilemeyon”.(K3, Kadın, 61)

“Fotoğraflar da telefonda. Çocukla bi ara bilgisayara akardılardı. Giden telefonda gidenler gitti zahten. Ağnaman ben onla yapa.” (K13, Kadın, 49)

“Dijital cihazlarınızın ömrünü uzatmak için herhangi bir şey yapıyor musunuz?” sorusuna kırsaldaki genç katılımcılar olumlu cevap verirken diğer katılımcıların bu konuda bilgi sahibi olmadığı gözlemlenmiştir.

“Bilmeyon kızın açukası öyle şeyleri. Çoluk çocuk ağnarda. Bizler bilemeyüz.” (K13, Kadın, 49)

“Bilmiyon onlar ne demek. Hiç ağnamam ki öyle şeyleri.”(K8, Kadın, 52)

Kentsel ve kırsal mekanlarda dijital cihazlarının ömrünü uzatmaya dikkat edenler ise genellikle düzenli “güncelleme” yaptıklarını, “virüs programı” kullandıklarını, dijital ürünü düzenli aralıklarla “temizlediklerini” ve “format” attırdıklarını belirtmişlerdir.

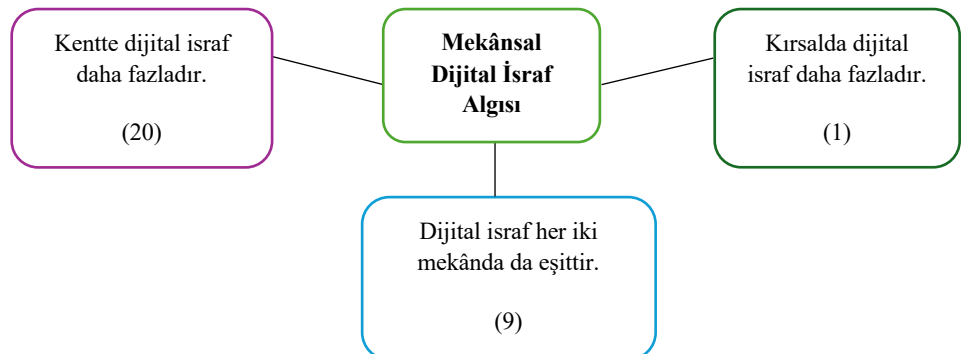
“Düzenli güncelleme yaparım tablette, bilgisayarda, telefonda. Güncelleme hep yaparım. Ömrünü de uzatıyor böyle şeyler.” (§4, Erkek, 38)

“Virüs uygulamaları var, o var şu an telefonumda. Hem de içine virüs almasın yavaşlamasın diye kullanıyorum.” (K2, Kadın, 23)

“Bilgisayara yılda bir kere format attırırım. Bilgisayarımın kasasını açar kendim ayda bir kere temizlerim. Ana kartını, ram’ini, soketlerin çıkarıp temizliyorum uzun ömürlü kullanabileyim temiz olsun diye. Telefonda da Apple’ın ömrünü uzatma tüyoları ile ilgili videoları izleyerek yaparım.” (§16, Erkek, 22)

5.1.3.5.Mekansal Dijital İsrar Algısı: “Bu Da Bir Savaş Bu Da Bir İsrar”

Dijital israfın mekânsal olarak farklılık gösterip göstermediği çalışma kapsamında merak edilen bir konu olmuştur. Bu konuda her iki mekânda yer alan katılımcılara, dijital tüketime ilişkin olarak hangi mekanlarda daha fazla dijital israf yapıldığı ve onlara göre dijital israfın neden daha az ya da fazla olduğunun nedenleri derinlemesine sorularla açığa çıkarılmak istenmiştir.



Şekil 12. Mekânsal Dijital İsraf Algısı

Bu hususta yukarıda verilen Şekil 12'den anlaşılabacağı üzere her iki mekânda yer alan otuz katılımcıdan yirmisi kentte dijital israfın daha fazla yapılacağını düşünürken, bir katılımcı kırsal mekânda, dokuz katılımcı da her iki mekânda köyde ve kentte dijital israfın eşit olacağını belirtmiştir. Kentteki on altı katılımcıdan on dördü kentte daha fazla dijital israf yapıldığını belirtirken, iki katılımcı dijital israfı her iki mekân açısından da eşit olduğunu belirtmiştir. Kırsalda ise on dört katılımcıdan altısı kentlerde dijital israfın daha fazla olduğunu söylerken bir katılımcı için köylerde daha fazladır. Geriye kalan yedi katılımcı ise her iki mekândaki dijital israfı eşit olarak değerlendirmiştir. Kırsaldaki katılımcılar tarafından eşit görmenin nedeni ise özellikle kırsalda genç ve çocuklarda dijital olan tüketim eğiliminin gün geçtikçe daha yaygın hale gelmesi olarak belirtilmiştir.

“Valla köyde de aynı kent de aynı. Genelde gençlerde yani çocuklarda var. İmkânı varsa da alıyo. Mesela köylerde televizyonda haberlerden her şeyi duyduğu zaman köydeki çocukta isteya. Aynısını köydeki çocukta gördüğü için veya okuldan arkadaşlarından köylerdeki çocukta kasabalara servisle taşındığı için oradaki çocukta görüyo. Dolayısıyla, falan çocukta o da var diye kendinde olsun da isteya şimdi. Çocuğunu mahcup etmemek için imkânı olmasa bile köy yerinde almaya çalışıyo yani mecbur kalıyo yani. (K4, Erkek, 58)

Yukarıda ifadesi verilen K4, dijital tüketimin genç ve çocuklar arasında kırsalda yaygınlaşmasının nedenini birbirlerine özenme ve sosyal statü sağlama olarak görmektedir. Nitekim popüler kültürün yarattığı özenli kaynaklı harcamaların kişilerin gelir düzeyine bakılmaksızın sosyal statü edinimi için kaynaklarını meta tüketimine heba etmesi olarak değerlendirilebilir. Bu durumu K6 aşağıdaki şekilde özetlemektedir.

“Kentte de köyde de de aynıdır diye düşünüyorum. Her yerde öğrenci var. Herkes bunu kullanıyor yani. Bence köyde bi telefoncu olarak gözlemim kentle aynıdır. Sadece yaşlı kesimi farklıdır. Genç bakımından çalışanlar bakımından hemen hemen fazlasıyla aynı seviyeye geldi bence. Adam dün akşam da aynı şeyle karşılaştık bizim burada pancar parası falan millet alıyo. Mesela dün akşam adam pancar parası yatacak diye geldi 3 tane cihaz aldı. Oğullarına kendine üçüne telefon aldı. Bir yıllık emeğini geldi telefona yatırdı gitti.” (K6, Erkek, 24)

K6'nın verdiği bu örnek, kırsalda yer alan insanların dijital tüketime verdikleri önemi anlatmaktadır. Kişinin kazancının hepsini dijital ürün tüketimine harcamasının kırsal bölgede yaygınlaştığı ve bunun özellikle gençlerde gözlemlendiği vurgulanmıştır. Bu vurgu, diğer katılımcılar tarafından da dile getirilmiştir.

“Şu an gurbetinen köyün hiç farkı yok. Eşit bence. Her çocukta var. Şimdi köyde herkesin elinde.” (K8, Kadın, 52)

“Genelde tablet falan çoluğu çocuğu olan kullanır. Kırulu murulu. Onlarda israf olur başka. Köydeki çocukla da öyle herkesin elinde tablet bu telefonlardan. Biraz fazla. Aynı bence kentle.” (K9, Kadın, 53)

“O dijital ürünlere şimdi kentte de va köyde de va. Şimdi devamlı herkesin elinde telefon. Şimdi herkes öyle. Şimdi annesinden doğan çocuk eline telefon tablet. Köyde de gerçekten öyle. Mesela bizim gelinlerin hepsinin de öyle şimdi çocuklara oturup yemek yediremeyola elinde telefon tablet olmayınca. İkisi de aynı bence.” (K12, Kadın, 48)

Kentteki katılımcılar ise dijital israfı her iki mekânda eşit görmelerinin nedeni olarak özellikle son dönemde kırsalda teknolojik aletlerin tüketiminin yaygınlaşması ve göstermelik tüketimin bu alanda etkili olması şeklinde düşüncelerini ifade etmişlerdir. Kırsal alanın mekânsal sınırlılığı ve yakın birincil ilişkilerin gösterişçi tüketimi daha da arttırdığı, insanların adeta tüketerek görünmek istedikleri ve böylece başkalarının gözünde sosyal statülerini arttıracakları düşünceleri ile hareket ettikleri ifade edilmiştir. Bu hususu Ş9'un aşağıdaki ifadesi açıklamaktadır.

“Köyleri de hemen hemen eşit görüyorum. Onlarda da şey başladı komşu aldı biz de alalım. Televizyon almış alıyor. Robot süpürge mesela köylere girmiş artık bende bile yok şu an. O almış ben alayım, o yapmış ben alayım olayları var. Belki giyimde gıda da değil ama yatırım ve o tarz dijital değeri yüksek şeylere daha çok alıyorlar sanki kentlerle eş değerler. Kentte hep israf var zaten. 7'den 70'e devam ediyor. Algı var hep yarış var dijitalde. Önce insan kendi nefsiyle mücadele etmeli nefsinin tutabilmeli sonra bütçesini nefesine uydurabilmeli bence. Kendini kontrol edebiliyorsan her yerde tasarruflusundur ama yapıyor muyuz yapamıyoruz. Birinde bir dijital bir şey yeni bir şey görüyorsun reklamını görüyorsun ya da alıyım algısı oluşuyor kentte. Yarışyorsun başkalarıyla. Gösteriyorsun gözüne soka soka. Kentte de bu var. O iPhone 13 almış bende alacağım gibi düşünüyor kent. Ha tabi bence köyde de bu var.” (Ş9, Kadın, 49)

Katılımcıların büyük çoğunluğuna göre ise kentte dijital israf daha fazla yapılmaktadır. Bunun nedenleri olarak kentte “gösterişçi tüketim” in yaygın olması, “sosyal statü” edinimi için tüketim

gerçekleştirenlerin sayısının fazla olması gösterilmektedir. Kentteki insanın tüketim biçiminin birbirleriyle rekabet içerisinde gerçekleşmesinin dijital tüketimi arttırdığı vurgulanmıştır.

“Ben kentlere düşmanım (gülerek). Kentlerdedir. Bu da bir savaş bu da bir israf yani. Mesela 14 çıkmadan önce herkesin elinde 11 vardı ama şimdi 14 çıktı bu sefer herkes 14 aldı. Bu da bir israf yani. Mesela 15 çıktı adam da zaten 14 Pro Max var ama gitmiş bir daha iPhone 15 almış. Neden çünkü benim de iPhone 15imin olması lazım. Yarış var. Valla ben köyde görüyorum, orada tuşlu telefon olsun yeter yani. Yani vakitleri olmuyor bence. Facebook’ta gezineyim, Instagram’da gezineyim, fotoğraf çekileyim, “story” atayım, şunu yapayım bunu yapayım olmuyor yani. Sabahın 5’inde kalkıyorlar. İşleri güçleri var. Bence köylerde işten dolayı olmuyordur.” (Ş11, Erkek, 27)

“Kentte kesinlikle. En büyük örneği de dayım mesela. Ne zaman yeni telefon çıksa hemen yenisini alıyor. Ya kimisi gerçekten özellikleri için alıyor kimisi de hani benim aa benim iPhone 15’im var. Herkes görsün gibi görüyorlar. Ama yanlış. Köydekilerin söylediğim gibi yaşantıları falan o tarz şeyleri umursamıyorlar. Kendi hayatlarıncı mutlu mutlu yaşıyorlar.” (Ş3, Erkek, 25)

“Gurbettekiler daha şey yapıya. Şimdi hep 3 tane telefonulan geziyola. Biri daha iyi deyo arkadaşına mesela şundan alayım deyo gidip alıyo. İstanbul’da torunlarda da var hepsinin de va. Valla ne bileyim o alıyo ben de alayım sen alıyosun ben de alayım hep böyle. Birbirinden görerek.” (K5, Erkek, 74)

Ayrıca katılımcılar için kentte insanların dijital ürünlere daha fazla gereksinim duymalarından kaynaklı dijital israfın daha fazla olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle kentte çalışanların çalışma koşulları içerisinde teknolojiye zorunlu bırakılmaları ve işlerin dijital ürünlerle yürütülmesinin dijital tüketimi arttıracakı konusu vurgulanmıştır.

“Kentlerdedir. Köyde çok minimal bir yaşam sürüyorlar ya. Onun için kentlerde daha fazladır. İhtiyaçtan fazlasını kullandıklarını düşünmüyorum köylerde. İşte evde bir tane bilgisayar varsa yetiyordur. Ama burada evdeki her bireyin bilgisayara ihtiyacı oluyor. Öğrencinin de oluyor. Zorunda kalınıyor.” (Ş8, Kadın, 41)

“Bunun cevabı tabii kent. Bence ihtiyaçtan dolayı artmıştır. Ben bile bugün mesela hatta arkadaş ortamında da belirtiyorum. Bugün benim işim gereği olmasaydı ben bugün telefon kullanmazdım. E tabii bugün benim iş yaptığım adam önce diyor ki WhatsApp’tan sana bir şey attım. Mecburum hani.” (Ş10, Erkek, 34)

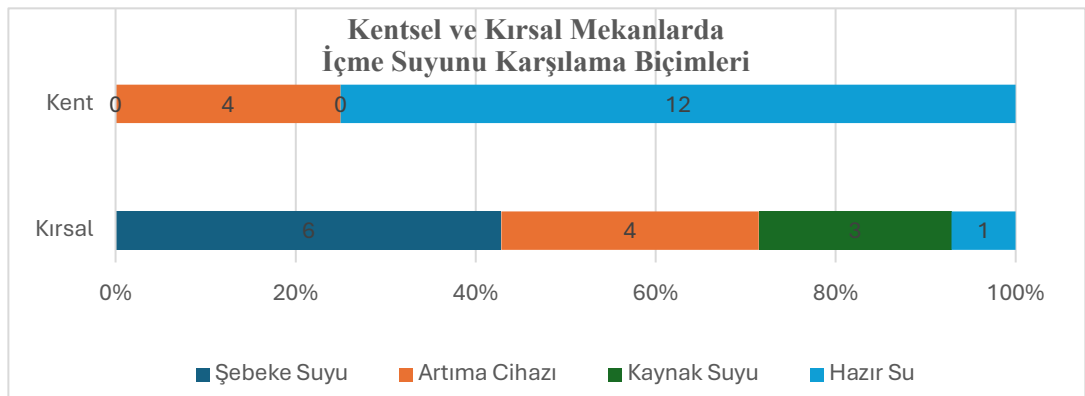
Ayrıca kentsel ve kırsal mekanlarda iletişim teknolojilerine erişim açısından farklılıklar bulunmaktadır. Katılımcılardan K2 ve Ş1'e göre de bu erişimin mekânsal farklılık içermesi teknoloji kullanımını azaltmakta ve dolayısıyla tüketimi de geriletmektedir. Nitekim Gül ve Demiryürek (2020, s.341)'e göre sadece Türkiye ile sınırlı olmamakla birlikte kırsal bölgelerde bilgi teknolojileri altyapısı ve erişimi kentsel mekanlara göre geride kalmaktadır. İnternet alt yapısının kırsalda yeteri düzeyde sağlanmaması da katılımcılara göre kişileri, teknolojiden uzaklaştırmaktadır.

“Bence kent yine (gülerek)). Ya köyde herkes tuşlu telefonda. Zaten telefonlarda çekmiyor alıp ne yapacaksın ki. Bir işe yaramıyor. O yüzden bence hani kentte daha çok. Köydekiler bu telefonları kullanmıyor. Bilmiyorlar da açıkçası. Çünkü telefon köyde çekmiyor. İki dağın ortasında bir köy. Çekmesi için tepelere çıkmak gerekiyor. Oraya çıkana kadar da telefonu ne yapacaklar yani.” (K2, Kadın, 23)

“Kentlerde daha fazladır çünkü köylerde maalesef hala internet az, çekmiyor, insanların çok fazla dijital kullanımı yok, insanlar kullanamıyorlar. Uygun şartları çekmiyor. Aslında onları kullanacak donanım yok. Zaten öyle bir imkân da olmadığı için kentlerde daha fazladır.” (Ş1, Kadın, 25)

5.1.4. Su İsrafi

Çalışmada su israfının nasıl gerçekleştiğini katılımcıların deneyimlerinden anlayabilmek adına öncelikle katılımcılara “Su ihtiyacınızı nereden karşılıyorsunuz?” ve “Sizin için su tüketimi temel bir ihtiyaç mıdır? Su sizce önemli midir? Neden?” gibi bazı sorular sorulmuş ve katılımcıların su tüketimlerine yönelik pratikleri anlaşılmaya çalışılmıştır.



Şekil 13. Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İçme Suyu Karşılama Biçimleri

Yukarıdaki şekilden anlaşılacağı üzere kırsalda altı katılımcı, içme suyunu “terkos suyu” olarak ifade ettikleri şebeke suyundan sağlamaktadırlar. Geriye kalan dört katılımcı arıtma cihazı

kullanırken, üç katılımcı kaynak suyundan eve taşıdığını, bir katılımcı da hazır su satın aldığını ifade etmiştir. Kentte ise katılımcıların tamamı içme suyunu şebeke suyundan kullanmamaktadır. Sadece dört katılımcı arıtma cihazı kullanırken geriye kalan on iki katılımcı hazır su satın almaktadır.

Ayrıca kentsel ve kırsal mekanlardaki katılımcılar için su tüketimi en temel ihtiyaçlardan birisi olarak algılanmaktadır. Kentteki katılımcıların su tüketimini önemli görmelerinin nedenlerinin başında “hijyen/temizlik” sağlaması, “yaşamsal fonksiyonları için gereklilik/sağlık” ve “yeme-içme kullanımı” gelmektedir.

“Su temel bir ihtiyaçtır. En temel ihtiyaçlardan biridir. İnsanın yaşaması için hijyeni için sağlığı için. Hatta bence en temel ihtiyaçtır su.” (Ş15, Erkek, 22)

“Tabii ki temel ihtiyaçtır. Yaşayamayız. İflas eder beden olarak yitirir. Vücutsal sağlığını korumak için sağlığını korumak, temizlik hijyen vesaire hepsi için çok önemli su. Olmadığını düşünemiyorum.” (Ş13, Kadın, 27)

Kırsaldaki katılımcılar da suyun günlük yaşamda gerçekleştirdikleri işler için çok önemli olduğunu, hayvancılık ve tarımcılıkla uğraşmaları sebebiyle tüm faaliyetlerini sudan yararlanarak gerçekleştirdiklerini vurgulamışlardır.

“Suyu fazla kullandığım bi işin içindeyim ben. Önemli benim için. Günlük 15 tona yakın su kullanıyoruz tamamen iş için. Hayvanlara veriyoz. Temizliklerinde kullanıyoz. 350 tane büyükbaş hayvanımız var şu an.”” (K14, Erkek, 33)

“Susuz vakit geçmez. Su bizim için çok önemli. Şimdiki hayvanlarım bile o sudan içiyoz yani. Makinelerde çalışmaz su olmazsa. Her gün kirleniyoz damdan dolayı.” (K9, Kadın, 53)

“Anam tabii en temel ihtiyaç. Su olmazsa anamm. Her şey de kullanıyoz. Anam makineler hep onla çalışıyo. Hayvanımız, yiyeceğimiz, içeceğimiz her bi şeyimiz onla yürüyo burada.” (K3, Kadın, 61)

5.1.4.1. Su Tüketimi ve Tedbirler: “Hiç Bitmeyecekmiş Gibi Düşünüyorum”

Su tüketiminin ve dolayısıyla su israfına karşı alınan önlemlerin kentsel ve kırsal mekanlarda yer alan katılımcılarda nasıl gerçekleştiği araştırma konusu kapsamında merak edilmiştir. Çalışma kapsamında iki mekân açısından evsel su tüketimi ve kırsal mekân açısından buna ek olarak tarımsal alanda su tüketimi ve buna ilişkin alınabilecek önlemler değerlendirilmiştir. Bu hususta evsel su kullanımında; *ev temizliğinde su tüketimi, muslukların tamiri, banyo ve duş süreleri, araç ve halı yıkama, bulaşık yıkama alışkanlığı* gibi konular katılımcılara sorulurken, tarımsal sulamada; *tarım arazisi ve bahçe sulamalarında su tüketimlerini ve su israfına karşı aldıkları*

tedbirleri nasıl gerçekleştirdikleri sorulmuştur. Bu konuda katılımcılara evsel su tüketimlerinde su kullanımına dikkat edip etmedikleri sorulmuş ve kentteki katılımcıların büyük çoğunluğu suyu kullanırken dikkat etmediklerini ifade etmişlerdir.

“Dikkat ediyorum dersem yalan olur. Ha tabii suyu açıp çıkıp da başka odalarda dolanmam. Ama su ihtiyacımı, temizlenmeden kendimi kenara çekmem. En çok su duşta tuvalette gider. Yıkanmada ve temizlikten gider.” (Ş7, Erkek, 64)

“Boşa akıtmam öyle musluğu açıp gitmem. Çok aşırı da tasarruf yapmıyorum. Ama boşa akıtıp da bir yerlere gidip oyalanmam yani. Ama çok da dikkat ettiğim bir durum değil.” (Ş1, Kadın, 25)

Ayrıca bu konuda Ş15 ve Ş16 katılımcıları evsel su tüketimlerinde bilinçli bir davranış sergilemediklerini ve özellikle iş temposu içerisinde su kullanımına dikkat edecek bir vakit ayıramadıklarını ya da temizlik gibi nedenlerin bilinçli su tüketiminden daha önce geldiğini ifade etmişlerdir.

“Hayır dikkat etmiyorum. Yani şöyle çok tasarruflu kullanmıyorum. Hızlı bir şekilde yaşamaya çalışıyorum. Hızlı tempoda. Aç kapa yapmıyorum. Dişimi fırçalarken durdurup bekleyip açmıyorum. Yanlış bir davranış biliyorum ama. Maalesef.” (Ş15, Erkek, 25)

“Ben ama bu konuda hiç bilinçli değilim. Çok bilinçsizce kullanıyorum. Hatta aile bireylerim bu konuda benden çok şikayetçiler. En çok banyoda abla. Uzun saatler kalıyorum. İşim dolayısıyla temiz olmam lazım. Ne yapayım.” (Ş16, Erkek, 22)

Kırsalda ise evsel su kullanımına dikkat ettiğini söyleyen katılımcı sayısı ile etmediğini söyleyen katılımcı sayısı birbirine eşittir. Özellikle aşağıda ifadesi yer alan K12 yaz dönemlerinde yaşadıkları su sıkıntısı yüzünden su kullanımına çok daha fazla dikkat ettiğini belirtmiştir. Yazın köye dışarıdan gelenlerle birlikte nüfusun artmasının köyde su kesintilerine neden olduğunu eleştirel bir üslupla anlatmıştır. Dışarıdan gelen “yazlıkçıların” bilinçsizce su tüketmeleri, bahçe sulamaları ve araç yıkamaları gibi nedenlerle köyde suların azaldığını ve bu yüzden su kullanımına daha fazla dikkat ettiğini belirtmiştir.

“Yok ben açık musluk falan görüsem bi yerde hemen kapatırım. Çok ederim. İsraftan. Yazın susuzluk çok çektik. Hele bizim bura köyün üst başı olduğu için hiç çıkmaya. Yazın İstanbul’dan oradan buradan gelenler geldikten sonra bi de sular açıldıktan sonra bizim buraya yukarı hiç su çıkmaya. Yazın falan bizim makineler hiç çalışmaz burada. İşte depodan gelen su aşağılardan açıldığı için bahçede de var ya. Yazın herkes bahçeleri sulayoz diye araba yıkayoz diye akıtıyola. Kesinti yapıldığı zamanda millet köylü hemen havaya çıkıya.

Yani rahatsız oluya muhtarı araya devamlı. Su nerde muhtar suyu niye kapattın. Depoda su yok mu? diye. Su bitti diyince de şey diyala... Neyse. O yüzden bilmen dikkat etmeye çalışıyoz.” (K12, Kadın, 48)

Kırsaldaki K3’ün bulundukları köy yerinde su faturalarının ucuz olmasına rağmen evdeki su kullanımına dikkat ettiği ve özellikle israf etmenin “günah” olması nedeniyle bu konuya hassas davrandığı gözlemlenmiştir

“Evde dikkat ediyom tabii. Boşa akıtman niye akıtayım. Sular köy yerinde bedava. Çok ucuz. Ama gine de (yine de) müsrif etmen yani. Herkes akutur ucuz diye aman ben etmen. Günah. Çok günah.” (K3, Kadın, 61)

K8 de gelen su faturalarını ödeme zorluğunun su tüketiminde onu daha dikkatli olmaya ittiğini vurgulamıştır. K8’in diğer katılımcılara göre sosyo-ekonomik durumunun daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bu konuda israfa ve aşırı tüketime karşı hassasiyeti ödeme zorluğu ve çok çalışma sürecinden kaynaklı olarak ayrıca önem arz etmektedir.

“Valla bi önceki aya göre azcuk parası gelince fazla canın acıya. Dikkat ederin. Öyle açık muslukları falan hiç tahammülümüz yoktur. Kıt kanaat ödeyoz zaten. Eşimde öyledir.” (K8, Kadın, 52)

Kırsalda evsel su tüketimine bilinçli bir şekilde dikkat etmediğini belirten K10, su israfının özellikle tarımsal faaliyetler esnasında gereksiz ve aşırı sulamalarda görülebileceğini vurgulamıştır. Ona göre bulundukları yörede pancar ekimi çok fazla suya ihtiyaç duyması nedeniyle aşırı ve gereksiz su kullanımını doğurmaktadır ancak kendisinin bu konuda oldukça hassas davrandığını belirtmiştir. Evsel su tüketimindeki israfın asıl israf olmayacağını kullanılan su hacmiyle kıyaslayarak evde buna dikkat etmediğini belirtmiştir.

“Evde de dikkat etmem. Gözüüm baka baka açık kalmasını istemem tabi ama. Hortum takıyorsun en basiti. Bahçe falan suluyorsun yani. Bahçe sulamasını da yine hortumla yapıyorsun. Musluktan çekip. Çok büyük sular orada harcanıyor asıl. Bazıları için o anda suyun gidip gitmemesi önemli değil. Toprağın o anki şeyine bağlı, durumuna. Biz mesela pancar hasatı da yapıyoruz. Pancarda mesela biz dünya kadar su harcıyoruz. Onda dikkat eder miyim çok ederim. Tarladan boşu boşuna akmaması için. Evde muslukta atıyorum bir saat aksın harcayacağı 100 litre ama onun (pancar sulama) harcayacağı 10 ton.” (K10, Erkek, 20)

Her iki mekânda yer alan katılımcıların evsel ve çevresel su tüketimlerini daha derinlemesine anlayabilmek adına ev temizliği ve halı yıkama, bulaşık yıkama alışkanlıkları, banyo/duş yapma sıklığı, bahçe/arazi sulama ve araç yıkama gibi çeşitli su kullanım alanlarında nasıl davranış sergiledikleri sorulmuştur. Alınan cevaplar aşağıda başlıkları altında verilip değerlendirilmiştir.

- **Ev Temizliğinde Su Kullanımı**

Katılımcılara ev temizliği sürecinde su kullanımına dikkat edip etmedikleri sorulmuş, kentteki katılımcılardan dikkat etmediklerini belirtenlerin sayısı daha fazla iken, kırsalda dikkat ettiklerini belirtenlerin sayısı daha fazla olmuştur. Kentte Ş9'un ifadesinden anlaşılacağı üzere su kullanırken suyun hiçbir zaman bitmeyeceği algısı ve fatura ödeme kolaylığı onu dikkatsiz su kullanımına itmektedir. Ayrıca katılımcı, ev temizliğinde su tüketimine dikkat etmemekle birlikte halılarını halı yıkamacıya verdiğini ifade etmiştir. Elde yıkamamasının nedeni ise su tasarrufu yapmak değil, bunun pratik olması ve kolaylık sağlamasıdır.

"Etmiyorum ben hiç. Düşünmeden harcıyorum suyu. Yani o konuda tasarruf ettiğimi düşünmüyorum. Hiç bitmeyecekmiş gibi düşünüyorum. Kıtılığı görmem lazım anca. Bulaşık yıkarken, çamaşır çalıştırıyorum sürekli. Banyo sürekli oluyor. Ben etmiyorum ya. Ardı hep geliyor bir de faturaları da kolay ödüyorum. Düşünmeden devam ediyorum kullanmaya. Halı yıkamayı genelde yıkamacıya veriyorum. Ama suya dikkat etmek için mi yapıyorum diye sorarsan hayır. Daha temiz oluyor bir de parası uygun elde yıkadığın iş yüküne değmiyor. O yüzden veriyorum yıkamacıya." (Ş9, Kadın, 49)

Ev temizliğinde ve halı yıkama gibi işlemlerde su kullanımına dikkat etmediğini söyleyen Ş2 ve Ş12 katılımcıları için de önemli olan temizlik ve hijyenin sağlanması olmuştur. Su tüketimlerine olan dikkatleri bu konuda geri planda kalmıştır.

"Hiç etmem temizlikte falan. Balkon yıkarım. Temiz olsun diye. Su akıyor falan yok düşünmem." (Ş2, Kadın, 55)

"Temizlik yaparım bu pazar yaptım hatta. Temizlik daha önemli bana." (Ş12, Erkek, 45)

Kırsalda yer alan K8, ev temizliği sırasında kullandığı suyu doğal kaynak suyundan gelen çeşmeden alarak sağladığını, evdeki şebeke suyundan kullanmadığını belirtmiştir. Temizlikte kullandığı suyu sürekli akıtmadığını, bir kap içerisine alarak suyu kullandığını belirtmiştir. Ayrıca halıyı köy yerindeki çeşmeden hortum çekerek, köyün kadınları ile birlikte yıkadıklarını ifade etmiştir.

“Gereksiz akıtman ben. Bizim çok temizlik yaptığımızda burada kuyumuz var oradan harcarın. Yani çok böyle halıydı, kilimdi, bi yeri çok sileceğin eve suyu çok alırun oradan. Kofaya (kova) kuyarın (koyarım) kirlendiği zaman onu değiştiririn. Halı yıkama gine çeşmede yapılyo. Köy yerlerinde hala devam bizim. Kaynaktan gelen su oradan kullanıyoz.”
(K8, Kadın, 52)

Kırsalda kadın katılımcılar ev temizliğinde halı yıkamayı genellikle köyün çeşmesindeki alanda yazın yıkadıklarını belirtmiştir. Çeşmeye taktıkları hortum ile sulama yapıp temizlediklerini ifade etmişlerdir. Bahsedilen çeşme ve halının yıkandığı yer aşağıdaki fotoğrafta yer almaktadır.



Fotoğraf 2. Köy Çeşmesi ve Halıların Yıkandığı Meydan

“Halı yıkama genellikle biz köyde yıkıyoruz. Asfalata atıyoruz. Islatıyoruz. Güzelce köpük yapıyoruz. Suyu dışarıda çeşme var oradan hortum takıyoruz öyle suyu alıyoruz yıkarken.”
(K1-Kırsal)

“Tabii canım yazın falan yıkıyoz. Onu mesela şorda çeşmemiz va orda yıkıyoz halıları. Çeşmedeki su kaynak suyu. Yazın orası bol oluyo seriyoz çadırı. Herkes kendinin kiyi yıkayo.”(K13-Kırsal)

- **Bulaşık Yıkama Alışkanlığı ve Su Kullanımı**

Katılımcılara bulaşık yıkama alışkanlıklarının ve su kullanımlarının nasıl olduğu sorulduğunda kentteki katılımcıların tamamının evlerinde bulaşık makinesi kullandığı cevabı alınmıştır. Her ne kadar su tüketimi açısından bulaşık makinesi daha tasarruflu sayılsa da ön yıkama ve arındırma işlemlerinde su tüketimine dikkat edilmediği sürece su israf olmaya devam etmektedir. Nitekim kentteki katılımcılar da bulaşık makinesi tercih etmelerinin sebebi olarak kişiye sağladığı

kolaylığı belirtmişlerdir ve yağlı ve kirli bulaşıkları akıtırken de su kullanımına dikkat etmedikleri gözlemlenmiştir. Nitekim Ş8 ve Ş13 katılımcılarının aşağıda yer alan ifadeleri genel durumu özetlemektedir.

“Valla suyu da ben çok haldır haldır kullanıyorum evde. Makineye bulaşık atacaksam önce sudan geçirip atıyorum. Ben elimde öyle yıkamam. Tencereyi bile atarım. Bunlar makineye girmez falan demem. Benden daha mı kıymetli. Bozulursa bozulsun tencerelerim.” (Ş8, Kadın, 41)

“Bulaşık yıkamam. Makineye koyuyoruz hep. Ben elimde yıkamam hiç. Üşendiğim için makineye koyarım. Kim yıkayacak! Saatlerce su akıt, sıcak yap, durula, kurut falan. Hemen makineye atıyorum dolunca da çalıştırıyorum. Elde yıkanınca bence daha çok su gidiyor bence o yüzden çalıştırmak daha mantıklı.” (Ş13, Kadın, 27)

Kırsaldaki katılımcılarda ise durum farklıdır. Kenttekilerden farklı olarak bulaşık makinesi yerine daha çok elle bulaşık yıkama alışkanlığına sahiptirler. Özellikle hanedeki üye sayısı az olan katılımcılar bulaşık makinesinin dolmasını beklememek için elde yıkamayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir, ki hane içerisinde geçirilen süreçlerde kadınların elde bulaşık yıkadıklarına şahit olunmuştur.

“Bulaşığı galabalık olursa makine, azlık olursa elle. Şu an zaten evde eşimle kardeşim var bi. Üç kişi olduğumuz için yani. Arada bi benim kardeşim de geliyo. Çoklug olunca o yüzden makine çalışıyo. Veyahutta makineyi çalıştırmıyoruz üç dört gün bekletiyoruz öyle çalıştırıyoruz. (K2, Kadın, 23)

“Bulaşık makinem var ama şu anda azlık olduğu için dolmayo. Yani onu zaten yıkayınca ya kada elimde sabunlu suyla bi geçiriyon yetiyo. Düşünüyon hani bulaşık makinesi bi de elektrik yakacak. Ben şey ederun altına leğende sabunlu suyla yıkarun. Durulamasını da yine leğenin yaparın. Çok köpüklü oluyo. Altına leğeni koyasan köpüğünü ikinci seferde çabuk gidiyo. (K8, Kadın, 52)

Kırsalda hanedeki sayıya bakmaksızın evlerinde bulaşıkları sürekli makine ile yıkayan sadece üç katılımcıya rastlanılmıştır. Genelde iş gücünün fazla olması ve kişilere zamandan tasarruf sağlaması açısından tercih edildiği vurgulanmıştır.

“Makinede yıkıyoz. Yo yo kolayıma geliya. İşim çok benim.” (K3, Kadın, 61)

“Bulaşığı makinede yıkıyoz. Kolaylık olsun diye. Cepten de kar va su dan da kar va. Elinde yıkamaz yoh. Tam dolmadan çalıştırur bazen. Ama zaten iki kişünün şeyiyle dolmayo. 2-3 günde bi çalıştırur”. (K5, Erkek, 74)

“Bulaşıkları makinede yıkarız. Kolaylık oluyo. Şimdi köyün her evinde zaten makine var. Kolaylık oluyo işin çok olunca.” (K14, Erkek, 33)

• Banyo Yapma Sıklığı ve Su Kullanımı

Evsel su tüketiminde suyun gereksiz ve aşırı harcanıldığı bir diğer alan da banyo ve duş kullanımlarıdır. Özellikle banyo/duş yapma sıklığı, banyoda kalma süresi ve gereksiz su akıtma su israfına neden olan alanlardır. Öncelikle her iki mekandaki katılımcılara haftada kaç kere banyo/duş yaptıkları sorulmuştur. Kentte haftada ortalama $5,18 \approx 5$, kırsalda $2,78 \approx 3$ kere banyo/duş yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır.

“Haftada 5 kere oluyor. Temizlenene kadar yıkanacağız. Kendime süre falan yok. Sabunlanıp çıkıyorum. Ora hesap yeri değil. Yıkanıp çıkacağız.” (Ş7, Erkek, 64)

“Ben her gün banyo yaparım. Hafta da 6-7. Dikkat etmiyorum benim için temizlik önemli ve o an rahatlamam önemli. O yüzden dikkat etmiyorum yani.” (Ş1, Kadın, 25)

Kentteki Ş8 ve Ş9 katılımcıları banyo/duş yaparken su kullanımına dikkat etmemeleri konusundaki soruyu cevaplarken Ş8, bu konudaki dikkatsizliğinden utandığını belirtmiştir. Ş9 ise su kullanımında bilinçsiz olduğunu ve bu konuda hiç dikkatli davranmadığını fark ettiğini söylemiştir.

“Haftada 3-4 kez. Ya şöyle ben biraz fazla tüketiyorum çünkü saçlarımı falan kremliyorum uzun sürüyor duşum. Ha yok dört dk da falan çıkacağım diye bir şey yok. Dikkat etmiyorum çok kullanıyorum ay çok utandım şu an.” (Ş8, Kadın, 41)

“İki günde bir banyo yapıyorum. Özellikle dikkat etmiyorum yaparken. Temiz olmam daha önemli burada. Belirlediğim bir süre de olmuyor. Şu an suya hiç dikkat etmediğimi fark ettim ya. Hiç düşünmemişim yani. Çok harcadığımı anladım.” (Ş9, Kadın, 49)

Kırsalda yer alan katılımcılar da kentle benzer şekilde banyo/duş esnasında su kullanımlarına özellikle dikkat etmediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcılar kırsal alandaki hayvancılık ve tarım faaliyetlerindeki iş yükünün getirdiği kirliliğin banyoda kalma süresini uzattığını ve bu konuda temizliğin onlar için daha önemli olduğunu vurgulamışlardır.

“Banyoda suyu çok harcarın işte. Kova usulü ile. Süre falan yok yani ben yine 10 dakika da 15 dakika da kovuya koyuyoz. 2 kere 3 kere sabunlanmam gerekiyor. Biz ahırdan geldiğimiz için kendi kendimize bile kokuyoz. Şu an sadece kışın soğuktan fazla yıkanılmıyor. Genelde ben yazın hemen hemen her gün.” (K8, Kadın, 52)

“Banyoda fazla akar. Dikkat edemezsin. Her gün yaparız. Hayvan işiyle uğraştığımız için mecbur gerekiyor. Pisleniyorsun, kokuyorsun.” (K14, Erkek, 33)

Kırsalda banyo/duş sırasında su kullanımına dikkat ettiğini söyleyen üç katılımcı vardır. Bu katılımcılar suyu boş yere akıtmadıklarını sadece kullanımları sırasında suyu açtıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca K9 ise banyo suyunu duş başlığı kullanmadan bir kova içerisinde biriktirip yaptığını ve böylece boşa su akıtmadığını ifade etmiştir.

“Haftada 2 kere duş alıyorum genellikle. Ama dikkat ederim. Saçıma ıslatırım suyu kapatırım. Sonra tekrar açarım. Zaten ayarlı suyun sıcaklığı.” (K1, Kadın, 19)

“Ben ederim. Ben kofaylan yıkanırım. Zaten ben öyle banyoda yapaman harıl harıl. Ben sabunlanıp sabunlanıp leçbeyle (maşrapa) kullanmam lazım. Kofayı biriktirip evet. Hiç sevmem başlıkla yıkanmasını.” (K9, Kadın, 53)

“Evet ederiz. Şampuanla yıkanırken liflenirken devamlı kapatırım. Sonra açarın musluğu.” (K12, Kadın, 48)

• Sızdıran Su Muslukların Tamiri ve Yenileme

Sızdıran su musluklarının tamiri ya da eskiyen muslukların değiştirilmesi su israfını önleyen basit ama etkili bir önlem çeşididir. Bu hususta kentteki katılımcılardan hemen aksiyon almadıklarını, geçici kişisel tedbirlerle bir süre kullanım sağlayıp bir süre geçtikten sonra tamirini yaptırdıklarını söyleyen dört katılımcı yer almaktadır. Geri kalan on iki katılımcı hemen aksiyon alıp tamir ettirdiklerini ifade etmişlerdir.

“Sızdıran su musluğumuz oldu evde tabii. Ben hatta çok çaba sarf ettim anneme özellikle birini çağıralım yaptıralım diye. O çok geciktirdi. Benim elimde olsaydı bi usta çağırırdık. Musluk akmasın boşa diye hatta üstüne bir şeyler bağladım bir süre de akmadı öyle tutmaya çalışmıştım. Ama yine de damlatıyordu tabii ki.” (Ş13, Kadın, 27)

Kentteki katılımcıların su tamiri ve yenilenmesinde su tasarrufu sağlama amacında olmadıkları, bunun genellikle akan su sesinden rahatsızlık duymalarından kaynaklandığı belirtilmiştir.

“Hemen hemen.Sinirimiz bozuluyor. Tamamen kişisel. Akmasın diye değil. Gördükçe tısl tısl sinirim bozuluyor. Becerebilirsem contasını değiştiriyorum beceremezsem usta çağırıyorum.” (Ş2, Kadın, 55)

“Sızdıran musluklarımız oldu tamirini de yaptırdık. Geciktirmemeye çalışıyorum. Fatura çok gelsin diye tabi yine. Su boşa akacak diye düşünmüyorum aslında.” (Ş9, Kadın, 49)

“Damlatan olmuyor. Sızdırırsa hemen alırım. Mümkün olan en kısa zamanda olur. Bekletmem. Hem fatura fazla gelsin hem de o su sesinden çok gıcık oluyorum.” (Ş15, Erkek, 25)

Kırsalda ise muslukların tamiri noktasında kendilerinin öncelikle müdahale ettikleri ancak yapabilecek imkanları ya da bilgileri olmadığı noktada usta çağırarak aksiyon aldıkları belirtilmiştir.

“Tamiri yapabiliyorsak biz yapmaya çalışıyoruz yapamazsak usta çağırırız. Genellikle su kaçağını hemen yapabilirsek biz aletimiz olursa müdahale ediyoruz. Kendimiz kaynak yapıyoruz. Ama yapamayacağımız bi şeyse hemen usta çağırırız. (K1-Kırsal)

“Sızdıran hemen yapıyoz. Boşa akmasın diye. Köyde de hemen bitiveriya. Başkalarına az kalıyo su. Depodan.” (K3, Kadın, 61)

“Sızdıran olunca hemen dışardan biri geli. Bizim evde kimse yapamayo.” (K8, Kadın, 52)

• Araç Yıkama Şekli ve Su Kullanımı

Katılımcılara araçlarını nasıl yıkadıkları ve su kullanımlarını nasıl gerçekleştirdikleri sorusu sorulmuştur. Kentte altı kişi yıkamacıya verdiğini, dört katılımcı kendisi yıkadığını ifade etmiştir. Özellikle yıkamacıya verenler işlerinin yoğunluğundan dolayı yıkamacıyı tercih etmek durumunda kaldıklarını vurgulamışlardır. Araçlarını kendileri yıkayanlar da su kullanımlarında dikkatli davranmadıklarını belirtmişlerdir.

“Eskiden yıkıyordum suya dikkat etmezdim. Ayda yılda bir yıkayıp suyun hesabını yapmıyorduk yani. Oğlum yıkıyor şimdi.” (Ş7, Erkek, 64)

“Aracımız var. Yıkamacıya götürüyoruz. Ama suyu harcamayalım diye değil yine halı gibi. İş yoğunluğunda bir de onla uğraşmayalım diye. Parası çok artmış bu ara yıkamadık da bayadır. Ama veriyoruz yıkamacıya önceden 150 TL falandı. Yıkıyorduk içini dışını.” (Ş9, Kadın, 49)

Araçlarını kendi yıkayan kentteki katılımcılar ise su kullanımlarında dikkatli davranmadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca Ş12, kentte yıkama yapılacak rahat bir alan olmadığı için yıkama sıklığının daha az olduğunu ifade etmiştir.

“Motoru yıkamak için de harcarım ben suya dikkat etmem. Gerçi denk gelirse yani ben hiç sevmem motor yıkamam falan. Yıkayacak bir alan da olmadığı için. Mecburen kendim yıkıyorum yani. Sevmem.” (Ş12, Erkek, 45)

“Arabada su kullanıyorum ama dikkat etmiyorum. Üzülerek maalesef.” (Ş15, Erkek, 25)

Kırsalda ise araç yıkama şekli ve su kullanımı kentten farklıdır. Kırsal bölgede binek araçların dışında tarım için gerekli olan diğer araçlar da kişiler tarafından yıkanmaktadır. Katılımcılardan onu araçlarını bahçelerinde ya da arazilerinde yıkarken, üç katılımcı ise bazen yıkamacıya verdiklerini belirtmiştir. Araçlarını kendi yıkayanlar genellikle dere suyundan ya da doğal kaynak suyundan gelen oluktan suyu kullanarak yıkadıklarını ifade etmişlerdir.

“Genellikle çeşmemiz var hayvanların su içtiği yer. Oluk. Oradan bir kova su doldururuz araba için ilk önce güzelce köpükleriz sonra birkaç bakraç (kova) atınca temizlenmiş oluyo zaten”. (K1, Kadın, 19)

“Traktörü yazın genelde çay varsa çayda dışarda. Su akarken çeşme ya da çay akarken tutupta terkos suyuyla olsun yıkamam. Ama çay varken akan bir çeşme varken orada yıkarım. Çayda Allah’ın dediği sudan harcarım. Doğal kaynak suyu.” (K4, Erkek, 58)

Kırsalda gözlemlenen, özellikle genç erkeklerin araç yıkamaya önem verdikleridir. K8 erkek çocuklarının araç yıkamada su kullanımına dikkat etmediklerini, K6 ve K10 genç erkek katılımcılar da kendi araçlarının temizliği ve bakımında su kullanımına yeterli özeni göstermediklerini belirtmişlerdir.

“Suyu en çok araba yıkarken harcarım. Kırmızı çizgimdir. Dün akşam mesela ATV ile Off-Roading’e gittim kafama göre takılmaya belki yarım saat bi saat boyunca araba yıkadım. Lastiklerini çamurlarını varana kadar komple temizledim. Genelde de dükkândan hortum var onla da yıkıyoruz. Fark etmiyor bizim için yeter ki araba kirli olsun. Saatin önemi yok. O konuda suyun da hesabını yapmıyoz yani.” (K10, Erkek, 20)

“Bu konuda hiç dikkat etmen. Aracımın temizliği her şeyden önemli”. (K6, Erkek, 24)

“Arabaları da oğlanlar çeşme sularından yıka. Onlarda hiç dikkat etmezler yıkarken. Bir tek arabaları önemli oluya onlara (gülerek)” (K8, Kadın, 52)

• Bahçe veya Tarım Arazisi Sulama

Kentte sadece dört katılımcının evlerinin önünde sulayabilecekleri bir bahçe olduğu, geriye kalan on iki katılımcının bahçe ya da sulama yapabilecekleri herhangi bir arazilerinin olmadığı belirtilmiştir. Kentte bahçelerinde sulama yapan katılımcılar genellikle yazın sulama yaptıklarını,

kışın sulama gerekmediği bilgisini vermiştir. Ayrıca Ş14, bahçe sulamalarını damlama sistemi kullanarak gerçekleştirdiklerini belirtmiştir.

“Evimizin önünde bahçe var. Sulama yapıyoruz. Gereksiz boşa akıtmıyoruz dikkat ediyoruz ona. Babam suladığı için öyle çok bilmiyorum ama saati konusunda genelde akşam saatlerinde yazları suluyoruz. Kışları sulamıyoruz zaten.” (Ş1, Kadın, 25)

“Ev bahçeli o yüzden şey yazın şu an değil de yazın suluyoruz. Gerekliği kadar sularız.” (Ş5, Kadın, 50)

“Bahçemiz var evimizde küçük bir bahçe 50 metre kare bile yoktur. 35 m2 alan topraklıdır. Sulama yapmıyoruz o yüzden aldığı yağış yeterli oluyordur kışın diye düşünüyorum ben. Bahçeyi yıkarken falan zaten gidiyor. Ekstra sulama yapmıyorum.” (Ş8, Kadın, 41)

“Bahçe arazimiz var. Oralarda da biz damlama sistemiyle sulama yapıyoruz. Onun dışında da genelde kuyudan çekiyoruz.” (Ş14, Erkek, 28)

Kırsalda ise bahçe ya da tarım arazisi sulama davranışı kente nazaran oldukça yaygın görülmektedir. Demirciözü Mahallesi’ne bağlı gerçekleştirilen köy sahasında tarım arazisi sulamak için kapalı kanal sulama sisteminin kullanıldığı görülmektedir. Köye yeni gelen kapalı kanalın kartlı para sistemi ile çalışmasının katılımcıların sulamalarında toprağın ihtiyacı kadar sulama işlemi yapmalarına neden olmaktadır.

“Bahçeleri sulama yapıyoruz. Bizim kanal suyu geldi bahçelerimizi sulamaya (paralı olan). Yeni geldi. Bence daha mantıklı şimdi bahçemiz çok kurak oluyo ektiğimiz bitmiyor. Ama onu kendi imkanına göre harcayabiliyosun. Para yatırılıyo. Gereksiz yere akıtan oluyodu. Şimdi saat koydukları için cebini düşünüyö bide açamayosun mecbur kart veriyolar ATM gibi heh okutuyosun o şekilde.” (K8, Kadın, 52)

Katılımcıların hemen hemen hepsi gelen bu sistemin para ile çalışmasını boşa ve gereksiz su kullanımlarını caydırıcı özellikte olduğunu vurgulamıştır. Önceden tarım alanlarını sulamada suyun sınır olmadan israf edilerek akıtıldığını ancak bu uygulama ile bunun biraz olsun önüne geçildiğini belirtmişlerdir. Aşağıda ifadeleri verilen K13 ve K14 katılımcıları genel kanaati açıklamaktadır.

“Bahçeyi kanal sularından. Biz zaten aman aman öteberi ekmediğimiz için kanal suyundan da çok kullanmayoz. Geçen sene hiç sulamadık. Bağımız bahçemizde yağmurun suyulan ne olduysa o. Fazla kullanan köylüler de oluya bedava su diye. Ama bu sene kart taktılar paraylan. Önceki senele bedavaydı açıyoladı sabaha kadar açıyoladı yollara da gidiyodu taşıyodu da. Ama şimdi şey gibi kredi kartı gibi basılıyo. Kartı var onun parayla yüklüyola

gösteriyola rakkamını. ATMLerde gibi ücret çıkıyo. Valla hiç bilmiyon yapmadığımız için. Geçen sene başladı. Aslında iyi olmadı paraylan da kıymetini bilen yoktu aslında. Bedava diye çok harcayan oluyodu. O yüzden bence daha iyi oldu. Millet biraz tasarruفا geçti. Önceden bedavayken bi kere kullandım. Paralıyken kullanmadık.” (K13, Kadın, 49)

“Bahçe sulama yapıyoz. Şimdi saat kondu. Kartla. Mesela karta para yüklüyorsunuz. Karttaki para bitince kesiliyo. Bence daha iyi oldu. Önceden vanaylaydı mesela suyu açıyodu ertesi gün sabaha kada yere çaya her yere akıttıyodu ama şimdi para gidiyo diye akıtmıyolar. Daha iyi oldu bence.” (K14, Erkek, 33)

Kırsaldaki katılımcıların bahsettiği kapalı kanal sulama sisteminin, kartlı halini görebilmek için saha sürecinde köydeki bazı katılımcılar eşliğinde tarlalara gidilmiştir. Aşağıda yer alan fotoğraflar “kartlı kapalı kanal sistemi”dir. Sağ tarafta yer alan sayaca kart okutulmaktadır.



Fotoğraf 3.Kapalı Kanal Sulama Sistemi



Fotoğraf 4.Kartın Okutulduğu Sayaç

5.1.4.2.Su İsrafına Bakış: “Sona Geldik!”

Katılımcıların su israfına yönelik bakış açılarını anlayabilmek adına kendilerinin bu konuda bilinçli olup olmadıkları sorularak kişisel olarak su tüketimlerini değerlendirmeleri istenmiştir. Ayrıca katılımcıların görüşmelerde verdikleri yanıtlar sonrasında su tüketimlerinde değiştirmek istedikleri herhangi bir davranış olup olmadığı da sorulmuştur. Böylece katılımcıların su tüketimlerine ve dolayısıyla su israfına yönelik bakışları anlaşılmasına çalışılmıştır. Su tüketimlerinde kendilerini bilinçli görenler ile bilinçli görmeyenler her iki mekânda da eşittir. Kendilerini bu konuda bilinçli görenler suyu, boşa ve gereksiz harcamadan ihtiyaç ölçüsünde

kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca su tüketimine dikkat etme nedenlerinin başında maddi zarar ön planda gelmektedir.

“Bence ben evet bilinçliyim. Yani. Ben temel ihtiyaçlarıma suyu kullanıyorum. Boşa akıtmıyorum ya. Fatura da az gelir hem öyle. Emekli olunca düşüneceksin.” (Ş7, Erkek, 64)
“Ee tabi canım bilinçliyim. Etmezsen kendine zararın olu zaten. Hem cebe zarar hem millet içinde. Su kesülüse istediği gibi harcarsa nolu? Su bite.” (K5, Erkek, 74)

Su tüketimlerinde kendilerini bilinçli görmeyen katılımcılar ise farkındalık hissiyle hareket etmediklerini ifade etmişlerdir. Su kullanımları esnasında dikkatli davranma bilincinin kendilerinde olmaması en çok ifade edilen neden olmuştur.

“Hayır bilinçliyim diyemem. Su tüketimime dikkat edeyim tasarruflu olayım diye bir bilincimin olduğunu da düşünmüyorum. Öyle titiz değilim.” (Ş1, Kadın, 25)
“Bilinçli biri hayır değilim. Yani şimdi az önce de söylediğim gibi açık bırakır gideriz, onla uğraşırız bırakırız unuturuz. Evde olsun iş yerinde olsun. Çok dikkat edemiyorum. Mesela iş yerinde yanda kahve de çok kullanıyorum. Yeri geliyor boş yere akıttığımızda oluyo yeri geliyor temizlik yaparken boşa aktığı da oluyo. İş yerinde makine var ama genelde elde yıkanyo çoğu zaman. Özellikle işin yoğun olduğu zamanlar. (K6, Erkek, 24)

Katılımcılara ayrıca su tüketimlerinde değiştirmek istediğiniz alışkanlıklarınız var mı? diye sorulduğunda kentte en çok “banyo/duş kullanımı” ifade edilirken, kırsalda erkek katılımcılar için “araba yıkama” belirtilmiştir. Katılımcılar, özellikle bu iki alanda çok fazla su harcadıklarını belirtmişlerdir.

“Su kullanımında belki duş alırken ev vs. temizlikte biraz daha kısarsam daha iyi olabilir. Orada hiç dikkat etmeden kullanıyorum.” (Ş1, Kadın, 25)
“Banyoda ve dışıte falan daha dikkatli olabilirim.” (Ş15, Erkek, 25)

Kırsalda ise değiştirilmek istenen alışkanlıkların başında “banyo/duş kullanımı” ve “araç yıkama” gelmektedir. Özellikle erkek katılımcıların bu konuda çok fazla su tükettikleri ve bu hususta dikkatli davranmadıkları açık bir şekilde ifade edilmiştir.

“Belki arabayı yıkarken az kullanabilirim.” (K4, Erkek, 58)
“Değiştirmek istediğim araç yıkama. En çok orası bence.” (K6, Erkek, 24)
“Arabamı yıkamamı değiştirmek isterim.” (K10, Erkek, 20)

“Biraz çok harcayon suyu. Mutfakta olsun banyoda olsun. Düzeltsem iyi olu. Temiz olsun diye bende. Alışkanlık etmişin. Düzeltmen lazım aslında.” (K13, Kadın, 49)

Katılımcıların su israfına yönelik bakış açılarını daha iyi anlayabilmek için de “Türkiye’de son dönemde yaşanan kuraklık ve su barajlarının seviyesinin azalması ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Bu anlamda sizce hangi tedbirler alınmalıdır?” sorusu sorulmuştur. Böylelikle katılımcıların duruma bakış açısı ele alınıp, bu hususta alınacak tedbirler konusunda fikirlerinin paylaşılması sağlanmıştır. Böylece kentsel ve kırsal mekânlarda yer alan katılımcıların su israfına yönelik bakış açıları ve bu konuda alınabilecek tedbirler konusunda önerilerinin arasında mekânsal herhangi bir farklılık olup olmadığı da açığa çıkarılmak istenmiştir.

Kentteki katılımcılar, kuraklık ve su baraj seviyelerinin azalmasını doğal sebeplerden kaynaklı olarak değerlendirmişlerdir. İklim değişikliğinin yarattığı durumun su seviyelerinde azalmaya yol açtığını düşünmektedirler. Nitekim iklim değişikliği ülkeler için su krizi yaratırken, artan sıcaklık seviyeleri, kurak geçen mevsimler, kentleşmenin artması ile su arzını ve talebini etkilemektedir (Öbük ve Sınmaz, 2024, s.944). Katılımcılar bu konuda öncelikle kişisel tedbir ve farkındalıkla bu sorunun önüne geçilebileceğini, sonrasında yerel yönetim tedbirlerinden başlayarak daha ulusal onarımcı politikaların gerçekleşmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

“Şu an da alınacak tek bir tedbir var; suları az kullanmamız lazım. Dediğiniz gibi yağış yok, kar yağmadı, Şubat’ın sonundayız dışarıda güneş açmış hava 18 derece. Yani sularımız azalıyor. Tabii önlem almamız lazım. Kısa kısa kullanmamız lazım. Gereksizlikçe fazla kullanmamamız lazım. Aslında belediyelerin şu anda yapması lazım bence⁴⁷. Onlara da artı yazar hem.” (Ş11, Erkek, 27)

Ş11’in ifadesinden de görüleceği üzere yaşanan iklim krizinin sonuçlarının hissedilmeye başlandığı ve bunun özellikle çevreci politikalarla yerel belediyeler ve hükümet tarafından halkın bilinçlendirilmesi yoluyla yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu konuda aşağıda ifadesi yer alan Ş1 de benzer düşünmektedir.

“Birincisi su tasarrufu yapmamız gerekiyor. Herkesin yapması gerekiyor çünkü bu sene yağışta olmadı ve önümüz yaz ve kuraklık geliyor. Bunu da herkes söylüyor. Bunun için herkesin dikkat etmesi gerekiyor herkes bu konuda belki biliyor bi şey ama önlem konusunda kimse çok bir şey yaptığını da düşünmüyorum. Herkesin tabi kendi ilk önce evinden

⁴⁷Katılımcının ifadesindeki “şu an yapmaları lazım” vurgusunun temel nedeni, görüşmelerin gerçekleştiği dönemde “31 Mart Yerel Seçimlerinin” olması etkili olmuştur. Katılımcı burada seçim öncesi vaatlerin içerisine “su krizinin yönetiminin” çözümü noktasında belediyelerin projeleriyle işe dahil olmasının seçmenler tarafından olumlu karşılanacağı düşüncesi içerisindedir.

başlayarak önce kendi yaşadığı yerde bunu yapması gerekiyor. Ama ne kadar uygulayabiliyoruz, maalesef... Bence bir de seçim arifesinde olduğumuz için belediyeler siyasiler devreye girebilir işe yarayabilir ki işe yarar. Biraz daha devletin bu konuda öncelik, biraz daha teşvik edici belki kampanya belki bir yaptırım halkı insanları teşvik etmesi etkili olur.” (Ş1, Kadın, 25)

Ş1’in ifade ettiği bilinçlendirme ve farkındalık yaratıcı politikaların yanı sıra Ş5, bu önlemlerin işe yaramayacağını aksine tamamen kişisel bilinçlenme ve farkındalıkla bu sorunla baş edilebileceğini düşünmektedir.

“Tabii bunun sebebinde bir sürü sorun var ama bunların başında doğal sebepler tabii biliyorsun. Yağış yok. Bir de biliyorsun insanlar dikkat etmiyor yani. Herkes gerçekten işte dış fırçalarken yani yüz yıkarken banyo yaparken daha az banyo yapsa mesela benim çocuklarda çok banyo yapıyor daha az yapsalar ya da daha az süre banyoda kalsalar iyi olur. Sen dikkat ediyorsun ama çocuklarına engel olamıyorsun. Bunu sadece biz değil milyonlarca insanı düşün yani daha az harcasalar kesinlikle tasarruf ederiz. İllaki projelerde etkili olur ama bence öz irade ya insanların ailede kişisel bitiyor bence. Tabii onların da faydası olur ama devlet ne yapabilir yani. Nasıl bilinçlendirebilir ki seni belediye. Ha başka nasıl tasarruf edilir onu bilmiyorum hani nasıl bir çalışma yapılır da orada farklı bir şey sunulsa olabilir ama normal bizim kişisel harcamalarımıza kimse bir şey yapamaz yani.” (Ş5, Kadın, 50)

Kişisel bilinçlenme ve farkındalıkla hareket etmenin yanı sıra Ş10, bu bilincin tarımsal sulamada yerel çiftçiye kazandırılması gerektiğinin altını dikkatle çizmiştir. Özellikle katılımcının kendi çevresinden edindiği bilgilerle tarım alanlarında gerçekleştirilen sulamalarda çiftçilerin bilinçsiz bir şekilde sulama yaptığını ve bu algının bir an önce değiştirilmesinin su israfını azaltmada önemli olacağını düşünmektedir. Ayrıca Ş10, bu konuda tarım arazilerinde yeni damla sulama sistemlerinin kullanılmasının bir çözüm olacağını vurgulamıştır. Dolayısıyla Ş10’daevsel su tüketiminde israf edilen su hacminden ziyade tarımsal ve bahçe sulama sistemleri gibi daha geniş alanlarda gerçekleşen su kullanımlarının su kıtlığı yarattığı fikri ön plandadır.

“Yine bilinçli tüketimle alakalı bir şey. Bilinçli sulama. Mesela Keban Barajı, Atatürk Barajı, GAP Projesi dediğim. Bu projenin ortalama enerji de devlete para kazandıran kısmı tamamlandı. Ama su kısmı yeni yapılıyor. 2010’ dan itibaren verildi. İlk verilen yer Harran oldu. Urfa’da. Tünel sistemiyle verildi. Şu an da Türkiye toplumunda şöyle bir şey var. Biz ne kadar bireysel davransak bile biz bugün aylık belki 50 litre tasarruf edebiliriz ama çiftçi öyle değil. Çiftçide şu mantığın bitmesi lazım “çok su verersen çok ürün olur”. Harran da çok su vermekten dolayı topraklar tuzlaştı. Yani tabii insanlar önce bilinçlenmeli ama tarımla

uğraşan insanlar. Tabii köylerde daha fazla. Damlama sistemine gidilebilir. Yağmur suları değerlendirilebilir ülkemizde. Ama tabi asitlisi de var. Mesela bugün biz Ankara'daki yağmur suyunu drenaj sistemiyle toplayıp tarıma veremeyiz. Çünkü asitli olur yakar. Ama oradakini yapabiliriz. Tabi ki tarım yani bugün bir bireyle bin dönüm sulama yapan insanla bir olabilir mi?" (Ş10, Erkek, 34)

Ş10'daki bireysel önlemden ziyade daha fazla su kullanım alanlarında gerçekleşen su israfının daha değerli olduğu fikrini Ş16 eleştirmiştir. Özellikle insanların su tasarrufu konusunda bireysel olarak bir çaba göstermesinin etkili olmayacağı düşüncesinin su israfına neden olduğunu belirtmiştir. Bu şekilde düşünen insan sayısının fazla olmasının su israfını daha da artırdığını, bireysel çaba ve önlemlerin aslında bir o kadar değerli olduğunu vurgulamıştır.

"Aslında biz insanlar olarak bunların farkında olarak dikkat etmiyoruz. Suyu çok hor kullanıyoruz. Kesinlikle dikkat etmemiz gerekiyor. Ama insanların düşüncesi şu şekilde bence "benim düşüncemle mi dünya kurtarılacak" bakış açıları var. Yüz kişiden bir kişi düşünüyorsa o da şöyle düşünüyor "99 kişi böyle düşünüyor ben böyle düşünsem ne olur" diye düşünüyor. Sonra o insan da diğer insanlar gibi davranmaya devam ediyor." (Ş16, Erkek, 22)

Tüm bu görüşlerin aksine herhangi bir onarımcı politikanın, caydırıcı cezaların ya da farkındalık projelerinin oluşan çevre sorunlarına, su kıtlığına ve kuraklık konusuna çözüm sunamayacağını artık bu noktada sona gelindiğini keskin ve eleştirel bir tavırla katılımcı Ş6 dile getirmiştir. İklimsel değişikliğin artık çok sert bir şekilde hissedildiği ve bunun siyasi birtakım önlemlerle değiştirilemeyeceği ifade edilmiştir.

"Ne ekersen onu biçersin. Artık tedbiri falan yok. Bence sona geldik.! Artık kimse bir şey yapamaz. Siyasi hiçbir şey yapamaz. Formalite olarak orada konuşur biz birbirimizi yeriz yani. Artık bitti yani. Son bu son artık. Bu sene baksana yani Ankara'ya, ben çocukluğumdan hatırlıyorum yürüyemezdik buralarda. Malatya'daki çocukluğumdan hatırlıyorum kapı kapanırdı kardan ya. Dışarı çıkamazdık. Şimdi bahar yani. Ağaçlar açtı. Şu mevsimde." (Ş6, Kadın, 44)

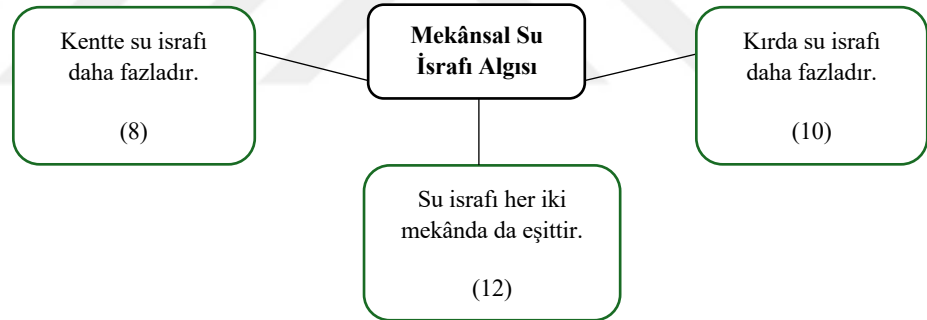
Kırsaldaki katılımcıların ifadelerine bakıldığında ise genellikle yaşanan kuraklık ve su kıtlığını kendi bölgelerindeki tarım sulama faaliyetleri ve çevrelerinde gerçekleşen sulama faaliyetleri üzerinden değerlendirmişlerdir.

“Gene (yine) dediğim gibi israf. İsrraftan kaçacaklar. Şey bu halı yıkama vs. köyde mesela bu su ormandan gelen bir su. Hiçbir şekilde bir bağlantısı yok. Her yerde su var köyde. O yüzden yıkarlar. Dikkat etmezler. Buradaki barajları bilmiyorum. Kışın çok fazla su var köyde ama yazın çok az. Barajın kapakları açılırsa su çok. Burada özellikle şu dönemde pancar sulamada çok gidiyor. Şu an patates ve mısır da çok. Bunlar çok gidiyor.” (K2, Kadın, 23)

“İsraf etmemeli tedbiri o. Pancar sulayanlarımız var görüyon. Bilhassa açık kanallarda su israfı oluyo yani. Çoğu bilerek akutuya. Şimdi parayla alıyola ama o da ucuz olduğu için yine kullanılıya. Açık kanallarda bizim gördüğümüz Beyler Barajı var. Mesela orda kanal doluyo altı da, temizlik yapılmadığı için, altı da kanalın pislik dolduğu üçün suyun yarısı iki tarafa boşa gidiyo yani. Bunlar du tabi sebep.” (K4, Erkek, 58)

5.1.4.3. Mekânsal Su İsrafı Algısı

Su israfının mekânsal olarak farklılık gösterip göstermediği çalışma kapsamında merak edilen bir konu olmuştur. Bu konuda her iki mekânda yer alan katılımcılara su tüketimine ilişkin hangi mekanlarda daha fazla su israfının yapıldığı ve onlara göre israfın neden daha az ya da fazla olduğu sorularak nedenleri açığa çıkarılmak istenmiştir.



Şekil 14. Mekânsal Su İsrafı Algısı

Şekilden anlaşılacağı üzere her iki mekânda yer alan otuz katılımcıdan sekizi, kentte su israfının daha fazla yapıldığını düşünürken, on katılımcı kırsal mekânda, on iki katılımcı da her iki mekânda su israfının eşit yapıldığını düşünmektedir. Kentte su israfının daha fazla yapıldığını düşünmelerinin nedenlerinden birisi Ş9’a göre kırsaldaki tarım alanlarında sulama sistemi yapıldığı için su kesintilerinin yaşanmaması adına bu konuda daha dikkatli davrandıkları, ancak kentte yaşayanlar için su faturalarının ödeme kolaylığının kişileri o bilince itmediği yönünde olmuştur.

“Kentlerde çok bir kere. Köylerde şöyle bir durum var kanallardan ya da köylerde kaynaktan geldiği için aralıklı su verirler. Kesinti çok olur su bitirmeyelim diye oralarda daha düzgün. Ama burada herkes bir şartta faturalarını ödüyor. Rahatlığı var.” (Ş9, Kadın, 49)

Ş15 de bu düşünceye benzer olarak tarımsal alanda köylülerin sulamanın ne kadar ve ne şekilde yapılacağı hakkında bilgi sahibi olmalarından dolayı boşa ve gereksiz su tüketiminin gerçekleşmeyeceğini, kentteki insanların sadece su faturası ödemeleri ile su kullanımlarında dikkatli davranmayacaklarını düşünmüştür.

“Kentteki suyu daha fazla kullanıyor bence. Köydeki adam suyu bahçesini, meyvesini, ağacını sulamaya kullanır. Bu suyu da israf etmemeye çalışır ki ağacını daha iyi sulayabilsin. Daha az paraya sulayabilsin diye. Ama kenttekinin böyle bir amacı yoktur. Zaten faturasını ödeyebilen insandır genelde. O yüzden kentte israf daha fazladır.” (Ş15, Erkek, 25)

Su israfının her iki mekânda da eşit olduğunu düşünenler için ise bunun nedeni kırsaldaki tarımsal sulamanın yarattığı israf ve kentteki bireylerin evsel su tüketimlerinde bilinçsizce kullanım sağlamalarının eşit oranda görülmesi olmuştur.

“İkisi de daha çok. Kentteki insanlar da daha çok tüketiyor bilinçsiz oldukları için köydeki insanlar da tarla sulama bence yani. O taraflarda da daha fazla olduğu için çünkü hayvansal şeyler daha fazla köy tarım daha önemli daha ön plana çıktığı için sulamadan dolayı.” (Ş13, Kadın, 27)

“Bence bunda ikisinde de israf ediliyordur. Çünkü tarım için de suyu kullanan insanlar var. Kentte daha çok temizlik için, boşa akıtarak. Aslında nüfustan dolayı kentte de daha çoktur ama tarım alanları köyde çok fazla olduğu için orada da vardır.” (Ş14, Erkek, 28)

Ş14’ün bahsettiği gibi, kentteki diğer katılımcıların çoğunluğu için her iki mekânda su israfını eşit görmelerinde en büyük etken, kentin nüfusunun kırsala göre fazla olmasıdır. Burada tarımsal alanlarda kullanılan su tüketim hacmi ile kent hanelerinde kullanılan su tüketim hacminin temelde eşit olmadığı ancak kent nüfusunun bu oranı eşitlediği gibi bir algı söz konusu olmuştur.

“Yani iki tarafta da harcanıyordur. Burada kesinlikle kent diyemem. Bence köyde de yapılyordur. Köyde hani tarım daha fazla suya ihtiyaç iş anlamında daha fazla hani. Ama nüfusa vurursan kent daha fazladır illaki. Köylerde de az olduğunu düşünmüyorum. Hemen hemen eşit dereceye gelmiş olabilir.” (Ş1, Kadın, 25)

“Onu bilemedim şimdi. Köylerde de tarlalar sulanıyor. Köylerdedir herhâlde ya. Eşitte olabilir aslında. Çünkü her köyün bir hane sayısı farklıdır. Şehrin hane sayısı daha farklıdır. Başa başta gidiyor olabilirler yani.” (Ş11, Erkek, 27)

Kırsaldaki katılımcıların ise su israfını mekânsal olarak eşit görülmesinde yaşadıkları bölgedeki tarım arazilerinde kullanılan su tüketiminin gereğinden fazla olduğunu kabul etmeleri yatmaktadır.

“Bence köyde aynı kentle. Biz ne kada dikkat edelim disekte yani kimseye laf anlatamayosun. Kesince tepkiyle karşılaşıyorsun. Yazın çok bahçe sulanıyo yani. Geceden hortum atıp sabaha kadar evet. Kentte de fazladu ama. Öylesine akutuyoladır.” (K12, Kadın, 48)

Ayrıca kırsaldaki iş yükünün getirdiği temizlik için hanelerde kullanılan su ve hayvancılık için harcanan su miktarı kırsalda su tüketimini arttırmaktadır. Ancak bir taraftan kentlerde bilinçsiz su kullanımının yaygın olmasından kaynaklı olarak israfın eşitlendiği K8 tarafından aktarılmıştır.

“Valla şu an da köyü de bi kenti de bi. Makinelerimizin bizim her gün çamaşır yıkamaya her gün değiştirdüğü için günde iki kere makine çalışıyo. Bi de köy yeri afedersin toprak çamur hayvan pisliği çok oluyo. Daha yüksek derecede yıkamak zorunda kalıyosun daha uzun süreli yıkamak zorunda kalıyosun. O yüzden bence kentle köy hemen hemen aynı noktaya geldi. Gasabaladakiler de pek umursamayola bence.” (K8, Kadın, 52)

Su israfının kırsalda daha fazla olduğunu düşünen toplam on iki katılımcı için nedenler ortaktır. Özellikle kırsaldaki katılımcılar bulundukları bölgede tarla sulama, hayvancılık ve iş yükünün getirdiği temizlik için su kullanımının kırsalda çok fazla olduğunu ve böylece kırsalda daha fazla su israf edildiğini vurgulamışlardır. Aşağıda verilen katılımcıların ifadelerinden de bu durum anlaşılmaktadır.

“Bahçe olduğundan köyle. Tabi boş yere çok aççan var. Mesela şurada bahçe var atıyalar gece hortumu sabaha kadar akıye. Buğezde sula kesiliveriya. Kârım iyi olsun bahçem iyi olsun.” (K3, Kadın, 61)

“Bence köylerde daha çok yapıliyodur diye düşünüyorum. Dediğim gibi az önce 5-6 saat açık bıraktığı da oluyo ki, bu sadece tarlada değil her yerde de kullanılabiliyor. Aslında da genelde de burada daha fazla.” (K6, Erkek, 24)

“Kızım bence köylerde zannederim. Hayvanla, bahçesiydi. Kasaba da ne kadar su harcıyacakki. Araba yıkamaz bi şey etmez. Burada adam hortumu takıyo araba yıkıyo.” (K9, Kadın, 53)

“Köydedir. Kentte birinin bahçesi yok bağı yok. Bi tane evlerindeki muslukları var sadece. Bugün bi evde atıyorum mesela lavobaları tuvaletleri saysak atsan toplansan 10 tane olmaz. Ama köydeki adamın 20-30 tane musluğu vardır baksan. Bağına gider, bahçesine gider. Benim gibi araba yıkayan olur (gülerek), özel hortum çeken olur, bahçesini sulayan olur.”
(K10, Erkek, 20)

5.1.5. Enerji İsrafi

Çalışmada katılımcıların konutlarında ısınma tipinin nasıl olduğu ve ısınmak için kullandıkları yakıt tipi sorulmuştur. Böylece katılımcıların konut ısınmasında kullandıkları enerji miktarının mekânsal açıdan farklılığı anlaşılacak istenmiştir. Katılımcıların konutlarındaki ısınma kırsalda soba ya da çok azında katlı kalorifer sistemi ile sağlanırken kentte merkezi ısıtma sistemi veya kombi ile gerçekleşmektedir. Isınmak için kullandıkları yakıt tipleri ise kırsalda odun ya da kömürle sağlanmaktadır. Katlı kalorifer sistemini kullanan kırsal katılımcılarının da odun/kömür kullandıkları ifade edilmiştir. Kentte ise tüm katılımcılar doğal gaz kullanmaktadırlar. Ayrıca katılımcılara *“Evinizde/çevrenizde güneş enerjisi sistemi kullanıyor musunuz? Kullanıyor iseniz hangi amaçla taktırdınız? Sizce gerekli mi? Neden?”* sorusu sorulmuştur. Kentte hiçbir katılımcıda güneş enerjisi sistemi kullanılmazken, kırsalda üç katılımcı dışında on bir katılımcının tamamının hanelerinde güneş enerjisi sistemi kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kullanma nedenleri ise köyde doğal gaz bulunmadığı için sıcak su ihtiyaçlarını sağlamaktadırlar.

5.1.5.1. Enerji Tüketimi

Konutlarda gerçekleştirilen enerji tüketimi bireylerin enerji israfı gerçekleştirilmesinde önemli bir yerdedir. Nitekim çalışmada evsel enerji ve elektrik tüketimlerini anlayabilmek adına çeşitli sorular sorulmuştur. Bu konuda katılımcıların elektrikli ev aletlerini ne sıklıkla kullandıkları, gereksiz yere bu aletleri çalıştırıp çalıştırmadıkları, aydınlatma sistemlerine dikkat edip etmedikleri gibi çeşitli sorular sorulmuş ve hanelerindeki davranışlar gözlemlenmiştir.

Bu konuda kentteki katılımcıların elektrikli ev aletlerini kullanırken kullanım sürelerine dikkat etmedikleri, kullanımlarının amacına hizmet edeceği süre zarfında tamamlanması olduğunu vurgulamışlardır. Kişisel olarak televizyon kullanımının hanelerde fazla olduğu vurgulanan bir diğer husustur. Ayrıca birkaç parça için çamaşır ya da bulaşık makinesini hanelerinde çalıştırdığını söyleyenlerin sayısı fazladır.

“Onların hesabını çok yapmıyoruz kullanırken. Yani ütü yapıyoruz ütü bitene kadar mecbur çalışıyor. Temizlik sağlanana kadar. Televizyon biz uzun süreli kullanıyoruz. Akşam 7’den gece 11-12 ye kadar. Sabah 7’den açıp sabah haberlerini izliyorum. En az 2-2,5 saat sabah.”

Ütü haftada, çamaşır makinesi, bulaşık hanım 2 günde bir de oluyor. Bazen günde bir. Saç duştan çıktıkça. Elektrik süpürgesi hanım biraz o yönden şey makineyi görünce kaçıyorum ben. Haftada en az 3 çalıştırıyor onu da. ” (Ş7, Erkek, 64)

“Sık sık kullanırım bütün hepsini kalabalığımız 4 kişiyiz. Çok çamaşır çıkıyor. Çamaşır makinesi bile 1-1.5 günde. Günde bir makine garanti. Bulaşık makinesi de 1 bazen ikinci güne taşar çalıştırırım. Televizyon genel olarak biz çok kullanmıyoruz ama çocuklar, ben çok kullanmıyorum ama çocuklar çok kullanıyorlar. ” (Ş8, Kadın, 41)

Kentteki katılımcılardan elde edilen bilgiler ışığında çamaşır makinesi kullanımı günde 1, bulaşık makinesi kullanımı 2 günde 1, televizyon kullanımı günde yaklaşık 5 saat olarak ortalaması hesaplanmıştır. Ş9’un aşağıdaki ifadesinde elektrik kullanımına dikkat etmediği, yine görüşme esnasında aktardığı ifadelerden sonra ne kadar fazla kullanım sağladığını fark ettiği dikkat çekmiştir. Özellikle yine hanede yaşayan kişi sayısının bu duruma neden olduğunu düşünmektedir.

“Telefonlar, şarjlar, aydınlatmalar, fırın, çamaşır, bulaşık hepsi aktif kullanıyorum. Su kadar bu da sınırsız bende. Günde 1 net, bazen 2 kez çamaşır neredeyse. Her gün 1 kez bulaşık. Televizyon genelde akşamları açık oluyor. Sürekli sınırsız bir şekilde kullanıyorum. İçeride yemek yerken salonda televizyon açık kalıyor mesela. Hatta mutfakta da televizyon var bizim. O da orada açık kalıyor. Aman Allah’ım çok fena değil mi? (Gülerek). Elektrikli fırın, su ısıtıcılar çok yakıyor. Bunları da deneyimledim. Kendim olsam tek başıma evde yine bunlara da dikkat ederdim. Ama çocuğun kıyafeti çıkıyor yarına istiyor. Okula giyecekmiş, kirliymiş. Renklim birikmedi diyorum ama illa istiyor. Ne yapayım birkaç parça için çalışıyor tabii. Saatine hiç bakmadan. ” (Ş9, Kadın, 49)

Her iki mekandaki katılımcılara üç zamanlı elektrik tarifiesiyle saat 22:00’dan sonra makine kullanımının enerji tasarrufu sağlayacağı bilgisine sahip olup olmadıkları, sahipseler bu kullanım şekline uyup uymadıkları sorulmuştur. Bu konuda kentte ve kırsalda katılımcıların büyük çoğunluğunun bilgi sahibi olmadığı tespit edilmiştir. Kentte bilgi sahibi olup buna dikkat eden tek katılımcı sadece Ş6’dır.

“Gece çalıştırıyorum. Gece çalıştırdığımda enerji tasarrufu olduğunu biliyorum. Bir de daha kolayına geliyor benim. Sabaha kadar çalışıyor. ” (Ş6, Kadın, 44)

Ş6 dışında kentte bu konuda bilgi sahibi olan katılımcılar enerji tasarrufu sağladığını bilseler bile bu amaçla kullanım sağlamadıklarını ifade etmişlerdir. Kentteki katılımcılar iş saatleri nedeniyle gece elektrikli ev aletlerini çalıştırmak zorunda kaldıklarını ama asıl amaçlarının tasarruf sağlamak olmadığını belirtmişlerdir.

“22:00’dan sonra çok eskidi sanki o duyduğum. Çocuklar da yoktu evdeydim o zaman çalışmıyordum. Makineleri gündüz açıyordum. Ama şimdi mecburen işten dolayı akşam açmak zorunda kalıyorum.” (Ş8, Kadın, 41)

“Gece evet vardı. Ama biz mecburen çalıştırıyoruz yani 8.30 da işe gelip gece 12 de gittiğimiz için mecburen gece çalışıyor. Eşim söyler aslında gece hep az yakar diye ama mecburen de çalışıyor.” (Ş12, Erkek, 45)

“Onu duydum hani bir dönem uygulamışım. Artık yapmıyorum ama açıkçası. Ama genelde gece zaten çalıştırıyorum. O da işten dolayı yani.” (Ş5, Kadın, 50)

Kırsalda ise hanelerde elektrik tüketimleri konusunda elektrikli ev aletlerinin kullanımına bakıldığında iş yoğunluğundan dolayı günde 1 kere çamaşır makinesi kullanımının olduğu, bulaşık makinesi kullanımının 2 günde 1 olduğu en çok tekrar eden cevaplardan olmuştur. Özellikle hayvancılık ve tarım işlerinden dolayı kıyafetlerinin sürekli kirlenmesi nedeniyle günlük olarak çamaşır makine kullanımını gerçekleştirdikleri ifade edilmiştir.

“Üç kişiyiz evde. Makine bir günde doluyo taşıyor zaten. Dama falan gittiğimiz zaman üstümüz başımız kokuyo mecburen atıyoruz çünkü. Günde birden fazla da çalıştığı oluyo çünkü. Örtüler atılıyor, perdeler falan da atılıyor.” (K1, Kadın, 19)

“Zahten akşam eve gelince eşnimizi başımızı (kıyafetlerimizi) çıkarıp atıyoz. Haftada 3 kere filan çalışıyo. Çocuklar filan gelince de 1 günde 1 yarım makine oluyo. Televizyon hep açık açık. Evde olduğumuz zaman divanlı açık. Her gün bi kere muhakkak süpürge açıyoz.” (K3, Kadın, 61)

Ayrıca K3’ün ifade ettiği gibi kırsaldaki katılımcılarda televizyon kullanımının sıklığı ve süresi kentteki katılımcılara nazaran uzundur. Katılımcıların büyük çoğunluğu için televizyonda geçirilen süre uzun olmakla birlikte bu hususta kullanımına dikkat etmedikleri özellikle vurgulanmıştır.

“Valla televizyon benim vazgeçilmez. O sesi arayan. Tek kişi kalıyom. O sessizlik beni bunaltıyo.” (K8, Kadın, 52)

“Televizyonumuz çalışıyo mesela eşim çok çala kayınvalidem aklamakada çala. Programlar da va ya.” (K13, Kadın, 49)

Katılımcıların ayrıca elektrik tüketimlerinde önemli bir yer kaplayan gece uyurken aydınlatma kullanmaları konusudur. Bu hususta “Gece uyurken herhangi bir aydınlatma kullanıyor musunuz?” sorusu sorulmuştur. Kentte sadece üç kişi gece aydınlatması kullanırken bir kişi bazen kullandığını belirtmiştir. Kırsalda ise bir katılımcı gece aydınlatma kullanırken geriye kalan katılımcılarda kullanım söz konusu değildir.

“Koridor yanıyor zaten koridoru her zaman yanık bırakıyoruz. Çünkü oğlumla annemden dolayı. İkisinin odasının ışığı kısık. Oğlumunkini tam kapatmıyoruz, kısık bırakıyoruz, korkmasın diye. Gece lambası gibi yani. O da kalkıp yatağa giderken devrilmeyelim diye.” (Ş6, Kadın, 44)

“Sadece bir gece lambam var o da güneş ışığıyla çalışıyor. Güneş ışığıyla çalışıyor çok az bir tüketim var. Sabah gün ışığını alıyor prizde çalışıyor ama çok az bir elektrik enerjisi kullanıyor.” (Ş13, Kadın, 27)

Kırsalda kullanılmama nedenlerinden en çok tekrar eden cevap ise sokak ışıklarının hanelere yakın olması sebebiyle bir aydınlatmaya ihtiyaç duymamaları olmuştur.

“Yok kullanmam. Sokak ışıkları yetiyo zaten. Zaten bizim eve bi aşağı taraftan sokak ışığı vuruyo bi de arka taraftan. Ev aydınlık oluyo” (K1, Kadın, 19)

“Gece yok kullanmayoz. Zaten şurda elektrik va (sokak lambası). Cama bakıya zaten onunki yetiyo. Anca torunla falan gelise yakıyola.” (K5, Erkek, 74)

5.1.5.2.Enerji İsrafına Karşı Önlemler

Enerjinin gereksiz ve ihtiyaç dışı kullanımı israfı oluştururken bireylerin bu konuda alacakları önlemler maddi açıdan tasarruf sağlamaktadır. Bu konuda katılımcıların hanelerinde aldıkları önlemler merak edilerek çeşitli sorular sorulmuştur. Ancak bu konuda her iki mekânda da özel bir önlem alınmadığı tespit edilmiştir. “Kullanılmayan ışıkların kapatılması”, “tasarruf özellikli aletler veya aydınlatma kullanımı”, “ihtiyaç dışı elektrikli ev aleti kullanımının engellenmesi” gibi küçük tedbirlerle kişiler enerji tasarrufu sağlayabilirler. Ancak yukarıda bahsedilen enerji tüketiminden yola çıkarak bu duruma her iki mekânda da dikkatli yaklaşılmadığı söylenebilir.

Katılımcıların enerji israfına karşı alabileceği önlemlerden biri olan gereksiz ışıkların kapatılması durumu “Evinizde/çevrenizde aydınlatma sistemlerini ihtiyacınız dışında kullandığınız oldu mu / oluyor mu? Gereksiz/boş yere açık bıraktığınız oluyor mu?” sorusu ile sorulmuş, hanelerindeki davranışlar gözlemlenmeye çalışılmıştır. Ş1 ve Ş3 katılımcılarının aydınlatmaya dikkat etme

sebepleri tasarruf sağlama amaçlı değildir. Asıl neden kişisel olarak ışıklı ortamdan hoşlanmamalarıdır.

“Çok ışık sevmediğim için çok ışıklı ortamlarda bulunmayı sevmiyorum çok ışıkla oturmuyorum. Dikkat etmiyorum ama öyle hani bütün evin ışıklarını yakmam ama elektrik tasarrufu yapayım da ışıkları kapatayım bilinciyle hareket etmem.” (Ş1, Kadın, 25)

“Işıkları boşa açmam ama bence onun sebebi ben karanlıkta durmayı sevdiğim içindir tasarruf amaçlı değil.” (Ş3, Erkek, 25)

Aydınlatma konusunda kırdı ve kentte dikkatli ve titiz olan katılımcılar söz konusudur. Bu katılımcıların hanelerinde geçirilen süre zarfında ışık konusuna dikkat ettikleri gözlemlenmiştir. Özellikle kırsalda televizyon ışığı ile oturma durumu iki katılımcı tarafından belirtilmiştir.

“Işığı zor açturuyo hanım. Karanlıkta oturulmasını isteye daha. Televizyonun ışığıyla. Çünkü odaya vuran bi sokak lambası var da. Ama normalde bazen aranın ışığı yanar hemen yengen laf söyler. Birimiz unutsa birimiz hatırlatır yani. Boşta yakılmaz yani. Yani odada oturuyosan salondaki ışığın yanmasına gerek yok. Hem maddi israf olur cebe hem de enerji israfı olur.” (K4, Erkek, 58)

“Işıkları yok asla. Mesela biz evde iş yapmazsak televizyonun ışığıyla evde otururuz.” (K8, Kadın, 52)

Ş11 ve Ş16 katılımcıları kendi iş yerlerinde de aydınlatma sistemlerine özellikle dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. Hava kararmadığı sürece iş yerinin aydınlatmalarını yakmadığını belirten Ş11’in yanı sıra Ş16 da iş yerinde işi olmadığı ortamlarda gereksiz yere ışıkları açık bırakmadığını vurgulamıştır.

“Yok boş yere bırakmam ben. Dükkânda bile ben iyice hava kararana kadar açmam elektriği. Sadece dolaplarımız yanar. Güneşin ışığıyla aydınlanmaya çalışıyoruz. Evde de gündüz kimse yaşamıyor zaten. O yüzden elektrikte gündüz kullanılmaz. Gece de ihtiyaç duyulmuyor.” (Ş11, Erkek, 27)

“Işıklara çok titizim. Ben kişilik olarak da titizim. Yine örneklendireyim ben iş yerimde, kulüpte, o zaman tek hoca oluyorum. Öğrencim oluyor. İçerde işim bittikten sonra ışıkları kapatır, kapıları kilitlerim. Bana lazım olmayacak ışıkları tamamen kapatıyorum. Çünkü tasarrufa giriyor bu benim yaptığım. Öbür türlü bu da bir israf yani. O da zaten senin cebine maddi anlamda iyi şekilde yansıyor ister istemez. 5 dk da olsa kapatırım. Yansın demem.” (Ş16, Erkek, 22)

Hanelerinde ya da çevrelerinde aydınlatma sistemlerine dikkat etmeyen katılımcı sayısı her iki mekânda da fazladır. Bu konuda katılımcılar dikkatli davranmadıklarını ve hatta bazen gereksiz yere ışıkları açık bıraktıklarını ifade etmişlerdir.

“Yok ışıklara dikkat etmiyoruz gereksiz boş yere yaktığımız oluyor. Birazcık daha aydınlığı sevdiğim için olabilir belki. Gün ışığını çok sevmiyorum ama aydınlık olsun istiyorum. Onun için evde bile gittiğim zaman hemen yakarım her yeri.” (Ş4, Erkek, 38)

“İllaki açık kaldığı oluyor. İş yerinde müşteri azaldığı zaman dükkânın bi kısmını kapatabiliriz ama kapatmıyoruz. Aydınlık olsun diye. Evde televizyona bakarken telefona bakarken ışığı kapatabiliriz diye düşünüyorum. Ben dikkat etmiyorum ama.” (K6, Erkek, 24)

Ayrıca katılımcıların enerji israfına karşı alabileceği bir diğer önlem biçimi olan tasarruf özellikli elektrikli ev aleti alıp almadıkları sorusu *“Herhangi bir elektrikli cihazı alırken cihazın enerji sınıfına/elektriği tasarruflu kullanma özelliğine dikkat ediyor musunuz?”* biçiminde sorulmuştur. Bu hususa kentte 6 katılımcı “dikkat ederken”, 10 katılımcı “dikkat etmediğini” belirtmiştir. Dikkat edenler özellikle tasarruf sağlamak, maddi kazanç elde etmek ve yüksek sınıflı ürünlerin daha kaliteli olduğu algısıyla bu ürünleri satın aldıklarını ifade etmişlerdir.

“Mesela bu yeni taşındığımız eve gelirken buzdolabı falan onları çamaşırı kurutmayı o özelliğine dikkat ederek aldık. Tasarruflu olsun diye hem ülke ekonomisi hem kendi ekonomin için.” (Ş5, Kadın, 50)

“Alırken bakıyoruz tabii. Evet elektriklerde daha dikkatliyim bence yani alırken A sınıfı olsun, az yaksın, fatura gelmesin diye bakarız. Ama şöyle de bir şey var genelde cebimizi düşünüyoruz bunda da. Faturalarımıza daha az yansıyacak şeylere yöneliyoruz. Tasarruf değil bence bu cebi düşünüyorsun. Cebimize yansımaz diye.” (Ş9, Kadın, 49)

Kırsalda ise 4 katılımcı tasarruf yapma özelliğine “dikkat ederek” elektrikli ev aletleri satın aldıklarını ifade ederken, geriye kalan 10 katılımcı ise “dikkat etmediğini” ve bu hususun alışveriş süreçlerinde ayırt edici bir özellik olmadığını belirtmişlerdir. “Dikkat ettiğini” söyleyenler ise tasarruf ederek maddi kazanç sağlayacaklarını ve cihazların uzun süreli çalışmasından dolayı daha az enerji tüketimi sağlanacağını düşündükleri için tercih etmektedirler.

“Tabi tabi ederiz. Mesela bizimki bu ondan (buzdolabı). Ondan aldık. Bunu da iyi dedile öyle aldık. Sürekli çalıştığı için. Az yaksun yani ne gerek va.” (K3, Kadın, 61)

“Dikkat ediyoz alırken. Mesela şu marka saati şu kadara yakar, öbürü şu kadara yakar diye. Çok hizmet az enerji (gülerek).” (K4, Erkek, 58)

“Özellikle çamaşır ve bulaşık makinelerinde dikkat ediyoz. Cebe tasarruf edebilelim diye.” (K12, Kadın, 48)

Çalışma kapsamında enerji israfını engelleme noktasında Türkiye’de kalkan kış saati uygulamasının katılımcılar gözünden nasıl değerlendirildiği ve bu konuda deneyimlerinden hareketle uygulamayı doğru bulup bulmadıkları sorulmuştur. Hem böylece enerji israfına karşı alınan bir önlem konusundaki fikirleri anlaşılmasına çalışılmış hem de duruma karşı yorumları aktarılmıştır. Bu hususta katılımcılara görüşmelerde *“Türkiye’de kış saati uygulamasının kaldırılmasının elektrik israfını engellediğini düşünüyor musunuz?”* sorusu sorulmuştur. Kentte 4 katılımcı uygulamanın kalkmasının kendi gündelik pratiklerinde elektrik kullanımlarında herhangi bir farklılık yaratmadığını ifade ederken, 12 katılımcı ise uygulama kararının mantıklı olmadığını aksine elektrik kullanımlarını arttırdığını düşünmektedirler.

“Çok saçma bir şey. Daha fazla oldu bence. Bugün uygulama yapılmış olsaydı, bugün insanlar sabah uyandığında ışık açmayacak, doğal aydınlanmadan yararlanacaktı. Yok biz kar ettik falan ama ben inanmıyorum. Bir uyanıyorsun her yer karanlık. O nasıl bir tasarruf ben de anladım.” (Ş10, Erkek, 34)

“Bence hayır mantıklı değildi. Rahatsızlık duyuyoruz sabahları. Sabah kalkınca geceyi yaşıyormuşuz gibi hissediyoruz. Elektriği de kullanmak zorunda kalıyoruz. Bence enerji tasarrufu yapmıyordur, mantıklı gelmiyor. Bence bir an önce eski uygulamaya da geçilmeli.” (Ş14, Erkek, 28)

Ayrıca Ş13, bu konuda sadece hane içinde kullanımlarında artan elektrik tüketiminin değil ayrıca çevresinde gördüğü sokak lambalarının da erken saatlerde yanması sebebiyle elektrik israfını daha da arttırdığı düşüncesindedir.

“Hayır kararı mantıklı kesinlikle bulmuyorum. Sabah işe giderken hava kapkaranlık ve biz aydınlatma kullanıyoruz mecburen. Çünkü yani elektriği yakıyoruz birbirimizi görmediğimiz için. Tam tersi bence daha çok kullanımı oldu ve hava erken kararmaya başlıyor ve yine akşamları da erkenden kullanıyoruz. Ama önceden kesinlikle böyle değildi. Hava normal bir şekilde aydınlanıyordu ama uygulama geldiğinden beri hem sabah hem de akşam daha erken vakitte açıyoruz elektriği. Sokak lambaları da öyle. Yanıyor onlar da aslında israf, toplu israf. Böyle bir uygulamayı doğru bulmuyorum.” (Ş13, Kadın, 27)

Ş6 ise bu konuda çocuğunun sabah erken saatte okula giderken karanlıkta çıkmasından bahsederek duygusal bir tepkiyle kararın mantıklı olmadığını belirtmeye çalışmıştır. Kış saati uygulaması konusunda kentteki çoğu katılımcının tepkisi ortaktır. Özellikle okula giden çocukların, kalkan kış saati uygulaması nedeniyle karanlıkta okula gitmelerine eleştirel bakmaları durumuyla karşılaşmıştır.

“Bunda beni en gıcık eden nokta işte şu sabah okula giden ilkökul öğrencilerinin falan karanlıkta okula gitmesi. Beni en çok sıkan nokta bu. Karar da çok mantıksız. Bence geri dönülmeli. Ama bu da şey için yani çocuklar için bence. Gerisi benim için önemli değil.” (Ş12, Erkek, 45)

“Bence bi faydası yok yani. Benim üzüldüğüm sadece küçük çocuklar için karanlıkta gitmeleri. Üzüliyorsun yani. Çocuk sabah 6.30 da karanlıkta annesi şeye götürüyor okula. Yani çocuk 2.sınıf ve iki sokak ötede oturuyor ve servis geliyor annesi götürüyor servise. 06.30’ da ya. Sırf karanlık diye.” (Ş2, Kadın, 55)

Kentteki katılımcıların tepkisinin benzeri kırsalda da görülmüştür. Kırsalda 4 katılımcı uygulamanın mantıklı bir karar olmadığını, elektrik tüketimini daha çok arttırdığını düşünürken, geriye kalan 10 katılımcı uygulamanın yerinde ve doğru olduğunu düşünmektedir. Kararın mantıklı olmadığını vurgulayan katılımcılar, sabah saatlerinde havanın yeterince aydınlanmaması sebebiyle işe veya okula gidenler için elektrik tüketimini arttırdığını düşünmekte ve hatta kentteki katılımcılar gibi oluşan bu duruma duygusal bir tepki verdikleri gözlemlenmektedir.

“Bence kalkmasaydı daha iyi olurdu. Mesela iş konusunda işe gidenler için olsun karanlıkta sabahın. Onlara da yazık herkese yazık. Sabahın köründe herkes erken kalkup işe gidiyo. Bi de elektrikte yanıyo. O saate ısımadığı için dışarısı herkes ılık yakıyo.” (K12, Kadın, 48)

“Ben şimdi bu uygulamaya karşıyım yani. Çocuklar çok erken gidiyo, çok erken kalkıyosun. Aslında hiçbir şeyi yok yani. Sabah kalkıyoz elektiriğinen iş görüyo mesela. Akşam erken elektirik yakıyoz. Bence tasarruf diye bi şey yok. Çocukla okula gidiyo ışığına görüyola. Biz sabah kalkıyoz, giyin çoluk çocuk kahvaltı hazırla. Hep elektrik gidiyo. Tasarruf diye bi şeyi yok. Çıkarttular da öyle. Genellikle herkes memnun değil. Sabahın karanlığında çocukla öğretmenle ayaktala.” (K13, Kadın, 49)

Kentte uygulamanın elektrik kullanımlarına etki etmediğini düşünen katılımcılar ise elektrik kullanımlarında büyük bir farklılık olmadığını düşünmüşlerdir ve hatta katılımcı Ş16, bu kararın

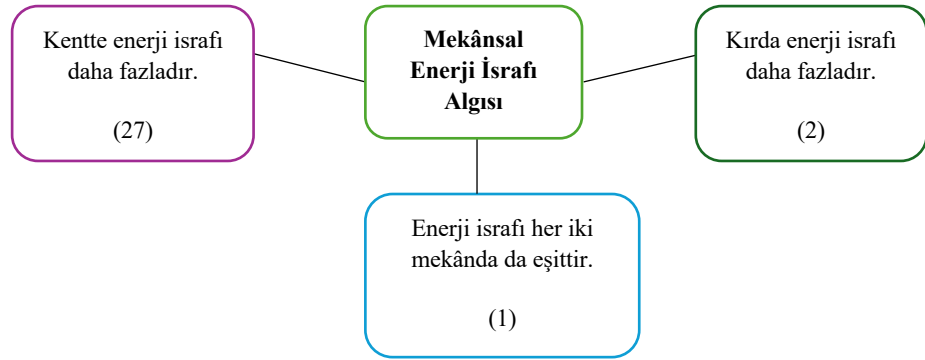
değiştiğini öğrendiğinde bir farklılık yaşamadığını anladığını ifade etmiştir. Ş5 de alınan kararın gündelik yaşam pratiklerinde elektrik kullanımını değiştirecek düzeyde etki etmediğini belirtmiştir.

“Bence çok fark etmedi hani sabah kalktığımızda bizim yatak odamızda çok az yaktığımız kitap okuma ışığımız var. Onu açarız yani büyük ışıkları açmayız. O yüzden bizim açımızdan çok bir şey fark ettiğini düşünmüyorum. Oğlum da karanlıkta gitmiyor, sabah 9’da gidiyor mesela.” (Ş5, Kadın, 50)

“Şimdi şöyle benim için hiçbir şey fark etmiyor. Hatta değiştiğini öğrendiğimde hiçbir şey anlamamıştım. Neden oldu da bilmiyorum. Benim için zaten bir şey fark etmedi. Ki şöyle insan vücudu da buna elverişli bu yeni düzene ama uyum sağlamamız iki hafta yani. Çünkü zorunlu kılıyoruz bunu.” (Ş16, Erkek, 22)

5.1.5.3. Mekânsal Enerji İsrafı Algısı: “Köydeki Gün Işığından Yararlanır, Kentteki Elektrikten”

Enerji israfının mekânsal olarak farklılık gösterip göstermediği çalışma kapsamında merak edilen bir konu olmuştur. Bu konuda her iki mekânda yer alan katılımcılara dijital tüketime ilişkin hangi mekanlarda daha fazla enerji israfının yapıldığı ve onlara göre bu israfın neden daha az ya da fazla olduğunu derinlemesine sorularla açığa çıkarılmak istenmiştir.



Şekil 15. Mekânsal Enerji İsrafı Algısı

Bu hususta şekilden anlaşılabacağı üzere, her iki mekânda yer alan otuz katılımcıdan yirmi yedisi için kentte enerji israfının daha fazla yapıldığı düşünülürken, iki katılımcı kırsal mekânda daha fazla israf yapıldığını, bir katılımcı da israfın her iki mekânda eşit olacağını belirtmiştir. Kentte enerji israfının daha fazla yapıldığını düşünmelerinin nedenleri *kentteki nüfus, sokak*

aydınlatmalarının fazlalığı ve sosyal yaşam alanlarının kentte daha fazla olması olarak sıralanmıştır.

“Kent kent kent. Hiç şeysiz kent. Şey az, nüfus az. Yerleşim alanı az. Aydınlatma az. Burada mesela Anıtkabir’imiz var, hastanelerimiz var, yollarımız var. Dillere destan millet bahçelerimiz var. Efendime söyleyim sokak lambalarımız var. Kurumlar sabaha kadar yanıyor. Köyde ne kadar. Köyde akşam 10’dan sonra ışıklar kapanıp iki üç tane ara lambalarla kör körüne yanarak hayat oluyor köyde.” (Ş2, Kadın, 55)

“Bence yine kentte. Çünkü köydeki insanların hayatına baktığımızda adamlar sabit mesela sabah 6’da kalkıyor. İnsanların köyde belirli bir düzenleri var ve normal bir insanın kalkması gerektiği gibi güneşle birlikte kalkıyor. Düzenli bir rutinleri var. Ama şehir insanların dengersizlik olabilir çalışma saatleri cart curt elektrik tasarrufu yapılamıyor.” (Ş3, Erkek, 25)

Katılımcıların ifadelerinden de anlaşılacağı üzere genellikle kırsaldaki yaşamın belirli bir saatten sonra biteceği ve bunun için de elektriğe ya da aydınlatma sistemlerine gerek duyulmayacağı anlayışı sürekli vurgulanmıştır. Aksine, kentlerde gece hayatının ve sosyal mekanların kırsala göre aktif olmasının elektrik kullanımını arttırdığı yönünde düşünülmektedirler. Bu hususta Ş6, kendi işi dolayısıyla elektrik kullanımının gece geç saatlere kadar sürdüğü örneğinden kent yaşamı ile kırsal alanın elektrik kullanımını kıyaslamıştır.

“Şehirde canım her türlü yani. Eski yaşantılara baktığında sabah bir kere ezanla kalkılır. Gün ışımasıyla, gün ışıklarıyla zaten dışarıdasın. Elektriğe bir ihtiyacın yok zaten. Ee akşam senin yatış saatin, annem hala 9’da yatar. Orada gün ışığından yararlanıyorsun. Köydeki gün ışığından yararlanırken kentteki elektrikten. Şimdi buradaki çalışma koşulları da aynı değil. Burada evine ulaşabilmesi için, işe ulaşabilmesi elektrik lazım, aydınlatma lazım. Ama köyde böyle bir şey yok ki. Burası da mesela (iş yeri) gece 12’ye 12 buçuğa kadar ışık yanıyor. Ama köyde ihtiyacın yok. Gün ışığı sana yeterli.” (Ş6, Kadın, 44)

Ayrıca katılımcı Ş9 da diğer katılımcılar gibi, kırsalda gece hayatının ve işlerinin olmamasını, kentte iş yerlerinin aktif olmasını, reklamlar ya da çeşitli tabelalar gibi gereksiz yere yanan elektriklerin kentte daha fazla olmasının israfı yarattığı düşüncesindedir. Özellikle ışıklandırma, reklamlar ve tabelalar gibi elektrikleştirmelerin kişilerin iş yerlerine müşterileri çekebilmek adına bilerek konulduğu vurgusu da söz konusudur.

“Köylerde düşünmüyorum ya. Sokak lambası bir tane, sokağı niye aydınlatсын köyde bir kere. Zaten erkenden yatıyor. Zaten gün erken başlıyor, erken bitiyor köyde. Daha kullanımları

kısıtlı. Kentlerde bir kere sokağa çıkamıyorsun. Aydınlatmalar olmadan. Reklam amaçlı tabelalarımız var bir de. Bireysel olarak gece 12'ye 1'e kadar iş yerlerinde elektrik harcamaları var. Lüzumlu lüzumsuz ışıklandırma var. Çünkü kör olan yerde hayat yok. Esnafın dükkânı olsun, sokak olsun, bir canlılık hareket katmak için elektrikleşmenin, aydınlatmanın iyi olması gerekiyor.” (Ş9, Kadın, 49)

Ayrıca Ş10, kentlerin nüfusunun elektrik israfında önemli bir etken olduğunu ve elektrik kullanım alanlarının kentte kırsal alanla kıyaslanamayacak düzeyde olduğunu örnekler üzerinden mukayese ederek belirtmek istemiştir. Özellikle nüfusun yanı sıra üretim hatlarının kent bölgelerinde yoğunlaşmasından dolayı kullanılan elektrik oranının önemli bir etken olduğunu ifade etmiştir.

“Kentlerdedir. Nüfusla alakalı olabilir. Nüfusun yoğunluğu kentlerde büyükşehirlerde. Hani doğudaki bir köydeki nüfus bazen buradaki bir apartman oluyor. Bir de üretim bu tarafta. Üretim de elektrik gerektirir. Atıyorum bugün İstanbul'da bir tersane bugün Güneydoğu'nun tamamı kadar elektrik kullanıyor.” (Ş10, Erkek, 34)

Katılımcıların kentlerde daha fazla enerji israfının yapıldığını düşüncelerinin nedenleri ise “nüfus”, “sokak aydınlatmalarına olan ihtiyaç”, “sosyal hayat” ve “iş yerleri sayısının fazlalığı” olarak görülmektedir. Bu nedenlerin temelinde kentin mekânsal yapısından kaynaklı olduğu fikri yatmaktadır.

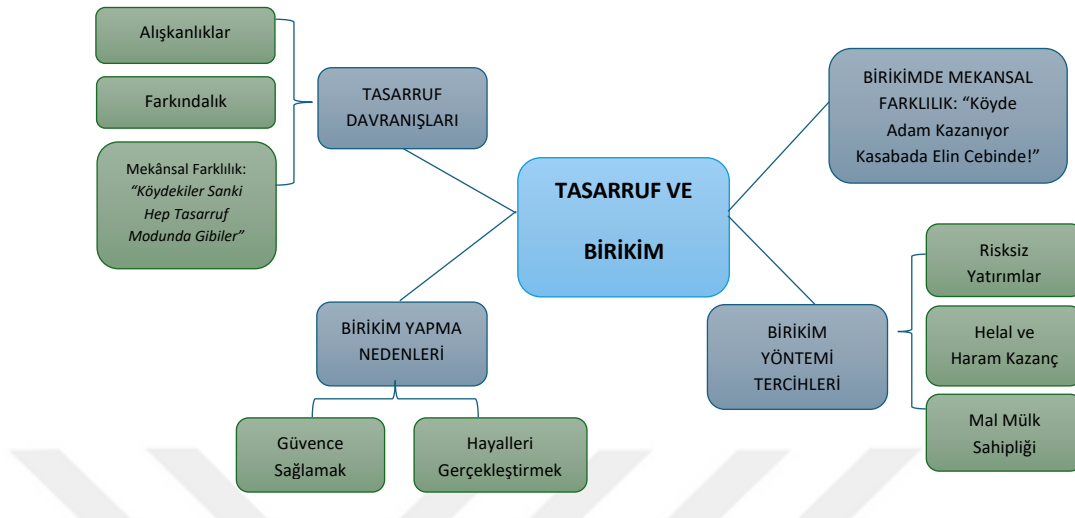
“Kenttedir. Her şeyden önce nüfus var bi kere. Sokak lambası var. Aydınlatmalar, süslü parklarda yanan ışıklar her şey fazla bi kere. Köylerde sadece bi sokak lambası var. Köyde herkes yatar mesela saat 10'da yatar mecburi bi iş olmazsa ama sokakta kentte her yer yanıyo. Bir çoğu da aydınlanma falan kullanılıyor çoluğu çocuğu olduğu için. O yüzden kenttedir.” (K4, Erkek, 58)

“Kentte daha fazladır. Kentte akşamları ışıklandırmalar daha fazla var. Yani şimdi buralarda gördüğünüz üzere bura küçük bi ilçe. Kastamonu'da diğer illere göre küçük bi şehir. Daha fazla sosyal şeyler ve, daha kalabalık kentler. Her sokakta bi iş yeridir, şudur, konutlar için, hepsi için gerekli.” (K6, Erkek, 24)

5.2. Tasarruf ve Birikim

Çalışmada ulaşılan “Tasarruf ve Birikim” temasında toplamda dört kategoriye ulaşılmıştır. Bu kategoriler “Tasarruf Davranışları”, “Birikim Yapma Nedenleri”, “Birikim Yöntemi Tercihleri”

ve “Birikimde Mekânsal Farklılık: *Köyde Adam Kazanıyor Kasabada Elin Cebinde!*” şeklindedir. Ayrıca her bir kategorinin alt kategorileri mevcuttur.



Şekil 16. Tasarruf ve Birikim Teması, Kategori ve Alt Kategori Şeması

Çalışma kapsamında ele alınan tasarruf ve birikim konusu temelde israfın önlenmesi noktasında bir çözüm yolu olarak ele alınmaktadır. İsfaf davranışından sakınılarak tasarruf etmek kişinin bütçesini koruması anlamında önemlidir. Tasarruf ve birikim konuları kentsel ve kırsal mekanlardaki bireylerin davranışlarında gözlemlenmiş ve bu hususta önce tasarruf ile ilgili derinlemesine sorular sorulmuş ardından birikim davranışları hakkında bilgiler edinilmiştir.

5.2.1. Tasarruf Davranışları

Çalışma kapsamında ulaşılan “Tasarruf Davranışları” kategorisi çerçevesinde temelde üç alt kategoriye ulaşılmıştır. Bunlar “Alışkanlıklar” “Farkındalık” ve “Mekânsal Farklılık: *Köydekiler Sanki Hep Tasarruf Modunda Gibiler*” alt kategorileridir. Katılımcılara görüşme esnasında “*Gündelik hayatınızda kendinizi tasarruflu birisi olarak adlandırır mısınız? Hangi konular da tasarruf yaparsınız?*” sorusu sorulmuştur. Bu doğrultuda kırsalda yer alan katılımcılardan dördü “yerine göre” tasarruflu olduğunu, bir kişi “tasarruflu olmadığını”, geri kalan dokuz katılımcı ise “tasarruflu” olduğunu söylemiştir. Kentteki katılımcılarda ise; altı katılımcı “tasarruflu olduğunu”, beş katılımcı “yerine göre” tasarruflu olduğunu, geriye kalan beş katılımcı da “tasarruflu olmadığını” belirtmiştir.

Kentte yer alan katılımcılar en çok “dijital ürün satın alma” konusunda tasarruflu hareket ettiklerini en az da “gıda” ve “giyim” konularında tasarruflu davrandıklarını belirtmişlerdir. Kırsal mekânda yer alan katılımcılar ise en çok “para”, “giyim” konusunda tasarruflu davrandıklarını

ancak en az dikkat ettikleri konunun “su” olduğunu belirtmişlerdir. Bu hususta kentsel ve kırsal mekânda tasarruf davranışları ile ilgili alt kategorilere ulaşılmış, ayrıca aşağıda bu alt kategorilere değinilmiştir.

5.2.1.1. Alışkanlıklar

Çalışma kapsamında tasarruf davranışlarının alt kategorisi olarak şekillenen “alışkanlıklar” kentsel ve kırsal mekanlarda farklılıklar göstermektedir. Kentte yer alan Ş1 ile kırsal da yer alan K13 tasarruf davranışını sergilerken farkındalık hissi ile hareket etmediklerini söylemişlerdir.

“Ben kendimi tasarruflu biri olarak adlandıramam. Tasarruflu bir insanım diyemem yani. Çok fazla totalde konuştuğumuz şeyleri dikkat ederek davranmıyorum. Tasarruf edeyim, israf etmeyim diye davranmıyorum ama çok bilinçsiz bir tüketici de olduğumu düşünmüyorum. Öyle alışmadım savruk yaşamaya. Hiçbir şey düşünmeden yaşamaya alışmış bir hayatım yok. Dikkat edemem ise genelde o yerleşmiş mi denilir, ne denilir, onu satın almaya istemeye alışmışım bence. Giyim mesela kendimi durduramam. Evet son zamanlarda dikkat ediyorum ama alışmışım yani zor vazgeçiyorum” (Ş1, Kadın, 25)

Ş1’in “tasarruf edeyim, israf etmeyim diye davranmıyorum” ifadesinden anlaşılabileceği üzere bilinçli bir şekilde tasarruf davranışı sergilemediği, asıl niyetinin israfı önlemek olmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcı, kolay vazgeçemeyeceği tüketim alışkanlıklarına sahip olmasından dolayı tasarruflu davranmaya dikkat edemediğini belirtmiştir. Nitekim tüketim olgusu günümüz toplumları için alışkanlık haline gelmiş, tüketim bireylerin gündelik yaşamının her alanını ağ gibi sarmış, kapitalizm ve postmodernizmden destek alarak güçlenmiş bir şekilde tüketim alışkanlıklarını değiştirmiştir (Demirel ve Yegen, 2015, s.115).

Tüketmek insanlar için adeta bir alışkanlık olmuştur. Ş1’in de tasarruf gerçekleştirememesinde tüketim alışkanlığından vazgeçememesi bir neden olarak görülmektedir. Benzer olarak kırsalda yer alan K13, her anlamda fazla tüketim ve harcama yaptığını, bu davranışı kolay değiştiremediğini ve bunun onda yerleşmiş bir kalıp olduğunu söylemektedir.

“Tutumluluk yaparın da işte dediğim gibi elimin açıklığı çoktur. Elimin bolluğu çoktur. Ne biliyi alışkanlık artık. Bi şeyi az yapaman. Yimek, her şey konusunda. Her şey fazla olsun da. Şorada dursun. Elimi kesemiyon yani. Her zaman böyleyim” (K13, Kadın, 49)

Ş2 ise tasarruf davranışı sergilediğini ancak bunun tasarruf yapma niyetiyle hareket ederek yapmadığını belirtmiştir. Burada “bilinçsiz bilinçlilik” olarak çocukluktan gelen yerleşmiş davranış kalıplarından dolayı tasarruflu olmaya dikkat ettiğini vurgulamıştır.

“Tasarruflu muyum? Evet ya. Ama ben belki evet ya. Ben boş şeyi sevmiyorum. Saçma şeyleri sevmiyorum. Dikkat etmeye çalışıyorum. Hatta bazen de o huyuma kızıyorum. Ama çok ileri boyda değil. Ben ihtiyacıma göre yürüdüğüm için. İhtiyacım neyse o. Küçüklükten gelen bir alışkanlık bu bende. Ben genel anlamda tasarruf da demeyim de çünkü o niyetle yapmıyorum alışkanlık olmuş yani.” (Ş2, Kadın, 55)

5.2.1.2. Farkındalık

Çalışmada kentte yer alan katılımcılardan Ş5, Ş9 ve Ş6 tasarruflu olduklarını ifade etmişler ve bunu bilinçli bir şekilde gerçekleştirdiklerini söylemişlerdir. Gerçekleştirdikleri harcamalarda bilinçli ve farkında olduklarını, savurganlık davranışından uzak, emek sürecinin zorluğunun farkında olarak hareket ettiklerini vurgulamışlardır.

“Tasarrufluyumdur bence. Özellikle yemek israfına dikkat ederim. Kullanırken bile yemeğimde yağmıdan, etimden ne bileyim hani onları kullanırken bile tasarruflu kullanırım. Boşa hani ne bileyim bir kilo kıymayı bir kere de yapmam yani hani. Suyu kullanırken, elektriği kullanırken dikkat ederim. Onun dışında ha şöyle bir şey maddi imkanlarım daha fazla harcamaya yönelik olsa mesela gezme konusunda taviz vermem, gezerim. Ama orada da gezme konusunda hep araştırırım. Hep en uygun bulma bakış açım var. Yemeyi de severim gezmeyi de severim ama onu bile yaparken araştırarak. Atıyorum otobüs bileti alacam onu gidip bir yerden almam. Araştırırım, nerede en uygun varsa hangi gün uygunsa. Bilinçliyim yani farkındayım yaptığım, aldığım şeyin. Genelde her alışverişimde dikkat ederim.” (Ş5, Kadın, 50)

Kentte yer alan Ş5’in ifadesinden anlaşılabacağı üzere gerçekleştirdiği harcamalarda ve kullandığı her şey de ölçülü davrandığı, planlı bir alışveriş süreci geçirdiği, lüks olarak görülen harcamalarında dahi fiyat karşılaştırması yaparak en uygununa ulaşmak istediğini belirterek tasarruflu olduğunu söylemiştir. Yine aynı şekilde kentteki Ş6’da da benzer ifadeleri görmek mümkündür. Ş6, özellikle emek sürecine farkındalığı olduğunu ve tükettiği metaların üretim sürecindeki israfının bilgisine sahip olmasından dolayı farkındalıkla hareket ederek tasarruflu davrandığını söylemiştir.

“Ben ederim. Ben çöpe bir şey atmayı sevmiyorum. Kendi emeğime acırım. Başkasının emeğine acırım. Ya en basiti dedim ya gereksiz bir yemek bile günah, hadi günah dini bir kavram olarak geçelim hadi çok acı verici. Ya en basiti bir tişörtün renginin kolay üretilmediğini biliyorum. Tasarrufluyum yani birçok şeyde.” (Ş6, Kadın, 44)

Kırsalda yer alan K8 ve K7 katılımcılarının aşağıdaki ifadelerinde ise daha çok *paranın değerinin bilinmesi, emek sürecinin farkındalığı, zor dönem şartlarında yaşanmışlığın getirdiği tasarruf bilinci* gibi durumlara vurgu yapmışlardır. Özellikle bu durum kırsalda yer alan orta yaş ve üstü katılımcılarda sıklıkla görülmektedir.

“Tasarrufluyum. Ben her şeyin fazla fazlasını yapmayı sevmeyen bi insanımdır. Şorda bi tanesi varken bana yeterliyse gerisini yapmayı düşünmen. Azlan sevinen insanımdır. Valla. Biliyom çünkü. Yaşadığımız o zorluğun farkundayım. Ha emme köye baze satılıkçı geldiği zaman bi kap kacuk almak durumunda kalısak neyle alıyoz çocuklarımıza çehiz olarak alıyoz. Yani o da bi ihtiyaç olarak alıyoz. Şordava diyipte ikincisini almayoz.” (K8, Kadın, 52)

“Tasarrufluyum. Her şeyde. Giyimde, gıda maddesinde olsun enerjide, tasarruf yapmaya çalışırım. Ama biz hep böyle yetiştik. Eskiden etleri falan rahmetli annem buğdayın içine gömerdi. Eskiden buzdolabı falan neredede. Yemekte yok zaten neye koyacak. Buğday içinde bi şey olmazdı. Yumurtayı da koyoduk. Serin tutuyodu. Şimdi neredede... Dikkat falan yok. Yokluğu görmüş, geçirmiş insanlarız. Onun farkında hepher şeye dikkat ederin.” (K7, Erkek, 66)

Kırsalda yer alan genç katılımcılarda tasarruf bilincinin ve davranışının yaşlı nüfusa göre daha az seyrettiği, yaş arttıkça tasarruflu olmaya dikkat edildiği gözlemlenmiştir. Burada özellikle vurgulanan K7'nin de belirttiği gibi, “yokluktan gelme” bilincinin yerleşik bir farkındalık yarattığıdır.

5.2.1.3. Mekânsal Farklılık: “Köydekiler Sanki Hep Tasarruf Modunda Gibiler”

Tasarruf davranışı kişiden kişiye farklılaşabileceği gibi mekanlar arasında da farklılıklar yaşanabilir. Özellikle kent yaşamının neoliberal ekonomik dinamikleri ile kırsal yaşamın geleneksel ekonomik tutumu arasındaki farklılıklar tasarruf davranışlarının da farklılaşmasına neden olmuştur. Çalışma kapsamında ele alınan tasarruf davranışının mekânsal durumunu anlayabilmek için katılımcılara görüşmeler sırasında “Size göre köyde ya da kentte tasarruf kolay bir şekilde yapılmakta mıdır? Hangi mekânda tasarruf daha kolay yapılabilir? Neden?” gibi sorular sorulmuştur. Alınan cevaplar doğrultusunda kırsalda; katılımcılardan ikisi için kentte tasarrufun daha kolay yapıldığı, bir katılımcı da tasarruflu olmanın kişiye göre değişeceğini söylemiştir. Kırsalda geriye kalan on bir kişi de köylerde tasarruf yapmanın daha kolay olduğunu ifade etmiştir. Kentte; on bir katılımcıya göre köyde daha kolay tasarrufun yapıldığı, dört katılımcıya göre kentte daha kolay tasarruf yapıldığı, bir katılımcıya göre de kişiye göre değişebileceği ifade edilmiştir.

Tüketim harcamalarının kentlerde daha yoğun olmasından dolayı tasarrufun daha az, kırsal bölgede tüketim mekanlarına ulaşılabilirlik ve harcama kalemlerinin daha sınırlı olmasından dolayı da tasarrufun daha fazla yapılabileceği fikrinde olan katılımcılar söz konusudur. Özellikle kent yaşamının içerisinde giderin kırsalın giderine göre fazla olmasının tasarruf davranışını etkilediğini düşünmektedirler. Tüketimin kentte artmasının gideri arttırması, kent mekânın insanları ister istemez tüketime sürüklediği düşüncesi hâkim olmuştur. Nitekim Bhandri vd., (2007, s.209) çalışmasından aktaran Aka ve Akırcan (2019, s.169-170) ise tasarruf davranışını değiştiren bir diğer etkenin “kentleşme” olduğunu ve kentleşmenin arttıkça tasarruf oranının azaldığını, kentte yaşayanların kırsal alanda yaşayanlara nazaran daha fazla tüketim fırsatlarına sahip olmasının bunun en önemli nedeni olduğunu belirtmişlerdir. Aşağıda yer alan katılımcıların ifadelerinden de anlaşılacağı üzere “kentleşmenin” ve “kent yaşamının” getirilerinin insanları tasarruf davranışından uzaklaştırdığı yönündedir.

“Köydedir. Köyde masraf az olur. Elbisesinde olsun ayakkabısında olsun yemesinde olsun azdır. Kasabada olsan, evde canın sıkılsa, erkek olarak gerçi kadınlarda şimdi çay bahçesine şuna buna gider. Üç dört kişiyle otursa hiç yoktan elli milyon verir. Ben çoktandır gitmiyorum emme. Ama burada mesela (köyde) demlersin çayı içersin. Kahvede bi denk gelirsın iki denk gelirsın birini sen verisün. Kasabadaki çevre burda olmaz yani. Çevre yok ki köyde. Burda canın sıkılsa çık gez dağlara. Mesela gidip kahvede orda burda bi çay içemez. Adım atsan para zaten. Bugün arkadaşıyla çay öbür gün pastane. Başka yerler muhakkak.” (K4, Erkek, 58)

“Köy şehirden daha tasarrufludur. Köyün elektriği suyu da daha ucuzdur. Ondan sonra köyde para harcama yeri de çok fazladır. Diyelim burada ben on beş alıp yirmi harcıyorum. Ama köyde on beş alan çok rahat geçinebilir köyde. Kentte para olursa yapılabilir. Ülkemizde öyle bir enflasyon var ki herkes ister istemez tasarruflu davranmak zorunda. Elli bin lira alanda tasarruflu davranmak zorunda. Kentte alışkanlıklara göre. Biz eskiden üç haftada bir ailecek yemeğe gidebiliyorduk şimdi gidemiyoruz. Kolay yapılamaz o yüzden kentte. Her şey pahalı. Şehirde tasarruf çok zor.” (Ş7, Erkek, 64)

Aşağıda yer alan K9’un ifadesinde ise kırsal mekânda tüketim yerine üretimin ön planda olmasının ve kent yaşamının insanları tüketime sevk etmesinin kırsalda yaşayan insanları tasarruflu olmaya ittiğini düşündüğü göze çarpmaktadır.

“Bence köyde biraz daha yapılır. Her şeyin köy de oluyo onlardan yapabilirsin. Mesela bi markete gitmediğin zaman e bi çorbanı pişirirsin yağın olur sütün olur tereyağın olur

tarhanan olur. Yani onlarla yeter. Daha kötüsünde bi ekmek yapabülüsün. Kentte mecbur satın alacak, ne yapacak.?” (K9, Kadın, 53)

Ayrıca katılımcılardan bazılarının düşünceleri kent yaşamının getirdiği çalışma saatlerinin ve yoğun iş hayatının hanede kalma süresini kısaltmasının kişilerde tasarruflu davranma bilincini azalttığı yönündedir. Özellikle kentte hane dışında geçirilen vaktin hane tasarrufunu azaltacağı düşüncesi hâkim olmuştur.

“Köylerde daha iyi yapılıır. Yani kasabala da falan geliş gidiş çok çalışan çok. Ondan ötürü hep bi harcamaları olu yani. Ama bizim köylerde öyle değil. Akşamları tasarruf yapabiliriz. Akşamdan herkes evine giriyor. Ama kasabalarda gece giden var gündüz giden var.” (K13, Kadın, 49)

“Köyde daha kolaydır. Köyde ne biliyim daha kolay. Kentte herkes çalışıyo evde duran da yok. Akşamları da herkes ne bileyim. Dikkat etmiyolar. Daha çok dışardan yani hepsi. Nasıl ona zaman ayırsın. Zaten dışardaysan kasabada hep para harcasın” (K12, Kadın, 48)

Sosyal statü ve gösterişçi tüketimin kırsala göre kentte daha yoğun gerçekleşmesi, kent insanının gündelik yaşamında daha aktif olmasının getirdiği sosyal aktivitelere katılım, başkaları gözünde onay verilme isteği ile gerçekleşen tüketim biçimi tasarruflu olmayı azaltmıştır. Kırsal yerlerde ise köy yaşamının getirdiği sade ve yalın bir yaşam tarzının insanları tüketime sevk etmediği ve böylece daha tasarruflu hareket etmelerine neden olacağı düşünülür. Bu durum da kentteki insanı tasarruflu davranmadan uzaklaştırıp tam tersi israf davranışı sergilemeye itmiştir. Katılımcılar da aşağıda yer alan ifadelerinde bu durumu anlatmaya çalışmıştır. Özellikle kentte başkası adına tüketim ve maddi olana eğilimin etkili olduğunu düşünmektedirler.

“Köydeki bence zaten yapıyor. Şehirdeki de yapmaz ya. Hayır. Yapması işte şeye geliyor pantolon diz atıyor ben gidip bunu yamalamam. Köydeki adam bunu yamalar tarlasına gider ve yadırganmaz. Ama burada olmaz yadırganır. Kenti burada israfa yönlendiren temel şey elalem ne der yani toplumun onu saf dışı bırakması. Temel mantık o.” (Ş10, Erkek, 34)

“Köylerde olabilir. Ama kentlerde yapılmıyordur. Köyde basık bir hayat var, daha gösterişsiz, daha sade, daha nüfusu az, daha harcaması az insanlar. Oralarda her şeyin daha kolay olduğunu görüyorum. Kentlerde öyle değil. İnsanlar artık hep aktif ya kentte. Aktif olmasıyla beraber giyime içemeye yemeye paraya maddesel olan her şeye eğilim sağlıyor. Bu eğilimlerimiz de kat kat artıyor. Tasarrufu bırakın harcamamızın sınırı olmuyor artık. O yüzden de kentte tasarruf kolay değil. Ancak herkes nasıl yapabilir belki herkes bütçesinde

biraz gram alır dolar alır belki kenara koyar öyle arttırır ama bu tasarruf değil bence. Birikime girer yani. Tasarruf olarak arttırma yok. Şu an bence yok.” (Ş9, Kadın, 49)

“Köydeki insan daha tasarrufludur bence. Kısıtlı imkanlardan dolayı. Etrafa saçacak kadar para kazandıklarını düşünmüyorum. Köydeki insan çiftçilikle uğraşıyordur. Dolayısıyla zor kazanıyorlardır. Bu yüzden bilinçli olduklarını düşünüyorum. Bir de şimdi bir şeye ihtiyaç duyuyorsan bi zaman sonra elzem geliyor sana. Aslında pek çok şey ihtiyacımız değil. Köyde biraz daha bunun önüne geçiliyor. Herkes birbirinden bir şey görmüyor işte dizide gördüğü bir montu atıyorum gidip markasından koşa koşa alma ihtiyacı duymuyor ya da kıyafet olarak. Ya da ne bileyim millet sabahları avokado yiyormuş hadi bende yiyim demiyordur. Ulaşması zor bir şeylere dolayısıyla daha tasarruflular diye düşünüyorum.” (Ş8, Kadın, 41)

Ayrıca kırsalda yer alan insanların tasarruflu olmasının en temel nedeni olarak kırsalın kanaatkâr yapıda olmasına bağlanmıştır. Kırsalda kanaatkâr, eldekilerle yetinme ve kendine yeten üretim gibi geleneksel anlayışın varlığı tüketim pratiklerine yansıdığı için tasarruflu ve itidalli davranma her zaman var olmuştur. Nitekim Loayza vd., (2000, s.402)’nin çalışmasına göre kırsal kesimin geliri kent yaşamındaki bireyin gelirine göre belirsiz olduğu için tasarruflu davranma eğiliminin de bir o kadar fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Loayza vd., (2000, s.402) kırsal mekânda yer alan tüketici profiline kentte yer alana göre daha tasarruflu davranışlarda bulunduğunu ve bunun en temel nedenini ileriye düşünerek ölçülü davranmak anlamına gelen ihtiyat kavramının kırsalda daha fazla işleminde görmüştür. Bu hususta Ş15 ve Ş3 katılımcıları için kırsalda yaşayan insanların azla yetinerek, ihtiyaçlarından fazlasını satın almayı uygun görmemelerinin ve düzenli gelirlerinin yarattığı belirsizliğin onları tasarruflu davranmaya iten en büyük neden olduğu yorumlanmıştır.

“Köydeki insanın parası çok yoktur buradaki gibi (kentte) düzenli para akışı olmaz eline ama daha tasarrufludur. O bilinç daha fazladır. Çünkü zor koşullarda para kazanmaktadır. Değerini kıymetini biliyorlar. Emeklerini görüyorlar. Azla yetinip çoğu aramıyorlar. O yüzden daha tasarrufludur.” (Ş15, Erkek, 25)

“Şu an düşündüğümüzde köydekilerin tasarrufu daha iyi. Benim gördüğümle yaşamışlığım şöyle köydekiler gözü açılmamış demeyim de köydekiler elindekiyle yetinmesini biliyor. Öyle yaşamışlar. Her zaman şükür diyorlar az da olsa. Benim bildiğim zaten mevsimlik kazanıyorlar tarlalardan şeylerden. Ama kente baktığımızda öyle değil ellerine düzenli maaş mı diyelim nerede çalışırsa para geliyor ve hep daha fazla isteme var. Yine köy yani.” (Ş3, Erkek, 25)

Bir diğ er katılımcı ise kırsaldakilerin daha fazla tasarruflu davranmalarının nedeni olarak d onemsel olarak ekonomik zorlukların yaşıandığı bir d onemde yaşamalarının onları daha tasarruflu olmaya ittiğini söylemiştir. Deneyimlenen olumsuz d onemlerin kırsaldaki insanların tasarruf davranışlarında etkili olduğunu d üş nmektedir.

“Köydekiler bence her anlamda daha tasarruflu. Geçmişten gelen yokluk bence ya hala yok zannediyorlar. O bilinç sanki zorunlu gibi onlara sanki köydekiler hep tasarruf modunda gibiler. Hep çalışıyorlar yani hep bir k tl k olacak k tl k geri mi gelecek diye yaşıyorlar. Köye gidiyorsun bakıyorsun    beş çuval buğday var evinde. Oysa tek kişi yaşıyor benim kaynanam öyleydi ya. Senelerdir  yle evinde    beş çuval un var yani ne yapacaksın o kadar. K tl k mı olacak yokluk mu olacak?” (ř12, Erkek, 45)

Kentte d ort, kırsalda ise iki katılımcı  oğ nluğ n aksine kentte tasarrufun daha kolay yapılacağını d üş nmektedirler. Kentte tasarrufun daha fazla yapılmasını “nüfus”, “eğitim düzeyi” “bilinçlilik” ve “bilgiye ulaşılabilirlik” gibi nedenlerden kaynaklı olduğunu d üş nmektedirler. Özellikle eğitim düzeyinin kentlerde yüksek olmasının tasarruf ile ilgili tedbir bilgilerine ulaşılabilirliğı kolaylaştırdığı düşüncesi tekrarlanmıştır. Ayrıca kent nüfusunun kırsala göre daha fazla olması da tasarruflu olmayı otomatikman arttırdığı düşüncesi söz konusudur. Bir bölgede nüfusun fazla olmasının ister istemez insanları tasarruflu olmaya iteceğı kanaatindedirler.

“Ya bence kentte biraz daha kolay yapılabilir. Çünkü şöyle köyde şu an artık aşırı öyle bir rahatlık yok ( oğ nluk) kentlerde var. Kentlerde nasıl yapılabilir ile ilgili bir alternatifim yok ama her konuda kentlerde. İnsanların toplu olduğı yerlerde daha rahat tasarruf önlemleri alınabilir bence.” (K10, Erkek, 20)

“Bence kentteki insan daha fazla tasarruf yapabilir çünkü daha belki eğitim düzeyi yüksek ve daha bilinçli insanlar oluyor. Köydeki insan bu şekilde düşünüp hareket etmiyordu. Kentteki insanlar herkesi diyemem ama bu konuda bilinçli olanlar daha iyi bir şekilde tasarruf yapıyorlardır.”. (ř1, Kadın, 25)

“Bence kentteki insan daha kolay yapabilir. Çünkü kentteki insanın avantajı daha fazla. Kentteki insan istediğı zaman isterse yani çok daha rahatlıkla yapabilir. O eğitime o bilgiye ya da o bilgiye ulaşmaya daha müsait. K ydekinin olanakları ile kenttekilerin olanakları bir değıl. Biz yolunu buradan öğreniriz köydeki bilmez” (ř16, Erkek, 22)

“Kasabadaki daha iyi yapar. Bi evin içinde duruyo öbürü ayağını yorganına göre uzat deya. Daha bilg l le bize göre. Burda her şey dağ nuk. Öyle bi şeyde değılsin ki. Toplucan abi şey yapasun” (K5, Erkek, 74)

Tasarruf davranışının mekânsal olarak ayrıştırılamayacağını, kişinin kendisinde biteceğini söyleyen K11 ve Ş6 katılımcıları kişinin tasarruf konusunda özverili olması gerektiğini ve özellikle içselleştirip bunu alışkanlık haline getirdiğinde gerçekten tasarruflu bir insan konumuna yerleşeceğini vurgulamışlardır.

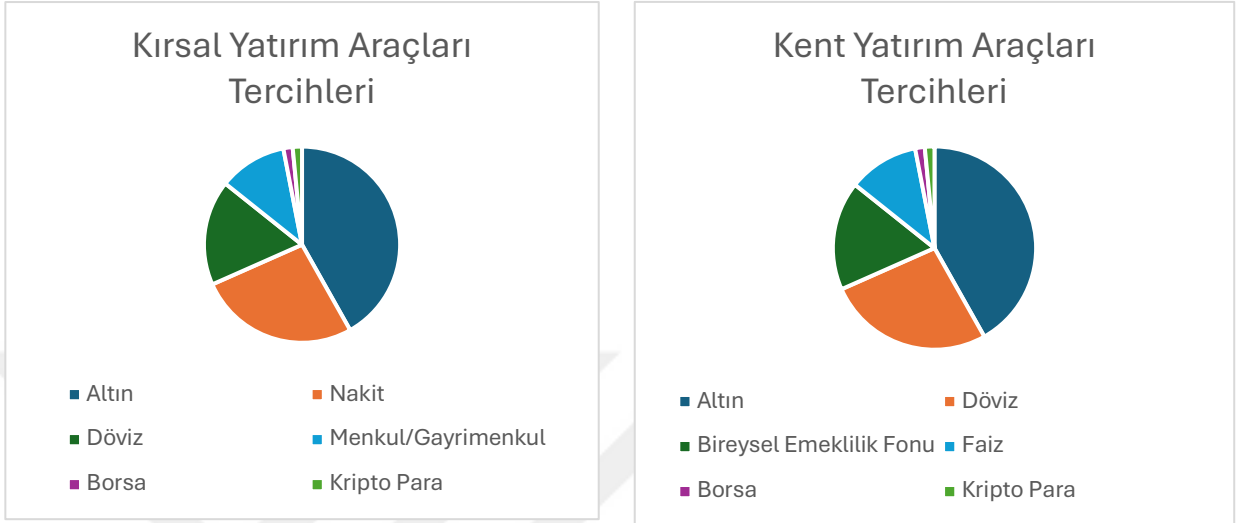
“Aslında şöyle bir şey tasarruf köyde ya kentte falan değil de evde başlar. Bu da toplumla alakalıdır. Sabah kalktığında gereksiz yerde bir yanan ışığı söndürüyorsan iş yerine gittiğinde de söndürürsün. Bu senin alışkanlığındır. Ama evde yapmıyorsan orda da yapmazsın hani evde başlar tasarruf. Bunu ne yaparsın sokağa yayarsın. İnsanlara yayarsın. Senden görenler senin gibi olmaya çalışır. Aslında bu şekilde yeni bir toplum yaratarsın. Kendini değiştirerek. Kimseye tasarruf yaptıramazsın. Bana gel milyon tane tasarruf tedbir say hiçbirini uygulamam. Onu alacam ki kendi özüme bu nasıl kime zarar veriyorsa öncelikle kendine zarar verdiğini bileceksin. Yeni toplum yaratmak lazım. Kendini yetiştireceksin kimseyi değiştirmeye çalışmayacaksın. Zaten seni gören etkileniyorsa etkilenir, etkilenmiyorsa sen ona hiçbir şey yaptıramazsın. Şeydir hakaret gibi gelir. Sana ben tasarruflu olmayı öğreteceğim dersin bu hakaret gibi gelir. Senden mi öğreneceğim ben.” (Ş6, Kadın, 44)

“Ya şimdi her yer kendi çapında dikkat ediyö. Daha az harcama olmaz. Herkes ihtiyacını her yerde alıyo yani. Kişide bitiyö yine. Onu kendistinası bilecekse öyle yapa. Yetişmişse iyi hele. Örnek verdim demin. Benim Ankara’da tanıdığım o kadın burdakilere on basa. Ondan deyim sana kişi kendini yetiştisin önce.” (K11, Erkek, 56)

5.2.2. Birikim Yöntemi Tercihleri

Çalışma kapsamında ele alınan tasarruf boyutunun bir diğer kolu da birikim olmaktadır. Nitekim israf davranışının önlenmesi ne kadar değerli ise birikim yapabilmek de tasarrufun anlamını bir o kadar değerli kılar. Bu hususta kent ve kırsalda yer alan katılımcıların birikim yapıp yapamadıkları, yapabildikleri takdirde yatırım aracı tercihlerinin neler olduğu gibi çeşitli sorular sorulmuştur. Dikkat çeken konu kırsalda yer alan iki genç kadın katılımcının dışında yer alan diğer kadın katılımcıların hiçbirinin şahsi banka hesabı bulunmaması olmuştur. Kendi adına hesabı bulunan iki kadın katılımcının genç olmalarının yanı sıra özel sektörde çalışan veya geçmişte çalışmış kişiler olmaları önemli bulgular olmaktadır. Kırsalda şahsi banka hesabı bulunmayan kadınların ise birikimlerini daha çok “yastık altı” deyimiyle “nakit para” ya da “altın” ile gerçekleştirdikleri belirtilmiştir. Durum kentte tam tersidir. Katılımcıların tamamının, cinsiyet fark etmeksizin, şahsi banka hesabı bulunmaktadır.

Görüşmelerden alınan cevaplar doğrultusunda birikim yapabilen katılımcıların birikim yöntemi tercihi kentsel ve kırsal mekanlarda farklılaşmaktadır. Bu farklılığı daha iyi belirtebilmek adına aşağıda yer alan Şekil 17’ de katılımcılar tarafından en çok zikredilen yatırım aracı tercihlerinin kentsel ve kırsal mekanlardaki durumu daire grafiğinde aktarılmaya çalışılmıştır.



Şekil 17. Kentsel ve Kırsal Mekanlarda Yatırım Aracı Tercihleri

Yukarıda verilen Şekil 17’den anlaşılabileceği üzere her iki mekânda da en çok tercih edilen yatırım aracı “Altın” olmaktadır. Nitekim Türkiye İsrar Raporu (2018)’nda en çok tercih edilen birikim aracının altın ve sonrasında dolar olduğunu tespit etmesi de benzer sonuçlardan biri olmuştur. Çalışmada kırsalda ikinci sırada “Nakit” en çok tercih edilirken sonrasında sırayla en çok “Döviz”, “Menkul/Gayrimenkul”, “Borsa” ve en son sırada “Kripto Para” yer almaktadır. Kentte en çok tercih edilen ikinci yatırım aracı “Döviz” iken sonrasında sırasıyla “Bireysel Emeklilik Sistemi”, “Faiz”, “Borsa” ve en son sırada “Kripto Para” yer almaktadır. Bu sonuçlara benzer olarak 2017’de ING Bank’ın gerçekleştirdiği çalışmada bireylerin en çok tercih ettiği birikim aracı öncelikle “bireysel emeklilik sistemi” olurken, ikinci sırada “altın” ve sonrasında da “nakit para” geldiği sonucu da bir bakıma benzerlik göstermektedir. Bu benzerlik özellikle kent mekânı için tercih edilen yatırım araçları için geçerli olmaktadır. Bu çalışmada elde edilen önemli detay ise kırsalda ikinci ve üçüncü sırada olan “nakit para” ve “menkul/gayrimenkul” birikim araçlarının kentte görülmemesi iken kentte üçüncü ve dördüncü sırada yer alan “bireysel emeklilik sistemi” ve “faiz”in kırsalda kendine yer edinmemesi olmuştur. Bu konuda yer alan temel farklılığın nedenleri çalışma kapsamında ulaşılan alt kategoriler başlığı altında detaylıca verilecektir.

Fakat birikim aracı tercihi noktasında bahsedilmesi gereken bir diğer husus aktif olarak birikim yapmadığını söyleyen katılımcılar olmalıdır. Bu doğrultuda birikim yapmadığını söyleyen

katılımcıların yalnızca kentte yer alması da dikkat çekici bir diğer bulgudur. Kentte yer alan on altı katılımcıdan dördü şu an da birikim yapamadığını belirtmiştir. Katılımcıların birikim yapamama nedenleri; borç ödemeleri ve hane gelirinin ancak giderleri karşılayabilmesidir.

“Birikim mi? Emekli birikim falan yapamaz. On beş bin lira alıp yirmi bin lira harcarsa nasıl yapacak. Yaptığım dönemlerde dolar veya altın alıyordum ya da ufak bir arsa, gayrimenkul alıyordum. Ama şimdi imkânsız. Eve giren para gidiyor zaten.” (§7, Erkek, 64)

“Ben birikim yapamıyorum yok. Şu an yok. Ama eskiden yapabiliyordum. Çünkü gelirim vardı onu bir kenara koyabiliyordum ama şu an kesinlikle yapamıyorsun. Yani dikkat etmene rağmen ancak hayatını idame ettirebiliyorsun.” (§5, Kadın, 50)

“Şu an birikim yapmaya para ayıramıyorum. Ama belki on ay sonra ayırmaya başlayabileceğim. Ama önceden şöyle yapmıştım bu faizler yükselmeden önce bana vereceği maksimum krediyi çekmiştim onla da dolar almıştım. Şu an mesela onun ödemesini yapıyorum. Mümkünse dolar ve altın. Ama sorarsan yani şimdi atabiliyor musun diye hayır asla. Önce borcumun bitmesi lazım” (§3, Erkek, 25)

5.2.2.1. Risksiz Yatırımlar

Çalışmada katılımcıların ifadelerinde birikim yapma araçlarında güvenli liman olarak görülen risksiz yatırım “altın”, “nakit”, “döviz”, “faiz” ve “bireysel emeklilik” olmuştur. Kentsel ve kırsal mekânda ortak olarak güvenli yatırım aracı “Altın” ve “Döviz” olmuştur. Katılımcılar altının risksiz yatırım olması sebebiyle en çok tercih ettikleri araç olduğunu vurgulamışlardır. Nitekim literatürde Diler (2020, s.372)’in bahsettiği gibi altının tarihsel seyrine göz gezdirildiğinde insanlar için her zaman “güven” unsuru olarak algılanmış ve özellikle ekonomik sistem içerisinde yatırım araçlarının çeşitli olmadığı bölgelerde risksiz ve güvenilir görülen “altın gömülemesi” yaygınlaşmıştır. Altın özellikle ülkeler için öncelikli rezerv ürünü olarak konumlanmasından dolayı finansal veya toplumsal kriz dönemlerinde güvenilir liman olarak görülmektedir (Diler, 2020, s.379). Ayrıca kentteki katılımcılar “Faiz” ve “Bireysel Emeklilik” sistemini güvenli görürken, kırsalda “Nakit Para” güvenli ikinci limandır. Nitekim aşağıda ifadelerine yer verilen kentsel ve kırsal bölgelerdeki katılımcılar için de durum böyle işlemektedir.

“Şu an bireysel emeklilik kullanıyorum ben. Bireysel emekliliğim var. Orda yavaş yavaş birikiyor. Onun dışında kullanmıyorum. Arada bir de altın olabilir belki. Altını neden mi tercih ediyorum? Riskli şeyler beni ürkütür, hiçbir zaman giremem riskli şeylere. Kolay kazanılmıyor ki kolay kaybedeyim. En basiti bireysel emekliliğim ben atamasam da köşeye bir yüz lira, orada benim için atan var.” (§1, Kadın, 25)

“Birikim tabii ki yapıyorum. Ama öyle benim borsayla falan bir alakam yok. Bitcoinleri de bilmiyorum. Ya altın ya döviz. Güvenli alanda olmam lazım benim. Bu ikisi dışında kullanmam hiçbir şeyi. Bilmiyorum fikrim de yok. Bir de açıkçası hiç güvenli gelmiyor o Bitcoinler, borsa hisseleri falan. Saçmalık. Nerede kar edebilirim en güvenli oradayım ben” (Ş4, Erkek, 38)

“Ben kendi çabamca zaten birikim yapabiliyorum. Çok büyük birikimler olmasa da ufak ufak yapmaya çalışıyorum. Borsa halka arza hiç şeyim olmaz. İlgiden değil de abla güvenim pek yok. Benim paramın %75’i faizdedir, %25’i altın üzerindendir benim. Parayı severim riske atmam. Niye atayım. Atabildiğim az abla zaten.” (Ş16, Erkek, 22)

Aşağıda kırsalda yer alan katılımcıların ifadelerinde dikkat çeken paranın riske edilmediği, diğer yatırım araçları olarak sayılan borsa, halka arz, hisse senetleri, kripto paralar hakkında yeterli bilgiye sahip olunmadığı, güvenli liman olarak kendi bildikleri “Altın”, “Nakit Biriktirme” ve “Döviz” yatırım araçlarını tercih ettikleridir.

“Birikim yaparım ben. Çalışırım yani. Banka hayır benim yok. Elime nakit geçtiği zaman biriktiririm sonra altın alırım onunlan. Onu mu o yastık altı birikü. Hesap olmayınca. Başka yok yok hayır. O saydıklarını bilmem de hiç öyle bir şey kullanmışlığım yoktur yani. Bilmem yani, her zaman altundur. Ee yani güveniyoz. Buralarda hep altundur zaten sorsan” (K13, Kadın, 49)

“Şimdi şöyle söyleyin sana. Nakitte birikü altunda dolar falanda. Euro bilmem pek genelde altın dolar ya gıyıda göşeye para atulu bizde. Ee o yeni yeni şeyleri de anlaman. Ama benim büyük birader bilü mesela. Paraylan oyna o. Sever oynamayı. Ben sevmem. Bildüğümünden de şaşman. Neyse inandığım bildüğüm o.” (K14, Erkek, 33)

Özellikle altını banka hesapları üzerinden değil, kuyumcudan alıp “yastık altı” tuttukları ifade edilmiştir. Nakit para biriktirme de her ne kadar kırsal için risksiz olarak algılsa da enflasyon karşısında nakit paranın erimesi durumu göz ardı edilmiştir.

5.2.3.2. Haram Kazanç Algısı

Katılımcıların yatırım araçları tercihinde haram kazanç algısı söz konusudur. Özellikle kırsal kesimde faize bakış açısı haram olarak algılanmaktadır. Kentte faizin haram olduğuna dair sadece bir katılımcıya rastlanılmıştır. Helal yönlü kazancın “Döviz”, “Altın”, “Mal Mülk Sahipliği” gibi yöntemlerle sağlanacağı fikri yaygındır. Ayrıca kentte yer alan Ş10 için “Faiz”in haram olmasının

nedeni kolay yoldan kazanç elde edilmesi ve emek sürecinin olmadığı kazanç biçimi olarak görülmüştür. İslam’da faizin yasaklanma sebeplerinden bir tanesi budur. Özellikle İslam dininde kişinin geliri üzerinde herhangi bir çaba ve emek göstermeden kazanç sağlaması günah sayılmakta ve bu durumun kabul edilmesi de toplumların üretimini azaltmasına ve böylece çeşitli ekonomik ve toplumsal sorunları oluşturmaya sebep görülmesi bakımından yasaklanmıştır (Pıçak, 2012, s.67).

“Yeni nesilde şunu görüyorum sistem şöyle işliyor. Bu emeklilerin parasını yeni nesil ödeyecek. Devlet emeklilerine bakabilsin. Ama yeni nesil kolay paranın peşinde bitcoin alayım şu olsun bu olsun. Twitter da sosyal medya da görüyoruz işte bir sıvacı 100 bin lira kazanıyor deniyor. Kolaysa gel sen yap o zaman. Biraz emeğe dayalı bir şey var. Yeni nesil kolay kazanç dediniz. Ben bugün helalinden işe geliyorum. Emek erip kazanıyorum. O yüzden faiz de haramdır. Ben mesela birikimlerimi dövize altına yatırırım. Dövizde alsam banka da tutmam.” (Ş10, Erkek, 34)

Kırsaldaki katılımcıların aşağıda yer alan ifadelerinden anlaşılacağı üzere faizin haram olarak kabul edilmesinin tek nedeni faizin Müslümanlar için dinen yasak olmasıdır. Onun dışında faiz aracını tercih etmemelerinin nedeni belirtilmemiştir. Nitekim literatürde çeşitli dinler içerisinde faizin en katı biçimde yasak olduğu İslam dininde yer almaktadır (Pıçak, 2012, s.65). Müslüman olan herkes için Kuran’da faiz yasaklanmış ve bu durum çeşitli ayetlerle anlatılmaya çalışarak en büyük yedi günahtan biri sayılmıştır (Pıçak, 2012, s.66). Kırsalda yer alan katılımcılar da bu konu itibari ile faize kesin bir şekilde karşı çıkmaktadırlar.

“Yok biz faiz değil, altına hep. Öyle biriktiriyoruz. Faiz günah diye hiç hiçbi kuruş almamışızdır. Biz sade altın alıyoruz. Aklımız ermez öyle farklı şeylere bizim. Kazandığımız hayvanın parasıyla aylığımızın (maaş) parasıyla altın alıyoruz bozduruyor öte beri alıyoruz. Hiç faiz bi kuruş girmedir.” (K3, Kadın, 61)

“Faiz şimdi Allah izin verirse hacca gideceğiz. Gidemedik on senedir. Çıkmadı. Onla da gitmek haram diyalarda. Dinen. Biz de biliyoruz günah olduğunu da. Onun için normal bankada. Altın falan döviz falan yoh yoh.” (K5, Erkek, 74)

“Faiz olsun şu yeni çıkan Bitcoin falan olsun abla onlar zaten benim kişisel olarak benim görüşüme abla aşırı ters bi durum. Ya uğraşmadan para kazanıyosun. Benim gözümden haram. Hoşuma da gitmiyor kafama da yatmıyor. Allaha çok şükür şu an uğraşıyoruz koşturuyoruz. Adam mesela tutuyo bi bitcoine 10 bin lira para atıyo 2 bin lira kazanıyo. Ben

2 bin liramlarla arabamla yoluma gidiyorum mutlu oluyorum. Çünkü sanal parada bitcoin alayım falan insanlarda bi süre sonra bi heves oluyo. Ama günah.” (K10, Erkek, 20)

Kentte ise faizin haram olmadığı ve özellikle faizin getirdiği kazancın diğer yatırım araçlarından sağlanan karla eş değer görüldüğü algısı söz konusudur. Bu hususta literatürde birbirinden ayrılmaktadır. Faizin kesinlikle haram olduğu ve Kur'an'da net bir şekilde yer aldığını söyleyen anlayış hâkim iken bir diğer tarafta faizin haram olmadığı görüşünü destekleyenler söz konusudur. Örneğin, İran'ın bazı din adamları için faiz sadece altın ve gümüş sikkelerde olurken nakit para üzerinde faizin haram olmayacağı ya da Osmanlı aydını Ali Suavi'ye göre Kur'an da yer alan faizin fazla bir biçimde yenmesinin haram olduğu ancak normal bir düzeyde gerçekleşen faizin haram olmadığı düşüncesi varken Yusuf Ziya Yörükân için de Kuran da yasaklanan faizin o dönem içindeki topluma geçerli kılındığı, faizin o dönemdeki yoksulların sömürülmesine karşı alınan bir önlem olduğu ancak günümüz banka sistemleri için faizin alınmasında herhangi bir sorun olmadığı düşüncesi vardır (Pıçak, 2012, s.68). Nitekim aşağıda ifadeleri yere alan kentteki katılımcılar için de faize bakış bu şekilde işlemektedir;

“Faiz konularını falan bilmiyorum. Faiz yok yapmam çok düşük yani şu an. Para koyuyosun günlük kazandırana koyuyosun o da faiz oluyo kur koruma koyuyosun o da faiz altın o da faiz oluyo. Yok ya faiz günah değil ya. Burdan beni dinleyenlere söyleim yiyin ya (gülerek).” (Ş2-Kent)

“Banka kullanıyorum demiştim ben. Oradan da faizi tercih ediyorum. Günah falan değil bence. Çünkü düşündüğünde diğer şeyler de aynısı değil mi? Ben faizi seviyorum. Hatta diğerlerinden daha az böyle güvenilir bence. Kaybedeceğime az da olsa kazanyım.” (Ş9, Kadın, 49)

“Faiz de bir kere bir birikim çeşididir. Neden günah olsun ki? Ben ekonomi işlerini severim. Faiz de anaparayı faize koydun. Günlük sana ne getiriyor? Atıyorum aylık %3 kazanç veriyor. Nereden geldiği belli değil diye haram günah falan diyorlar değil mi? Ee peki altın dolar anaparayı çevirdin. Niye çevirdin? Enflasyona yenik düşmesin falan. Sana ne getirdi yükselince yine kar getirdi. Ee o paranın nereden geldiği belli mi? Herhangi bir ülke de bir şey oluyor bir karar alınıyor küt dolar çıkıyor. Bir de zaten banka senin parayı kullanıyor. Bırakın da kullandığı o nakitte karşılık size bir şeyler versin. Kaç ay, kaç yıl tutuyorsun sen onun bankasında o parayı.” (Ş15, Erkek, 25)

Yukarıda yer alan kentteki katılımcılarla benzer düşünen kırsalda sadece bir katılımcı vardır. Bu katılımcının genç olması ve diğer güncel yatırım araçları hakkında bilgi sahibi olması ve

deneyimlemesinin faizin haram kazanç algısına sahip olmamasında etkili olduğu düşünülmektedir.

“Faizle ilgili hiçbir zaman yatırım yapmadım ama şöyle düşündüğümüz zaman altına yatırdığımızda aslında bir nevi faiz oluyor. Dolara yatırdığımızda yükseldiğinde de bir faiz oluyor aslında. Yatırıyım da faizini yiyim olmuyor ama aslında yaptıklarımız da bence bir nevi faiz oluyor. Benim zaten bu zamana kadar faize yatırmam da günah olmaktan ziyade mantıklı değil. Mantıklı gelmediği için yani. Yani faizin de pek bir kimseye fayda sağlayacağını zannetmiyorum. Ben çoğunlukla dolara altına borsaya elimde birikim varsa oraya yatırım yapmayı tercih ediyorum.” (K6, Erkek, 24)

5.2.3.3. Mal Mülk Sahipliği

Çalışmada katılımcılar tarafından yatırım aracı olarak görülen mal mülk sahipliği de önemli olmaktadır. Menkul ya da gayrimenkul alımının aslında bir birikim yöntemi olduğu sadece kırsal kesimde yer alan katılımcılar tarafından aşağıda ifade edilmiştir.

“Mesela köydesin zaten kazandığın kaç para. Ee tuttuk mesela ev yaptık buraya tuttuk. İstanbul’dan daire aldık 2000 senesinde. Seydiler’den aldım iki tane. Bunlar hep kıt kanaat uğraşmaylan, hayvanınan. Kredi çekiyoz mesela beş senelik beş senede bi şeyler oluyo işte. 2010 da ben kredi çektim hem traktör aldım hem balya makinesi aldım beş yıl vadeyle. Tuttuk bi tane daha aldık aynı şartlar altında geçen sene 2022 de sıfırladık traktörü. Gene banka kredisiylen aldık. Bak ben 85 bin liraya aldım 95 beygir traktörü şu anda 2 milyona yakın. Keşke bi tane daha almak lazımmış zahten. Makineleri aldık 100-120 bine bine şimdi 650 700 bin lira oldu. E tabi bunlarda bi şey benim gözümde bunlarda bi kar bi yatırım.” (K11, Erkek, 56)

“Birikim yapmam. Ben cebimde param varsa gider telefon alırım bi şey alırım. Yani paramı bir şeye bağlarım. Bir mala bir şeye bağlarım abla. Bugün benim bi 100 bin lira sermayem olsa bi araba alırım çeker garaja yatırırım ki var da. Ben bugün kaç bin lira kazanmışım 2 bin lira. 2 bin lirayı koyarım cebime biriktiririm. Bugün atıyorum bi çeyrek altın parası mı yaptı gider onu alırım ya da akaryakıtı zam mı gelecek gider arabanın deposunu doldururum. Bunlar benim gözümde büyük birikimler hem de.” (K10, Erkek, 20)

“Biz biriktiriyoz. Kazandığımızı biriktiriyoz. Sonra onlarlan mesela bi arsa aldık işti. İki ev aldık. Öyle böyle direktör aldık köye. Gastamonu’dan iki tane ev aldık. İzmir’den arsa aldık. Bizim için bunlar gelecek. Bunlar yatırım” (K3, Kadın, 61)

Özellikle kendileri için traktör gibi tarım araçlarının satın alınması, şahsi ya da iş amaçlı alınan araba, arsa veya arazi alımı gibi sahipliğin birer birikim olduğu özellikle vurgulanmaktadır. Kentte mal mülk sahipliği üzerinden giden bir birikim yöntemi tercihi ise görülmemektedir.

5.2.3. Birikim Yapma Nedenleri

Tasarruf sağlayabilmek adına yapılan birikimlerin amacı çeşitli olmaktadır. Bunlar genellikle; “Geleceğe Yatırım”, “Çocuklar İçin”, “Maddi Açıdan Toparlanmak”, “Beklenmeyen Durumlarda Kullanabilmek”, “Özel Harcamalar İçin Biriktirmek”, “İş Kurmak İçin Biriktirmek” gibi çeşitlenebilir (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s.199). Nitekim Türkiye İsrar Raporu (2018)’nun ulaştığı sonuçlarda ise ilk üç sırada sırasıyla “Geleceğe Yatırım Yapma”, “Çocuklar İçin” ve “Beklenmedik Durumlara Karşı Güvence Sağlama” olmuştur. Bu çalışma kapsamında ise birikimlerini gerçekleştiren kentsel ve kırsal mekanlardaki katılımcılara “*Neden birikim yapma ihtiyacı hissediyorsunuz?*” sorusu sorulmuştur. Alınan yanıtlar doğrultusunda “Güvence Sağlamak” ve “Hayalleri Gerçekleştirmek” alt kategorilerine ulaşılmıştır.

5.2.3.1. Güvence Sağlamak

Birikim yapmanın en önemli nedenlerinden birisi kişiye “güvence sağlayabilmesi” olmaktadır. Özellikle günümüzün “risk toplumu” olarak konumlanması ve riskin nereden geleceğinin bilinmemesi bireyleri her zaman tasarruflu davranmayı gerekli kılmıştır. Zygmunt Baumun (2010, s.7-8)’ un da ifade ettiği gibi içerisinde yaşadığımız dünya tıpkı sıvılar gibi “akışkan” halde, şeklini bir türlü koruyamadan hızlı bir şekilde değişmektedir. Ona göre yer aldığımız dünyada bize ait olan koşullar, bireylerin geçinme derdi ve gelecek planları sürekli değişir ve takip edilemez, elle durdurulamaz hale gelir (Bauman, 2010, s.7-8). Nitekim bir günde borsanın çöküp bir günde yükselmesi, bir günde ekonomik krizlerin ve hatta savaşların başlaması gibi riskler akışkan ve sürekli. Bundan dolayı da bireyler yarının korkulu belirsizliği içerisinde kendilerine güvence sağlamak için birikim yapmaya çalışırlar. Çalışma kapsamında da kentsel ve kırsal mekanlarda katılımcıların büyük çoğunluğunun birikim yapma nedenlerinden birisi “güvence sağlamak” olarak değerlendirilmiştir. Aşağıda katılımcıların ifadelerinden de bu durum anlaşılmaktadır.

“Geleceğimi garanti altına almak için. Çünkü bugün kazandığım para ile bir şekilde geçinebiliyorum ama yarın kazanmadığım bir durumda ne yapacağım diye düşünmemek için temel ihtiyaçlarımı karşılamak için.” (Ş15, Erkek, 25)

“Neden birikim yapıyorum ileriye dönük olası para durumunda birikimimi kullanmak adına diyelim bundan birkaç sene sonra evlendim diyelim. İster istemez bir anda nakite ihtiyacım olacak. Şimdi kazanmış olduğum parayı harcarsam iki gün sonra o parayı denkleştiremezsem o kadın beni boşar gider (gülerek). O yüzden para olmalı hep bir yerde. İleriye dönük düşündüğüm için kısaca.” (Ş16, Erkek, 22)

“Teminat. Gelecekte belki bi ev araba almak istersem herhangi bir kötü günümde o an toplu para bulunması bana güven veriyor.” (Ş1, Kadın, 25)

Yukarıda yer alan kentteki katılımcıların ifadelerinde birikim yapma nedeninde güvence sağlama durumu daha çok maddi açıdan algılanmaktadır. Yarının belirsiz ekonomisi içerisinde maddi açıdan para biriktirmenin kişilerde bir güven hissi oluşturması söz konusudur. Aşağıda ifadeleri verilen kırsal kesimdeki katılımcılarda ise daha çok olumsuz bir sağlık durumunda para biriktirmenin kişilerde güven sağladığı hissi söz konusudur. Bu açıdan birikim yapma nedeninde güvence sağlama kır ve kentte farklı algılanmaktadır. Özellikle aşağıda ifadesi verilen K8, bu durumun bir benzerini günlük hayatında deneyimlediği bir hikayesi üzerinden aktarmıştır. Yaptığı birikimin sonrasında yaşadığı hastalığı için kullanmasının avantajını görmesi birikim yapmanın önemini hissettirmiştir.

“Yarınımız için. Kötü bi şey olur hastalık olu diye. Allah korusun hastalık va sökel var. Her şey olabilir.” (K12, Kadın, 48)

“Mesela örnek vereyim ben geçen sene hastalandım devlet hastanesinden sıra gelmedi. Elimde 3tlm vardı. Hani o zamanın parasına. Ben o paraya güvenip hastaneye gidebildim. Olmasa nedeceğün. O yüzden şoraya atmaya çalışırun. Bi şey olu. Her şeyin bi şeyi var. Benim didem vardı şey derdi yılan derdi toprak gıdaylan yenmiş toprak biter mi. Bizi dedelerimiz öyle eğitti.” (K8, Kadın, 52)

“Çünkü dünya ölümlü dünya. Bize bi şey olsa rahatsızlansak kimin faydası olacak. Elimizin altında illa bi beş on kuruşumuz bulunsun da ondan faydalanalım ileride diye yapıyoruz.” (K1, Kadın, 19)

Aşağıda ifadeleri yer alan K2, Ş2 ve Ş13 katılımcılarına göre de birikim yapmanın yarının belirsizliği içerisinde mantıklı olmadığı ancak yine de olumsuz bir durumla karşılaştıklarında kullanabilmeleri için birikim yapmaya dikkat etmeye çalıştıkları ifade edilmiştir. Burada vurgulanan “yarının garantisi yok” vurgusu gündelik hayatın akışkan ve değişkenliği içerisinde kişilerde yarattığı belirsizlik hissini ön plana çıkarmıştır.

“Neden birikim yaptığımızı ben de sorguluyorum. Aynı şeyi eşime de söylüyorum. Bana yarının garantisini ver. Çünkü ben şu an kapıdan çıktıktan sonra ölmeyeceğim ne malum. Ben zaten birikim yapmıyorum eşime veriyorum o yapıyor. Ben çalışıyorum kendime yetecek kadarını alıyorum geri kalanını eşimi veriyorum. O para bende kalsa ben yerim. Eşim de geleceği düşündüğü için gelecekte şu olur bakarsın işsiz kalırsınız havasından, çocuklarımıza kalır mantığıyla yani düşünüyo.” (K2, Kadın, 23)

“Birikim aslında çok saçma biliyo musun yarını bilmediğin bi hayatın var neye göre kime göre birikim yapıyorsun. Yine de temkinli olmakta fayda var. İhtiyaca göre borçlu olmayım çoluk çocuğuma kalsın.” (Ş2, Kadın, 55)

“Aslında bilmiyorum ne için yaptığımı çok saçma. Yarını bilmiyorsun. Ama şöyle yani ileride bir hastalık olur ne bileyim ailemizden biri rahatsızlanır aynı şekilde benim sorunlarım sıkıntılarım çıkabilir. Her şeyi düşünmek zorundayım ama işte...” (Ş13, Kadın, 27)

5.2.3.2. Hayalleri Gerçekleştirmek

Birikim yapmanın katılımcılar gözünde bir diğer nedeni de “hayalleri gerçekleştirmek” olmuştur. Katılımcılar bir amaç doğrultusunda para biriktirme isteği ile hareket edip isteklerini ve hayal ettiklerini karşılayabilmek için birikim yaptıklarını ifade etmişlerdir. Özellikle aşağıda yer alan ifadelerde “çocuklar için” hayal edilen isteklerin gerçekleşmesi söz konusu iken kişisel isteklerini karşılayabilmek için de birikim yapanlar söz konusudur.

“Gelecekte harcumak için. Çoluğum çocuğum için. Şu an zaten benim çalışmaya ihtiyacım yok. Bana verilen emekli maaşı yiter ama çoluğun çocuğun abi şeyle alabilmek için. Hem onlara bir şeyler alıruz ileride inşallah.” (K4, Erkek, 58)

“Zor günlerde kullanayım diye değil. Böyle düşünürsem sadece zor duruma düştüğümde kullanırım. O zaman zor duruma düşmeyi temenni ettiğim içinde zor duruma düşerim. O parayı da zor durumda kullanırım. İyi bir şey için iyilik için. Güzel düşündüğüm hayal ettiğim şeyler için. Belki oğlum evlenmek ister belki araba alırsınız gibi gibi.” (Ş6, Kadın, 44)

“Çoluk çocuğun için ileride. Onlara bi şey alırım. Zahten aldığımı da hep onlar için alıyom zaten bi şey aldığımda. Evliliklerine isteyon, onlar için koyuyom köşeye.” (K9, Kadın, 53)

5.2.4. Birikimde Mekânsal Farklılık: “Köyde Adam Kazanıyor, Kasabada Elin Cebinde!”

Birikim şekli ve birikim yapma nedenleri mekânsal olarak farklılık içerebilir. Bu hususta katılımcılara yaşadıkları bölgede birikimin kolay yapılıp yapılmayacağı sorulmuştur. Alınan cevaplar doğrultusunda kırsaldaki on dört katılımcının on birine göre kırsalda birikim yapmak

daha kolayken geri kalan üç kişiye göre birikim yapmak kişiden kişiye değişebilecek bir unsurdur. Böylelikle kırsalda büyük bir çoğunluğun kendi yaşadıkları mekânsal alanda birikimin daha kolay yapılabileceği fikri baskın gelmiş ve birikimin kentte daha kolay olduğunu söyleyen hiçbir katılımcıya rastlanılmamıştır.

Kırsaldaki katılımcılar kentte birikimin daha zor yapılma nedenlerini çoğunlukla kentin ekonomik koşullarının ve geçim şartlarının köylere göre daha zor olmasına bağlamıştır. Ayrıca onlar için kırsalda hayvancılık ve tarımcılıktan gelen kazancın birikim yapmayı olanaklı kıldığı ancak kentte “asgari ücretli” çalışan biri için birikim yapmanın daha zor olduğu vurgusuyla sıklıkla karşılaşmıştır. Aşağıda bu konu hakkında bazı katılımcıların ifadelerine yer verilmiştir.

“Bence köylerdedir. Daha kolay evet. Çünkü kentlerde çoğu kişi kirada oturuyor zaten. Çoğu kişi asgari ücretle çalışıyor. Ev kirası, elektrik faturası, doğal gaz faturası derken para bitiyordur. Şöyle söyleyim köyde bir hayvan satın şu an 70 binin altında bir hayvan satamıyorsun. Mesela hani hayvan sattığın zaman kıyıya köşeye atabiliyorsun. Kalabiliyor bir şeyler illaki. Borcumuz derdimiz olmadığı sürece kalıyor. Kentlerde asgari ücretle çalışan birisi için gerçekten çok zor.” (K1, Kadın, 19)

“Köylerde daha rahattır kesin. Daha kolay biriktiriyorlar. Ve kazanıyor da köylü. Mesela fındığın kilosu şu an 120 lira. Cevizi sat, onu sat falan aldığın parayı da harcayacak bir yer olmadığı için o para bana kalacak. Ama kentler geçinmiyor ki evin kirasına yetmiyor aldığı asgari.” (K2, Kadın, 23)

“Köyde daha kolay. Yapabilene. Mesela hayvancılık yapan çok güzel biriktirebilir. Kentte zor hele bi kişi çalışıyorsa hayatta geçinemez. Anca iki kişi olursa belki. Hele ki kira olursa birikim yapamaz. Afedersin emme ayıp olacak böyle dimem belki köyde adam kazanıyor ama kasabada elin cebinde! Nereye gitse para.” (K7, Erkek, 66)

Kırsalda ifadeleri verilen katılımcıların bir diğer ortak vurgusunun da kentte kiralardan ve faturaların özellikle de “asgari ücretli çalışan” birisi için kısıt kanaat yeteceği bundan dolayı da birikim yapmanın daha da zorlaşacağı vurgusu olmuştur. Nitekim kırsalda evlerin kirada olmaması ve hayvancılık ya da tarımdan kâr marjının daha yüksek olmasının kırsalda birikimi daha kolaylaştıracağını düşünmektedirler.

“Bence köylerde daha birikim yapılır. Çünkü biz evde ekmeğimizi yapıyoruz. Ama orda kalkan sabahınan bakkala ekmek almaya gidecek. Elini cebine atacak. Bizim burda ise yine bi birikim olu. Hayvan besleriz bi birikim olabilir. Çalışana çok zo kentte. Asgari ücretinden zor ee kirası olacak elektriği suyu tamam köylerde elektrik su da vada ama kiramız yok biz köyde

hayvan besleruz. Sıkılırsak (dara düşersek) satarız. O da bi birikim sayılı. O da bi yatırım. Ama gurbette o şans yok. Aniden hasta oluyosun işten sabah çoluğun çocuğun okula gidicek nakit istiyo.” (K8, Kadın, 52)

“Köyde. Çünkü şöyle kentte bi insanın alabileceği ortalama bi aylık geliri vardır. Aylık gelirin dışında hiç kimse bi para alamaz ama köyde öyle değil. Köyde pancar hasatı yaparsın belirli bi paran gelir. Hayvan satarsın güzel paran gelir. Arpa buğday saman satarsın güzel paran gelir. Köyde onun için daha rahat biriktirilir. Ki giderin de olmaz kente göre. Çünkü aşırı şekilde bi giderin olmaz. Mesela sen şimdi Ankara’da oturuyorum diyosun oradan buraya taşınırsan burada senin kolay kolay masrafın olmaz. Genel olarak söylüyorum erkek bay bayan fark etmez. Kentteki üst baş giyimine dikkat etmesi gerek çok çok fazla makyajdır şudur budur. Arabasıydı suyuysa buyuydu. Ne bileyim bizim buraya göre on kat daha fazla giderin olur.” (K10, Erkek, 20)

Yukarıda K10 katılımcısının da ifadesinde yer alan kentte giderin daha fazla olmasında tüketim mekanlarına ulaşılabilirlik vurgusu aşağıda yer alan K3 ve K12 katılımcıları için de benzerdir. Özellikle kentte tüketim mekanlarına ulaşılabilirliğin tüketimi ve harcamaları arttırarak birikim yapmayı zorlaştırdığı düşüncesi söz konusudur. Özellikle K12’deki “yarın onu görüyola onu alalım” ve K3’ün “köyde olsa gözü görmeye alamayo” vurgusu değerlidir.

“Köyde daha kolay. Köyde çok çalışsan çok para kazanılıya. Kentte daha zor biriktiriyala. Çocuklar okula gidiyalar her istediğini aldırabiliyola şimdi. Evin altunda BİM var çocuklar oraya inince şu küçük çocuk bile istediği her şeyi alabiliya. Köyde olsa gözü görmeye alamayo. Haftada bi kere bi poşet al yetiyodu bizde.” (K3, Kadın, 61)

“Köyde daha rahattır. Evinde çoluk çocukta olduğu zaman da şehirde imkânsız yani. Bugün bunu görüyolar bunu alalım yarın onu görüyola onu alalım. Ama köyde öyle bi şeyimiz yok. Durumda yok. Öyle fazla da gidip gelmediğimiz için.” (K12, Kadın, 48)

Kırsalda yer alan üç katılımcı için ise birikimin mekânsal farklılığından daha çok kişiden kişiye değişebileceği kanaati vardır. Aşağıda ifadesi verilen K5 için kişinin birikim yapabilmesi lüks tüketimden kaçınarak bilinçli/sosyal tüketim davranışı geliştirmelidir. K13 da hane içinde çalışan kişi sayısının artmasının birikimi kolaylaştıracığı fikrindedir. Özellikle kırsalda yaşayan bir kadın olarak çalışmaması ve kendisine ait bir bütçesinin olmamasının birikim yapmasını zorlaştırdığı ancak kentte yer alan kadın çalışan sayısının fazla olmasının hane gelirinden birikim yapmayı kolaylaştıracığı kanaatindedir. K11 ise gelir düzeyinin kişiden kişiye değişmesinden dolayı birikim şeklinin de farklı olacağını söylemiştir. Özellikle çok ortaklı çalışmanın ya da aile

işletmesi gibi daha toplu çalışma şeklinin daha çok kazanç getirdiği ve böylece daha rahat birikim yapılmasında etkili olduğu fikrindedir.

“Valla kendini bilen her yerde biriktirebilü. Tutan gurbette de tutumlu olusa orda da birikim yapabülü. Mesela 2-3 kişi çalışan bi adam birikimini yapa evde otursa. Emme lüks yerlerde bilmen lüks yerlerde gezerse yapamaz kenara da atamaz.” (K5, Erkek, 74)

“Valla çalışanlar için birikim yapılır diyin yani. Biz az yapıyoruz yani. Köyde birikim aslında daha zor yapıyo da kasabalarda mesela kadınlar falan çalıştığı zaman daha çok birikim yapabilirler. Çalışan insanlar. Mesela bizim aylığımız yok (maaş) yıllıkımız yok yani. Eşim oğlan ne verirse biriktirmeye çalışıyor. Aylığımız yok ki. Ama kentte de kolay değil. Ne bileyim. Kişiye göre değişir diyin o yüzden.” (K13, Kadın, 49)

“Şu şartlarda herkesin gelir düzeyi farklı. Mesela benim çalıştığım yıllarda nerede toplu çalışırsan orada birikim çok oluyodu. Köyü kenti yok. Demin ben ne anlattım mesela çocuklar baş başa geldiğimiz zaman şöyle yapıcaz böyle yapıcaz. Baş başta durursak bizi kimse yıkamaz. Ama dağılırsa olmaz. Birikim yapmanın en büyük önemli olan toplu olmak. Birlikte çalışabilmek.” (K11, Erkek, 56)

Kentte yer alan on altı katılımcının on biri köylerde birikimin daha kolay yapılabilceğini, iki katılımcı her iki mekânda da birikimin kolay yapılamayacağını, iki katılımcı kentte daha kolay birikim yapılabilceğini bir katılımcı ise bunun kişiden kişiye değişebileceğini söylemiştir. Bu konuda özellikle katılımcılar tarafından vurgulanan kentlerde ekonomik koşulların zorluğu, gelir gider dengesizliğinin kentte daha fazla olması, kentte tüketim mekanlarına ulaşılabilirlik ve görünürlüğünün tüketime sevk etmesi gibi temel hususlar başlıca bunun başlıca nedenleridir.

“Bence köylerde daha kolay yapıyorlardır. Yani şimdi yaşam kentlerde çok daha zorlaştı. Örnek vermek gerekirse Kastamonu’nun bir ilçesinde bir polis memuru Ankara’nın merkezindeki bir polis memuru aynı parayı kazanıp sence aynı gidere sahip olabilir mi? Buradaki yaşam zorluğu yerine orada daha az masraf yaparak yaşaması doğal olarak birikimini daha da arttıracaktır. Ya masrafları azalıyor.” (Ş4, Erkek, 38)

“Bence köylerde daha iyidir birikim yapmak. Diyorum ya harcama yok, lüks yok ve cebe daha fazla kalıyor. Kentte adım attığın yer para. Dolmuşu, otobüsü, yemeği, içmesi, sokakta gezmesi her şeyi para kentin. Çay olmuş 15 lira. Ama köydeki adam kahveye gider çay içmez 5 dk lak lak eder (sohbet) gider. Para da ödemez. Ama kentte oturmana bile para veriyorsun kafede. Çiftçilikten de güzel kazanıyorlardır. Emekli maaşları var, çiftçilik desteği alıyorlardır. Aynı şekilde yine mazot desteği falan. İyi kalıyordur diye düşünüyorum. Sosyal

ortamları yok, aktivitesi yok adam nereye para harcayacak hastalığından başka. Altına da köydekiler yatırım yapıyordur. Sürekli altın takıyorlar. Ben görüyorum.” (Ş9, Kadın, 49)

Ş11’in aşağıdaki ifadesinde de bahsettiği gibi, kentler tüketim katedralleridir. Tüketim toplumunun yansımaları en net görülebileceği mekanlardır. Üretim toplumundan tüketim toplumuna geçilmesi ile tüketim çılgınlığı yaratılmıştır. Kırsal bölgeler de bu değişimden etkilenseler de Ş16’nın bahsettiği gibi hala üretimin temel merkezleridir. Tüketim mekanlarının sayısı, reklam ve pazarlama stratejileri gibi etkenlerin yoğunluğu kente göre daha azdır. Ayrıca teknolojik aletlerin kullanımının kırsalda daha az olması tüketimi azaltan bir diğer unsurdur. Bundan dolayı da kentteki katılımcılar için kırsalda birikim yapmak daha kolay görünmektedir. Kırsal yaşamın üretimi birincil elden çıkarması, giderinin az olması, tüketim mekanlarına erişiminin sınırlı olması gibi faktörler katılımcıları kırsalın birikiminin daha fazla olacağı yönündeki düşünceye sevk etmiştir.

“Köylerde. Köylerde harcama fazla olmadığı için köylerde daha fazla birikim yaparlar. Ama kentlerde dediğim gibi bir savaşın bir yarısının içinde olduğumuz için mesela köşeye köyde 2 bin atarlarsa şehirde 1 bin lira anca atıyorlardır yani.” (Ş11, Erkek, 27)

“Kesinlikle köyde. Orada hammadde olanağı yüksek ve bir de harcama yok. Kendi malzemelerini kendileri ekiyorlar, kendileri üretiyorlar. Bu konuda kendileri ücretsiz fiyat almadan üretiyorlar ama satarken bunu iki katı üç katına satıyorlar. Bir şeyi almadan kendilerinde hammadde var zaten. Para anlamında kentteki insan asgari ücretten cebine 17 bin liradan 2 bin lirasını koyuyorsa, köydeki bir insan da bir tarım aracından atıyorum patatesin kilosundan daha fazla cebe atıyordur. Daha fazla da birikim yapıyordur.” (Ş16, Erkek, 22)

Yukarıda ifadeleri verilen kentteki katılımcıların büyük çoğunluğunda kırsalda birikim yapmanın daha kolay olduğu düşüncesi varken aşağıdaki iki katılımcı için durum tersidir. Ş10 ve Ş15 katılımcıları için kazanç sağlama kentsel mekanlarda daha kolaydır. Bunun temel sebebi de şehir yaşamının iş kollarının ve kazanç sağlamanın daha çeşitli yolları olmasında görülmektedir. Ayrıca kırsalda yaşayanların gelirlerinin az olması ve mevsimsel kazanç sağlamları kente göre kolay birikim yapmalarında engel olarak görülmüştür.

“Bence o biraz kazançla alakalı bence şehirlerde kazanç daha fazla. Şehirde daha fazla yapabilir. Köylü profili ne yani. Biraz hayvanı var biraz arsası var. Köylü insan, günü birlik yaşamaz. Mevsimlik ya da yıllık yaşar. Ama şehirlerde imkanlar, kazanç yolları daha fazla. Ki köylerden kentlere göç var.” (Ş10, Erkek, 34)

“Kentte daha kolay birikim yapılabilir. Kentte para kazanmak daha kolaydır bence. Köydekinin geliri az seviye düşük. Düşük olduğu için çok fazla birikim de yapamaz. Bir de zaten köylü mevsimlik para kazanır. Kışın eker yazın parasını alır.” (Ş15, Erkek, 25)

Kentte yer alan Ş7 ve Ş8 katılımcıları ise birikim yapmada mekânsal olarak bir öncelik olamayacağı hem kır hem kent için ekonomik koşullardan dolayı birikimin her iki mekân içinde yapılamayacağı düşüncesi söz konusu olmuştur. Hayat pahalılığı, gelir gider dengesizliği, enflasyon gibi ekonomik etmenler birikim yapabilmenin önünde engel olarak konumlandırılmıştır. Burada hem üretim sürecinde rol oynayan çiftçi hem de tüketim sürecinde olan tüketici için de birikimin sekteye uğradığı ifade edilmiştir.

“Artık hiçbir yerde çok iyi yapılmaz gibi geliyor. Çünkü hayat pahalı. Aldığımız gelir hiçbir şeye hiçbir koşulda yetmiyor. Tamam maaşlar artıyor falan ama alım gücümüz azalıyor. Dolayısıyla kenara para ayıramıyorsun. Köyde de bu böyle. Onlarda eminim ki üretirken çok masraflı oluyordur her şeyleri. En basiti benim sürdürdüğüm bir sigorta vardı. Artık onu ödeyemiyorum askıya aldım. Köyde de zor kentlerde de zor sanki. İşte atıyorum kiralar çok pahalı, yaşam zor artık pahalı”. (Ş8, Kadın, 41)

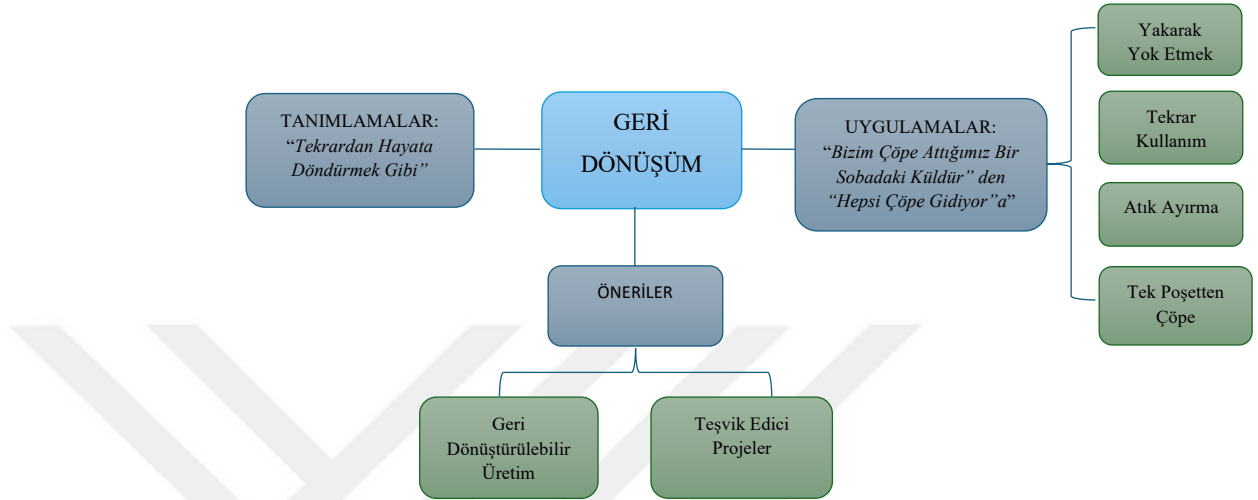
“Köyde kazancı varsa iyi çiftçiye derli toplu çalışırsa biriktirebilir. Ama son senelerde çiftçilerin masraflarının çok olduğu için ettiklerinin biçtiklerinin kurtarmadığı için zor. Kentte de çok zor. Herkes geçimini zor sağlıyor zaten. Enflasyonun yüksek oluşu ve insanların gelirinin enflasyona göre çok düşmesi. Ondan sonra üretimin az olması. Hayvancılığa çiftçiliğe önem verilmemesidir. Et az, fiyatı yüksek örnek. Ondan dolayı artık bence iki tarafta da çok çok zor” (Ş7, Erkek, 64)

Kentte yer alan Ş3 de diğer katılımcılardan farklı olarak birikimin kişiden kişiye değişebileceğini düşünmektedir. Özellikle her kırsal alan bir olmadığı gibi, zengin ve maddi açıdan gelir seviyesi yüksek kırsal bölgelerin söz konusu olduğu ve böylece birikimi daha fazla yapabilme olasılığından bahsetmektedir. Katılımcı, kentte yoksul sınıfın birikim yapamama durumlarından da söz ederek herhangi bir mekânsal kıyaslamaya girmemiştir. Katılımcının burada dikkat ettiği aşağıdaki ifadesinden de anlaşılabacağı üzere kentsel ve kırsal mekân algısının kalıplaşmışın dışındaki durumları göz önünde bulundurması olmuştur.

“Yapanda var yapamayan da var tam net söyleyemeyeceğim. Mesela onda köyün durumuna bağlı değişir. Atıyorum aşiretse yapabiliyordur. Atıyorum burada fakirse yapamaz gibi. Bilgim yok pek. Değişir de açıkçası kişiye ortama göre.” (Ş3, Erkek, 25)

5.3. Geri Dönüşüm

Araştırmanın “Kentsel ve kırsal mekanlarda geri dönüşüme bakış nasıldır? Geri dönüşümle ilgili hangi uygulama ve faaliyetler gerçekleştirilmektedir?” problem cümlesi ile ilişkili olarak “Geri Dönüşüm” temasına ulaşılmıştır. Ulaşılan bu temanın altında üç kategori bulunmaktadır. Ayrıca her bir kategorinin alt kategorileri mevcuttur. Bunlar aşağıda yer alan Şekil 18’de aktarılmıştır.



Şekil 18. Geri Dönüşüm Tema, Kategori ve Alt Kategori Şeması

Geri dönüşüm, israfın önüne geçilmesinde, oluşabilecek her türlü atığın tekrardan kullanılacak hale gelmesini sağlayan önemli bir faaliyettir. Çalışma kapsamında ele alınan israf türlerinin çözümü noktasında geri dönüşümün kentsel ve kırsal mekanlardaki durumunun belirlenebilmesi önemlidir. Bu hususta katılımcıların geri dönüşüm konusunda bilgi sahibi olup olmadıkları, geri dönüşümü nasıl tanımladıkları ve algıladıkları, geri dönüşümle ilgili faaliyetleri açısından mekânsal olarak farklılık olup olmadığı anlaşılmak istenmiştir.

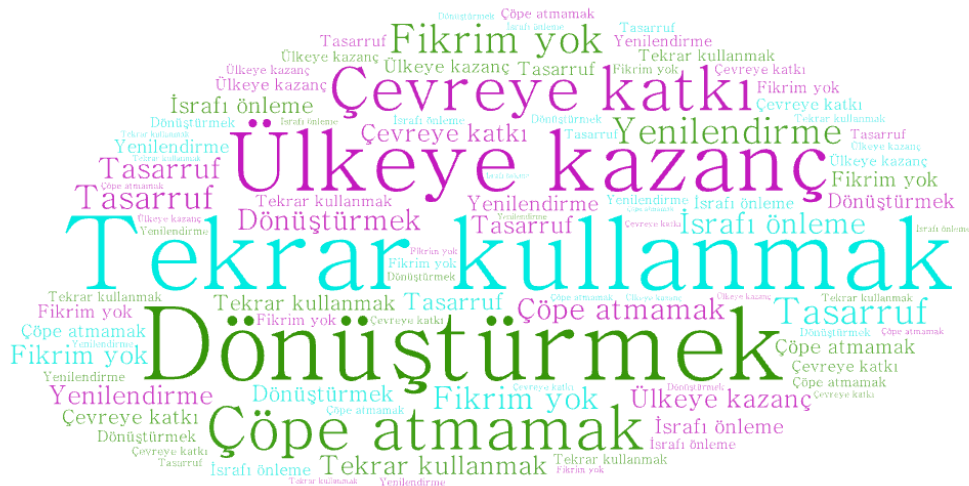
5.3.1. Tanımlamalar: “Tekrardan hayata döndürmek gibi”

Geri dönüşüm, oluşabilecek her türlü atığın düzenli ve doğru bir şekilde yok edilmesi, tekrardan kullanılabilir hale getirilmesi ve çevre sağlığını önceleyen bir yöntem olarak ifade edilebilir (Gündüzalp ve Güven, 2016, s.9). Geri dönüşümün öneminin farkında olarak eyleme geçmek bu konuda önemlidir. Nitekim literatürde geri dönüşüm ile ilgili çeşitli tanımlamalarla karşılaşmaktadır. Geri dönüşüm; “enerji geri kazanımı ve yakıt olarak kullanımı ya da dolgu yapmak üzere atıkların tekrar işlenmesi hariç olmak üzere, organik maddelerin tekrar işlenmesi dâhil atıkların işlenerek asıl kullanım amacı ya da diğer amaçlar doğrultusunda ürünlere, malzemelere ya da maddelere dönüştürüldüğü herhangi bir geri kazanım işlemi”⁴⁸ olarak

⁴⁸Resmi Gazete, Yönetmelik, “Atık Yönetimi Yönetmeliği”, (2 Nisan 2015). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/04/20150402-2.htm>. Erişim tarihi: 25.06.2024

tanımlandığı gibi üretilmiş olan herhangi bir malın içerdiği özelliğe bağlı olarak sistematik bir yöntemle başka bir ürüne dönüştürülmesi, işlenebilir hale getirilmesi, işlenilmesi veya yeni bir hammadde oluşturulması olarak da tanımlanır (Yıldız ve Kütahyalı, 2021, s.372).

Bu hususta çalışma kapsamında her iki mekânda yer alan katılımcılara geri dönüşüm kavramından ne anladıkları ve geri dönüşüm konusunda bilgi sahibi olup olmadıklarını anlamak adına derinlemesine sorular sorulmuştur. Öncelikle katılımcılara “*Geri dönüşüm sizce ne demektir? Size göre gerekli midir? Neden?*” sorusu sorularak geri dönüşümü tanımlamaları ve bu konu hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları anlaşılmak istenmiştir. Kentteki katılımcıların tamamında geri dönüşüm aşına olunan bir kavramken, kırsalda yer alan katılımcıların bazılarında geri dönüşüm kavramsal olarak bilinmemiştir. Araştırmacı tarafından örnekler verilerek katılımcılarda çağırışım uyandırılmış ve soru ondan sonra sorulmuştur. Özellikle yaşı büyük olan katılımcılarda bu durum tespit edilirken, genç katılımcıların kavramı bildikleri ve geri dönüşüm konusunda fikir sahibi oldukları sonucuna ulaşılmıştır.



Şekil 19. Geri Dönüşüme İlişkin Tanımsal Kavramlar

Alınan yanıtlar doğrultusunda geri dönüşüm hakkında yapılan tanımlamalarda en çok tekrar eden kavramlar Şekil 19’da yer alan kelime bulutunda görüldüğü üzere “Tekrar Kullanmak” ve “Dönüştürmek” olurken, “Ülkeye Kazanç”, “Çöpe Atmamak” “Çevreye Katkı”, “Fikrim Yok”, “Yenilendirme”, “Tasarruf” ve “İsrafi Önleme” şeklinde sırasıyla birbirini izlemiştir.

“Geri dönüşüm dönüştürmek yani tekrardan hayata döndürmek gibi. Tekrar kullanmak hani. Hani biri hastalanır ölümü gelmiştir bitmiştir yani ama sonra bir doktor çıkar iyileştirir falan

aynı öyle bu da. Çok güzel bir şey aslında. Ben dikkat etmeye çalışıyorum ama maalesef öyle aman aman değil.” (Ş11, Erkek, 27)

“Geri dönüşüm çöpe gomamak zayi etmemek. Gerekli kızım. Zayi etmeyeceğüsün. Geri dönüşüm varsa her şeyi değerlendirebülüsün giysi olsun, hani beyaz eşyan olsun kullanmadığın şeyleri falan, kötüsünü hurdacıya verisün, yeniden kullanılı.”. (K9, Kadın, 53)

Her iki mekânda yer alan katılımcıların ifadelerinden de anlaşılacağı üzere geri dönüşüm, yeniden kullanma ve dönüştürme olarak tanımlanmıştır. Nitekim Özbakır Umut vd. (2015, s.281) çalışmalarında yer alan katılımcıların geri dönüşümü tanımlarken “yeniden kullanım ve yeniden imâlat” biçiminde açıkladıklarını ifade etmişlerdir. Bu açıdan geri dönüşümün kavramsal olarak çoğunlukla “geri kazanım” ile eşleştirildiği bir diğer sonuçtur (Yıldız ve Kütahyalı, 2021, s.373).

Ayrıca geri dönüşüm, kentte yer alan Ş13 ve Ş8 tarafından çevre sağlığı ve oluşan atıkların doğaya verebileceği zarar üzerinden gerekli bir yöntem olarak tanımlanmıştır. Özellikle Ş13, geri dönüşüme yönelik faaliyetlerin son zamanlarda arttığını ve atıkların çevreye zararlı etkilerinin bertaraf edilmesinde geri dönüşümün etkili olduğunu vurgulamıştır. Nitekim atıkların dönüştürülmesinde çevrenin korunması öncelenirken doğru bir sürdürülebilir atık yönetimi sayesinde doğaya hasarın en aza indirgenmesi sağlanır (Ak ve Genç, 2018, s.25). Geri dönüşüm uygulamaları sonucunda azalan atık sayısı ile hammaddeye olan ihtiyaç azalır, doğa korunur, çevre kirliliği azalır, küresel iklim değişikliği engellenir ve biyoçeşitliliğin korunması sağlanır (Gündüzalp ve Güven, 2016, s.10).

“Geri dönüşüm doğaya zarar verebileceğim potansiyelde olan araç veya gereçlerin tekrar dönüştürülüp insanları tekrar kullanıma sunulmasıdır. Kesinlikle gerekli zaten bu bence 4-5 senedir bizim ülkemizde arttı. Geri dönüşüm kutuları çok çok fazla her yerde görebiliyorsun hem okullarda hem hastanelerde her yerde ama bence bundan 5-6 sene önce bunlar yoktu daha yeni bilinçlendirildiğimizi düşünüyorum. O da artık çevremize verdiğimiz zararı durdurmak için. O pilin toprağı atılmaması gerektiğini o zararlı materyaller var biliyorsun mesela güneşe tutulmaması gerekli patlar mı gibi plastikler falan bunların hepsi toprak karışması yıllar milyonlarca sürececek bir şey ama biz bunları geri dönüşüme atarak bunun geri dönüşümünü sağlıyoruz.” (Ş13, Kadın, 27)

“O biriken atıkları tekrardan dönüştürmedir. Temizliktir. Çevreyi kirletmemek adına geri dönüşüm önemli. Geri dönüşüm önemli hem çevre için önemli. Hem doğa için önemli hepimizin dikkat etmesi lazım. Sen ben o değil hepimiz. Yaşanabilir bir dünya istiyorsak tabii.” (Ş8, Kadın, 41)

Kentte yer alan Ş7 ve Ş9, kırsalda yer alan K4 ve K7 katılımcıları için ise geri dönüşüm maddi bir katkı olarak görülmektedir. Özellikle ülke bütçesine sağlayacağı katkının daha çok vurgulandığı ifadelerde yer almaktadır. Literatürde de geri dönüşümün yararlarından birisi olarak maddi kazanç sağlaması gelir. Özellikle toplanan atıkların geri dönüştürülmesi ile hammadde gereksinimi azalır, geri dönüştürülen materyaller ekonomik olurken uzun ömürlü kullanım sağlayarak hane ve ülke ekonomisine önemli bir bütçe kazanımı sağlar (Ak ve Genç, 2018, s.25). Nitekim Türkiye’de 2013 yılında geri dönüşümden ülke bütçesine 1,3 milyar destek sağlanıldığı açıklanmıştır⁴⁹. 2020 yılında ise yaklaşık 1,9 milyon ton ambalaj atığının geri dönüşümünden elde edilen kazanç yaklaşık 2,2 milyar olmuştur⁵⁰. Bu hususta geri dönüşümün çevreye olduğu kadar ekonomik anlamdaki katkısı ve sağladığı tasarrufun boyutu göz ardı edilmemelidir. Aşağıda yer alan katılımcıların ifadeleri de bu yönde olmuştur.

“Kullanılmayan bir malzemenin tekrar kullanılmak üzere eritilmesi toplanmasıdır ki özellikle hurdacılar tarafından mesela. Kullanıma hazır hale gelmesidir yeniden. Hem çevreye zarar vermemesi hem de onun tekrar bir işe yaramasıdır. Demir bakır plastik gibi yeniden üretime katkıda bulunması, ekonomik bir geri dönüşümdür de. Gereklidir hem çevreye hem de katkıda bulunur maddi yönden ülkeye kazanç sağlıyor. Çok büyük kazanç hem de. Maddi boyutu çok önemli. Ondan zaten bence dikkat edilmesi lazım.” (Ş7, Erkek, 64)

“Geri dönüşüm bir kere bana temizlik çağırıştırıyor. Çöplerimizden atıklarımızdan kurtulmak bence. Dönüştürüp kullanmak yeni haliyle. Kocaman bir Türkiye’de o kadar çöpün var olduğunu düşünsenize ne olurdu o zaman. Bütçeye de önemli katkı sağlayacak ve asıl ülkeye sağlayacak bir kere. Yeniden bir maddeye para vermek yerine eskiyenlerden kullanmak cebine para bıraktırır. Ben böyle düşünüyorum açıkçası.” (Ş9, Kadın, 49)

“Şimdi camilerde de bizden istediler geri dönüşüm kutularına koyarak milli bir servete yardımcı olmak. Devlete destek aynı zamanda. Ne oluyo boşa gideceğine maddi servet oluya. Hazineye katkı.” (K4, Erkek, 58)

“Geri dönüşüm çöpe atmayıp da şorda bir yerde onu ülkeye bütçesel kalkınma anlamında faydalı olmasıdır. Önemlidir. Çok para getirir. Akulluca yapılıp planlanırsa.” (K7, Erkek, 66)

5.3.2. Uygulamalar: “Bizim Çöpe Attığımız Bir Sobadaki Küldür”den “Hepsi Çöpe Gidiyor”a

⁴⁹“Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, “Geri Dönüşümden Ekonomiye 1,3 Milyar TL Katkı Sağlandı” (18 Şubat 2014).Erişim Tarihi:15.04.2024

<https://181.csb.gov.tr/geri-donusumden-ekonomiye-1-3-milyar-tl-katki-saglandi-haber-11981>

⁵⁰“Atıkların Geri Dönüşümü Geçen Yıl Ekonomiye 2.2 Milyar liralık Katkı Sağladı” (26.03.2021).

<https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/atiklarin-geri-donusumu-gecen-yil-ekonomiye-2-2-milyar-liralik-katki-sagladi-41772555>Erişim Tarihi:15.04.2024

Çalışma kapsamında Geri Dönüşüm teması altında “Uygulamalar: *Bizim Çöpe Attığımız Bir Sobadaki Küldür*”den “*Hepsi Çöpe Gidiyor*”a kategorisine ulaşılmıştır. Bu kapsamda katılımcılara geri dönüşüm konusunda hangi uygulama ve faaliyetleri gerçekleştirdikleri sorulmuştur. Alınan yanıtlar doğrultusunda “Yakarak Yok Etmek”, “Farklı Alanlarda Değerlendirme”, “Atık Ayırma”, “Tek Poşetten Çöpe” alt kategorilerine ulaşılmıştır. Çevrede oluşan katı atıkların çeşitli yöntemlerle bertaraf edilmesi ya da geri kazanıma girmesi gerekmektedir. Aksi takdirde çevre ve insan sağlığı için olumsuz riskler oluşturmaktadır. Bu hususta literatürde katı atıkların çözümü ile ilgili “*vahşi depolama düzenli depolama, kompostlama, tekrar kullanım, geri dönüşüm, geri kazanım ve yakma yolları*” ileri sürülmektedir (Yılmaz ve Bozkurt, 2010, s.13). Çalışma kapsamında geri dönüşüm ile ilgili iki mekânda da yer alan katılımcıların uygulamaları birbirinden farklıdır. Nitekim bireylerin yaşadıkları toplumsal mekanlar, içerisinde bulundukları kültür ve yaşam tarzları gibi etkenler ile geri dönüşüm başta olmak üzere çevreye olan duyarlılık arasında ilişki vardır. Nitekim Tucker ve Speirs (2003, s.300)’in *Evsel Atık Yönetimi Davranışlarında Tutum ve Davranış Değişikliği* çalışmasında bahçeli bir eve sahip olup daha çok bahçecilikle uğraşanların çevreye karşı daha duyarlı oldukları ve böylece geri dönüşüme daha önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Tez kapsamında da katılımcılar tarafından gerçekleşen geri dönüşüm uygulamaları da mekânsal olarak farklılaşmaktadır.

5.3.2.1.Yakarak Yok Etmek

Yakma yöntemi her ne kadar oluşan atıkların sağlıklı bir biçimde ortadan kaldırılarak, hacimlerini azaltıp ekonomik düşünülerek enerji elde etme amaçlı gerçekleştirilen bir yöntem (Yılmaz ve Bozkurt, 2010, s.14) olsa da kırsal kesimde soba yakma alışkanlığının olmasından dolayı atıklar daha çok yakılarak yok edilirken, çevreye verilen zararın farkında değildirler (Özbakır Umut vd., 2015, s.282). Nitekim çalışma kapsamında kırsalda yer alan katılımcılar gerçekleştirdikleri bu uygulamayı çevreye karşı duyarlılıkla ilişkilendirse de durum tam tersidir. Yakarak yok etmede ortaya çıkabilecek zehirli gazlar çevre kirliliğine sebep olmaktadır (Yılmaz ve Bozkurt, 2010, s.14). Hatta çöp olarak biriktirilen atıkların yakılmadan önce verdiği zararın daha az olduğu, yakılma işleminde ortaya çıkan ağır kimyasalların oluşmasının daha fazla zarar verildiği ifade edilmiştir (<https://yesilgazete.org/>). Nitekim aşağıda kırsalda yer alan katılımcıların ifadelerinden anlaşılacağı üzere yaşadıkları yerde geri dönüşüm kutusu olmadığı, atıklarını kendilerinin sobalarında yakarak yok ettikleri ifade edilmiştir.

“Plastikleri de elimizden geldiği kadar ayırmaya çalışıyoruz ama kağıtları daha çok yakıyoruz biz. Geri dönüşüm kutuları ilçede yok. Köyde sadece çöp kutuları var. Ondan biraz da hep alışmışız yakarak yaparız çoğu şeyi sobamızda.” (K10, Erkek, 20)

“Valla köyde ne bilem kutu yok. Herkes çöpe ya da sobaya atar. Ben kağıtları genelde sobaya sokarın. Dışa çöp olarak biz meyvemizin kabuğuna bile koymayoz. Bizim çöpe attığımız sobadaki kül ile çaydanlığımızdaki çaydu” (K8, Kadın, 52)

Ayrıca katılımcılar en çok “kâğıt” atığını yakmaktadırlar. Katılımcılar sobaların dışında yakılacak çöpler için hanelerinde ayrı bir ayrıştırma yapmaktadırlar. Yakılacak atıkları hanelerinde yer alan sobalarının dışında köyde çayır kenarlarında yakmaktadırlar.

“Biz çoğu zaman lazım olmayan kağıtları sobada da yakabiliyoruz biz. Yalanım yok. Çoğu zaman soba tutuşsun diye.” (K1, Kadın, 19)

“Kağıtları biz yakıyoz. Poşetleri falan. Biriktiriyoz yakıyoz. Pilleri camları falan da hep yakıyoz. Köy yerinde hep yakıyoz. Çayın kıyılarında” (K3, Kadın, 61)

“Valla ben kağıtları genelde soba da yakıyon. Öyle yere müre atmıyoz yani. Çayda yakıyoz bazen. Plastikleri de yanacak şey varsa biriktiriyoz. Çevreye falan attığımız yok. Burada çöp kutumuz var sadece. Konteyner çöp kutuları var. Belediyeden alıp geliyola” (K13, Kadın, 49)

Ayrıca kırsal saha sürecinde katılımcıların bahsettikleri çayır kenarlarında çöp atığı yakma alışkanlıklarının gerçekleştirildiği yerin fotoğrafı aşağıda verilmiştir. Kırsaldaki katılımcılar biriktirdikleri çöpleri yaktıkları alan köyün akan deresinin kenarında gerçekleşmektedir.



Katılımcıların yakarak yok etmenin çevreye verdiği zararın farkında olmadan yaptıkları tespit edilmiştir. K13 “çevreye falan attığımız yok”, K4 “Bizim çöpe attığımız sobadaki kül ile çaydanlığımızdaki çaydu” ifadesi de bu durumu kanıtlamaktadır. Ayrıca K3’ün “Köy yerinde hep yakıyoz. Çayın kıyılarında yakıyoruz” ifadesi de çevreye verilen zararın farkında olmadığını göstermektedir.

Fotoğraf 5.Dere Kenarında Yakılan Çöplerin Atıkları

5.3.2.2. Tekrar Kullanım

Oluşan atıkların çevreye zararını önlemede uygulanan bir diğer yöntemde “tekrar kullanım”dır. Oluşan atık maddelerinin temizliği sağlanarak tekrar tekrar kullanılması olarak ifade edilebilir (Yılmaz ve Bozkurt, 2010, s.14). Tekrar kullanım yöntemi çalışma kapsamında kırsal bölgede yapılmaktadır. Özellikle plastik şişelerin çöpe atılmayarak süt gibi ürünlerin korunup saklandığı ya da başka amaçlar için kullanıldığı ifade edilmiştir.

“Su şişeleri var ya biz onları hiç atmayız. Onla bizim hep hayvanculuk yaptığımız için eşe dosta hep süt veriyoz. Gelene gidene, biladerler gelir, hısım akrabalara...Haftadaiki üç şişe beşlik su içiyoz hiç bi tane kalmaz. Çöpe hiç atmaduk. Yarım litrelik olanlar va ya onları hayvana falan gittiğimiz zaman su içmek için cebimize koyoz. Onların kapaklarını da biriktiriğiydi. Hanım nerde ne yaptı bilmeyom da. Tekerlekli sandalye şeyine biriktiriyodu.”
(K5, Erkek, 74)

“Plastiklerde de biz de şey olmuyo sağa sola süt gönderiyoruz bize lazım olduğu için de atmıyoruz zaten. Cam şişeler falan bizim evde birikir. Sağdan soldan isteyen oluyo. Mesela annem İstanbul’a göndereceği zaman dolduruyor donduruyor onu. Onu da kullanıyoruz”
(K1, Kadın, 19)

“Burda geri dönüşüm kutuları yok. Plastik şişeleri de biz atmayız kullanırız. Mazot kuyarız benzin kuyarız yağ kuyarız. Ben onları gene burada atman. Götürüyom ben onları Seydiler’e benzinliğe doldururum çufala orada şimdi açık yağ alanlar falan var oraya bırakırım onları.” (K11, Erkek, 56)

Kırsalda yer alan K5, K1 ve K11 katılımcıları plastik şişelerin başka amaçlar için tekrar kullanımının çevreye zarar vermediğini ve gerçekleştirdikleri bu uygulamanın doğru olduğu düşüncesi ile hareket ettikleri söylenebilir. Plastik şişelerin varlığı doğaya zarar verdiği gibi tekrar kullanımı insan sağlığını tehlikeye atmaktadır. Plastik şişeler tekrar kullanıldığında kimyasal sızıntı yaratabilir, bakterilerin oluşmasına neden olabilir.

5.3.2.3. Atık Ayırma

Atıkların ayrıştırılması işlemi en temelde bir geri kazanımdır. Geri kazanım, “tekrar kullanım” ve “geri dönüşüm” kavramlarını içerisine dahil eden, atık sayısını minimum düzeyde tutarak çeşitli yöntemlerle yeniden yararlanma, farklı ürün haline getirme ya da enerji yaratma olarak tanımlanabilir (Güleç Solak ve Pekkuşüksen, 2018, s.657). Türkiye’de 90’lı yıllardan günümüze kadar geri kazanım ve geri dönüşümle ilgili hem yerel yönetimler hem hükümetten bağımsız

kuruluşlar kâğıt, plastik, metal ve pet şişe gibi geri dönüştürülebilir atıkların çöplerden ayrıştırılması adına destekleyici projeler gerçekleştirmektedirler (Gündüzalp ve Güven,2016, s.10). Bu konuda araştırmanın sahası olan Ankara'nın Çankaya ilçesi geri dönüşüm ve atık ayrıştırma kutularının, mobil atık getirme merkezlerinin yoğun olduğu bir bölgedir. Nitekim aşağıda yer alan katılımcıların ifadelerinden de anlaşılabacağı üzere atıkları ayrıştırıp çevrelerinde gördükleri kutulara bırakmaları önemlidir.

“Pilleri zaten ayırabiliyoruz. Metal şeyler kutu zeytin tenekesi falan. Burada bir hurdacı var. Ben evde ayırıyorum o satıyor galiba onun işine yarıyor. Kağıtlık da burada hiçbir şeyimiz olmuyor. Oğlumun defterleri kitapları bittiğinde de okulunda geri dönüşüm kutuları var onu da işte okul kapandıktan sonra bilgi veriyorlar o da oraya gidiyor. Yazılı kağıtlar onlar sunlar falan. Evi çöpü çeviriyor aslında. Çöp poşetlerinde saklanıyor evde. Ama atılmaz ki. Elimizden geldiği kadar dikkat ederiz biz” (Ş6, Kadın, 44)

“Ben özellikle pillerimi çok saklarım. Pil kutularına atarım. Kağıtları çöpün yanına ayrı koymaya çalışırım. Geri dönüşüm kutusu görürsem oraya atarım ama. Bulamazsam çöpe ayrı koyarım. Plastikleri de ayrı koymaya çalışırım. Koyuyorum da. Git bak şimdi mutfakta ayrı iki üç poşet yerim var.” (Ş8, Kadın, 41)

Geri dönüşüm kutuları haricinde ayrıştırılan atıkların atık toplayıcılarına verildiği kentte yer alan Ş11 ve Ş14 katılımcıları tarafından ayrıca ifade edilmiştir.

“Ben dikkat ederim. Kağıtları burada kağıtçı var toplayan arabalarla karton falan dükkândan çıkıyor biriktiriyoruz veriyoruz. Plastik şeyleri de plastik şişeleri ayırıyoruz. Çöpe giden olmuyor. Ayırıyoruz şu kutular var ya onlara veriyoruz, götürüyoruz. Sağlığımız açısından ve geleceğimiz açısından önemli çok önemli.” (Ş11, Erkek, 27)

“Bu konuda dikkatliyimdir. Plastikleri de ayırır kenara koyuyorum bu toplayıcılar var ya onlar alıyor o alsın diye kenara koyuyorum. Ayırıyorum özellikle evde. Kâğıt çok çıkmıyor ama onu da olsa ayırırdım. Ağaçlar kesilmesin. İnsanların bu konuda çok bilinçli olduğunu düşünmüyorum tabi kişiye göre değişir de. Son zamanlarda çevrem de gözlemlerim bu konuya dikkat edilmiyor. Ben özellikle dikkat ediyorum ama gerçekten.” (Ş14, Erkek, 28)

Kentte yer alan Ş1 ve Ş12, kırsalda yer alan K9 katılımcısı belirli atık türlerinde ayrıştırma işlemi gerçekleştirmeye çalışsalar da bu konuda çok fazla dikkatli olmadıklarını belirtmişlerdir. Ş1 katılımcısı hane içerisinde bir atık ayırma işlemi gerçekleştirmediğini ancak yaşadığı bölgede karşılaştığı geri dönüşüm kutularına bıraktığını söylemiştir. Ş12 katılımcısı da her ne kadar dikkat

etse de atık ayrıştırmanın kendi çevresi için “çöplük” yaratabileceği ve hijyenik bir ortamın sağlanamayacağını düşünmektedir. Kırsalda yer alan K9 katılımcısı ise daha çok “hurdacı” tarafından alınabilecek atıkları ayrıştırmaya gittiğini söylemiştir.

“Kendim evde ayırıp ayırmam ama çöpe de atmamaya çalışırım. Hani bir yerde bazen hani geri dönüşüm kutusu varsa o anda oraya atarım ama evde kendim pilleri camları kağıtları şişeleri ayırmıyorum. Ama bir yerde görürsem ayırırım özellikle oraya atarım.” (Ş1, Kadın, 25)

“Atıyorum iş yerinde kartonlar falan çıkıyor burada genelde kâğıt toplayıcılara vermeye çalışıyorum. Atık yağları da burada toplayan biri var bir kovada biriktirip bidonla biriktirip onlara veriyoruz. Geri dönüşüme gidiyor. Plastik şişeler ne yazık ki çöpe gidiyor. Zaten onu ayrıştıracaklar var. Zaten burada dükkânda onları ayıracak bir alanımız da yok. Olsa iyi olur burada kutular ama nasıl biriktireyim yani burada.” (Ş12, Erkek, 45)

“Kağıtları biz ayırmıyoz. Bizde fazla kâğıtharcanmayo. Plastikleri burada toplayan yok. Ama hurdayı da demiri de ayırıyoz. Camlar hurdayı. Pilleri hep ben ayırıyom hurdacıya. Hurdaya giden şeyi bile hep ayırırm. Mesela sobadan bazen çivi çıka onları bile ayırurum. Burda geri dönüşüm yok. Çöp kutusu va tek bi tek o da. Konteyner başka yok.” (K9, Kadın, 53)

5.3.2.4. Tek Poşetten Çöpe

Çalışma kapsamında geri dönüşüm konusunda gerçekleştirilen uygulamalardan bir diğeri de “Tek Poşetten Çöpe” alt kategorisi olmuştur. Burada katılımcılar atık ayırma, geri kazanım ya da değerlendirme gibi herhangi bir işlem yapmadıklarını, çoğunlukla atıklarını çöpe attıklarını ifade etmişlerdir. Çalışmada yer alan otuz katılımcının on dördünde bu durum söz konusudur.

“Plastik şişelerin kapakların ayırdım hastaneye ama diğerleri çöpe gidiyor hep.” (K7, Erkek, 66)

“Bir dönem bu sokakta yapıyorlardı bir şeyler koymuşlardı hatırlıyorum o zaman şişeleri koyuyorduk hepsi çöpe gidiyor şimdi.” (Ş5, Kadın, 50)

“Geri dönüşümle ilgili hiçbir şey de yokum ben ya. Ayırmam da öyle hiç dikkat etmem. Hepsi çöpe gidiyor. İş yerinde kutu var. Ama gidip atmış mıyım hayır. Geri dönüşüm aslında iyi bir şey aslında hem israftan kaçınma hem tekrar geri kullanıp şey yapma var ama bizde yok.” (K2, Kadın, 23)

“Ben hiç dikkat edemiyorum. İş yerinde var. Evimin yakınında da kutular var ama. Ben dikkat edemiyorum. Tek poşete gidiyor hepsi. Yağlarda lavaboya gidiyor maalesef.” (Ş15, Erkek, 25)

Katılımcıların ifadelerinden anlaşılacağı üzere atık ayrıştırma da büyük bir çoğunluk dikkatli davranmamaktadır. Nitekim Geri Dönüşüm ve Geri Kazanımcılar Derneği (GEKADER) başkanı Fatih Eren, Türkiye’de hanelerde oluşan evsel atığın yaklaşık %80’nin geri dönüştürülebilir olduğunu ancak 2022 yılında maddi karşılığı yaklaşık 75 milyar TL olan 25 milyon ton atığı dönüştürmek yerine çöpe atıldığını söylemiştir (<https://gekader.org.tr/>). Hanelerde geri dönüştürülebilir atıkların ayrıştırılmayıp tek poşetle çöplere gitmesi hem maddi hem de çevresel olarak büyük kayıplar oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında hem kent hem kırsal sahada da ayrıştırmaya dikkat edilmemekte, tek poşetten evsel tüm atıklar çöplere gitmektedir.

5.3.3. Öneriler

İsrafi önleyebilmenin adına geri dönüşüm oldukça önemlidir. Bu hususta kentsel ve kırsal mekânda yer alan katılımcılar geri dönüşüm tedbirleri noktasında eksik gördükleri durumlara karşı çeşitli tavsiyelerde bulunmuşlardır. Çözüm önerisinde bulunan katılımcıların yaşlarının genç olması dikkat çekici bir husustur. Bu konuda kırsal mekânda sadece bir katılımcı öneride bulunurken, kentte beş katılımcı geri dönüşüm konusu hakkında fikirlerini paylaşmışlardır.

5.3.3.1. Geri Dönüştürülebilir Üretim

İnsan faaliyetleri sonucu oluşan atıkların birçoğu geri dönüştürülebilir malzemelerden oluşmaktadır. Bu atıklar; metal, plastik, cam, kâğıt, karton, kemik ve tekstil parçaları olarak bilinmektedir (Şengül, 2010, s.79). Bunlara ek olarak Atık Elektrikli ve Elektronik Eşyalar (AEEE) olarak geçen cep telefonları, elektrikli aletler, laptop bataryaları, küçük-büyük ev eşyaları olurken bitkisel atık yağları, organik atıklar, atık pil ve akümülatörler de yer almaktadır (Ulaşlı, 2018, s.15). Çalışma kapsamında kentte yer alan Ş11 ve Ş16 katılımcıları yukarıda belirtilen geri dönüştürülebilir malzemelerin gündelik hayatta tüketilen ürünlerin üretiminde kullanılmasının atık oluşumunu engellemede önemli olacağını savunmuşlardır.

“Bütün ürünlerde geri dönüşüm kesinlikle olması lazım. Kullandığımız bütün evde işte malzemelerin hepsinde geri dönüşüm olması lazım. Piller de zaten var , plastik şişelerde de var. Ama plastik poşetler olsun şeyler olsun aslında bunların hepsi bizim geleceğimiz için önemli onlarda da geri dönüşüm olması lazım. Ya da atıyorum bir şey mi yapılacak orada bizim bu kutulara atabileceğimiz ya da sokaktakilerin toplayacağı bir şeyden yapılsın yani” (Ş11, Erkek, 27)

“Geri dönüşümde bir sınırlandırması olması lazım. Her şeyin geri dönüşümü yok. Kâğıt, plastik, metal vs. onlara ayrılan çöp bölümleri var. Ama bence teknoloji ilerledi. Kullandığımız çoğu ürünün artık dönüştürülebilir şeyler olması gerekiyor. Ona göre yapılması gerekiyor. O ürünlerde kullanım artarsa geri dönüşme de artar abla bence yani. Belki dikkat edilmeye de gerek kalmaz.” (Ş16, Erkek, 22)

Katılımcı ifadelerinden hareketle Türkiye’de her ne kadar geri dönüştürme işlemi zor ve maliyetli olsa da geri dönüştürülebilir malzemelerden kazanım sağlamak zorunlu hale getirilmiştir (Şengül, 2010, s.84). Ancak katılımcılar geri dönüşüm faaliyetlerinin yetersiz olduğunu, tüketilen ürünlerde bu malzemelerin daha da yaygınlaşması gerektiğini savunmuşlardır. Türkiye bazında tüketim ürünlerinin kaçında geri dönüştürülebilir malzeme kullanıldığı tam olarak bilinmese de OECD ülkeleri içerisinde dönüştürülebilir her atığın yaklaşık %20’si geri dönüştürme işlemine uğrasa da bu oran Türkiye’de %11-12 civarında kalmaktadır (<https://gekader.org.tr/>). Veriler dönüştürülebilir malzemelerin dönüşümünde bile ortalamanın altında kaldığını göstermektedir.

5.3.3.2. Teşvik Edici Projeler

Türkiye atık yönetimi konusunda Avrupa Birliği (AB) ile uyumlu politika ve mevzuatla hareket ederek başta 2872 sayılı Çevre Kanunu hazırlamış ve atık yönetimi konusunda atıkların yeniden kullanımı ile materyal veya enerji olarak yarar sağlanması temelinde geri kazanım üzerine olan faaliyet ve projeleri teşvik etmiştir (Şengül, 2010, s.9). Nitekim bu alanda hem ulusal hem de uluslararası teşvik edici ve uygulanan yararlı projeler söz konusudur. Çalışma kapsamında da kırsalda yer alan K14 ve Ş8 katılımcıları teşvik edici projelerin geri kazanım ve geri dönüşüm konusunda önemli olduğunu, insanların bilinçlenmesi için yeterli çabanın gösterilmesi gerektiğini ve özellikle bireysel çabanın yanında eğitim alanında bilinçlendirilme hareketlerinin ve teşvik edici maddi ödüllerin daha fazla olması gerektiğini vurgulamışlardır.

“Eskiden bizim okula giderken bir ara ilçedeki okulda vardı. O da kalktı. Bi işe yaramadı. Biz okula gittiğimizde piller falan çok değerliydi. Atık konusunda falan okulda bizi bilgilendiriyorlardı sonradan o kalktı şimdi yok. Şimdi bence daha fazla bilgilendisile daha iyi olu. Bu konu da destekli bişeyle yapılsa çok iyi oluhemde. Destek lazım tabi. Yoksa insan kendi başına yok. Bilgisizlik bilgilendirmek gerek insanları. Aynı benim okul örneğim gibi.” (K14, Erkek, 33)

“Şu hani elinde şeyle gezenler var ya çöp arabalarıyla gezenler çok mukaddes bir iş yapıyorlar bence. Hepimizin yapması gereken şeyi yapıyorlar. Hepimizin çöpünü temizliyorlar. Biz de yapmalıyız. Bu tarzda o insanların yaptığı gibi destekleyici işler yapılmalı”

ayrıştırma için çok iyi olur. Evlerinde yapanlara güzel ödüller verilse mesela maddi olarak yani” (§8, Kadın, 41)

Kentte yer alan Ş10 ve Ş13 katılımcıları için de geri kazanımın bir yolu olarak para veren geri dönüşüm otomatının atıkların oluşumunda teşvik edici bir sistem olarak görmektedirler. Maddi ödülün insanı cezbedtiği ve böylece atık ayrıştırmada da etkili olabileceğini düşünmektedirler.

“Yani bu konuda belki biraz belediyeler ön planda olabilir. Mesela atık yağları ne yapıyorsunuz? Nereye döküyoruz lavaboya. Onun olabilmesi için bir kurumun bir belediyenin olması gerekiyor. Yurt dışında görüyoruz mesela adam şişe atıyor para alıyor. Bu mantıklı bir şey. O zaman kim gidip çöpe atar. Çünkü insan onunla çalışıyor. Ya da ben bugün atık yağı atmaya çalışsam nereye atacağım? Benim buradaki temel gereklilik kendimi maddi anlamda mı düşünüyorum doğayı mı? Ama onu belediye yapmış olsa hem doğayı hem maddiyatı düşünecek. Böyle bir sistem kurulsa yurt dışındaki gibi harika olur. Götür ve para kazan. O zaman herkes cebini düşünür tabii ki.” (§10, Erkek, 34)

“Bence kâğıt toplayıcıları bu konuda çok önemli. Onlara saygı duymanız ve daha çok para kazanmaları gerektiğini düşünüyorum. Ama sokaklarda bu tarz şeyler göremiyoruz sadece çöp kutuları görebiliyorum ben. Bence bunları atık kutuları da yapılabilir geri dönüşüm kutuları bunları belediye ama şey yerinden oynatılmayacak zarar verilmeyecek bir materyalle hazırlanması gerekiyor bu kutuların. İnsanlar geri dönüşüm kutusuna zarar verebilir ve kâğıttan kartondan değil de ağır materyallerden ve yerinden kaldırılmayacak bir sistemle sokaklara entegre edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Para karışlığı tasarlansın ama özellikle. Plastik getir mesela evde kaç şişe attın atıyorum şişe başı 0,50 kuruş al. Harika olur. Hatta kartla çalışsın kartlara yüklensin para. Bak gör o zaman nasıl herkes dikkat ediyor. O yüzden bir proje gibi bir şey gerekiyor. Devlet adamı siyasilerin daha çok gücü var. Devlet inisiyatif almalı. Daha çok bir gücü var çünkü.” (§13, Kadın, 27)

Her iki katılımcının bahsettiği sistem Türkiye’de Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından geliştirilen “Depozito Yönetim Sistemi” olarak geçmektedir. Sistem uygulanmaya başladığında tüketiciler kullandıkları ambalajları geri dönüşüm otomatına atarak depozito parası alacaklar (<https://www.dbys.gov.tr/>). Katılımcıların bahsettiği geri dönüşüm otomatları yurt dışında örnekleri üzerinden görülmektedir.

SONUÇ

Bilinmektedir ki insanoğlunun yapısında her zaman *tüketmek* vardır. Bireyler günlük yaşamlarında yiyerek, giyerek ya da kullanarak sürekli bir tüketim hali geçirirler. Pazarlama stratejileri, reklamlar ve sosyal medya aracılığıyla *sahte ihtiyaçlar* yaratılarak bireylerin tüketimi artırılır. Böylece bireylerde *gerçek ihtiyaç* algısı yok olur, aşırı ve gereksiz tüketim doğar. Bu durum da günümüz toplumlarında *gıda, giyim, dijital, su ve enerji* gibi israf çeşitlerini yaratır. Bilinçsizce yapılan gıda alışverişleri ve tüketilmeden çöpe giden yemekler; moda ve tekstil sektörünün manipülasyonlarına kapılarak gerçekleştirilen ihtiyaç dışı giyim alışverişleri; sürekli değişen ve gelişen teknoloji dünyasına ayak uydurabilmek için gerçekleşen teknolojik tüketim ve veri yığını içinde hapsolme; iklim krizi, kuraklık ve bilinçsiz su tüketimi; uğruna jeopolitik savaşların yapıldığı ve ekonomik yaptırımların olduğu enerji sorunu günümüz toplumlarının “israf çağı” içerisine girdiği kaotik bir düzenle karşı karşıya kalınmasına neden olur. Ancak bu kaotik israf çağından sürdürülebilir, ekonomik ve çevre dostu bir yaşam ve tüketim biçimi ile kaçınılabilir. Nitekim böyle bir toplumsal sorunun önüne geçilebilmesinde sosyolojik bakış açısı önemlidir. Ancak bu noktada israf olgusunu tek başına değerlendirmek doğru olmayacaktır. Bunun yanı sıra israfın önlenebilirliği noktasında tasarruf, birikim ve geri dönüşüm konularının da ele alınması gerekir.

Çalışma kapsamında israfın kentsel ve kırsal mekanlarda durumunun karşılaştırarak anlaşılması ve bu hususta bireylerin tasarruf, birikim ve geri dönüşüm eylemleri belirlenmek istenmiştir. İsrafın kentsel ve kırsal mekanlarda farklılık gösterip göstermediği, uygulamaların ve önlemlerin her iki mekânda nasıl gerçekleştiği araştırma kapsamında merak edilmiştir. Çalışmada israf olgusu *gıda, giyim, dijital (e-israf), su ve enerji* çeşitleri üzerinden ele alınarak sınırlandırılmıştır. Bunun temel nedeni ise dünyada ve Türkiye’de sıralanan beş israf çeşidinin en çok gerçekleştirilen alanlar olmasıdır. Bu hususta araştırmacı öncelikle 2024 Şubat-Mart tarihlerinde Kastamonu Seydiler ilçesine bağlı Emreler Köyü ve Demirciözü Mahallesi’ne bağlı Hatip ve Terzi köylerinde kırsal sahasını gerçekleştirmiştir. Sonrasında kent sahasını Ankara’nın Çankaya ilçesinde gerçekleştirerek saha sürecini tamamlamıştır. Kent sahasından 16, kır sahasından 14 olmak üzere toplamda 30 katılımcıya ulaşılmıştır. Görüşmeler derinlemesine görüşme ve katılımlı gözlem tekniklerinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler sonunda veri değerlendirme sürecinde üç temaya ulaşılmıştır. Bunlar; “Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsraf”, “Tasarruf ve Birikim” ve son olarak “Geri Dönüşüm” olmuştur.

Çalışma kapsamında ulaşılan “**Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsraf**” temasında katılımcılar arasında israf olgusundan anlaşılan farklılık göstermiştir. Kentte israf “*ihtiyaç dışı yapılan*

harcamalar” olarak tanımlanırken, kırsalda *“dinen yasaklı bir eylem”* olarak kavranmıştır. Burada her iki mekânda israf olgusunda tanımsal farklılık olduğu, kırsalda israf kavramına dini bir anlam yüklenerek israfın “günah” ya da “haram” olarak tanımlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcılar için aile üyelerinde en çok israf gerçekleştirenlerin “çocuklar” olduğu belirtilmiştir. Burada israfın daha çok gençler üzerinden gerçekleştiği, “moda” ve “dijitalleşme” gibi iki önemli etkenin gençlerin “para harcamasına” ve “giyim” ürünleri tüketmesine neden olduğu düşünülmüştür. Bu noktada ulaşılan bir diğer sonuç ise kentteki ve kırdaki katılımcılar için israfın en çok “kentsel mekanlarda” gerçekleştiği algısı olmuştur. Özellikle kentlerdeki nüfus yoğunluğu, sosyal mekanların fazlalığı ve medya gibi çeşitli etkenlerin israfı doğurduğu üzerine ortak kanıya ulaşılmıştır. Kentsel mekanlarda çeşitli sosyal etkinliklerin, toplumsal etkileşim ve faaliyetlerin yapılabilmesi adına gidilen yerlerin fazla olması tüketimi arttırdığı düşüncesini öne çıkarmıştır. Kırsal mekanların üretimin merkezleri olarak konumlanması ve oradaki bireylerin üretim sürecine tanıklık etmesi israf davranışını gerçekleştirmeyecekleri algısını oluşturmuştur.

Çalışmada **“Gıda İsrafı”** kategorisindeki bulgulardan elde edilen sonuçlara da değinmek gerekmektedir. Gıda tüketimine ilişkin yapılan tanımlamalar mekânsal olarak farklılık içermektedir. Kentteki katılımcılar için gıda harcamaları “en temel ihtiyaç” olarak tanımlamakta ve gıda harcamalarına önem vermektedirler. Bilhassa bu alanda yaptıkları harcamalarda herhangi bir kısıtlama yapmamaktadırlar. *“Gıdanın lüksü olmaz”, “Gıda olmazsa olmaz”, “Gıdadan tolere etmem”, “Daha çok param olsa daha çok harcarım”* gibi ifadeleri de bu alandaki harcamalarına önem verdiklerini göstermektedir. Katılımcıların gıda alışverişlerinde kısıtlamaya gitmemeleri besin çeşitliliğini arttırmakta, kaliteli ve taze ürünlere ulaşmalarını sağlamaktadır. Fakat bu durum katılımcıların bütçelerini yönetmede zorluklar oluşturmakta ve kontrolsüz harcamaları gıda israfına neden olmaktadır. Ayrıca kentteki katılımcılar gıda tüketimini sağlıklı ilişkilendirerek vücut sağlığı için önemli olduğunu düşünmektedirler. Kırsalda ise gıda tüketimine ilişkin yapılan tanımlamalarda daha çok “vücut gereksinimi” tanımlaması öne çıkarken, gıda harcamalarında “ölçülülük” ilkesini benimsedikleri gözlemlenmiştir. Bu hususta katılımcılara gıda harcamalarına aylık gelirlerinden ayırdıkları bütçe sorulmuştur. Bunun sonucunda katılımcıların Şubat-Mart 2024 tarihlerinde aylık gelir bütçelerinden ayırdıkları paylar kentte; %55,3, kırsal da %17,6 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda aylık gelir bütçelerinde gıdaya ayrılan payın kentte önemli bir yer teşkil ettiğini göstermektedir. Kırsalda gıdaya ayrılan payın kente göre düşük kalmasının en önemli nedeni kırsaldaki katılımcıların temel besinlerini kendileri için üretmelerinden kaynaklanmaktadır. Kentteki katılımcıların gıda tüketim mekanlarına yakın olmasıyla günlük ya da anlık alışveriş yapabildikleri, kırsalda ise ilçeden haftalık ya da aylık gıda alışverişi yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kentin tüketim mekanlarına ulaşılabilirliği ve ürün tedariğinin kırsala göre daha kolay yapılabilmesi gıda tüketimini arttırmaktadır. Bu konuda

önemli bir diğer sonuç gıda ürünlerinin tedarik edildiği tüketim mekanlarının farklılaşması olmuştur. Kentte gıda alışverişleri için en çok “zincir market” tercih edilirken, kırsaldaki katılımcılar temel gıda ürünlerini kendi tüketimleri için ürettiklerini belirtmişlerdir. Kırsalda temel gıdaların dışında satın alınacak gıda ürünleri için tercih edilen tüketim mekanları *manav, kasap, bakkal, zincir marketler ve pazar* olarak sıralanmaktadır. Gıda harcamalarının gerçekleştirildiği tüketim mekanlarında kırsalda ve kentte farklılık gösteren tek durum “online alışveriş” biçimi olmuştur. Kentte gıda ürünlerinin tedarikinde online alışveriş tüm katılımcılarda görülürken, kırsalda hiçbir katılımcıda rastlanılmamıştır. Katılımcıların gıda tüketimlerinde ihtiyaç dışı aldıkları gıda ürünlerinin neler olduğu sorulmuş ve her iki mekân içinde sırasıyla en çok “atıştırmalık” ve “alkolsüz içecekler” ürün grupları cevapları alınmıştır. Katılımcılar “atıştırmalık” ve “alkolsüz içecekleri” ihtiyaçları olmadığı halde aldıklarını ve bu satın alma sürecinde arzularının kontrol edilebilir olmaktan çıktığı için satın alma eylemine girdiklerini belirtmişlerdir. Kırsal ve kentsel mekanlarda gıda tüketim biçimlerinde de farklılıklar tespit edilmiştir. Kırsalda gıda tüketimi ihtiyaç odaklı olarak sağlanmaktadır. Gıdaya kutsiyet bahşedilerek gıda israfının “günah” olarak algılandığı, “kanaatkâr” tüketim anlayışıyla hareket edildiği belirtilebilir. Ancak kentte durum farklıdır. Kentte minimalist tüketim, rasyonel tüketim ve hedonik tüketim olmak üzere çeşitli gıda tüketim biçimleri ile karşılaşmıştır. Kentteki katılımcıların bazıları ihtiyaç duydukları gıda ürünlerini minimal düzeyde tutarak aşırı ve gereksiz harcama yapmadan satın alırken, bazıları aynı kalitedeki birim malı daha uyguna alabilmek için mantıklı ve bilinçli hareket etmektedir. Bazı katılımcılar ise satın alacakları ürünlerden keyif ve haz alabilmek için gıda alışverişi yapmaktadır. Dolayısıyla kentteki katılımcılar arasında gıda tüketim biçimlerinin farklılaştığı söylenebilir. Gıda israfına karşı alınan önlemlere bakıldığında kırsaldaki katılımcıların hayvancılıkla uğraşmaları sebebi ile hanelerinde oluşan gıda atıklarını “hayvansal yem” biçiminde değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum her ne kadar katılımcılar tarafından israfı önlemek için iyi bir yöntem olarak algılanmış olsa da uygulama hayvanların sağlığı dikkate alınarak gerçekleştirilmelidir. Kentteki katılımcıların çoğunluğu ise hanelerinde oluşan gıda atıklarını değerlendirememektedir. Bu konuya dikkat etmeye çalışan bazı katılımcılar söz konusudur. Özellikle ekmek israfının önüne geçebilmek adına “yeniden kullanım” (galeta unu, köfte harcı) yöntemini gerçekleştirmektedirler. Son olarak kentteki ve kırdaki katılımcılar için gıda israfının kentsel mekanlarda daha fazla yapıldığı algısına ulaşılmıştır. Araştırmada yer alan 30 katılımcıdan 27’si kentte gıda israfının daha fazla yapıldığını düşünmektedir. Bunun başlıca sebepleri kentte “nüfus, reklam ve pazarlama stratejileri, sosyal mekanların çokluğu, gıda işletmelerinin sayıca fazlalığı” olarak görülmektedir. Kırsalda gıda israfının daha az gerçekleşmesinin başlıca nedenleri ise geleneksel ekonomik anlayışın bireyleri

kanaatkâr tüketim gerçekleştirmeye itmesi, gıda atıklarının değerlendirebilecek alanın mümkün olması ve gıdaya kutsiyet bahşeden yerleşik bir anlayışın yer alması olmuştur.

“Giyim İsrafı” kategorisi kapsamında ulaşılan sonuçlar mekânsal olarak birbirinden farklılık göstermektedir. Giyim israfı, sürekli değişen moda, düşük kalitede üretim ve kompülsif satın alma gibi çeşitli nedenlerden dolayı ortaya çıkan ciddi bir sorundur. Fakat çalışmada yer alan kırsaldaki katılımcılar için giyim harcamaları ve giyime verilen önem oldukça azdır. Kırsaldaki katılımcılar bir giyim ürünü satın almak için o ürüne ihtiyacın oluşmasını beklemektedirler. Özellikle bu durum kırsaldaki orta yaş ve üstü katılımcılarda gözlemlenmiştir. Kırsaldaki genç katılımcılar için giyime ve giyim harcamalarına verilen önem fazla olsa da kente kıyasla bu durum düşük kalmıştır. Kentte “online alışveriş”, “kullan at”, “hızlı moda” gibi kavramsal terimler katılımcıların giyim tedarik süreçlerini açıklarken; kırsal için “gösterişsiz tüketim”, “sade tüketim” ve “sahip olduklarını kullan” kavramları etkili olmuştur. Giyim ürünlerinin tedarik edildiği mekanlar ise farklılık göstermiştir. Kentte giyim ürünlerinin satın alındığı yerler sırasıyla “online siteler”, “alışveriş merkezleri”, “marka mağazalar” iken, kırsalda “esnaf” tipi ya da “zincir marketler” olarak belirlenmiştir. Giyim israfının önüne geçilmesi noktasında ise kırsaldaki katılımcılar giysilerini ve tekstil ürünlerini ihtiyaç sahiplerine vererek değerlendirmektedirler. Kentteki katılımcılar ise giysi ve tekstil atıklarını “kullanılmış giysi-ayakkabı kumbarası” kutularına atmaktadırlar. Kırsalda yer alan katılımcılar giysi atıklarını çöpe atmamakta, eskiyen kıyafetlerini sobada yakarak yok etmektedirler. Son olarak katılımcılara göre giyim israfı kentsel mekanlarda daha fazla yapılmaktadır. Araştırmaya katılan 30 katılımcının 27’si giyim israfının kentlerde daha fazla yapıldığını düşünmektedir. Bunun başlıca sebepleri kentteki bireylerin “sosyal medya”yı daha etkin kullanmaları, “gösterişçi tüketim”in toplumun tüm kesiminde yaygınlaşmaya başlaması ve “sosyal aktivitelerin” kent yaşamı üzerinde etkili olması olarak değerlendirilmiştir. Özellikle sosyal medyanın moda ve giyim trendlerini yayma noktasında hedefli reklamları ve iş birlikli sponsorlukları kullanmasının kentteki katılımcıların giyim tüketimlerini arttırdığı düşünülmektedir. Kırsal mekanlarda giyim israfının daha az yapılmasının nedenleri ise *tekstil ve giyim mağazalarına ulaşımın kısıtlılığı, sosyal yaşam ve sosyal aktivitelerin kente göre daha az gerçekleşmesi* ve en önemlisi *tarım ve hayvancılıkla olan uğraşın giysi ürünlerine verilen önemi ve harcamaları azaltmasıdır*. Tarım ve hayvancılık faaliyetleri katılımcıların giysilerinin daha sık kirlenmesine neden olmaktadır. Bilhassa günlük işlerinde rahat ve kullanışlı elbiseleri tercih etmeleri giyim harcamalarına verilen önemi azaltırken, eskiyen kıyafetlerini bu işlerde kullanmaları kırsal mekanlarda giyim israfını asgari düzeye indirmektedir.

“Dijital İsrif (E-İsraf)” kategorisi kapsamında kırsal mekânda yer alan katılımcıların dijital ürünlere ve tüketimine verdikleri önem, kentteki katılımcıların verdiği öneme göre oldukça düşük

kalmıştır. Kırsal mekânda orta yaş ve üstü katılımcılar dijital ürünler hakkında yeterli bilgiye sahip değildir. Gelişen teknolojik aletleri takip edememe ve dijital cihazların kullanımında beceri eksiklikleri gibi durumlar söz konusudur. Bu durum “Dijital Göçmen” “(Digital Immigrants)” kavramını karşımıza çıkarmaktadır. Günümüz öğrencilerini/gençlerini dijital çağın dilini bilmesi üzerine “dijital yerliler” (Digital Native) olarak adlandırmak mümkündür (Prensky, 2001, s.1). Prensky (2001, s.2) bu konuda dijital çağın içerisine doğmuş gençlerin dışında kalanları “dijital göçmenler” kavramsallaştırması ile açıklamaktadır. Aynı göçmenler gibi bulundukları çevreye uyum sağlamaya çalıştıklarını, dijital ürünleri anlamaya “bir dereceye kadar” yaklaşmaya çalışsalar da aynı teknolojik dili konuşamadıklarını belirtmiştir. Tıpkı bu kavramsallaştırma gibi çalışma kapsamında kırsalda yer alan orta yaş ve üstü katılımcıların teknolojik dilden uzak kaldıkları, her ne kadar belirli ürünleri tanıyıp kullansalar da günümüz gençlerinin teknolojik bilgisine sahip olamadıkları görülmüştür. Kırsalda yer alan katılımcılar için dijital ürünlerden anlaşılan genellikle “televizyon” ve “cep telefonu” olurken kentteki katılımcılar için algılanan dijital ürün çeşitliliği daha fazladır. Kentteki ve kırsaldaki katılımcıların dijital ürün kullanım sebebi “haberleşmek” ve “iletişim” olmaktadır. Ayrıca kentteki katılımcılar iş yaşamında dijital ürünlere ihtiyaç duymaları sebebi ile dijital ürünlerle daha sıkı bir ilişki içerisinde yer almaktadırlar. Ayrıca kentte yaşayan genç katılımcılarda cep telefonu modeli yükseltme durumu ile çok sık karşılaşmıştır. Özellikle bu konuda yapılan teknolojik alverişler ihtiyaca yönelik olmaktan çok sosyal statü edinimi için yapılmaktadır. Kentte bilgisayar, tablet, kablosuz kulaklık, akıllı saat gibi çeşitli dijital ürünlere katılımcılar sahip olsa da kırsal mekânda yer alan orta yaş ve üstü katılımcılarda bu çeşitliliğe rastlanılmamıştır. Dijital ürünlerin satın alındığı tüketim mekanları ise kentte sırasıyla “dijital marketler”, “markanın kendi mağazası” ya da “online siteler”dir. Kırsalda ise ilçe ya da il merkezinde yer alan “esnaf telefoncu dükkanları” olmuştur. Dijital ürünlerin kullanım düzeyi bireylerin dijital cihazları ne sıklıkla ve nasıl kullandığını belirten bir ifadedir. Çalışma kapsamında katılımcıların bilgisayar, telefon, internet gibi çeşitli dijital ürünleri günlük hayatlarında ne sıklıkla kullanıldığı merak edilmiştir. Bulgular neticesinde dijital ürünlerin kullanım düzeyi mekânsal olarak karşılaştırıldığında kentte yer alan katılımcıların kırsaldaki katılımcılardan daha fazla dijital kullanım gerçekleştirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle sosyal medya kullanımı konusunda kentteki ve kırsaldaki katılımcılar birbirinden farklılık göstermiştir. Kentte yer alan katılımcılar sosyal medyayı kırsaldaki katılımcılardan daha etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Bilhassa eğlenmek, sosyal ilişkiler kurmak, ticari kaynak sağlamak ve bilgi edinmek amaçlı bir kullanım gerçekleştirmektedirler. Katılımcıların hanelerinde yer alan dijital atıkların değerlendirilme biçimlerine bakıldığında kırsaldaki katılımcıların toplama ve ayırma metodu kullanarak “hurdacıya” verdikleri tespit edilmiştir. Kentteki katılımcılar ise dijital atıklarını güvenli bir şekilde çevreye zarar vermeden hanelerinde

depolayarak tutmaktadırlar. Diğer yandan dijital veri israfı konusunda kentteki ve kırsaldaki katılımcıların dijital cihazlarına ihtiyaç dışı dosya ve uygulama indirdikleri, gelen mesajları, arama kayıtları ve e-postaları düzenli aralıklarla silmedikleri tespit edilmiştir. Ek olarak katılımcılar dijital ürünlerin kullanım ömrünü uzatmak için herhangi bir işlem yapmamakta, dijital verilerini korumak ya da saklamak adına herhangi bir yöntem tercih etmemektedirler. Son olarak kentteki ve kırsaldaki katılımcılar için dijital israfın kentsel mekanlarda daha fazla yapıldığı algısına ulaşılmıştır. Araştırmada yer alan toplam 30 katılımcıdan 20'si kentsel mekanlarda dijital israfın daha fazla yapıldığını düşünmektedir. Kentlerde dijital israfın daha fazla yapıldığını düşüncelerinin sebebi ise yüksek dijital ürün tüketimi, nüfus yoğunluğu, farkındalık eksikliği ve ekonomik faktörlerdir. Katılımcılar sürekli değişen teknolojinin kentsel mekanlarda dijital tüketimi arttırdığını ve böylece yüksek tüketimin daha fazla dijital atık üretimine sebep olduğunu düşünmektedirler.

Çalışmada ulaşılan **“Su İsrafı”** kategorisinde ise kentteki katılımcılar su tüketimini vücudun bir gereksinimi olarak görmekte ve bu açıdan su kullanımına hayati bir önem atfetmektedirler. Vücudun sağlıklı şekilde işleyebilmesi için suya ihtiyacı olduğunu, yeterli su tüketilmediği takdirde bedeninin hayati işlevlerini yerine getiremeyeceğini düşünmektedirler. Bu açıdan kentteki katılımcılar su tüketimine “beden sağlığı” üzerinden bir değer atfetmişlerdir. Kırsaldaki katılımcılar ise su kullanımlarını tarım ve hayvancılık faaliyetleri üzerinden değerlendirmişlerdir. Kırsaldaki katılımcılar tarım faaliyetlerinde ürün verimliliği ve toprak sağlığı için sulama işlemi gerçekleştirmektedir. Ayrıca katılımcılar sahip oldukları hayvanların su ihtiyacını karşılayabilmek ve hayvanların sağlığını koruyabilmek adına hayvan barınaklarını düzenli aralıklarla temizlemektedirler. Sağlıklı ve hijyenik bir ortamın oluşabilmesi adına da suyu aktif bir şekilde kullanmak zorundadırlar. Bu açıdan katılımcılar tarım ve hayvancılık faaliyetlerini yürütebilmek için su tüketimine daha fazla gereksinim duyduklarını belirtmişlerdir. Diğer yandan katılımcıların evsel su tüketimlerinde dikkatli davranmadıkları belirlenmiştir. Evsel su tüketimi hane üyelerinin günlük yaşamlarında kullandıkları su miktarını ifade etmektedir. Bu çerçevede kentteki katılımcılar suyun temel kullanım alanlarında gerekli özeni göstermemektedir. Kırsaldaki katılımcılar ise özellikle tarım arazisi, dış mekanlar ve bahçe sulamalarında bilinçsiz davranmaktadırlar. Her ne kadar katılımcıların su israfının sonuçlarına yönelik bakış açıları “endişe verici” bir durum olarak değerlendirilse de su kullanımına yönelik alınan tedbirler noktasında yetersiz kalmaktadırlar. Kentsel ve kırsal mekanlardaki katılımcılar su tüketimini azaltma konusunda büyük ölçekli önlemlerin alınması gerektiğini düşünmektedirler. Zira katılımcılar su israfının büyük çaplı bir mesele olduğu kanaatinde oldukları. Lakin su israfına karşı alınacak tedbirler hem bireysel hem de büyük ölçekli olabilir. Bir hanede damlayarak akıtan musluğun sadece bir yılda 3 metreküplük su kaybına neden olduğu ve bunun yarattığı ekonomik

kaybın hane başına 6 bin TL'ye ulaştığı ifade edilmektedir (<https://israf.org/>). Bu açıdan su tüketimini azaltabilmek için bireylerin her iki yaklaşımı da benimsemesi gerekmektedir. Su israfı kentsel ve kırsal mekanlarda eşit oranda gerçekleştiği düşünülen bir israf biçimi olmuştur. Kentlerde su israfı katılımcıların su tüketim alışkanlıklarındaki bilinç ve farkındalık eksikliğinden kaynaklı gerçekleşmektedir. Kırsalda ise su israfı tarım arazisi ve bahçelerde ihtiyaç dışı yapılan bilinçsiz sulamadan kaynaklanmaktadır. Bu durumu katılımcılar kentteki nüfus yoğunluğu ve kırsaldaki tarım arazisi/bahçe genişliğiyle kıyaslayarak su israfının iki mekân için de eşit düzeyde olabileceği kanısına varmışlardır.

“Enerji İsrafı” kategorisi kapsamında kırsal ve kentsel mekanlarda yer alan katılımcılar enerji kullarımlarına dikkat etmemekte ve enerji israfını azaltma noktasında gerekli tedbirleri almamaktadırlar. Katılımcılar enerji israfının elektrikli ev aletlerinin ihtiyaç dışında gereksiz kullanımı, aydınlatmaların açık bırakılması ve farkındalık eksikliğinden kaynaklı oluştuğunu düşünmektedir. Buna ek olarak katılımcılar için enerji israfı en çok kentsel mekanlarda gerçekleşmektedir. Katılımcılara göre kentlerdeki nüfus yoğunluğu, sokak aydınlatmaları, kamusal alanlar (parklar, bahçeler, anıtlar, tarihi yapılar), alışveriş merkezleri, dükkanlar ve fabrikalar kentsel mekanlarda enerji tüketimini arttıran unsurlardır. Katılımcılar belirttikleri alanlarda kullanılan elektriğin gereksiz ve ihtiyaç dışı olduğunu belirterek bu durumun kentlerde enerji israfına yol açtığını düşünmüşlerdir.

Netice itibarıyla israf kentsel ve kırsal mekanlarda kısmi farklılıklar içermektedir. Bu çerçevede mekanların sosyolojik bağlamlarının etkili olduğu ve bu nedenle israf konusunda farklılaşma görülebileceği ifade edilmelidir. Kültür, sosyoekonomik durum (gelir düzeyi ve eğitim), toplumsal norm ve değerler, iletişim ve teknoloji, çevresel etkiler (iklim ve coğrafya) mekanların tüketim biçimini ve israf davranışını farklılaştırmaktadır. Ayrıca bu mesele israfın önlenmesi noktasında kullanılacak olan tasarruf ve birikim yöntemini de gündeme getirir. Çalışmada **“Tasarruf ve Birikim”** temasında ulaşılan sonuçların değerlendirilmesi bu açıdan önemli olmaktadır. Tasarruf, bireylerin hanelerinde ya da çevrelerinde para, su ve enerji gibi çeşitli kaynakları israf etmekten kaçınma eylemidir. Katılımcıların tüketimlerine ilişkin tasarruf davranışları mekânsal olarak farklılaşmıştır. Kentteki katılımcılar tasarruf edebilme noktasında bilinçli hareket etmemektedirler. Yerleşik tüketim alışkanlıklarından vazgeçememekte ve kaynakları verimli kullanamamaktadırlar. Kırsaldaki katılımcılar ise tasarruf konusuna önem vermekte ve geleneksel ekonomik anlayışlarından dolayı harcamalarında “kanaatkâr” ve “ölçülü” davranmaktadırlar. Katılımcıların tamamı kırsal mekanlarda tasarruf yapabilmenin daha kolay olduğunu düşünmektedir. Kent yaşamının getirdiği ekonomik zorluklar ve gider seviyesinin yüksek olması bu duruma etki etmektedir. Özellikle tüketimin merkezleri olarak nitelendirilen

kentsel mekanlar kişileri sürekli tüketmeye itmekte ve bu durum bireylerin gider seviyesini arttırmaktadır. Dolayısıyla katılımcılar kentsel mekanları tüketim merkezleri ve tasarruf etmekte zorlanılan alanlar olarak görmektedir. Tasarrufla birlikte gündeme gelen **birikim** konusunda ise kentsel ve kırsal mekanlarda bazı farklılıklar söz konusudur. Katılımcıların birikim yöntemi tercihlerinde “altın” ilk sırayı almıştır. Altın, birikim araçları içerisinde geleneksel ve risksiz bir yatırım şekli olarak algılanmaktadır. Kırsalda altından sonra tercih edilen ikinci birikim aracı “nakit para” olurken kentte “döviz” tercih edilmektedir. Birikim biçimlerinde mekânsal olarak farklılık gösteren bir diğer araç ise *vadeli mevduat hesabı*dır. Vadeli mevduat, belirli bir süre içerisinde yatırılmış olan para için faiz getirisi sağlayan bir yöntemdir. Ancak kırsaldaki katılımcılar faize karşı olumsuz bir bakış açısına sahiptirler. İslam ekonomisi içerisinde faizin dinen günah sayılması kırsaldaki katılımcılar için de benzer şekilde yorumlanmıştır. Katılımcılar faizi dinen yasaklanan ve Müslüman olanların tercih etmemesi gereken ekonomik bir araç olarak değerlendirmişlerdir. Kentteki katılımcılar ise faize karşı olumlu bir bakış açısına sahiptirler. Faizin diğer birikim araçlarından farklı bir sistematiğe işlemediğini ve hatta bazı katılımcılar için tercih edilen bir yatırım aracı olarak değerlendirildiği ifade edilmiştir. Sonuçta katılımcıların tamamının “riskiz yatırım araçlarını” daha çok tercih etmekte olduğu görülmektedir. Katılımcıların birikim yapma nedenleri ise kentsel ve kırsal mekanlarda farklılık göstermemektedir. Katılımcıların bazılarının refah içerisinde geçirebilecekleri, risksiz ve güvenceli bir yaşama ulaşabilmek için birikim yapmakta olduğu görülmektedir. Bazı katılımcılar ise hedefledikleri ya da hayal ettikleri şeylere ulaşabilmek adına birikim yapmaktadırlar. Ayrıca katılımcılar kırsal mekanlarda birikim yapmanın daha kolay olduğunu düşünmektedirler. Kırsalda yaşayanların tarım ve hayvancılık faaliyetlerinden elde ettikleri gelirin kentte yaşayanların gelirinden daha fazla olduğu algısı söz konusudur. Kırsaldaki katılımcılar da bu görüşü destekler nitelikte kırsal mekanlarda birikimin daha kolay yapılacağını, kentlerde sürekli tüketimin var olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla kent yaşamının getirdiği tüketim odaklı toplum yapısının ve harcamalarının kentteki bireyler açısından birikim yapmayı zorlaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

İsrafi azaltmak için tasarruf ve birikimin yanı sıra “geri dönüşüm” uygulamaları da önemli olmaktadır. Aşırı ve gereksiz tüketimlerin sonucu oluşan atıkların yeniden kullanılabilmesi ekonomik ve çevre sağlığı açısından değerlidir. Bu hususta “**Geri Dönüşüm**” temasına ilişkin ulaşılan sonuçlardan biri kentsel ve kırsal mekanlarda geri dönüşüm kavramının tanımlanması olmuştur. Katılımcılar için geri dönüşüm kavramı en çok “tekrar kullanmak” ve “dönüştürmek” olarak tanımlanmıştır. Tekrar kullanmak, atıkların farklı bir amaçla kullanılmasını ifade etmektedir. Kentteki ve kırsaldaki katılımcıların kullanmadıkları giyim ve tekstil ürünlerini “bağışlamaları” ya da kırsaldaki katılımcıların ambalaj malzemelerini (plastik ve cam şişeleri) farklı amaçlar için (saklama kabı) yeniden kullanıma sokmaları örnek gösterilebilir. Ayrıca geri

dönüşüm konusunda gerçekleştirilen uygulamalar mekânsal olarak farklılık göstermiştir. Kırsaldaki katılımcıların geri dönüşüm yöntemleri *yakarak yok etmek* ve *tekrar kullanım* olmuştur. Her ne kadar yakarak yok etme metodu kırsalda yaygın bir biçimde kullanılsa da aslında çevreye verilen zararın farkına varılamamıştır. Katılımcılar hanelerinde oluşan atıkları yakarak yok etmelerini yararlı/faydalı bir işlem olarak algılayarak gerçekleştirmektedirler. Kentteki katılımcılar ise *atık ayrıştırma* metodu ile oluşan atıklarını geri kazanım kutularına bırakmaktadırlar. Her ne kadar sayıları az olsa da kentteki katılımcıların bazıları atıkları doğrudan çöpe atmakta ve herhangi bir geri dönüşüm yöntemi uygulamamaktadır. Çalışma kapsamında katılımcıların geri dönüşüme dair tavsiyeleri sorulmuş ve bu hususta iki farklı öneriye ulaşılmıştır. Bunlardan biri *geri dönüştürülebilir üretim* olmuştur. Katılımcılar ürünlerin üretiminde kullanılan malzemelerin/hammaddelerinin geri dönüştürülebilir materyallerden seçilerek yapılmasını önermektedirler. Ayrıca *teşvik edici projeler* ile tüketimin azaltılması sağlanarak, israfın önlenilebileceği kanısına varmışlardır. Caydırıcı cezaların hukuksal temelde düzenlenmesi ve geri dönüşümü destekleyen kamusal projelerin daha çok gündeme gelmesinin atık oluşumunu azaltmada etkili olabileceği düşünülmüştür.

Sonuç olarak çalışma kapsamında ele alınan *kentsel ve kırsal mekanlarda israf, tasarruf ve geri dönüşüm* değerlendirildiğinde tanımlamalar, uygulamalar ve önlemler mekânsal olarak kısmi farklılıklar içermektedir. Mekânsal olarak farklılıklar söz konusu olsa da israf, sürdürülebilir sağlıklı gelecekler oluşturabilmek adına önem teşkil etmektedir. Bireyler tüketimlerini kendi ihtiyaçları doğrultusunda yapabilmeyi alışkanlık haline getirmeli, tasarruf alışkanlıklarını iyileştirmeli ve geri dönüşüm faaliyetlerini uygulamalıdır. Aksi halde oluşan israf toplumları gereksiz harcamalar ve gösterişçi tüketimler sebebiyle bazı ekonomik sorunlarla karşılaşabilir, tarım ve ziraat alanlarında gıda kayıpları yaşayabilirler. Sulamada su ve elektrik enerjisi gibi önemli kaynakların kullanımı toprak verimliliğini azaltırken, su kaynakları tükenir ve olumsuz çevresel etkilere maruz kalınır. Bu noktada çalışmanın temel çıkarımı, israf sorununun mikro boyutta mekânsal formlar üzerinden sosyolojik bakış açısıyla değerlendirilmesi gerektiği olmuştur. Çalışma makro ölçekli önlemlerin yeterli olmadığı durumlarda israfa mekânsal bazda yaklaşp, mekânlardaki sosyolojik dinamikler ve özelliklere uygun olarak çözüm önerilerinin ya da politikalarının uygulanabilmesinin daha doğru olacağı düşüncesini benimsemiştir. Prof. Dr. Aziz Akgül' ün vurguladığı gibi *“İsraf bir davranış bozukluğudur”* (2 Ağustos 2019). Önemli olan bu davranış bozukluğundan sıyrılmış bireyleri topluma kazandırıp sağlıklı toplum biçimleri yaratmak olmalıdır. Baudrillard (2013, s.38)'ın bahsettiği *“Çöp Sepeti Uygarlığı”* toplumundan sıyrılıp gelecek nesillere sağlıklı bir toplum sunabilmek adına israftan kaçınmalı, tasarruflu davranmalı ve doğaya karşı sorumluluğun farkında olarak geri dönüşüm uygulamaları gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Abacı, H. (2016). "Giyim-Kuşamda İsrâf" II. Uluslararası Helal Ürün Ekonomisi Sempozyumu (Giyim-Kuşam), 190-211.
- Adorno, T. W. (2007). Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi. N. Ülner, M. Tüzel, E. Gen (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Ak, Ö., ve Genç, A. T. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Geri Dönüşüm Bilinci Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 19-39.
- Aka, K., ve Arıcan, E. (2019). Türkiye’de Hanehalkı Tasarruf Davranışlarının Belirleyicileri. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 11(21), 163-184.
- Akarçay, E., (2009). *Türkiye de İslam Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu (Olabilir mi?)*, VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Aksoy, M. ve Solunoğlu, A. (2015). Gıda İsrafi ve “Freegan Food Akımı, *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, And Indicators*, 3, 165-172.
- Alieva, J. ve von Haartman, R. (2020) Digital Muda: The New Form of Wasteby Industry 4.0, *Proceeding International Conference on Operations and Supply Chain Management (OSCM)*, 13(3), 269-278.
- Altay, S. (2019). *İbn Haldun’un ‘İlm-İ Umran’ı ile Klasik Sosyoloji Kuramlarının Karşılaştırmalı Analizi: Metodoloji, Toplumsal Yapı, Toplumsal Değişme, Toplumsal Değerler*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Anzer, A., Tabaza, H.A. ve Wedad, A. (2018). A Food Wastage Reduction Mobile Application, *6th International Conference on Future Internet of Things and Cloud Workshops*, 152-157.
- Appianin, B. (2024). House Price Experiences and Consumer Spending. *Available at SSRN 4944429*. 1-60.
- Arklan, Ü. (2012). Tüketim ve Cazibenin Mekansal İzdüşümü Olarak Alışveriş Merkezleri, *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(3), 78-94.
- Arnold, M. J. ve Reynolds, K.E. (2003). Hedonic Shopping Motivations. *Journal Of Retailing*, 79, 77-95.

- Arslan, H. (2015). Ahilik Teşkilatı'nın Sosyo-İktisadi Yapısı ve Örneklik Değeri, *Akademik Bakış Dergisi*, 49, 248-271.
- Arslan, T. V. (2009). "Türkiye'deki Alışveriş Merkezleri İncelemelerine Eleştirel Bir Bakış: Yorumlar, Eleştiriler, Tartışmalar", *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 14(1), 147-159.
- Ayanoğlu, S., G. ve Ağaç, S. (2017). Sürdürülebilir Moda Kavramına Yönelik Tasarım Fikirleri. *Art-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*. 10(19), 252, 273.
- Aydemir, M.A. (2006). Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma: Türkiye'de Modern Tüketim Kültürünün Tarihsel ve Toplumsal Gelişim Seyri, *Edebiyat Dergisi*, 16, 201-214.
- Azizağaoğlu, A. ve Altunışık, R. (2012). Postmodernizm, Sembolik Tüketim ve Marka. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 33-50.
- Baudrillard, J. (1997). Tüketim Toplumu, (Çev. Mehmet Ali Kılıçbay), Ankara, İmge Kitapevi.
- Baudrillard, J. (2013). Tüketim Toplumu. (6. Baskı). (Çev. H. Deliceçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2010). Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları. (3.Baskı). (Çev. A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayazıt Hayta, A. (2008). Ailelerin Tasarruf ve Yatırım Eğilimlerinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16 (2), 345-358.
- Beck, U. (1992), Risk Society: Towards a New Modernity, Sage Publications, London, Thousand Oaks, and New Delhi.
- Bekalp, B. (2019). Frankfurt Okulu'nun Temel Eleştiri ve Amaçları, *Sosyal Bilimler Metinleri*, (1), 15-24.
- Bilgili, M.Y. (2020). Katı Atık Yönetiminde Kullanılan Bazı Kavramlar ve Açıklamaları. *Avrasya Terim Dergisi*, 8 (2), 88-97.
- Bocock, R. (1997). Tüketim, (Çev. İrem Kutluk), Ankara: Dost Kitapevi.

- Bozkuş, S., ve Üçdoğruk, Ş., (2007). Hanehalkı Tasarruf Tercihleri Türkiye Örneği. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi (ss.1-20). Malatya, Türkiye.
- Can, Ö., ve Ayvaz, K. (2017). Tekstil ve Modada Sürdürülebilirlik. *Akademia Doğa ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 3(1), 110-119.
- Cengiz, E. ve Özden, B. (2002). “Perakendecilikte Büyük Alışveriş Merkezleri ve Tüketicilerin Büyük Alışveriş Merkezleri ile İlgili Tutumlarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış*, 2(1), 64-77.
- Ceyhan, M. S. ve Taş, C. (2017). Rasyonel-İrrasyonel Tüketim: Bartın Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (16), 107-134.
- Corrigan, P. (1997). *The Sociology of Consumption: An Introduction*. Sage Publications, London- ThousandOaks- New Delhi.
- Creswell, J. (2013), Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni, 3. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çağrı, H. (2016). *İsraf Sorunu: Türkiye’de Ekmek İsrafi Sorunu ve Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Çakır M., Çakır F. ve Usta, G. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 87-94.
- Çalışkan, D. ve Hatırlı, S. A. (2023). İsraf Ekonomisinin Teorik Analizi. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 53-64.
- Çalmaşur, G.ve Kılıç, A. (2018). Türkiye’de Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Analizi. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 61-73.
- Çam, İ.D., Yılar, M.B. ve Ünal, O. (2020). Son Dönem Osmanlı ve Güncel Ders Kitaplarında Tasarruf Değeri, *Omü Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(3), 350-374.
- Çelik, N. (2013). Thorstein Veblen’in Gösterişçi Tüketim Yaklaşımı: Niğde Üniversitesi İdari Personeli Örneği, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34, 171-203.

- Çınar, R. ve Çubukcu, İ. (2009). Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları - Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1), 277-300.
- Dal, N. E. (2017). Tüketim Toplumu ve Tüketim Topluma Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (19), 1-21.
- Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu. (Çev.: A. Emekçi ve O. Taşkent). (Birinci Basım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demirel, S., Yegen, C. (2015). Tüketim, Postmodernizm ve Kapitalizm Örgüsü. *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi*, 2(1), 115-138.
- Demirbaş, M. (2022). Türkiye’de İzlenen İktisat Politikalarının Sonuçları Açısından Yoksulluk: 1923 – 1950 Dönemi, *Sakarya İktisat Dergisi*, 11(4), 466-480.
- Deniz, E. (2020). Çevrimiçi İkinci-el Giyim Eşyası Satın Almaya Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 1487-1519.
- Deniz, İ. (2022). *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek İsrafı: Peribacaları (Kapadokya) Turizm Bölgesi Örneği*, (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Dikmen, N. (2005). Osmanlı Dış Borçlarının Ekonomik ve Siyasi Sonuçları, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 137-159.
- Diler, H. G. (2020). Enflasyondan Korunma Aracı Olarak Altın Yatırımı. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 370-384.
- Doğan, K., Solak, Ö.S., Özdel, K. ve Türkçapar, M.H. (2013). Obsesif Kompulsif Bozukluk Alt Tiplerinde ve Sağlıklı Kontrol Grubunda Üstbilişlerin Karşılaştırılması, *Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi*, 2, 34-40.
- Durkheim, E. (2018). Toplumsal İşbölümü (Çev.: Ö. Ozankaya). İzmir: Cem Yayınevi.
- Durmuş, H. (2022). Aşırı Tüketim ve İsraf; Çözüm Olarak Orta Yollu Tüketim, *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 8 (3), 272-298.

- Dursun, İ.T. (2013). Örgüt Kültürü ve Strateji İlişkisi: Hofstede'nin Boyutlar Açısından Bir Değerlendirme, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, (1)4, 43-56.
- Ersoy, F. (2019). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının İsrar Algısı, *Sosyal Bilgilerde Yenilikçi Araştırma Dergisi*, 2 (2), 91-116.
- Falk, J. (2004). Ferdinand Tönnies (L. Körükmez, Çev.). *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, 1 (2), 45-60.
- Gazali (1975). İhyauUlumi'd-din I-IV, (Terc: Ahmet Serdaroğlu), İstanbul: Bedir Yayınları.
- Gezer, A. ve Erdem, A. (2018). Su Stresi, Su Kıtlığı ve Su Tasarrufu Hakkında Halkın Farkındalığının Belirlenmesi: Akdeniz Üniversitesi Örnek Çalışması. *Doğal Afetler ve Çevre Dergisi*, 4(2), 113-122.
- Glesne, C. (2013). Nitel Araştırmaya Giriş, 3.baskı. Çev.Edt. Ali Ersoy ve Pelin Yalçınoglu. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gül, D., ve Demiryürek, K. (2020). Kırsal ve Kentsel Alanda Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kullanım Durumu: Ankara Örneği. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 35(3), 339-352.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38(1), 62-63.
- Günaydın, Ö. E. (2021). Kompulsif Satın Alma Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 897-912.
- Gündüzalp, A.A. ve Güven, S. (2016). Atık, Çeşitleri, Atık Yönetimi, Geri Dönüşüm ve Tüketici: Çankaya Belediyesi ve Semt Tüketicileri Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 9(1), 1-19.
- Güner, M.O. (2019). *Ferdinand Tönnies'in Sosyolojisi ve Alman Sosyal Bilim Geleneğindeki Yeri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İlgar, R. (2020). Geri Dönüşüm Olgusu ve 5., 6., 7. ve 8. Sınıf Öğrencilerinin Geri Dönüşüme Yönelik Duyarlılıkları, Çanakkale İli Örneği. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*, 5(4), 493-510.

- İter, E. (2019). Tüketim Kültürünün Tarihsel Gelişim Süreci ve Bireysel, Toplumsal ve Kültürel Etkilerinin İncelenmesi, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2).461-476.
- Jörissen, J., Priefer, C. ve Bräutigam, K. R. (2015). Food Waste Generation at Household Level: Results of a Survey Among Employees of Two European Research Centers in Italy and Germany. *Sustainability*, 7(3), 2695-2715.
- Kapoor, A. ve Khare, A.K. (2019). The After Life Of Discarded Woolens: Who Is Recycling My Clothes?. *International Journal of Management*, 10(5), 84-98.
- Kavaz, İ. ve Kaya, B. (2023). Türkiye’de Yenilenebilir Enerji Tüketimi, Ekonomik Büyüme ve Co2 Emisyonu Arasındaki İlişkinin Analizi: Ardl Sınır Testi Yaklaşımı. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2, 219 – 243.
- Kaycan, İ. ve Tunca, M.İ. (2023). Hedonik Tüketim Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 40-58.
- Kayhan, V. (2006). Kur’an’a Göre İsrâf ve İktisat. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 6 (2), 149-195.
- Kızılkaya, E.İ. (2001). “Thorstein B. Veblen’in İktisat Düşüncesi: Kapitalizmin Ruhuna Farklı Bir Bakış”, (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Koçak, P. G. ve Uğurhan, Y. Z. C. (2022). Üniversite Öğrencilerinin Gösterişçi Tüketim Profillerinin İncelenmesi: Nevşehir Hacıbektaş Veli Üniversitesi Örneği. *İnif E- Dergi*, 7(1), 151-170.
- Koyuncu, D.T. ve Tiltay, M.A. (2017). Tanzimat Sonrası Osmanlı Toplumunun Tüketim Kalıplarında Meydana Gelen Değişimin Dönemin Romanları Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives*, 5 (2), 1-19.
- Köksalan, N. (2019). Minimalist Tüketim. *XI. Ibaness Congress Series*, 633-641.
- Köse Özelçi, R. (2020). Bir Yenilginin Anatomisi: Yabancıların Giremediği Mekanlarda Kentsel ve Zihinsel Yaşam, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(44), 186-197.

- Kurtuluş Çakır, Y. (2023). *İslam'da İsrâf: Sıfır Atık Üzerine Bir Değerlendirme*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Loayza, N., Klaus S.H.ve Luis S. (2000). “What Drives Private Saving Across The World”, *The Review of Economics and Statistics*, 82, 165-181.
- Mill, S. (2017). Faydacılık. Pinhan Yayıncılık.
- Miles. S. (1998). Consumerism as a Way of Life, London: Sage Publications.
- Mullick, S., Raassens, N., Haans, H., & Nijssen, E. J. (2021). Reducing Food Waste Through Digital Platforms: A Quantification Of Cross-Side Network Effects. *Industrial Marketing Management*, 93, 533-544.
- Nas, E.M. (2022). *Satın Alma Hiyerarşisinin İslam İktisadındaki Yansıması: Harcamada İsrâfi Azaltmanın Bir Yöntem*, (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Neuman, W.L. (2006). Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar (2.cilt).7.bs. Çev. Sedef Özge. Ankara: Yayın Odası Yayınları.
- Odabaşı, Y. (1998). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Odabaşı, Y. (2013). Tüketim Kültürü (4. bs). Sistem Yayıncılık.
- Orçan, M. (2002). *Batılılaşma Sürecinde Türk Tüketim Kültüründe Değişme*, (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öbük, D. N., ve Sınmaz, S. (2024). İklim Değişikliği Süreci ve Türkiye’de İklim Değişikliği Eylem Planlarının Mekânsal Perspektifi. *Kent Akademisi*, 17(3), 939-960.
- Öksüz, A. (2013). Tüketim Kültürü İsrâfın Sebep ve Çareleri, *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (18)30,
- Özbakır Umut, A. G. M., Topuz, Y. D. D. Y., ve Nurtanış Velioğlu, P. D. M. (2015). Çöpten Geri Dönüşüme Giden Yolda Sürdürülebilir Tüketiciler. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 263-288.

- Özcan, B. (2011). Tüketim, Risk ve Bireyselliğin modern Dönemde Artan Önemi. *İstanbul Journal of Sociological Studies*, (36), 83-98.
- Özdemir, M. (2023). Modernleşme ve Toplum: Geleneksel Toplumdan Modern Topluma, Arslan, E. (Ed.), Sosyal Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar XIII, İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Özdemir, G. (2018). *Food Waste Management With In Sustainability Perspective: A Study On Five Star Chain Hotels*, (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 323-343.
- Özdemir, Ş. (2020). Tüketim Karşısı Yeni Yaşam Biçimi Köye Dönüşün Medyada Sunumu: Yeni Köylüler Örneği, *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (2), 833-852.
- Özgeren Kınılı, İ. (2018). Elitlerin Gösterişçi Tüketimi ve Elias'ın Saray Toplumu, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.23(3), 1023-1037.
- Özgül, E., ve Aksulu, İ. (2006). Ambalajlı Gıda Ürünlerinde Tüketicilerin Etiket Duyarlılığındaki Değişimler. *Ege Academic Review*, 6(1), 1-9.
- Özkalp, E. (2000). Davranış Bilimine Giriş I. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özyurt, C. (2007). Yirminci Yüzyıl Sosyolojisinde Kentsel Yaşam, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (18), 111-126.
- Patton, M.Q. (2014). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.
- Pıçak, M. (2012). Faiz Olgusunun İktisadi Düşünce Tarihindeki Gelişimi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4), 61-92.
- Piacentine, M. & Mailer, G. (2004). Symbolic Consupntion In Teenagers, Clothing Choices, *Journal Of Consumer Behaviour*, 3, 251-262.
- Poyraz, E. ve Özalp, H. (2016). Kültür Endüstrisi ve Tüketim Bağlamında “Örnek Aile” Filminin Bir Analizi, *Intermedia International e-Journal*, 3(5), 371-386.

- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On The Horizon The International Journal Of Learning Futures*, 9(5)1-6.
- Rodinson, M. (1969). İslamiyet ve Kapitalizm, İstanbul: Gün Yayınları.
- Russell, S. V., Young, C. W., Unsworth, K. L., ve Robinson, C. (2017). Bringing Habits And Emotions Into Food Waste Behaviour. *Resources, Conservation And Recycling*, 125, 107–114.
- Savur, E.İ. (2023). *Bir Tüketim Pratiği Olarak Gençlerin İsraf Anlayışının Kır-Kent Bağlamında Karşılaştırılması: İzmir Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Setia S, Mainzer H, Washington ML, Coil G, Snyder R, Weniger BG (2002). Frequency And Causes Of Vaccine Wastage. *Vaccine*, 20(7-8), 1148–1156.
- Sevinç, G., Kantar Davran, M. ve Sevinç, M. R. (2018). Türkiye’de Kırdan Kente Göç ve Göçün Aile Üzerindeki Etkileri. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 3 (6), 70-82.
- Simmel, G. (2015). Metropol ve Zihinsel Hayat. İçinde Bireysellik ve Kültür, (Çev. T. Birkan), 317-329, İstanbul: Metis Yayınları.
- Solak, S. G., ve Pekküçükşen, S. (2018). Türkiye’de Kentsel Katı Atık Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 653-683.
- Sombart, W. (2013). Aşk, Lüks ve Kapitalizm: Modern Dünyanın Savurganlığın Ruhundan Doğması Üzerine. (2. baskı). (Çev. N. Aca). Ankara: Pharmakon.
- Songür, A. ve Çakıroğlu, F.B. (2016). Gıda Kayıpları ve Atık Yönetimi, *Türkiye Klinikleri J NutrDiet-Special Topics*, 2(3), 21-26.
- Sorokin, P and Zimmerman, C, C (1969). Principles of Rural-Urban Sociology, Kraus Reprint Co, New York.
- Şengül, Ü. (2010). Atıkların Geri Dönüşümü ve Tersine Lojistik. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 6(1), 73-86.

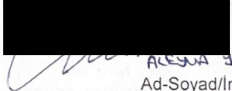
- Tan, M. (2019). Tüketim Kültürü Bağlamında İstek ve İhtiyaçların Oluşumu: Kavramsal Bir Analiz. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (2), 193-218.
- Taş, M. (2020). *Tüketim ve İsraf: Ortaköy İlçesi Üzerine Bir Değerlendirme*. (Yüksek Lisans Tezi), Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum.
- Taş, S. (2020). Tüketim Karşıtı Yaşam Tarzları: Freeganizm, Gönüllü Sadelik ve Minimalizm. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 6, 38-64.
- Taş ve Burcu Sağlam, E. (2020). Güvenlikli Sitelerde Yeni Eğilimler ve Sosyo-Mekânsal İlişkiler, *Journal of Economy Culture and Society*, 62, 1-21.
- Tekin, H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116.
- Tekiner, E. (2023). *Gıda İsrafı ve Çevre Koruma Bilinci: Kocaeli İl'inde Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Toka, N., ve Çekiç Akyol, A. (2023). X ve Z Kuşağının Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları*, 2(6), 96-110.
- Topay, G., ve Erdem, R., (2019). Türkiye’de Tüketim Kültürünün Gelişimine Dair Kavramsal Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35) , 162-183.
- Toprak, Z. (1995). “Tüketim Örüntüleri ve Osmanlı Mağazaları”, *Cogito*, 5, 25-28.
- Torlak, Ö. (2000). Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü. İstanbul: İnkılab Yayınları.
- Tucker, P., ve Speirs, D. (2003). Attitudes and Behavioural Change in Household Waste Management Behaviours. *Journal of Environmental Planning and Management*, 46(2), 289–307.
- Tunç, A. (2019). *Tüketim, Din ve İsraf; Genç Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenleri Üzerine Bir Değerlendirme (Bingöl Örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Türk, Z. (2018). Hedonik ve Faydacı Tüketim Eğiliminin Plansız Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9 (16), 853-878.

- Türkiye İsrar Raporu. (2018). Türkiye İsrar Raporu. <https://tuketici.ticaret.gov.tr/yayinlar/basili-materyaller/turkiye-israf-raporu-2018>. Erişim tarihi: 20.04.2024
- Ülgener, S.F. (1981). İktisadi Çözümlenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası, Gözden Geçirilmiş 2.baskı İstanbul: Der yayınları.
- Ülken, H. Z. (1992). Türkiye’de Çağdaş Düşünce Tarihi, İstanbul: Ülken Yayınları.
- Ünlü, S., ve Filan, M. (2021). Veblen’in Gösterişçi Tüketim Kavramı Çerçevesinde Sosyal Medya: Instagram İnfluencer’ları Üzerine Bir Analiz. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 39-55.
- Veblen, T. (2005). Aylak Sınıfın Teorisi. (Birinci Baskı) (Çev. Gültekin, Z. ve Atay, C.), İstanbul: Babil Yayınları.
- Villi, B. (2021). *Aşırı Tüketime Karşı Bir Yaşam Biçimi Olarak “Freeganizm. Pazarlama ve Organizasyon Perspektifinden Kuramlar ve Tartışmalar*, 3, 131-141.
- Yalçın, H. (2022). Bir Araştırma Deseni Olarak Fenomenoloji, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 213-232.
- Yapraklı, T.Ş. ve Mutlu, M. (2023). Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun ve Sosyal Zekanın Rasyonel Tüketim Davranışını Üzerindeki Etkisi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 167-186.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (3. bs.). Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, A. (2020). Tüketici Satın Alma Davranışlarında Faydacı Ve Hedonik Tüketime Etkisi, *Turkish Studies -Economy*, 15(2), 1023-1037.
- Yıldız, B., ve Kütahyalı, D. N. (2021). Yeşil Ürün Tutumunun Yeşil Satın Alma Niyeti, Geri Dönüşüm ve Yalın Tüketim Üzerindeki Etkisi. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 365-398.
- Yıldız, S. (2024). *Süt ve Ürünleri Tüketicilerinin Etiket Okuma Alışkanlıklarının ve Etiket Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi: Hatay İli Örneğİ*, (Yüksek Lisans Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.

- Yıldız, Z. ve Kuru, H. (2015). Rasyonel-İrrasyonel Tüketime Belirleyicileri ve Isparta’da Bir Araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (20), 655-682.
- Yılmaz, D. ve Bozkurt D. (2010). Türkiye’de Kentsel Katı Atık Yönetimi Uygulamaları ve Kütahya Katı Atık Birliği (Kükab) Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 11-28.
- Yiğit, U. (2019). Tüketim Kültürü Sosyolojisi. (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yumurtacı, Z. ve Dönmez, A.H. 2013. Konutlarda Enerji Verimliliği. *Mühendis ve Makina*, 54(637), 38-43.
- Yücel, S., ve Tiber, B. (2018). Hazır Giyim Endüstrisinde Sürdürülebilir Moda. *Tekstil ve Mühendis*, 25(112), 370-380.
- Zorlu, A. (2006). Üretim Kapitalizminden Tüketim Kapitalizmine Üretim ve Tüketim Teorileri. Ankara, Glocal Yayınları.

EK 1. ORJİNALLİK RAPORU

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-YL-15
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	FRM-YL-15 Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev. Date	25.01.2024

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA	
Tarih: 03/12/2024	
Tez Başlığı: Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İsrar Olgusu Üzerine Nitel Bir Araştırma Tez Başlığı (Almanca/Fransızca)*:.....	
Yukarıda başlığı verilen tezin a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 268 sayfalık kısmına ilişkin, 03/12/2024 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 2 'dir.	
Uygulanan filtrelemeler*: ☐ Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç ☒ Kaynakça hariç ☒ Alıntılar hariç ☐ Alıntılar dâhil ☒ 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç	
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tezin herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.	
Gereğini saygılarımla arz ederim.	
 Ad-Soyad/İmza	

Öğrenci Bilgileri	Ad-Soyad	Aleya YÜKSEL
	Öğrenci No	N22135512
	Enstitü Anabilim Dalı	Sosyoloji
	Programı	Sosyoloji

DANIŞMAN ONAYI

Prof. Dr. Tuğra Payaz
 UYGUNDUR.
 (Unvan, Ad Soyad, İmza)

* Tez Almanca veya Fransızca yazılıyor ise bu kısımda tez başlığı Tez Yazım Dilinde yazılmalıdır.

**Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları İkinci bölüm madde (4)/3'te de belirtildiği üzere: Kaynakça hariç, Alıntılar hariç/dahil, 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) filtreleme yapılmalıdır.

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-YL-15
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	FRM-YL-15 Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev. Date	25.01.2024

TO HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF SOCIOLOGY

Date: 03/12/2024

Thesis Title (In English): Qualitative Research on the Phenomenon of Wastage in Urban and Rural Areas

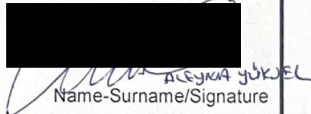
According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 03/12/2024 for the total of 268 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled above, the similarity index of my thesis is 2%.

Filtering options applied**:

- ☐ Approval and Declaration sections excluded
- ☒ References cited excluded
- ☒ Quotes excluded
- ☐ Quotes included
- ☒ Match size up to 5 words excluded

I hereby declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

Kindly submitted for the necessary actions.


 Name-Surname/Signature

Student Information	Name-Surname	Aleyna YÜKSEL
	Student Number	N22135512
	Department	Sociology
	Programme	Sociology

SUPERVISOR'S APPROVAL

Prof. Dr. Tuğra Payaz
 APPROVED
 (Title, Name and Surname, Signature)

**As mentioned in the second part [article (4)/3] of the Thesis Dissertation Originality Report's Codes of Practice of Hacettepe University Graduate School of Social Sciences, filtering should be done as following: excluding reference, quotation excluded/included, Match size up to 5 words excluded.

EK 2. ETİK KURUL İZNİ



T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulu

Tarih: 22/02/2024 15:30
Sayı: E-66777842-300-00003397279



00003397279

Sayı : E-66777842-300-00003397279
Konu : Etik Kurulu İzni (Aleyna YÜKSEL)

22/02/2024

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 13.02.2024 tarihli ve E-12908312-300-00003375822 sayılı yazınız.

Enstitünüz Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden **Aleyna YÜKSEL**'in, **Prof. Dr. Tuğça POYRAZ** danışmanlığında yürüttüğü **“Kentsel ve Kırsal Mekanlarda İstisna Üzerine Nitel Bir Araştırma”** başlıklı tez çalışması Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulunun **20 Şubat 2024** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. İsmet KOÇ
Kurul Başkanı

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: 3B58B6BF-6230-4373-B151-077BCC7676A3

Belge Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/hu-ebys>

Adres:

Bilgi için: Burak CİHAN

E-posta: Elektronik Ağ: www.hacettepe.edu.tr

Bilgisayar İşletmeni

Telefon: Faks:

Telefon: 03123051082

Kep:



EK 3. GÖRÜŞME SORULARI

YARI YAPILANDIRILMIŞ SORU FORMU

(KENT)

Sosyo-Demografik Sorular

1. Yaşınız nedir?
2. Cinsiyetiniz nedir?.....
3. Medeni durumunuz nedir?.....
4. Eğitim düzeyiniz nedir?
5. Mesleğiniz nedir?.....
6. Aylık gelir düzeyiniz nedir?.....
7. Aylık gider harcamalarınız ne kadar?
8. Oturduğunuz konutun mülkiyet durumu nasıl? (Ev sahibi, kiracı, Aile/yakının evi (kira ödemiş, Lojman, diğer) Başka konut sahipliğiniz var mı? Varsa kaç tane? Hangi amaç için aldınız/kullanıyorsunuz?
9. Kendinize ait otomobiliniz/aracınız var mı? Varsa kaç tane? Hangi amaç için aldınız/kullanıyorsunuz?
10. Alışverişlerinizi daha çok nereden yapıyorsunuz?.....
11. Alışveriş yapmak için interneti kullanıyor musunuz?
12. Alışveriş uygulamalarını indirdiniz mi?.....

• İsrif Genel Sorular

Soru 1: İsrif sizin için ne ifade etmektedir? İsrافی tanımlayacak olsanız nasıl tanımlar ya da açıklardınız? Neden?

Soru2: Size göre (tüketimin) harcamaların bir sınırı olmalı mıdır? Neden?

Soru 3: Sizce siz istemeden/isteyerek de olsa israf yapıyor musunuz? Hangi harcamalarınızı israf olarak görüyorsunuz? Neden?

Soru 4: Ailenizde israf davranışını en çok kim gerçekleştirmektedir? Neden israf yaptığını düşünüyorsunuz? Hangi ürünlerde israf yaptığını düşünüyorsunuz?

Soru 5: Size göre israf köylerde mi yoksa kentlerde mi daha fazla yapılmaktadır? Nedeni sizce ne olabilir?

- **Gıda İsrafı Soruları**

Soru 1: Sizin için gıda tüketimi temel/öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?

Soru 2: Gıda harcamalarınıza aylık ne kadar bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?

Soru 3: Evde kış için hazırlık yaptığınız gıda ürünleri var mı? Varsa nelerdir?

Soru 4: Evde kendi tüketiminiz için yetiştirdiğiniz sebze veya meyve var mı?

Soru 5: Gıda alışverişinizi nerelerden yapıyorsunuz? (*Pazar/çarşı, alışveriş merkezi, mağazalar, internet uygulamaları vb.*) Neden? Gıda alışverişlerinizde indirimleri takip ediyor musunuz?

Soru 6: En son yaptığınız gıda alışverişiniz de nelere dikkat ederek ürünler satın aldınız? Bir gıda ürünü satın alma kararını neye göre belirliyorsunuz?

Soru 7: Gıda alışverişlerinizde önceliğiniz hangi ürünler olmaktadır? En çok harcama yaptığınız gıda türleri genellikle hangileri oluyor? Neden en çok bu gıda türlerinde harcama yapıyorsunuz?

Soru 8: İhtiyacınız dışında bir gıda ürünü (yiyecek-içecek) satın alıyor musunuz? Alıyor iseniz bu hangi tür gıdalar oluyor? Neden satın alma isteği duyuyorsunuz? Bunları daha çok kimin için alıyorsunuz?

Soru 9: Evinizde tüketemediğiniz/artan gıdalarınızı değerlendiriyor musunuz? Değerlendiriyorsanız nasıl yapıyorsunuz? Örneğin; bayat ekmeklerinizi/artık yemeklerinizi ne yapıyorsunuz?

Soru 10: Gıda alışverişlerinde son kullanma tarihine bakıyor musunuz? Hiç yemeden attığınız gıda ürünleri oluyor mu?

Soru 11: Sizce artan gıdaların değerlendirilmesi nasıl olmalıdır? Size göre gıda israfı ne anlama geliyor?

Soru 12: Size göre köyde ya da kentte gıda israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise sizce sebepleri neler olabilir?

- **Giyim İsrafı Soruları**

Soru 1: Sizin için giyim harcaması temel/ öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?

Soru2: Giyim harcamalarınız için kendinize aylık ne kadar bir bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?

Soru 3: Giyim için ürünlerinizi genellikle nereden/nerelerden tedarik ediyorsunuz? En çok tercih ettiğiniz yer neresi? (*Pazar/çarşı, alışveriş merkezi, mağazalar, internet uygulamaları vb.*)

Neden? İndirimleri takip ediyor musunuz?

Soru 4: Giyim için harcama yapmak sizin için önemli midir? Bu yönde yaptığınız harcamaları nasıl değerlendirirsiniz?

Soru 5: En son yaptığınız giyim alışverişiniz de nelere dikkat ederek ürünler satın aldınız? Bir giyim ürünü satın alma kararını neye göre belirliyorsunuz? Örneğin; en son yaptığınız giyim harcamasını ne için ve hangi amaçla yapmıştınız?

Soru 6: Sürekli tekrar eden bir giyim alışveriş düzeniniz var mı? Hangi sıklıkla kendinize kıyafet alırsınız?

Soru 7: Giyim alışverişlerinizde önceliğiniz hangi ürünler olmaktadır? En çok harcama yaptığınız giyim türleri genellikle hangileri oluyor? Neden en çok bu giyim türlerinde harcama yapıyorsunuz? Neden alma isteği duyuyorsunuz?

Soru 8: Satın aldığınız giyim ürününü kullanma süreniz genellikle ne kadar sürüyor? Satın aldığınız bir giyim ürününü ortalama kaç kez giyersiniz? Örneğin; Bir yere giderken bir kere giydiğiniz sonrasında tekrar giyer misiniz? Bir süre önce alıp da hiç giymediğiniz bir giysi var mı?

Soru 9: Evinizde artık giymediğiniz/eskiyen/beğenmediğiniz/uymayan giyim eşyalarınızı ne yapıyorsunuz, geri dönüşümleri konusunda hangi faaliyetleri uyguluyorsunuz? Örneğin; Bir kıyafetiniz yıprandığında/yırtıldığında/kullanılamayacak hale geldiğinde onu geri döndürmek adına neler yaparsınız?

Soru 10: Size göre köyde ya da kentte giyim israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise sizce sebepleri neler olabilir?

- **Dijital İsrar Soruları**

Soru 1: Sizin için dijital/teknolojik cihazların satın alınması temel/ öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?

Soru 2: Teknolojik/dijital cihazları (*televizyon, telefon, elektronik ev eşyaları vb.*) satın almak için kendinize ne kadar bir bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?

Soru 3: Teknolojik/dijital cihazları genellikle nereden/nereleden tedarik ediyorsunuz? En çok tercih ettiğiniz yer neresi? (*Pazar/çarşı, alışveriş merkezi, mağazalar, internet uygulamaları vb.*) Neden? İndirimleri takip ediyor musunuz?

Soru 4: Teknolojik cihazlar için harcama yapmak sizin için önemli midir? Bu yönde yaptığınız harcamaları nasıl değerlendirirsiniz?

Soru 5: En son aldığınız teknolojik aygıt/cihaz neydi? Ne için almıştınız? Nelere dikkat ederek ürünler satın aldınız? (*Fiyat, performans, model, marka, ihtiyaç vb.*) Bir dijital ürünü satın alma kararını neye göre belirliyorsunuz?

Soru 6: Sürekli tekrar eden bir dijital/teknolojik cihaz/aygıtla/ürünle ilgili alışveriş düzeniniz var mı? Hangi sıklıkla kendinize/evinize bir dijital ürün alıyorsunuz? Niçin?

Soru 7: Dijital/teknolojik ürün alışverişlerinizde önceliğiniz genellikle hangi ürünler/marka olmaktadır? Neden?

Soru 8: İhtiyacınız dışında bir dijital ürün satın alıyor musunuz? Sizce neden alma isteği duyuyorsunuz?

Soru 9: Satın aldığınız dijital ürünün kullanım süresi/ömrü genellikle ne kadar oluyor ? Kullandığınız dijital cihaza/ürüne sizce ne olmalı/olması gerekir ki yenisini almak istersiniz?

Soru 10: Satın aldığınız dijital ürünlerle ne sıklıkla vakit geçiriyor/kullanıyorsunuz? Kullanım amacınız genellikle ne için oluyor?

Soru 11: Evinizde artık kullanmadığınız/eskiyen/beğenmediğiniz/uymayan dijital eşyalarınızı ne yapıyorsunuz, nasıl geri dönüştürüyorsunuz? Herhangi bir geri dönüşüm işlemi gerçekleştiriyor musunuz? Örneğin; yerine yenisini mi almayı tercih edersiniz yoksa onu yaptırabilme imkânınız var ise tamir ettirmeyi mi?

Soru 12: Dijital cihazlarınızda ihtiyacınız dışında belge/dosya/uygulamaindiriyor musunuz? İndiriyorsanız sonrasında bu verileri cihazınızdan siliyor musunuz? Neden?

Soru 13: Telefonunuza gelen mesajları/aramaları/e-postaları/bildirimleri sonrasında siliyor musunuz? Neden?

Soru 14: Sizin için önemli olan dijital verilerinizi (fotoğraflarınızı, videolarınızı, kişisel dosyalarınızı) nasıl saklamayı/korumayı tercih ediyorsunuz? (*flash bellek, e-mail, cd, bulut depolama, drive vs.*)

Soru 15: Dijital cihazlarınızın ömrünü uzatmak için herhangi bir şey yapıyor musunuz? Düzenli olarak güncelleme/format yaptırıyor musunuz? Neden?

Soru 16: Dijital cihazlarınızı enerji tasarrufu modunda (düşük güç modu vb.) kullanıyor musunuz?

Soru 17: Size göre köyde ya da kentte dijital israf yapılıyor mu? Yapılıyor ise sizce sebepleri neler olabilir?

• Su İsrafı Soruları

Soru 1: Su ihtiyacınızı nereden karşılıyorsunuz (Çeşme, damacana su, arıtma cihazı, kaynak suyu, vb.)

Soru 2: Sizin için su tüketimi temel bir ihtiyaç mıdır? Su sizce önemli midir? Neden?

Soru 3: Evsel su tüketiminize dikkat ediyor musunuz? (*Diş fırçalama, yüz yıkama, kişisel bakım, meyve sebze yıkama suyu, bulaşık suyu vb.*) Ediyorsanız nelere, nasıl dikkat ediyorsunuz? Hangi tutum ve davranışlarda bulunuyorsunuz?

Soru 4: Su tüketiminiz de hangi faktörler etkili oluyor? Nelere dikkat ediyorsunuz? Örneğin; suyu kullanmak istemenizdeki nedenler genellikle neler oluyor/neden kaynaklanıyor?

Soru 5: Temizlik yaparken (ev temizliği / halı yıkama) su kullanımına dikkat eder misiniz? Hangi davranışlarda ve tutumlarda bulunuyorsunuz?

Soru 6: Bulaşık yıkama alışkanlığınız nasıl gerçekleşmektedir? Eliniz ile mi yoksa bulaşık makinesiyle yıkamayı daha çok tercih ediyorsunuz? Eliniz ile yıkıyorsanız su tüketimine dikkat ederek mi yıkıyorsunuz?

Soru 7: Bahçeniz (varsa) haftada kaç kez sulama yapıyorsunuz? Günün hangi aralığında suluyorsunuz? Sulama yaparken su tüketimine dikkat eder misiniz?

Soru 8: Sızdıran su musluklarınız var/oldu mu? Bunların değişimi için nasıl davranırsınız/davrandınız? Musluklarınızda tasarruf özellikli başlık kullanıyor musunuz?

Soru 9: Haftada kaç kez duş alıyorsunuz? Banyo ya da duş alırken su kullanımına dikkat ediyor musunuz? Kendinize belirlediğiniz bir süre var mı ve bu süre zarfında suyu nasıl kullanıyorsunuz?

Soru 10: Aracınız var ise temizliğini/yıkamasını siz mi yapıyorsunuz? Siz yapıyor iseniz nasıl bir süreç ile gerçekleştiriyorsunuz?

Soru 11: Size göre siz, bilinçli su tüketimi gerçekleştiriyor musunuz? Gerçekleştiriyorsanız/gerçekleştirmiyorsanız neden?

Soru 12: Son dönemde Türkiye’ de yaşanan kuraklık ve su barajlarının seviyesinin azalması ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Bu anlamda sizce hangi tedbirler alınmalıdır?

Soru 13: Su kullanımınız da değiştirmek istediğiniz alışkanlıklarınız var mı? Neden değiştirmek istersiniz/istemezsiniz?

Soru 14: Size göre köyde ya da kentte su israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise neden yapılmaktadır? Bu konudaki görüşleriniz neler?

- **Enerji İsrafı Soruları**

Soru 1: Nasıl ısıtılıyorsunuz? Doğal gazınız var mı? Alternatif ısıtma araçlarından yararlanıyor musunuz? Yararlanıyor iseniz bunlar neler? (*Isı pompaları, kombi sistemleri, yerden ısıtma, soba, ısıtıcı, şömine, güneş enerjisi ve rüzgâr enerjisi vb.*)

Soru 2: Elektrikli ev aletlerinizi kullanırken (*TV, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, ütü, elektrik süpürgesi, saç kurutma makinesi vb.*) kullanım süreniz ne kadar oluyor? Bu aletleri kullanmak için belli bir zaman dilimi olmasına dikkat ediyor musunuz? (Örneğin, akşam 10'dan sonra daha az fatura gelmesi gibi)

Soru 3: Elektrikli ev aletlerinizi kullanırken (*TV, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, ütü, elektrik süpürgesi, saç kurutma makinesi vb.*) ne sıklıkla kullanıyorsunuz? Kullanım amacınız genellikle ne için oluyor? *Örneğin; birkaç parça çamaşır/bulaşık için makine çalıştırıyor musunuz?*

Soru 4: Evinizde/çevrenizde aydınlatma sistemlerini ihtiyacınız dışında kullandığınız oldu mu / oluyor mu? Gereksiz/boş yere açık bıraktığınızı oluyor mu?

Soru 5: Herhangi bir elektrikli cihaz alırken (*ütü, bulaşık makinesi, tost makinesi, elektrikli süpürge, buzdolabı, televizyon, hoparlör, klima, kombi, küçük ev aletleri vb.*) elektrik tasarrufu yapma özelliğine dikkat ediyor musunuz?

Soru 6: Gece uyurken herhangi bir aydınlatma kullanıyor musunuz?

Soru 7: Türkiye'de kış saati uygulamasının kalkmasının elektrik israfını engellediğini düşünüyor musunuz?

Soru 8: Evinizde/çevrenizde güneş enerji sistemi kullanıyor musunuz? Kullanıyor iseniz hangi amaçla taktırdınız? Sizce gerekli mi? Neden?

Soru 9: Size göre evinizde/çevrenizde elektrik kullanımınıza dikkat ediyor musunuz? Neden etmiyorsunuz/ediyorsunuz?

Soru 10: Size göre köyde ya da kentte enerji israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise neden yapılmaktadır? Bu konudaki görüşleriniz neler?

- **Tasarruf ve Birikim Soruları**

Soru 1: Gündelik hayatınızda kendinizi tasarruflu birisi olarak adlandırır mısınız? Hangi konular da tasarruf yaparsınız?

Soru 2: Size göre köyde ya da kentte tasarruf kolay bir şekilde yapılmakta mıdır? Neden?

Soru 3: Size göre tutumlu olmak ne demek? Neden tutumlu olunmalıdır? Neler yapılmalı?

Soru 4: Birikimlerinizi nasıl ve hangi araçlarla yapıyorsunuz?

Soru 5: Banka kullanıyor musunuz? **Kullanıyorsanız;** döviz, faiz, vadeli mevduat, kur korumalı mevduat, altın, kripto para (sanal dijital para) vb. hangi yatırım araçlarını tercih ediyorsunuz? **Kullanmıyorsanız;** nasıl tasarruf ve birikim yapıyorsunuz? Hangi araçlarla sağlıyorsunuz? Neden birikim yapma ihtiyacı hissediyorsunuz?

Soru 6: Size göre köyde ya da kentte birikim yapılması kolay mıdır? Neden?

Soru 7: Geri dönüşüm sizce ne demektir? Size göre gerekli midir? Neden?

YARI YAPILANDIRILMIŞ SORU FORMU

(KIRSAL)

Sosyo-Demografik Sorular

1. Yaşınız nedir?
2. Cinsiyetiniz nedir?.....
3. Medeni durumunuz nedir?.....
4. Eğitim düzeyiniz nedir?
5. Mesleğiniz nedir?.....
6. Aylık gelir düzeyiniz nedir?.....
7. Aylık gider harcamalarınız ne kadar?
8. Oturduğunuz konutun mülkiyet durumu nasıl? (Ev sahibi, kiracı, Aile/yakınının evi (kira ödemiyor, Lojman, diğer) Başka konut sahipliğiniz var mı? Varsa kaç tane? Hangi amaç için aldınız?.....
9. Kendinize ait otomobiliniz/aracınız/traktörünüz var mı? Varsa kaç tane? Hangi amaç için aldınız/kullanıyorsunuz?.....
10. Hayvanınız var mı? Varsa kaç tane büyükbaş kaç tane küçükbaş?.....
11. Bahçeniz ya da tarlanız var mı? Kaç dönüm? Bu arazilerde neler yetiştiriyorsunuz?
12. Alışverişlerinizi daha çok nereden yapıyorsunuz?.....
13. Evinizde ve telefonunuzda internetiniz var mı?.....
14. Alışveriş yapmak için interneti kullanıyor musunuz?.....
15. Alışveriş uygulamalarını indirdiniz mi?.....

16. Alışveriş yapmak için kente gidiyor musunuz? Ne sıklıkta gidiyorsunuz?

.....

• **İsraf Genel Soru**

Soru 1: İsraf sizin için ne ifade etmektedir? İsrafı tanımlayacak olsanız nasıl tanımlar ya da açıklardınız? Neden?

Soru2: Size göre (tüketimin) harcamaların bir sınırı olmalı mıdır? Neden?

Soru 3: Sizce siz istemeden/isteyerek de olsa israf yapıyor musunuz? Hangi harcamalarınızı israf olarak görüyorsunuz? Neden?

Soru 4: Ailenizde israf davranışını en çok kim gerçekleştirmektedir? Neden israf yaptığını düşünüyorsunuz?

Soru 5: Size göre israf köylerde mi yoksa kentlerde mi daha fazla yapılmaktadır? Nedeni sizce ne olabilir?

• **Gıda İsrafı Soruları**

Soru 1: Sizin için gıda tüketimi temel/öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?

Soru 2: Gıda harcamalarınıza aylık ne kadar bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?

Soru 3: Evde kış için hazırlık yaptığınız gıda ürünleri var mı? Varsa nelerdir?

Soru 4: Bahçede ya da tarlanızda kendi tüketiminiz için hangi sebze ve meyveleri yetiştiriyorsunuz?

Soru 5: Gıda alışverişinizi nerelerden yapıyorsunuz? (*Pazar/çarşı, alışveriş merkezi, mağazalar, internet uygulamaları vb.*) Neden? Gıda alışverişlerinizde indirimleri takip ediyor musunuz?

Soru 6: En son yaptığınız gıda alışverişiniz de nelere dikkat ederek ürünler satın aldınız? Bir gıda ürünü satın alma kararını neye göre belirliyorsunuz?

Soru 7: Gıda alışverişlerinizde önceliğiniz hangi ürünler olmaktadır? En çok harcama yaptığınız gıda türleri genellikle hangileri oluyor? Neden en çok bu gıda türlerinde harcama yapıyorsunuz?

Soru 8: İhtiyacınız dışında bir gıda ürünü (yiyecek-içecek) satın alıyor musunuz? Alıyor iseniz bu hangi tür gıdalar oluyor? Neden satın alma isteği duyuyorsunuz? Bunları daha çok kimin için alıyorsunuz?

Soru 9: Evinizde tüketemediğiniz/artan gıdalarınızı değerlendiriyor musunuz? Değerlendiriyorsanız nasıl yapıyorsunuz? Örneğin; bayat ekmeklerinizi/artık yemeklerinizi ne yapıyorsunuz?

Soru 10: Gıda alışverişlerinde son kullanma tarihine bakıyor musunuz? Hiç yemeden attığınız gıda ürünleri oluyor mu?

Soru 11: Sizce artan gıdaların değerlendirilmesi nasıl olmalıdır? Size göre gıda israfı ne anlama geliyor?

Soru 12: Size göre köyde ya da kentte gıda israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise sizce sebepleri neler olabilir?

• Giyim İsrafı Soruları

Soru 1: Sizin için giyim harcaması temel/ öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?

Soru2: Giyim harcamalarınız için kendinize aylık ne kadar bir bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?

Soru 3: Giyim için ürünlerinizi genellikle nereden/nerelerden tedarik ediyorsunuz? En çok tercih ettiğiniz yer neresi? *(Pazar/çarşı, alışveriş merkezi, mağazalar, internet uygulamaları vb.)* Neden? İndirimleri takip ediyor musunuz?

Soru 4: Giyim için harcama yapmak sizin için önemli midir? Bu yönde yaptığınız harcamaları nasıl değerlendirirsiniz?

Soru 5: En son yaptığınız giyim alışverişiniz de nelere dikkat ederek ürünler satın aldınız? Bir giyim ürünü satın alma kararını neye göre belirliyorsunuz? Örneğin; en son yaptığınız giyim harcamasını ne için ve hangi amaçla yapmıştınız?

Soru 6: Sürekli tekrar eden bir giyim alışveriş düzeniniz var mı? Hangi sıklıkla kendinize kıyafet alırsınız?

Soru 7: Giyim alışverişlerinizde önceliğiniz hangi ürünler olmaktadır? En çok harcama yaptığınız giyim türleri genellikle hangileri oluyor? Neden en çok bu giyim türlerinde harcama yapıyorsunuz? Neden alma isteği duyuyorsunuz?

Soru 8: Satın aldığınız giyim ürününü kullanma süreniz genellikle ne kadar sürüyor? Satın aldığınız bir giyim ürününü ortalama kaç kez giyersiniz? Örneğin; Bir yere giderken bir kere giydiğiniz sonrasinda tekrar giyer misiniz? Bir süre önce alıp da hiç giymediğiniz bir giysi var mı?

Soru 9: Evinizde artık giymediğiniz/eskiyen/beğenmediğiniz/uymayan giyim eşyalarınızı ne yapıyorsunuz, geri dönüşümleri konusunda hangi faaliyetleri uyguluyorsunuz? Örneğin; Bir kıyafetiniz yıprandığında/yırtıldığında/kullanılamayacak hale geldiğinde onu geri dönüştürmek adına neler yapasınız?

Soru 10: Size göre köyde ya da kentte giyim israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise sizce sebepleri neler olabilir?

• Dijital İsrar Soruları

Soru 1: Sizin için dijital/teknolojik cihazların satın alınması temel/ öncelikli bir ihtiyaç mı? Neden önemli / değil?

Soru 2: Teknolojik/dijital cihazları (*televizyon, telefon, elektronik ev eşyaları vb.*) satın almak için kendinize ne kadar bir bütçe ayırıyorsunuz / harcıyorsunuz?

Soru 3: Teknolojik/dijital cihazları genellikle nereden/nerelerden tedarik ediyorsunuz? En çok tercih ettiğiniz yer neresi? (*Pazar/çarşı, alışveriş merkezi, mağazalar, internet uygulamaları vb.*) Neden? İndirimleri takip ediyor musunuz?

Soru 4: Teknolojik cihazlar için harcama yapmak sizin için önemli midir? Bu yönde yaptığınız harcamaları nasıl değerlendirirsiniz?

Soru 5: En son aldığınız teknolojik aygıt/cihaz neydi? Ne için almıştınız? Nelere dikkat ederek ürün(ler) satın aldınız? (*Fiyat, performans, model, marka, ihtiyaç vb.*) Bir dijital ürünü satın alma kararını neye göre belirliyorsunuz?

Soru 6: Sürekli tekrar eden bir dijital/teknolojik cihazı/aygıtı/ürünü alışverişini düzeniniz var mı? Hangi sıklıkla kendinize/evinize bir dijital ürün alıyorsunuz? Niçin?

Soru 7: Dijital/teknolojik ürün alışverişlerinizde önceliğiniz genellikle hangi ürünler/marka olmaktadır? Neden?

Soru 8: İhtiyacınız dışında bir dijital ürün satın alıyor musunuz? Sizce neden alma isteği duyuyorsunuz?

Soru 9: Satın aldığınız dijital ürünün kullanım süresi/ömrü genellikle ne kadar oluyor? Kullandığınız dijital cihaza/ürüne sizce ne olmalı/olması gerekir ki yenisini almak istersiniz?

Soru 10: Satın aldığınız dijital ürünlerle ne sıklıkla vakit geçiriyor/kullanıyorsunuz? Kullanım amacınız genellikle ne için oluyor?

Soru 11: Evinizde artık kullanmadığınız/eskiyen/beğenmediğiniz/uymayan dijital eşyalarınızı ne yapıyorsunuz, nasıl bir değerlendirme sürecine giriyorsunuz? Örneğin; yerine yenisini mi almayı tercih edersiniz yoksa onu yaptırabilme imkânınız var ise tamir ettirmeyi mi?

Soru 12: Dijital cihazlarınızda ihtiyacınız dışında belge/dosya/uygulamaindiriyor musunuz? İndiriyorsanız sonrasında bu verileri cihazınızdan siliyor musunuz? Neden?

Soru 13: Telefonunuza gelen mesajları/aramaları/e-postaları/bildirimleri sonrasında siliyor musunuz? Neden?

Soru 14:Sizin için önemli olan dijital verilerinizi (fotoğraflarınızı, videolarınızı, kişisel dosyalarınızı) nasıl saklamayı/korumayı tercih ediyorsunuz? (*flash bellek, e-mail, cd, bulut depolama, drive vs.*)

Soru 15: Dijital cihazlarınızın ömrünü uzatmak için herhangi bir şey yapıyor musunuz? Düzenli olarak güncelleme/format yaptırıyor musunuz? Neden?

Soru 16:Dijital cihazlarınızı enerji tasarrufu modunda (düşük güç modu vb.) kullanıyor musunuz?

Soru 17: Size göre köyde ya da kentte dijital israf yapılıyor mu? Yapılıyor ise sizce sebepleri neler olabilir?

- **Su İsrafı Soruları**

Soru 1: Su ihtiyacınızı nereden karşılıyorsunuz (Çeşme, damacana, su arıtma cihazı, kaynak suyu, vb.)

Soru 2: Sizin için su tüketimi temel bir ihtiyaç mıdır? Su sizce önemli midir? Neden?

Soru 3: Evsel su tüketiminize dikkat ediyor musunuz?(*Diş fırçalama, yüz yıkama, kişisel bakım, meyve sebze yıkama suyu, bulaşık suyu vb.*)Ediyorsanız nelere, nasıl dikkat ediyorsunuz? Hangi tutum ve davranışlarda bulunuyorsunuz?

Soru 4:Su tüketiminiz de hangi faktörler etkili oluyor? Nelere dikkat ediyorsunuz? Örneğin; suyu kullanmak istemenizdeki nedenler genellikle neler oluyor/neden kaynaklanıyor?

Soru 5: Temizlik yaparken (ev temizliği / halı yıkama) su kullanımına dikkat eder misiniz? Hangi davranışlarda ve tutumlarda bulunuyorsunuz?

Soru 6: Bulaşık yıkama alışkanlığınız nasıl gerçekleşmektedir? Eliniz ile mi yoksa bulaşık makinesiyle yıkamayı daha çok tercih ediyorsunuz? Eliniz ile yıkıyorsanız su tüketimine dikkat ederek mi yıkıyorsunuz?

Soru 7: Bahçeniz (varsa) haftada kaç kez sulama yapıyorsunuz? Günün hangi aralığında suluyorsunuz? Sulama yaparken su tüketimine dikkat eder misiniz?

Soru 8: Sızdıran su musluklarınız var/oldu mu? Bunların değişimi için nasıl davranırsınız/davrandınız? Musluklarınızda tasarruf özellikli başlık kullanıyor musunuz?

Soru 9: Haftada kaç kez duş alıyorsunuz?Banyo ya da duş alırken su kullanımına dikkat ediyor musunuz? Kendinize belirlediğiniz bir süre var mı ve bu süre zarfında suyu nasıl kullanıyorsunuz?

Soru 10: Aracınız var ise temizliğini/yıkamasını siz mi yapıyorsunuz? Siz yapıyor iseniz nasıl bir süreç ile gerçekleştiriyorsunuz?

Soru 11: Size göre siz, bilinçli su tüketimi gerçekleştiriyor musunuz? Gerçekleştiriyorsanız/gerçekleştirmiyorsanız neden?

Soru 12: Son dönemde Türkiye’ de yaşanan kuraklık ve su barajlarının seviyesinin azalması ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Bu anlamda sizce hangi tedbirler alınmalıdır?

Soru 13: Su kullanımınız da değiştirmek istediğiniz alışkanlıklarınız var mı? Neden değiştirmek istersiniz/istemezsiniz?

Soru 14: Size göre köyde ya da kentte su israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise neden yapılmaktadır? Bu konudaki görüşleriniz neler?

- **Enerji İsrafi Soruları**

Soru 1: Nasıl ısıniyorsunuz? Doğal gazınız var mı? Alternatif ısıtma araçlarından yararlanıyor musunuz? Yararlanıyor iseniz bunlar neler? *(Isı pompaları, kombi sistemleri, yerden ısıtma, soba, ısıtıcı, şömine, güneş enerjisi ve rüzgâr enerjisi vb.)*

Soru 2: Elektrikli ev aletlerinizi kullanırken *(TV, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, ütü, elektrik süpürgesi, saç kurutma makinesi vb.)* kullanım süreniz ne kadar oluyor? Bu aletleri kullanmak için belli bir zaman dilimi olmasına dikkat ediyor musunuz? (Örneğin, akşam 10'dan sonra daha az fatura gelmesi gibi)

Soru 3: Elektrikli ev aletlerinizi kullanırken *(TV, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, ütü, elektrik süpürgesi, saç kurutma makinesi vb.)* ne sıklıkla kullanıyorsunuz? Kullanım amacınız genellikle ne için oluyor? *Örneğin; birkaç parça çamaşır/bulaşık için makine çalıştırıyor musunuz?*

Soru 4: Evinizde/çevrenizde aydınlatma sistemlerini ihtiyacınız dışında kullandığınız oldu mu / oluyor mu? Gereksiz/boş yere açık bıraktığınız oluyor mu?

Soru 5: Herhangi bir elektrikli cihaz alırken *(ütü, bulaşık makinesi, tost makinesi, elektrikli süpürge, buzdolabı, televizyon, hoparlör, klima, kombi, küçük ev aletleri vb.)* elektrik tasarrufu yapma özelliğine dikkat ediyor musunuz?

Soru 6: Gece uyurken herhangi bir aydınlatma kullanıyor musunuz?

Soru 7: Türkiye'de kış saati uygulamasının kalkmasının elektrik israfını engellediğini düşünüyor musunuz?

Soru 8: Evinizde/çevrenizde güneş enerji sistemi kullanıyor musunuz? Kullanıyor iseniz hangi amaçla taktırdınız? Sizce gerekli mi? Neden?

Soru 9: Size göre evinizde/çevrenizde elektrik kullanımınıza dikkat ediyor musunuz? Neden etmiyorsunuz/ediyorsunuz?

Soru 10: Size göre köyde ya da kentte enerji israfı yapılıyor mu? Yapılıyor ise neden yapılmaktadır? Bu konudaki görüşleriniz neler?

- **Tasarruf ve Birikim Soruları**

Soru 1: Gündelik hayatınızda kendinizi tasarruflu birisi olarak adlandırır mısınız? Hangi konular da tasarruf yaparsınız?

Soru 2: Size göre köyde ya da kentte tasarruf kolay bir şekilde yapılmakta mıdır? Neden?

Soru 3: Size göre tutumlu olmak ne demek? Neden tutumlu olunmalıdır? Neler yapılmalı?

Soru 4:Birikimlerinizi nasıl ve hangi araçlarla yapıyorsunuz?

Soru 5: Banka kullanıyor musunuz? **Kullanıyorsanız;***döviz, faiz, vadeli mevduat, kur korumalı mevduat, altın, kripto para (sanal dijital para) vb. hangi yatırım araçlarını tercih ediyorsunuz?***Kullanmıyorsanız;** nasıl tasarruf ve birikim yapıyorsunuz? Hangi araçlarla sağlıyorsunuz? Neden birikim yapma ihtiyacı hissediyorsunuz?

Soru 6: Size göre köyde ya da kentte birikim yapılması kolay mıdır? Neden?

Soru 7: Geri dönüşüm sizce ne demektir? Size göre gerekli midir? Neden?



EK 4. FOTOĞRAFLAR

- Kırsal Saha Fotoğrafları



Emreler Köyü



Taşkın Erken Uyarı Sistemi / Emreler Köyü



Kırsal Sahada Bir Katılımcının Bahçesi



Demirciözü Mahallesi Girişi



Kırsal Sahada Bir Katılımcının Hanesi



Görüşmelerde İkram Edilen Yöresel Yemek / Etli Ekmek



Demirciözü Mahallesi Konağı / Eski İlkokul

• **Kır Sahasında Yer Alan Katılımcılar**





• Kent Sahasında Yer Alan Katılımcılar



