

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ BİLİM DALI

**SOSYAL SERMAYE KURAMI ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE’DE ÖZEL
SEKTÖRÜN KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARI**

Doktora Tezi

İKBAL BEGÜM KÖSEMEN

İstanbul, 2010

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ BİLİM DALI

**SOSYAL SERMAYE KURAMI ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE’DE ÖZEL
SEKTÖRÜN KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARI**

Doktora Tezi

İKBAL BEGÜM KÖSEMEN

Danışman: PROF. DR. RONA TURANLI

İstanbul, 2010

Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

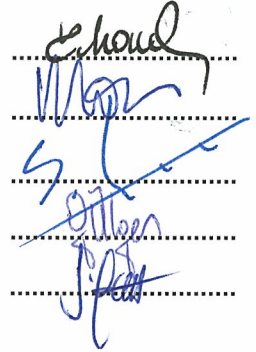
İKTİSAT Anabilim Dalı İKTİSAT TEORİSİ Bilim Dalı Doktora öğrencisi
İKBAL BEGÜM KÖSEMEN nın SOSYAL SERMAYE KURAMI
ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DE ÖZEL SEKTÖRÜN KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARI
adlı tez çalışması ,Enstitümüz Yönetim Kurulunun 19.07.2010 tarih ve 2010-14/20 sayılı
kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Doktora Tezi olarak kabul
edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 05.../10/...2010..

- 1) Tez Danışmanı : PROF. DR. RONA TURANLI
2) Jüri Üyesi : PROF. DR. ORHAN SEZGİN
3) Jüri Üyesi : PROF. DR. SELAHATTİN GÜRİŞ
4) Jüri Üyesi : PROF.DR.GÜLDEN ÜLGİN
5) Jüri Üyesi : DOÇ.DR.SERDAR ONGAN



İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
ÖNSÖZ.....	VI
TABLO LİSTESİ.....	VIII
KISALTMALAR.....	X
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SERMAYE KURAMI İLE KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARININ BİR AÇIKLAMASI

I.	SOSYAL SERMAYE KURAMININ GELİŞİM SÜRECİ.....	8
A.	SOSYAL SERMAYE KAVRAMI VE TANIMLARI.....	11
1.	SOSYAL SERMAYENİN ÇEŞİTLİ TANIMLARI.....	12
2.	SOSYAL SERMAYENİN KLASİKLERİ: BOURDIEU, PUTNAM VE COLEMAN.....	20
a.	PIERRE BOURDIEU VE SOSYAL SERMAYE.....	20
b.	ROBERT PUTNAM VE SOSYAL SERMAYE.....	24
c.	JAMES S. COLEMAN VE SOSYAL SERMAYE.....	26
3.	SOSYAL SERMAYENİN KLASİKLERİNDEN GENEL BİR TANIMA GEÇİŞ.....	28
4.	SOSYAL SERMAYE İLE KÜLTÜREL SERMAYE İLİŞKİSİ.....	34
II.	SOSYAL SERMAYE AÇISINDAN KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARI.....	39
A.	KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARI ARACILIĞIYLA SOSYAL FAYDA YARATMAK YA DA KÜLTÜREL VE SEMBOLİK SERMAYE İLE GELİŞEN SOSYAL SERMAYE.....	40
1.	KÜLTÜR VE SANAT ÜRETİCİSİ İLE SOSYAL SERMAYE İLİŞKİSİ.....	40
2.	KÜLTÜR VE SANAT TÜKETİCİSİ İLE SOSYAL SERMAYE İLİŞKİSİ.....	43
3.	KÜLTÜR VE SANAT PİYASASINA YATIRIM İLE SOSYAL SERMAYE İLİŞKİSİ.....	44
a.	SANAT YATIRIMLARININ SEMBOLİK, KÜLTÜREL VE SOSYAL DEĞERİ.....	45
b.	SOSYAL SERMAYE ARACILIĞIYLA SEMBOLİK VE KÜLTÜREL SERMAYENİN EKONOMİK SERMAYEYE DÖNÜŞMESİ.....	51

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE UYGULANAN İKTİSAT POLİTİKALARI İLE KÜLTÜR VE SANAT POLİTİKALARININ ETKİLEŞİMİ (1923 – 1980)

I.	1923 – 1950 DÖNEMİ POLİTİKALARI: “MİLLİLİK” VURGUSU.....	54
A.	1923 – 1950 İKTİSAT POLİTİKALARI: DEVLET GÜDÜMLÜ SANAYİLEŞME AMACI.....	54

B.	1923 – 1950 KÜLTÜR VE SANAT POLİTİKALARI: BÜTÜNCÜL VE DEVLET GÜDÜMLÜ MİLLİ KÜLTÜR.....	67
II.	1950 – 1980 DÖNEMİ POLİTİKALARI: ÖZEL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZENDİRİLMESİ.....	78
A.	1950 – 1980 İKTİSAT POLİTİKALARI: SANAYİ BURJUVAZİSİNİN OLUŞTURULMA SÜRECİ.....	79
1.	1950 – 1960 DÖNEMİ: TİCARİ BURJUVAZİNİN OLUŞUM SÜRECİ.....	79
2.	1960 – 1970 DÖNEMİ: TİCARİ BURJUVAZİDEN SANAYİ BURJUVAZİSİNE GEÇİŞ.....	84
3.	1970 – 1980 DÖNEMİ: SANAYİDE TEKELLEŞMELER.....	88
B.	1950 – 1980 KÜLTÜR VE SANAT POLİTİKALARI: ÖZEL SEKTÖRÜN KÜLTÜR VE SANAT ALANINA GEÇİŞ SÜRECİ.....	91

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

1980 SONRASINDA ÖZELLEŞTİRME UYGULAMALARININ KÜLTÜR VE SANAT POLİTİKALARINA YANSIMASI

I.	1980 SONRASININ İKTİSAT POLİTİKALARI.....	101
A.	24 OCAK KARARLARI.....	105
1.	GENEL GÖRÜNÜM.....	105
2.	İHRACATA YÖNELİK KALKINMA MODELİ.....	106
3.	İTHALATTA LIBERAL EĞİLİMLER.....	108
4.	SAĞLANAN TEŞVİKLER.....	109
B.	1980 SONRASI İKTİSAT POLİTİKALARI.....	112
II.	KÜLTÜR VE SANATTA 1980 SONRASI.....	115
A.	DEVLETİN KÜLTÜR VE SANAT ALANINDAKİ ROLÜ.....	117
B.	ÖZEL SEKTÖRÜN KÜLTÜR VE SANAT ALANINDAKİ ARTAN GÖRÜNÜRLÜĞÜ.....	124
1.	VAKIFLAR KANALIYLA FİLANTROPİ FAALİYETLERİ.....	128
a.	ARMAĞANDAN BAĞIŞA: VERME EDİMİ HALLER.....	130
b.	VAKIF GELENEĞİ VE İŞLEVLERİ.....	134
(1)	VAKIFLAR MEVZUATI.....	137
(2)	VAKIFLARA YÖNELİK VERGİ MUAFİYETLERİ VE İSTİSNALARI.....	138
2.	FİRMALAR KANALIYLA FİLANTROPİ FAALİYETLERİ.....	145
a.	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK.....	147
(1)	KURUMLARIN SOSYAL SORUMLULUĞU VAR MIDIR?.....	149
(a)	KLASİK SOSYAL SORUMLULUK VE MODERN SOSYAL SORUMLULUK.....	150
(b)	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKTAN KURUMSAL VATANDAŞLIĞA.....	156
(c)	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE KURUMSAL FİLANTROPİ.....	159
(d)	KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ (KİS) KAPSAMINDA SOSYAL SORUMLULUK.....	162
3.	KURUMLARIN SPONSORLUK FAALİYETLERİ.....	168
a.	SPONSORLUKLA DİĞER İLETİŞİM ARAÇLARININ İLİŞKİSİ.....	170
b.	FAALİYETİN KONUSUNA GÖRE SPONSORLUK TÜRLERİ.....	173

(1) SPOR SPONSORLUĞU.....	174
(2) SOSYAL SPONSORLUK VE KARŞILIKLI YARAR ODAKLI SPONSORLUK.....	175
(3) KÜLTÜR VE SANAT SPONSORLUĞU.....	177
(a) KÜLTÜR VE SANATTA SPONSORLUĞA İLİŞKİN GELİŞMELER.....	178
(b) KÜLTÜR VE SANAT SPONSORLUĞUNUN AVANTAJLARI.....	182
(c) TÜRKİYE'DEKİ KÜLTÜR VE SANAT SPONSORLUĞU MEVZUATINA İLİŞKİN GELİŞMELER VE KÜLTÜR YATIRIMLARI VE GİRİŞİMLERİNİ TEŞVİK KANUNU.....	184

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE KÜLTÜR VE SANATA YATIRIM YAPAN BAŞLICA ÖZEL KURUMLARLA YAPILAN GÖRÜŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

I. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	190
II. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	191
A. KÜLTÜR VE SANAT ALANINA GİRİŞ VE ALANDA YOĞUNLAŞMA ZAMANI.....	191
B. BU ALANDA YATIRIM YAPMA KARARINDA BELİRLEYİCİ OLAN ETMENLER.....	193
C. KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARINA BÜTÇEDE AYRILAN PAY VE BU PAYIN BELİRLENMESİNDEKİ ÖLÇÜTLER.....	194
D. KÜLTÜR VE SANATIN YATIRIM YAPILAN ALANLARI.....	195
E. YATIRIMLARIN FİNANSMANI VE TEŞVİK KANUNU HAKKINDA.....	200
F. YATIRIMLARIN GERİ DÖNÜŞLERİ.....	201
G. KÜLTÜR VE SANAT ALANINA YATIRIM YAPAN DİĞER KURUMLAR HAKKINDAKİ YORUMLAR.....	202
H. DİĞER KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI VE ÖNCELİK SIRALAMALARI.....	203
İ. EKONOMİK KRİZLE KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARININ İLİŞKİSİ.....	205
J. KURUMLARIN KÜLTÜR VE SANATA YATIRIMLAR KONUSUNDA 2010 YILI VE UZUN VADELİ HEDEFLERİ.....	206

SONUÇ.....	212
EKLER.....	223
KAYNAKÇA.....	289

ÖZET

Özellikle 1980'den sonra uygulanmaya başlayan özelleştirme uygulamaları ile Türkiye'de özel sektörün görünürlüğü ve etkisi artmış, yatırımları çeşitlenmeye başlamıştır. Bu doğrultuda kültür ve sanat alanı, özel sektörün yeni yatırım alanı haline gelmiştir. Kültür alanının ve sanatın itibar sağlayan, marka değerini ve bilinirliğini artıran araçlar olması dışında; ekonomik çıkarın algılanmasını asgariye indiren ve sosyal sermaye kuramı ile açıklanabilen bir rolü de vardır. Kültür ve sanat alanına yaptıkları yatırımlarla kültürü dönüştürme erkini ellerinde tutan girişimciler, bu yolla ekonomik güçlerini de meşrulaştırmış olmaktadır. Metalaşan sanat ve bir endüstri haline gelen kültür, artık Türkiye'de de kapitalist üretim ilişkilerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

ABSTRACT

THE TURKISH PRIVATE SECTOR'S INVESTMENTS IN CULTURE AND ARTS IN LIGHT OF THE THEORY OF SOCIAL CAPITAL

The visibility and social influence of the Turkish private sector has increased. It's investments have diversified, especially following a series of privatizations which took place in the 1980s. In corollation, the field of culture and the arts became an area of investment. These investments, which can be considered instruments for prestige, brand value and awareness, also play a role in minimizing the perception of direct economic interest and therefore can be interpreted in light of the theory of social capital. Thus, entrepreneurs who tend to apprehend power to transform the realm of culture through their investments are by the same token legitimizing their economic power. Commodified arts and industrialized culture have since become an integral part of the capitalist relations of production.

ÖNSÖZ

“Sosyal Sermaye Kuramı Çerçevesinde Türkiye’de Özel Sektörün Kültür ve Sanat Yatırımları” adlı bu araştırma, Türkiye’de 1980’lerden itibaren iktisat politikalarına damgasını vuran özelleştirme uygulamalarının, kültür ve sanat alanına nasıl yansıdığına dikkat çekmek amacını taşımaktadır. Kültür ve sanata yatırım yaparak kültürü dönüştürme erkine sahip olmaya başlayan özel sektör girişimcileri bu yatırımlarının genellikle ekonomik kârlılık amacından bağımsızmış gibi görmekte; bu yatırımlarını filantropist güdülerle, kurumsal sosyal sorumlulukları dahilinde açıklama ihtiyacı hissetmektedirler. Girişimcilerin söz konusu yatırımlarını ekonomik çıkarı yadsıyan bakış açısıyla değerlendirmeleri, bu araştırmanın sosyal sermaye kuramı çerçevesinde ele alınmasının asıl sebebini oluşturmaktadır.

Özellikle 2000’lerin başlarından itibaren bu alandaki yatırımların artması ve çeşitlenmesi, bu girişimcilerin kendi öz faaliyetleri dışında kültür ve sanat alanındaki yatırımlarında da birbirleriyle olan rekabetlerinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Sanatın liyakatli, saygın, değer kazandıran bir araç olması ve itibara katkı sağlaması, sanatın ve kültürün kurumsallaşmasına neden olmuştur. Böylelikle bir yandan kendilerine yönelik tepkileri azaltmanın bir yolunu bulan, diğer yandan da “topluma katkı” sağlayarak, kurum tanıtımlarını ve marka bilinirliklerini artıran kapitalist üretim birimleri için, kültür ve sanat son derece meşrulaştırıcı ve ayrıcalıklı bir işleve sahip olmuştur.

Araştırmanın oluşturulması sürecinde, araştırma konusunun gerek disiplinlerarası oluşu, gerek yukarıda değinilen işlevsel rasyonelliğinden ötürü eleştirilerden uzak tutuluşu bakımlarından ve gerekse Türkiye’de çok yeni oluşmaya başlayan bir alana işaret etmesi açısından çeşitli güçlüklerle karşılaşılıymışsa da, bu süreçte beni destekleyen, benden yardımlarını esirgemeyen bazı kişilere teşekkür borçluyum.

Öncelikle, böyle yeni ve dinamik bir araştırma konusu üzerinde çalışmamı destekleyen değerli hocam ve danışmanım Prof. Dr. Rona Turanlı’ya ve tüm tez jüri üyesi hocalarıma teşekkür ederim.

Son derece yoğun iş tempoları içinde benimle görüşmek ya da sorularımı cevaplamak için zaman ayıran Akbank Genel Müdür Yardımcısı Hayri Çulhacı’ya, Borusan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Kocabıyık’a, Eczacıbaşı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı’na, Doğan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Arzuhan Doğan

Yalçındağ'a, Efes Pilsen Genel Müdürü Tuğrul Ağırbaş'a, Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere'ye, İş Bankası Kurumsal İletişim Müdürü Suat Sözen'e, Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı'ya, Turkcell Kurumsal Sosyal Sorumluluklar ve Sponsorluklar Müdürü Aslı Ünlü'ye, Ülker Kurumsal İletişim Genel Müdürü Zuhal Şeker'e, Vehbi Koç Vakfı Genel Müdürü Erdal Yıldırım'a, Yapı Kredi Bankası Genel Müdürü Faik Açıkalın'a, İKSV Genel Müdürü Görgün Taner'e ve emeği geçen kurum çalışanlarına yardımlarından dolayı şükranlarımı sunuyorum.

Doç. Dr. Serhan Ada, araştırmanın birçok aşamasında fikirleriyle ve katkılarıyla yanımda olmuştur. Sorularımı hiç yanıtsız bırakmadığı ve beni yüreklendirdiği için ona çok teşekkür borçluyum.

Heyecanımın her aşamasına tanık ve ortak olan sevgili meslektaş arkadaşlarım Arş. Gör. Dr. Özgün Biçer'e ve Arş. Gör. Hatice Aztimur'a destekleri ve dostlukları için teşekkür ediyorum.

Sevgili arkadaşım Vuslat Yıldız'a, emeği için sonsuz müteşekkirim.

Son olarak ise, bu sürecin tüm aşamalarında büyük bir sabır ve özveriyle benim yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen aileme teşekkürlerimi sunuyorum. Bazen sözlere bile gerek kalmadan, onların gözlerinden gördüğüm o inanç olmasaydı, bu çalışmayı bitiremezdim.

TABLO LİSTESİ

Sayfa No:

Tablo 1	:	Sosyal Sermayenin Çeşitli Tanımları.....	13
Tablo 2	:	1923 - 1938 Döneminde Kültür ve Sanat Alanında Öne Çıkan Başlıca Gelişmeler.....	70
Tablo 3	:	1939 - 1950 Döneminde Kültür ve Sanat Alanında Öne Çıkan Başlıca Gelişmeler.....	75
Tablo 4	:	Teşebbüslerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı (1970).....	82
Tablo 5	:	İmalat Sanayisi Toplam Üretiminde Kamu Sektörü ve Özel Sektör Payları (%).....	86
Tablo 6	:	1950 - 1980 Dönemi Kültür ve Sanat Alanında Öne Çıkan Başlıca Gelişmeler.....	93
Tablo 7	:	Türkiye'nin Dış Ticaret Rakamları (1980-1989) (Milyon Dolar).....	108
Tablo 8	:	Kültür Bakanlığı'nın Ödenek ve Harcamaları (1980-2005) (Milyon TL).....	120
Tablo 9	:	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Karşıtı ve Yandaşı Görüşlerin Gerekçeleri.....	153
Tablo 10	:	Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Saylayacağı Faydalar.....	155
Tablo 11	:	Kurumsal Vatandaşlığın Aşamaları.....	158
Tablo 12	:	Sponsorluk ve Mesenlik Arasındaki Farklar.....	170
Tablo 13	:	Kurumların Kültür ve Sanat Yatırımlarının Başlangıç ve Yoğunlaşma Dönemleri.....	192
Tablo 14	:	Kurumların Kültür ve Sanat Yatırımlarının Bütçe Değerleri....	194
Tablo 15	:	Kültür ve Sanatta Yatırım Alanları.....	197
Tablo 16	:	Kurumların Kültür ve Sanat Alanında Yeni Yatırım Hedefleri.....	198
Tablo 17	:	Türkiye'deki Koleksiyonerler ve Sahip Oldukları Eser Sayıları.....	199
Tablo18	:	Kültür ve Sanat Yatırımlarının Etkileri.....	202

Tablo 19	:	Kurumların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları ve Öncelikleri.....	205
Tablo 20	:	Kültür ve Sanat Alanında 2010 Hedefleri.....	206

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AFD	Agence Française de Développement
AKMED	Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü
ANAP	Anavatan Partisi
AT	Avrupa Topluluğu
BM	Birleşmiş Milletler
BYKP	Beş Yıllık Kalkınma Planı
Bkz.(bkz)	Bakınız
CD	Compact Disc
CEMA	Council for the Encouragement of Music and the Arts
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
CSR	Corporate Social Responsibility
ÇUŞ	Çok Uluslu Şirket
DB	Dünya Bankası
DÇM	Dövize Çevrilebilir Mevduat
DP	Demokrat Parti
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DSO	Devlet Sanayi Ofisi
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
DTSSŞ	Dış Ticaret Sermaye Şirketleri
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GG	Garanti Galeri
GOÜ	Gelişmekte Olan Ülke
GSYH	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
IFC	International Finance Corporation
ILO	International Labour Organisation
IMF	International Monetary Fund
İK	İnsan Kaynakları
İKSV	İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı
İMKB	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası

KALDER	Türkiye Kalite Derneği
KB	Kültür Bakanlığı
KDV	Katma Değer Vergisi
KİS	Küresel İlkeler Sözleşmesi
KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsleri
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekte İşletme
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
KSSD	Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
MBK	Milli Birlik Komitesi
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MGK	Milli Güvenlik Kurulu
MKP	Milli Kalkınma Partisi
No.	Numara
OBM	Osmanlı Bankası Müzesi
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OYAK	Ordu Yardımlaşma Kurumu
ÖRAV	Öğretmen Akademisi Vakfı
ÖSGD	Özel Sektör Gönüllüleri Derneği
SB	Serbest Bölge
SCIG	Social Capital Interest Group
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
TAPDK	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TC	Türkiye Cumhuriyeti
TDK	Türk Dil Kurumu
TEDMER	Türkiye Etik Değerler Merkezi
TİSK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
TKYD	Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği
TL	Türk Lirası
TSKB	Türkiye Sanai Kredi Bankası
TSMB	Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası
TTK	Türk Tarih Kurumu
TÜRK-İŞ	Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu
TÜSEV	Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
t.y.	Tarih yok

UNDP	United Nations Development Programme
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization
VAKSA	Sabancı Vakfı
VCD	Video Compact Disc
VGM	Vakıflar Genel Müdürlüğü
VKV	Vehbi Koç Vakfı
vs.	Vesaire
vb.	Ve benzeri
WB	World Bank
WWF	World Wildlife Fund
YKB	Yapı Kredi Bankası
YKKS	Yapı Kredi Kültür Sanat
YKY	Yapı Kredi Yayınları
YTL	Yeni Türk Lirası
Yy.	Yüzyıl

GİRİŞ

Toplumların salt iktisadi gelişmişlik düzeyleri ile ifade edilmelerinin yeterli bulunmadığı bir döneme tanıklık etmek oldukça güçtür. Toplum, bireylerin arasındaki bağların ve bağıntıların toplamı olduğuna göre, iktisat biliminin de bireyler arasındaki bağıntıların bilimi olarak ele alınması gerekmektedir. Bu nedenle iktisadi verilerin; tarihi, sosyal, politik, hukuki, demografik, coğrafi ve kültürel verilerle birlikte değerlendirilmediği ve iktisat ile diğer bilim lerle arasındaki ilişkinin gözden kaçırıldığı araştırmalarda elde edilen bulgular eksik ve yetersiz kalacaktır.

Bir sosyal bilim olan iktisat bilimi disiplinlerarası bir bilim dalı olduğu için bireyi ve dolayısıyla toplumu ilgilendiren her türlü sorun, iktisadın konusu dahilinde görülmelidir. Bir ülkenin iktisadi verilerini yorumlamak; söz konusu ülkenin hangi kıtada yer aldığını, nasıl bir siyasi rejimle yönetildiği, nüfusunun kaç olduğu, bu nüfus içinde işgücüne katılan nüfusun ne olduğu, işgücüne katılan nüfus içindeki kadın - erkek oranının ne olduğu, ülkenin üretiminde başat olan sektörünün ne olduğu gibi soruların cevaplarını bildikten sonra hem daha kolaydır, hem de daha bütünlüklü bir bakış açısı sağlayacaktır. Ayrıca böylelikle yapılan analizler, benzer ve farklı yapıdaki ülkeler içinde görece bir konumlandırma sağlayacaktır.

Nasıl ki, 1950'lerden itibaren sosyoloji, hem siyaset biliminin hem de iktisadın alt dalları arasına girerek, siyaset sosyolojisi ve iktisat sosyolojisi dallarını oluşturduysa, günümüzdeki disiplinler arası yeni konumlandırmalar da gözden kaçırılmamalıdır. Niceliksiz niteliğin gerçekçi olmaması gibi, niteliksiz niceliğin de rasyonel olmadığı kabul edilerek, bu yeni oluşumlara dikkat edilmelidir.

Bu araştırmanın konusu ve kapsamı da böyle bir kaygının sonucu olarak oluşturulmuştur. Kültür ve sanat gibi iktisat biliminin çok dışındaymış gibi görünen iki önemli alanın, aslında hiç de iktisadi olandan bağımsız ele alınamayacağını vurgulamak amacı ön plandadır. Bu alanların birbirleriyle olan geçirgenlikleri artık tüm dünyada kabul edilen bir olgudur. Tam da bu nedenle, kültür ekonomisi ya da sanat ekonomisi gibi kavramlar – alt dallar- literatüre yerleşmektedir.

O halde, sosyal bilimlerin bu çok - disiplinliliğinin, en başta söz edilen güçlüğü'n nedenini oluşturduğu söylenebilir. İktisadi yorumlarda, kültürel ve sanatsal verilerin de yer aldığını gözden kaçırmamak ya da tersten bakılırsa; kültürel veya sanatsal anlamda gelişmeden söz edebilmek için iktisadi olarak gelişmişlik düzeyinin sağladığı dışsallığı

farketmek gerekir. Çünkü, çok açıkça ifade etmek gerekirse kültür bir endüstri haline gelmiştir.

Bu açıklamalar çerçevesinde araştırma yöntemi iki unsurla gerçekleştirilmiştir: Birincisi, konuya ilişkin literatür taraması ve ikincisi, konu çerçevesinde yapılan görüşmelerdir. İktisat ile kültür ve sanat alanları gibi, birbirinden çok farklı görülen iki alan arasındaki etkileşim ve bu etkileşimin nedenleri incelendiği için tarihsel bir dönemlendirme yapılarak, iki alanda yürütülen politikalar arasındaki benzerlikler ya da farklılıklar vurgulanmaya çalışılmıştır. Bir yandan Cumhuriyet'in kuruluşundan bu yana yürütülen iktisat politikaları araştırılırken; diğer yandan yakın Türkiye tarihindeki kültür ve sanat olayları derlenmeye çalışılmıştır. Ancak bu araştırma, bir sanat tarihi çalışması olmadığı için, tarihsel olarak kültür ve sanat olaylarını, dönüşümlerini ya da kurumlarını sadece Türk Sanat Tarihi'ne bakarak anlamlandırmak mümkün olmamıştır. Bu nedenle, dönemlendirme çalışmalarında özellikle arşivlerden sağlanan dönemin sanat dergileri ve gazetelerinden yararlanılmıştır. Tarihsel dönemlendirmeler, araştırmanın iki bölümünde yer almaktadır. Bunun dışında, literatür taraması sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilerek, dönemlendirmelerin yapıldığı bölümlerle ilişkileri vurgulanmıştır.

1980'den sonra özel kurumların Türkiye'de kültür ve sanat alanına girişiyle, yatırımcılar için bu alan oldukça saygın ve aynı zamanda rekabetçi bir hale gelmiştir. Bu anlamda, araştırma yönteminin ikinci unsuru olan, Türkiye'de bu girişimleri yürüten kurumların üst düzey yöneticileri ya da başkanlarıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler için öncelikle bu alandaki başlıca aktörler seçilmiştir: Koç Holding (Yapı Kredi Bankası ve Vehbi Koç Vakfı), Sabancı Holding (Akbank ve Hacı Ömer Sabancı Vakfı), Borusan Holding, Doğan Holding, Eczacıbaşı Grubu, İş Bankası, Ülker, Efes Pilsen, Garanti Bankası ve Turkcell. Kurumların farklı yapıları, araştırmanın yorumu açısından güçlükler yaratmış olsa da, farklı yapılar altında yürütülen faaliyetlerin çeşitliliği bakımından daha geniş bir bilgiye sahip olunmasını sağlamıştır. Bir diğer görüşme de İKSV genel müdürü ile gerçekleştirilmiştir. Dördüncü bölümde açıklanacağı üzere, diğer görüşmelerin ayrıca yorumlanmasını sağladığı için bu görüşme diğerleri ile aynı kategori altına alınmamıştır.

Bu görüşmeler için, kurum yöneticileri ya da başkanlarına yüz yüze görüşmelerde iletmek üzere on yedi soru hazırlanmıştır. Üç kurumun yöneticisi yüz yüze görüşmeyi kabul etmediği için, soruları kendileri cevaplayarak yollamışlardır. Bu anlamda toplam on üç görüşme yapılmıştır.

Bu araştırmanın kapsamını belirleyen ana konu, genel olarak iktisat bilimi ile kültür ve sanat alanları arasındaki ilişki çerçevesinde çizilmiştir. Türkiye'nin yakın tarihine bakılarak,

yürütülen iktisat politikaları ile kültür politikaları arasında bir etkileşimin olup olmadığı incelenmiş, aradaki paralelliklere dikkat çekilmiştir. Diğer konu ise, dünyada ve Türkiye’de iktisadi olduğu kadar siyasi, sosyal, hukuki, demografik vb. birçok unsuru etkileyen 1980 sonrası neoliberal politikalar ile şekillenen iktisat ile kültür ve sanat arasındaki ilişkiyi anlamak ve anlamlandırmak üzerine belirlenmiştir. Amaç; iktisat politikalarındaki özelleştirme uygulamaları ile değişen kültür ve sanat girişimcilerinin, Türkiye’deki kültür ve sanat alanının çehresini nasıl farklılaştırdıklarını göstermektir.

O halde araştırmanın kapsamını belirleyen iki gelişmeden söz edilebilir: Birincisi, Türkiye’de Cumhuriyet’in kurulmasından bu yana izlenen iktisat politikaları ile kültür ve sanat politikaları arasındaki güdümdür. İkincisi ise, 1980 itibarıyla özelleştirme uygulamalarının gündeme gelişiyle, kültür ve sanat alanında yaşanmaya başlanan dönüşümle, özel sektörün 1990’larla devreye girişi ve 2000’lerle bu alanın yönlendiricisi konumuna gelişi.

Bu gelişmeler sosyal sermaye kuramına dayandırılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Bunun nedeni ise, ekonomik amacın yadsınmasından ileri gelmektedir. Şöyle ki; bu alana yatırım yapan bu aktörler, bu yatırımlarını ekonomik (maddi, finans) sermaye ile ilişkilendirmemeyi tercih etmektedirler. Ekonomik sermaye olmayan diğer tüm sermaye türlerinin de (sembolik, kültürel, insani, entelektüel, siyasi, sosyal sermaye gibi) kökeninde, yine ekonomik sermayenin yer aldığı fikrinden hareketle, tüm yatırımların sonunda ekonomik bir kazanç sağlama amacıyla yapılmakta olduğu kabul edilmektedir. O halde ekonomik mikro üretim birimleri olan kurumların yöneticileri neden yatırımlarının sonunda ekonomik kazanç sağlama hedefleri olduğunu yadsımaktadırlar? Bunun nedenleri, tüm dünyada özellikle 1970’lerden sonra özel sektörde yer alan kurumların iktisadi büyüme hızlarındaki artışların yanında, gelir eşitsizliği, insan hakları ihlalleri, adaletsiz ücret politikaları gibi tepki toplayan uygulamalarda aranmalıdır.

Kapitalist üretim mantığına göre sektöre uğramaması gereken sermaye birikim sürecinde, kurumlar bu tepkileri fırsata dönüştürmenin yollarını aramaktadırlar. Sermayenin yeniden üretimi ise, farklı sermaye türlerini dönüştürme biçimlerine bağlıdır. İşte bu nedenle, sosyal sermaye kavramı önemlidir.

Araştırmanın birinci bölümü, sosyal sermaye kuramından yola çıkarak, kurumların kültür ve sanat yatırımlarını açıklamayı amaçlamaktadır. Sosyal sermaye kavramından, genel olarak, bireyler arasındaki bağlar ve bağlantılardan; ilişki ağlarını, toplulukları birbirine bağlayan ve bu ilişki ağları ve topluluklar arasındaki işbirliğini mümkün kılan güven, karşılıklık ve normlar anlaşılmalıdır. Kavramın tamamlayıcısı bir iktisadi terim olan sermaye olsa da; dayanışma, işbirliği, güven gibi iktisadi olmayan kavramlarla ilişkilendirildiği için,

kavram uluslararası politika uygulayıcılarının son zamanlardaki en önemli gündem maddelerinden biri haline gelmiştir. Modern piyasa mekanizmasının öne çıkardığı bireysellik, girişimcilik gibi kavramlar tepki toplarken; sosyal sermaye ilişki ağları, topluluklar arasındaki güven, dayanışma ve işbirliğinin değeri olduğu vurgusuyla bu tepkileri hafifletmektedir. Ancak yine vurgulanmalıdır ki, bu bağlar ekonomik amaçtan bağımsız değildir. Yani sosyal sermayenin ana unsurları olan güven, karşılıklılık ve normlarla kurulan ilişki ağları ekonomik bir amaç olmaksızın kurulmamaktadır.

Birinci bölümde, sosyal sermaye kavramının kültür ve sanat yatırımlarını anlamlandırmak üzere nasıl kullanıldığı konusu da ele alınmıştır. Kültür ve sanatı destekleme yoluyla yatırım yapma mevzusunun hiç de yeni bir gelişme olmadığına dikkat çekilerek, farkın bunun artık bir “kurum stratejisi” olarak sunulmasından ileri geldiğine işaret edilmektedir. Bunun için kültürel ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiden yararlanılmıştır. Burada amaç; ekonomik sermayenin yoğunlaştığı birimler olan büyük kurumların ve onların başkanları ya da yönetici konumundakilerin sahip oldukları kültürel ve sosyal sermayeyi ekonomik sermayeye dönüştürmek adına nasıl kullandıkları incelenmiştir. Söz konusu kurumların sahipleri, içinde oldukları sosyal ağları da (sosyal sermaye) kullanıp, kültür ve sanata yatırım (kültürel sermaye) yapmakta ve ardından beslenen kültürel sermaye ile yeni sosyal ağlar yaratmaktadırlar. Yani sosyal sermaye, ekonomik sermayeyi artırıcı bir çarpan mekanizması işlevi görmektedir.

İkinci bölümde, Türkiye’nin iktisat politikalarıyla kültür ve sanat politikaları arasındaki etkileşimler incelenmiştir. Bunun için, öncelikle 1923 – 1980 dönemi ele alınmış, Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte yaratılmaya çalışılan çağdaş Türkiye kimliği için kültürün ve sanatın ne anlama geldiğine dikkat çekilmiştir. Batı yönlü modernleşmenin çağdaşlaşma ve milliyetçilik anlamındaki iki hedefi doğrultusunda kültür ve sanata özel bir anlam atfedilmiştir. Hem homojen bir toplum yapısını sağlamak, hem de ulusal kalkınmayı gerçekleştirecek burjuvaziyi yaratmak için kültür ve sanatın işlevselleştirilmesi söz konusudur. 1923 – 1950 dönemi kültür politikalarının, tüm birimlerde çağdaşlaşmayı hedefleyen, diğer politikalarla uyumlu, bütüncül ve devlet güdümlü politikalar olduğu ifade edilebilir. Bunun bir yansıması olarak, milli sanatçı yaratma ideali de gündemdedir.

1950 – 1980 dönemini, bir önceki dönemden ayıran ise, bu zihniyetin değişmeye başlamasıdır. Önceki dönemde bir kamu hizmeti gibi algılanan kültür ve sanat politikalarında, kısmen de olsa devlet dışında bazı özel girişimler dikkat çekmektedir. Önceki döneme göre, kültür ve sanat politikalarında tasfiyeci, plancı bir anlayış hüküm sürmeye başlamıştır. 1980’lerden sonra çokça örneği görülecek olan sanayi ya da finans sektöründe yer alan girişimcilerin, kültür ve sanat alanlarına destek vermeye ya da kendi isimleriyle sanat

kurumları oluşturmaya başlamaları da yine aynı dönemlere denk gelmektedir. Bu oluşumlar, kùltùr ve sanat ile “tanınma”nın bireyleri olduğu kadar, toplumları da farklılaştırıcı yönünün keşfedilmesiyle ilintili bulunmuştur.

Araştırmanın üçüncü bölümünün amacı ise, 1980 sonrası iktisat alanında özelleştirme uygulamalarının kùltùr ve sanat politikalarına nasıl yansıdığının incelenmesidir. Kùltùr ve sanat alanında 1950’lerle ilk adımları atılan özel girişimlerin, 1980’den itibaren iktisadi alanda özel sektörün önünün açılmasıyla hızlandığı gözlemlenmiştir. Bu anlamda bir paralellikten söz edilebilir. Sanayi ve finans sektörleri girişimcileri, kùltùr ve sanat girişimcisi olarak Türkiye’nin kùltùr ve sanat alanını şekillendirmeye başlamışlardır. Üçüncü bölümde, bu arayışın nedenleri de incelenmiştir. Bu anlamda bir filantropi geleneğinden söz edilebilir. Vakıflar ve firmalar aracılığıyla yürütölen filantropi faaliyetleri, özel sektörün bu alandaki görönlüğüünü açıklamaktadır. Her iki kanalla yürütölen filantropi faaliyetlerinin, vakıflara ve firmalara vergi muafiyetleri, indirimleri sağlayacağı açıktır.

Vakıflar kanalıyla yürütölen filantropi faaliyetlerinde Türk Vakıflar Mevzuatı, firmalar kanalıyla yürütölen filantropi faaliyetlerinde ise firmaların “kurumsal sosyal sorumluluk”ları ve ardından kurumların sponsorluk faaliyetleri incelenmiştir. Bu bölümde son olarak, “Kùltùr Yatırımları ve Girişimleri Teşvik Kanunu” çerçevesinde, kùltùr yatırımcısı ve/ veya girişimcisi olma koşulları ve kanun kapsamında sağlanacak teşvik ve indirime tabi tutulacak faaliyet alanlarıyla günümüz kùltùr yatırımcıları arasındaki ilişki kurulmaya çalışılmıştır.

Son olarak, dördüncü bölümde ise Türkiye’de kùltùr ve sanata yatırım yapan başlıca özel kurumlarla yapılan görüşmelerin değerlendirilmesine yer verilmiştir. Bu bölüm tüm önceki bölümlerin yorumlanmasına imkan veren cevapların değerlendirildiği bölüm olarak ayrıca önemlidir. Yapılan görüşmeler çerçevesinde, Türkiye’de kùltùr ve sanat alanında yer alan mevcut girişimcilerin faaliyetlerini çeşitlendireceği ve ayrıca yeni girişimcilerin de bu alanda yatırım yapmaya başlayacakları ifade edilebilir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SERMAYE KURAMI İLE KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARININ BİR AÇIKLAMASI

Sosyal sermaye kavramı, özellikle son otuz yıldır, sosyal bilimlerin ve sosyal bilimcilerin gündemindedir. Akademik yazında, eğitimden sağlık haklarına, akrabalık ilişkilerinden ekonomik büyümeye kadar oldukça geniş bir alanda bu interdisipliner kavramdan yararlanılmaya başlanmıştır. Özetle, sosyal ağların da bir ekonomik değeri olabileceği fikrine dayanan sosyal sermaye, o halde diğer sermaye türleri gibi yatırım yapılabilecek, biriktirilebilecek bir sermaye türüdür.

Bu bölümün amacı, sosyal sermaye kavramının ne anlama geldiğini açıklayarak, daha sonraki bölümlerde görülecek olan Türkiye'deki kültür ve sanat yatırımlarını yürüten belli başlı aktörlerin, bu girişimlerinin sosyal sermayeye dayalı bir açıklamasını yapmaktır.

Sosyal sermaye kavramını anlamak için, öncelikle sermaye kavramının açıklanması faydalı olacaktır. Malların kullanım ve değişim değerleri doğrultusunda mübadele edildiği Marks'ın klasik sermaye kuramına göre, her yeni sermaye, mal, emek ya da para piyasasına başlangıçta para şeklinde çıkar. Para olarak para ile sermaye olarak para arasındaki ilk ayırdedici fark, dolaşım şekilleri arasındaki farktır¹. Mal dolaşımının dolaysız şekli olan $M - P - M$ malların paraya, ardından paranın tekrar mallara dönüşmesini temsil eder. Yani para, kullanım değeri olan bir mala dönüşür. Basit mal dolaşımında görüldüğü gibi, uçların ikisi de maldır. Ancak bu mallar nitel olarak farklı kullanım değerlerine sahip mallardır. Buradaki söz konusu para, malların değişimine aracılık etmektedir.

Satın almak için satmak anlamına gelen $P - M - P$ dolaşımı ise $P - M$ olan ilk aşamadan yani; satın almadan ve $M - P$ olan ikinci aşamadan yani; satıştan oluşur. Mala çevrilen para daha sonra tekrar paraya dönmektedir. Ancak burada para ile ifade edilen uçlar nitel olarak farklı değil, nicel olarak farklıdır. Yani aslında süreç $P - M - P'$ şeklinde ifade edilmelidir ki $P' = P + \Delta P$ olarak yazılabilir. Bunun anlamı, işin sonunda elde edilen para miktarı, başlangıçta dolaşıma giren para miktarından fazladır (ΔP). Bu fazlaya ise, artık değer denmektedir². Artık değer elde edilmesi durmadan yenilenen hareketle mümkündür. Bu

¹ Karl Marx, **Capital I**, Mehmet Selik (çev.), Ankara: Sol Yayınları, 1966, s. 12.

² Marx, s. 17.

sürecin farkında olan kapitalist için sermaye paradır ya da sermaye mallardır demek yanlış olamayacaktır. Ancak mal şekline girmezse, paranın sermayeye dönüşmeyeceği de açıktır³. O halde sermaye bir tür para yaratan paradır ($P - P'$), sermayenin genel formülü ise $P - M - P'$ olarak ifade edilir.

Marksist analize göre⁴ “sermaye, üretim ve tüketim süreçleri arasındaki malların ve paraların dolaşımında üretimi kontrol eden kapitalist ya da burjuvazi tarafından ele geçirilmiş artık değerın bir parçasıdır”. O halde Marks’ın sermaye analizinden yola çıkarak, kapitalist toplumda sermayenin iki şekilde algılanışından bahsedilebilir: Birincisi, kapitalist tarafından üretilen ve sahiplenilen artık değerın bir parçası, ikincisi ise; piyasada beklenen kârı elde etmek üzere yapılan yatırım şeklindedir⁵. Marksist analiz, sözü edilen girişimi gerçekleştirme gücü olan kapitalist sınıf ile bu güce sahip olmayan emek sınıfı arasındaki sosyal ilişkiden temellenmektedir. Bu kurama göre, sermayenin bazı ayırdedici özellikleri belirlemektedir. Bunlar⁶:

- Sermaye, malların üretimi ve değiş tokuşu ile çok yakından ilişkilidir.
- Sermaye, basitçe bir mal ya da bir değer olmaksızın, nihai netice olsa bile bazı süreçleri gerektirir.
- Bu süreçlerin sonucu olarak meydana gelen her bir sermaye, ek bir artık değerdir.
- Doğal olarak, sermaye sosya/ bir kavramdır.
- Sermaye, kapitalist ya da üretici tarafından malların dolaşımından, mal üretimi ve değiş tokuşu ile sermaye birikimi yoluyla ele geçirilmiştir.

Smith’e göre ise, sermaye dört şekilde ve dolayısıyla dört farklı kesim için kullanılmaktadır⁷:

- Toplumun kullanması ve tüketimi için her yıl gereken işlenmemiş ürün sağlamada (toplumun sermayesi)
- Söz konusu işlenmemiş ürünü doğrudan kullanım ya da tüketim için hazırlamada (sınai sermaye)
- İşlenmemiş ya da işlenip yapılmış ürünü, bol oldukları yerden bulunmadıkları yerlere ulaştırmada (ticari sermaye)

³ Marx, s. 22.

⁴ Nan Lin, **Social Capital: A Theory of Social Structure & Action**, New York: Cambridge University Press, 2001, s. 6.

⁵ Lin, s. 7.

⁶ Lin, s. 7.

⁷ Adam Smith, **Ulusların Zenginliği, Cilt: II**, Haldun Derin (çev.), İstanbul: Milli Eğitim Basımevi, 1948, s. 138.

- Ya da her ikisinin belirli kısımlarını, ihtiyaç duyanların taleplerine karşılık verebilmek üzere belli parçalara ayırmada (perakendecilerin sermayesi) kullanılabilir.

Smith'in vurguladığı; işlenmemiş ürün sağlamak için herhangi bir sermaye kullanılmazsa, hiçbir biçimde sanayi ya da ticaretin olmayacağıdır. Kapitalisti üretime koşan yani; sermayesini tarımda, sanayide veya ticaretin özel bir kolunda kullanmaya iten tek sebep ise, kendi öz kârını düşünmesidir⁸. Buradaki ifade edilen öz kâr, Marksist analizdeki paranın yarattığı paradır. Yani sermayeyi üretime koşan, sermayenin üretime koşulmadan önceki halinden daha fazla olacağı beklentisidir.

Sosyal sermaye kavramının da zorluğu ve karmaşıklığı buradan gelmektedir. Zira, konu sermaye olunca, sermayeyi nitelendiren kavramlar genellikle satılabilir, maddi ya da dayanıklı olmasıyla ilişkilendirilmektedir. Fiziksel bir varlığı olmasa da, sürekliliği tartışılabilir ya da doğrudan alınıp satılamasa da; sosyal sermaye de diğer sermaye türleri gibi, yatırım yapılabilen, kazanç sağlayabilen; sonuç olarak kâr getirebilen bir sermaye türüdür. Ancak somut yollarla ve doğrudan getirilerle açıklanamayan bir kavram olduğu içindir ki, kavram hakkında bir fikir birliğinden söz etmek oldukça güçleşmektedir.

I. SOSYAL SERMAYE KURAMININ GELİŞİM SÜRECİ

Sosyal sermaye kuramının ana fikri, sosyal ağların değeri olduğudur. Nasıl ki, maddi/ fiziksel/ ekonomik sermaye nesnelere, insani sermaye ise bireysel özelliklere gönderme yapıyorsa, sosyal sermaye de bireyler arasındaki ilişkilere ve bu ilişkilerden doğan sosyal ağlar ile mütakabiliyet (karşılıklık) ve güven kurallarına gönderme yapmaktadır⁹.

Sosyal sermaye son yirmi yıldır sosyolojiden diğer sosyal bilimlere ve kamu araştırmalarına başarılı olarak ihraç edilmiş kavramlardan biri olarak kabul edilmektedir¹⁰. Kavramın kuramsal başlangıcı, Adam Smith*, Emile Durkheim** gibi çağdaş sosyal bilimlerin

⁸ Smith, s. 160.

⁹ Robert D. Putnam, , New York: Simon & Schuster **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community** Paperbacks, 2000, s. 19.

¹⁰ Alejandro Portes, "The Two Meanings of Social Capital", **Sociological Forum**, Vol.1, No.1, 2000, s. 1.

* Bkz. Adam Smith, **Ulusların Zenginliği, Cilt:II**, Haldun Derin (çev.), İstanbul: Milli Eğitim Basımevi, 1948.

** Bkz. Emile Durkheim, **Sosyoloji Dersleri**, Ali Berkay (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2006.

kurucuları sayılan birçok bilim insanının çalışmalarına rastlasa da, amacına uygun ilk kullanımı L.J. Hanifan'a aittir. Sosyal sermaye yazınında, bir okul yöneticisi olan Hanifan'ın kavramı kullanımı çoğu kez gözden kaçırılmıştır*. 1916 yılında yazdığı bir makalede sosyal sermaye kavramını kullanan Hanifan, kavramı kullanırken çoğunlukla insanların günlük hayatlarında önem kazanan somut varlıkları kastetmiştir. Yani; sosyal sermaye iyi niyetlilik, arkadaşlık, samimiyet ile sosyal bir birim oluşturan bireyler ve aileler arasındaki sosyal ilişki olarak tanımlanmaktadır¹¹.

Putnam, Hanifan'dan sonra sosyal sermaye kavramının 20. yüzyıl boyunca çoğu kez ve farklı araştırma alanlarında "yeniden" keşfedildiğini iddia eder. 1950'lerde Kanadalı sosyologlar taşralıların çıkara dayalı kulüp üyeliklerini açıklarken, 1960'larda kent uzmanı Jane Jacobs modern metropollerde komşuluğu vurgularken, 1970'lerde ekonomist Glenn Loury esaretin sosyal mirasını incelerken, 1980'lerde Fransız sosyal kuramcı Pierre Bourdieu ve Alman ekonomist Ekkehart Schlicht sosyal ağlarda gömülü olan sosyal ve ekonomik kaynakların altını çizerken ve son olarak 1980'lerin sonunda James S. Coleman eğitimin sosyal boyutunu öne çıkarırken, aynı kavram birbirinden bağımsız olarak yeniden ifade edilmiştir¹².

Farklı disiplinlerdeki sosyal bilimcilerin, neredeyse on yıllık aralarla konuya yönelimlerine rağmen, asıl "akademik" ilginin yerleşmesi 80'lerin sonlarını bulur. Bu halde, sosyal sermayenin, bir sosyal bilim kavramı olarak nispeten son yıllarda önem kazanmasının nedeni araştırılmalıdır.

Burada, 80'lerin sonu ve 90'ların başına damgasını vuran ABD Başkanı R. Reagan ve İngiltere Başbakan'ı M. Thatcher'ın bireyselliği aşırı derecede açığa çıkaran ekonomi politikalarına gösterilen tepki öne sürülebilir¹³. Öyle ki, Thatcher'ın toplum diye bir şey olmadığı yönündeki ünlü açıklaması, dünyadaki basitleştirilmiş ekonomik görüşün eksikliklerini göz önüne sermiştir¹⁴. Ekonomik görüşün basitleştirilmiş olması, - başka hiçbir disiplinde bu denli görülmemiş biçimde- ekonominin neoliberal politikalara teslim edilmesine bağlanabilir. Söz konusu dönemde ekonomi neredeyse sadece matematiksel modellemeler ve istatistiksel yöntemlerle ölçülebilir hale getirilmiş, diğer yaklaşımlara son derece

* Bu konudaki yanlışlardan biri Alan Kay'e aittir. Social Enterprise in Anytown adlı kitapta bir bölüm yazan Kay, sosyal sermaye kavramının ilk kez 1961'de Jane Jacobs tarafından kullanıldığını belirtmiştir. (Bkz. Alan Kay, "Social Capital in Building The Social Economy", John Pearce (yaz.), **Social Enterprise in Anytown** içinde (73-82), 2. Baskı, London: Gulbenkian Foundation, 2005, s. 73.

¹¹ L.J. Hanifan, **The Community Center**, Boston: Silver, Burdett & Company, 1920, s. 78. (Ancak, yazarın söz konusu kitabın ilgili bölümünün 1916 yılında **The Annals of the American Academy of Social and Political Science** adlı dergide "New Possibilities in Education" başlığıyla yayınlamıştır. Yani sosyal sermaye kavramının tarihi 1916'lara kadar uzanmaktadır.)

¹² Putnam, s. 19-20.

¹³ Field, s. 9.

¹⁴ David Halpern, **Social Capital**, Cambridge: Polity Press, 2005, s. 2.

hoşgörüsüz bir tavır alınmış ve sosyal bilimleri oluşturan diğer disiplinler gibi kendi tarihine kayıtsız kalmıştır. Bunun nedenine bakmak için, II. Dünya Savaşı sonrası döneme bakmak gerekir. Bilindiği gibi, savaş sonrası dönemde ekonomiye yaygın olarak yerleşen Keynezyen iktisat politikalarıdır. Piyasa eksikliklerini bertaraf etmek için devlet müdahaleleri öngörülmüştür. Bu işleyişi aksatan ise 1970'lerdeki stagflasyondur. Makro - mikro ve kuram - politika arasındaki Keynezyen anlaşma zemini, 1970'lerin stagflasyonu ile güven kaybına uğramış, ekonomi neoliberalizmin entelektüel ve ideolojik eksenine girmiştir¹⁵.

Açıktır ki, “sosyal” olarak nitelendirilebilecek ya da sosyal olmakla ilişkilendirilebilecek tüm kavramların riskli kabul edildiği ve dolayısıyla görmezden gelindiği böyle bir dönemde, sosyal sermaye olarak adlandırılan bir kavramla, toplumun bireylerin refahında dahi önemli bir rol oynayabileceğini basitçe ifade etmek hiç de kolay değildir¹⁶. Özellikle söz konusu dönemde neoliberal politikaların hüküm sürdüğü ekonomik alanda, sosyal sermayeden söz etmek oldukça zordur; çünkü sosyal sermaye ile ekonomi arasında tedirgin bir ilişki vardır. Ayrıca sosyal sermaye, tanımlanması güç olduğu kadar, ölçülmesi de çok güç bir kavram olduğu için ekonomi kuramcıları kavrama mesafeli durmuşlardır. Ancak aralarındaki çözümlenmesi güç olan bu ilişkiye rağmen, sosyal sermayenin artık ekonomiyi ilgilendirebilecek her türlü politikada ve hatta siyasi kararlardan sağlıktaki ilerlemelere, teknolojik gelişmelerden mesleki yeniliklere, yoksulluğun ve suçun azaltılmasından topluma dahil olmaya kadar geniş bir alanda geçerli olan bir kavram olduğunu kabul etmek gerekir¹⁷. Sosyal sermayenin ekonomiye katılması, grup ilişkilerinin ya da sosyal ilişkilerin disipline dahil edildiğinin bir göstergesidir; yani sosyal ilişkilerin de bu sisteme içkin olduğu gözden kaçırılmaz bir gerçektir. Bireyler kararlar alırken piyasadan bağımsız olmadıkları gibi, toplumdaki diğer bireylerden de bağımsız değillerdir.

Ayrıca, sosyal sermaye kuramını, 1970'lerin sonunda akademik alanda ve dünya ekonomik sisteminde yaşanan bu dönüşümle beraber, her birinin analizinde neoklasik ekonominin temel metodolojisi ve varsayımlarının yer aldığı bir dizi alt disiplininin doğuşuyla ispatlamaya çalışan bir görüş de mevcuttur. Bu alt disiplinler şunlardır¹⁸:

- Yeni Politik Ekonomi
- Yeni Hanehalkı Ekonomisi
- Yeni Kurumsal Ekonomi

¹⁵ Ben Fine, **Social Capital Versus Social Theory - Political Economy and Social Science at The Turn of The Millenium**, London: Routledge, 2001, s. 3.

¹⁶ Halpern, s. 4.

¹⁷ Field, s. 12.

¹⁸ Meneviş Uzbay Pirili, “Global Capitalism and Discourses of Capital”, **Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt: 25, No. 2, (Aralık 2008), s. 72.

- Yeni Büyüme Kuramı
- Sosyal Sermaye Kuramı ve Ekonomik Sosyoloji

Yani sosyal sermaye kuramı asıl olarak, 1970'lerden sonra ekonomik sistemde yaşanan dönüşümle beraber, sosyal gerçekliğin artık salt ekonomik veriler, istatistiki bilgiler ve oranlarla ifade etmenin yetersiz ve imkansız bir ifade biçimi olduğunun kavranması üzerine oluşturulmuş kuramlardan biridir.

Kısaca, sosyal sermaye kavramının sosyal bilimler yazınına yerleşme mekanizması açıklanmaya çalışılmıştır. Bundan sonra, kavramın oluşmasında önemli olan sosyal bilimcilere göre kavramın tanımlarına geçilerek, diğer sermaye türleriyle ilişkisi vurgulanmaya çalışılacaktır.

A. Sosyal Sermaye Kavramı ve Tanımları

Sosyal sermayede bağlantılar ön plandadır. Bireyler, sahip oldukları sosyal sermayeleri doğrultusunda bağlantılarına “yatırım” yapmaktadır. Beklenen odur ki, bugün kurulacak bağlantılar, gelecekte bu bağlantılar vasıtasıyla elde edilecek kazanç göre belirlenecektir. Yani görüldüğü gibi, bağlantılar da kârlı olabilir, onlara da yatırım yapılabilir ve yapılan yatırımdan kazanç umulabilir¹⁹. Bireyin bağlantıları, itibarı ve ortaklıkları sosyal sermayesini oluşturuyorsa, kendi çıkarını kollayan ve öngörü sahibi olan bu bireyin bunu yaratmak ya da elde etmek için gereken zaman ve enerjiye yatırım yapması beklenir²⁰. Bourdieu söz edilen kazancı, sembolik sermaye kavramı ile açıklamaktadır. Ona göre ekonomik sermaye, alanın sunduğu özgül kârları – hem de genellikle vade sonunda getireceği ekonomik kârları- ancak sembolik sermayeye yani tanınmış olmanın sermayesine dönüştüğünde sağlayabilir²¹. Bourdieu'nün sözünü ettiği vade ile Putnam'ın ifade ettiği söz konusu zaman ve enerjiye yapılan yatırımla belirlenen vade birbirine denktir.

Sosyal sermaye kavramı akademik yazına girmeden, sosyal bilimlerde sosyal sermaye kuramı adıyla kendine bir alan yaratmadan önce, diğer sermaye türleri basit anlamda ekonomik terimlerle (maddi, finans, fiziksel, malî, vb.) düşünülmekteydi. Faydası ölçülebilirdi, değeri artırılabilir veya karşılaştırılabilirdi ve sonuçta girdilerle çıktılar arasındaki

¹⁹ Field, s. 16.

²⁰ Putnam, s. 20.

²¹ Pierre Bourdieu, **Sanatın Kuralları**, Necmettin Kâmil Sevil (çev.), 2. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2006, s. 238.

ilişki de ortak bir para ile ifade edilebilirdi²². Ancak sosyal bağların, ilişkilerin ve ağların da ekonomik katkıları olabileceği düşünölmeye başlanınca, çözümün sadece ekonomik verilerle ölçölemeyeceği de anlaşılmış oldu. Bu nedenle ekonomi bilimi dışında, diğör sosyal bilimciler arasında birçok tartışma yaşandı ve böylelikle sosyal sermaye kavramının birçok sosyal bilimciye göre farklı tanımı ve şartı ortaya çıktı. Buradan hareketle, genel bir tanıma gitmeden önce, çeşitli görüşlere bakmak yararlı olacaktır.

1. Sosyal Sermayenin Çeşitli Tanımları

Sosyal sermayenin, tüm sosyal bilimciler için geçerli, tek bir tanımını yapmak neredeyse olanaksızdır. Bazıları sosyal ağ içindeki güven duygusunu öne çıkarırken, bazıları sosyal yapıyla ilişki kurmaktadır; bazı tanımlarda ise toplumu şekillendirme işlevinden söz edilmektedir. Farklı bakış açılarına göre “sosyal sermaye nedir?”, “sosyal sermaye nerede yatar?”, “sosyal sermaye nasıl kullanılabilir?”, “sosyal sermaye nasıl değıştirilebilir?” gibi sorular gündeme gelmekte ve bu çok-boyutluluk sosyal sermayenin tanımının sınırlandırılması konusunda engeller oluşturmaktadır. Bu konudaki farklı bakış açılarına yer verildikten sonra, araştırmada kullanılacak olan nispeten sınırlandırılmış bir tanım kabul edilecektir; çünkü sosyal sermayenin sınırlandırılmış, uygun bir tanımı, sosyal sermayeyi girmemesi gereken çatışmalardan ve kalıplardan kurtaracaktır.

Sosyal sermaye ile ilgilenen çeşitli sosyal bilimcilerin yaptıkları sosyal sermaye tanımlarından derlenen bir tablo aşağıda yer almaktadır. (Bkz. Tablo 1) Tablodan anlaşılacağı üzere, sosyal bilimciler sosyal sermaye tanımlarını oluştururken farklı yöntemlere başvurmuşlar, farklı sorulara cevap veren kendi tanımlarını üretmişlerdir. Portes ve Sensenbrenner’in yaptıkları tanım, sosyal sermayenin ne olduğu ve (bir topluluktaki eylem için beklentiler) neye ulaşmak için kullanıldığı (üyelerinin ekonomik amaçlarını ve amaç güdümlü davranışlarını etkilemek) hakkında fikir veren bir tanımdır. Tanım 3’te göröldüğü gibi, Coleman da aynı yöneme başvurmuş; sosyal sermayenin ne olduğuyla (bir çeşit yapı) neye ulaşmak için kullanıldığını (sosyal yapının bazı yönleriyle tanımlanan grup içindeki bireylerin bir takım eylemlerini kolaylaştırmak) birleştirmiştir. Bunların yanında, Burt farklı bir yöntemle, tanımında “sosyal sermaye nerede yatar?” (arkadaşlar, meslektaşlar veya daha genel bağlantılarda) ve “sosyal sermaye neye ulaşmak için kullanılır?” (diğör sermaye türlerini kullanma fırsatı elde etmek) sorularına birlikte cevap vermeyi amaçlamıştır.

²² Field, s. 17.

Tablo 1’de yer alan tanımlar vasıtasıyla sosyal sermaye özet olarak, eyleme yönelik beklenti, karşılıklılık şartı, - mevcut ya da potansiyel- kaynaklar toplamı, diğer sermaye türlerini kullanma fırsatı, mali vasiyet gibi belirleyici bir varlık, kıt kaynakları yönetme kapasitesi, insan davranışlarını diğerlerine karşı baskı altında tutan ya da teşvik eden bir güç ile olası yarar, avantaj ve ayrıcalıklı muamele şeklinde ifadeler bulunmaktadır.

Tablo 1: Sosyal Sermayenin Çeşitli Tanımları

TANIM	TANIM ÖZETİ
Tanım 1 (Portes ve Sensenbrenner)	Sosyal sermaye, bir topluluğun üyelerinin ekonomik amaçlarını ve amaç güdümlü davranışlarını etkileyen – ekonomik alana yöneltilmemiş de olabilen- eyleme yönelik beklentilerdir.
Tanım 2 (Woolcock)	Sosyal sermaye bilgi, güven ve bireyin sosyal ağına bağlı olan karşılıklılık şartlarıdır.
Tanım 3 (Coleman)	Sosyal sermaye, ortak iki özeliği barındıran farklı varlıklar türüdür: Sosyal yapının bazı yönleri ve bu yapının içindeki bireylerin bir takım eylemlerini kolaylaştırma mekanizmasıdır.
Tanım 4 (Bourdieu ve Wacquant)	Sosyal sermaye, bir bireyde ya da bir grupta, ortak edinimler ve kabullerin az çok kurumsallaşmış ilişkilerinin kalıcı ağlarına sahip olma üstünlüğü ile biriken mevcut ya da potansiyel kaynakların toplamıdır.
Tanım 5 (Burt)	Sosyal sermaye arkadaşlar, meslektaşlar veya daha genel bağlantılar yoluyla diğer sermaye türlerini kullanma fırsatı elde etmektir. Ayrıca, sosyal sermaye firmalar dahilindeki ve arasındaki ilişkilerdir.
Tanım 6 (Loury)	Sosyal sermaye, piyasada değer kazanacak becerilerini ve kişisel özelliklerini geliştiren ve destekleyen insanlar arasındaki sosyal ilişkilerde doğal olarak görülür. Üstelik sosyal sermaye toplumdaki eşitsizliğin korunmasının izahında mali bir vasiyet gibi belirleyici olabilen bir varlıktır.
Tanım 7 (Putnam)	Sosyal sermaye, düzenli eylemleri kolaylaştırarak toplumun yararlılığını geliştiren güven, normlar ve ağlar gibi sosyal örgütlerin özellikleridir.
Tanım 8 (Portes)	Sosyal sermaye, bireylerin ağlara ve yaygın sosyal yapılara üyelik üstünlüğü ile kıt kaynakları yönetme kapasitesidir.
Tanım 9 (Bolton)	Sosyal sermaye, insanların diğerlerine karşı davranışlarında zorlayıcı ya da teşvik edici ilişkilerinin geçmiş deneyimleri ya da içinde bulunulan zamanda diğerlerini doğrudan etkileyen davranışları ile birikmiştir.
Tanım10 (SCIG*)	Sosyal sermaye, bir kişi ya da grubun başka bir kişi ya da gruba karşı duyduğu yakınlık ya da taşıdığı görev duygusundan kaynaklanan olası yarar, avantaj ve ayrıcalıklı muameledir. Sosyal sermaye aynı zamanda, bir kişinin idealize ettiği kendi kimliğine duyduğu yakınlık ve taşıdığı görev duygusundan doğan olası yararı, avantajı ve ayrıcalıklı muameleyi de içermektedir.

Kaynak: Lindon J. Robison, A. Allan Schmid ve Marcelo E. Siles, “Is Social Capital Really Capital?”, **AEC Staff Paper**, No. 99-21, (June 1999), s. 3.

* SCIG: Social Capital Interest Group

Tablo 1’de görülen sosyal sermaye ile ilgili yazını ile ilgilenen araştırmacıların dışında da bu konuda çalışanlar vardır. Örneğin Fukuyama, sosyal sermayeyi – Woolcock ve Putnam gibi - güvenle ilişkilendirmiştir. Ona göre sosyal sermaye²³; “bir toplumda veya onun bazı bölümlerinde güven duygusunun hakim olmasından ileri gelen bir yetidir”. Sosyal sermayenin edinilmesi, toplumu oluşturan sosyal grupların ahlaki normalarının alışkanlık haline gelerek, sadakat, dürüstlük gibi erdemlerin kazanılmasını ve bireylerin birbirleriyle bağımlılığını gerektirmektedir. O halde güven, büyük bir ekonomik değere sahiptir. Bunu Fukuyama şöyle gerekçelendirmektedir²⁴:

“Eğer demokrasi ve kapitalizmin kurumları doğru dürüst işleyecekse, modern öncesi bazı kültürel alışkanlıklarla mutlaka bir arada yaşayabilmelidirler. Yasa, sözleşme ve ekonomik rasyonalite, sanayi sonrası toplumların zenginleşmesi ve istikrarı için gerekli, fakat yeterli olmayan unsurlardır. Yanı sıra, rasyonel çıkarımlardan ziyade alışkanlıklara dayalı karşılıklı ilişkiler, ahlaki yükümlülükler, topluluğa karşı görev ve güven gibi değerlerle bezenmiş olmalıdır... [Bunlar] modern toplumun başarısı için vazgeçilmez niteliktedir.”

Fukuyama’nın tanımında dikkat çeken güven unsuru, alışkanlıklara dayalı ilişkiler, ahlaki yükümlülükler, topluma karşı görevler gibi kimi görüşlere göre modern kapitalist toplum için geçerliliğini kaybetmiş gibi görünen bazı tamamlayıcı özelliklerle pekiştirilmiştir. Fukuyama’nın dikkat çektiği bu nokta araştırmanın konusu bakımından da çok önemlidir; zira üçüncü bölümde de görüleceği üzere, kapitalist üretim birimleri olan özel kurumların ekonomik olarak büyüme amaçlarının yanı sıra yürüttükleri sosyal sorumluluk faaliyetleri, onları kurumsal sosyal vatandaş statüsüne yükseltmektedir.

Sosyal sermayenin “klasikleri”ne geçmeden önce, sosyal sermaye yazınında bulunan diğer dikkat çekici görüşlere de bakmak kavramın tanınması bakımından önemlidir. Sosyal sermayeyi tanımlamak için akademik yazında çeşitli yollardan faydalanılmıştır. Bunlardan biri de sosyal sermayenin, ekonomik sermaye özelliklerini taşıyıp taşıymasına göre tanımlanarak, bir sermaye türü olup olmadığına karar vermektir. Bu konuda yapılmış bir araştırmada, sosyal sermayenin ekonomik sermaye gibi hizmet potansiyeli, esneklik, çürüme/ bakım, güvenilirlik, dayanıklılık, yeniden yatırıma koşulabilme ve diğer sermaye türlerini yaratabilme gibi özelliklerinin olup olmadığı incelenmiştir. Öncelikle, sosyal

²³ Francis Fukuyama, **Güven – Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması**, Ahmet Buğdaycı (çev.), 3. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2005, s. 42.

²⁴ Fukuyama, s. 27.

sermayenin de kurulduğu ilişkiden temellenen türleri vardır. Diğer sermaye türleri gibi, sosyal sermaye de esnek olabilir ya da olmayabilir, çünkü sosyal sermaye örneğin böbrek naklinde kardeşlik ilişkisine sahip olmaktan, kredi gibi finansal hizmetlere ulaşım kolaylığına kadar çeşitlenmektedir. Dayanıklılığa gelince, sosyal sermaye kullanıldıkça gelişmesine rağmen, bu onun yıpranmayacağı, yanlış veya yetersiz kullanımla ya da dış etkilerle tükenmeyeceği anlamına gelmez²⁵. Bir ilişki ağına sahip olmak, onun getireceği hizmetlere de erişim demek olduğuna göre, ilişkinin bozulması erişimi aksatacaktır. Bunların dışında, sosyal sermayenin güvenilirlik boyutu olduğu çok açıktır. Söz konusu ilişkinin nasıl bir ilişki olduğuna göre, güvenilirlik de değişecektir. Diğer sermaye türlerini yaratabilme kapasitesine bakıldığında, sosyal sermayenin, “mevcut sosyal sermaye seviyesini güçlendirmek ya da yeni sosyal sermaye türleri yaratmak” için kullanılabileceği görülür²⁶. Yani, sosyal sermaye aynı zamanda fiziksel sermayenin diğer türleri gibi, kendinden başka sermaye türleri yaratmak için de kullanılabilir. Dolayısıyla sosyal sermayenin farklı hedefleri vardır. Bazıları ekonomik avantajlar, bazıları sosyal yükümlülükler, bazıları onaylama, bazıları ise bilgi amaçlı kullanmak içindir²⁷. Buradan sosyal sermayenin değişebileceği de anlaşılmalıdır ki, bu da örneğin güvenilirliği, esnekliği diğer sermaye türlerini yaratma kapasitesinin ya da diğer özelliklerinin değiştiğini gösterir.

Lin’e göre ise, sosyal sermaye kavramının arkasında yatan öncül gayet açıktır²⁸: “Piyasada kâr beklentisi ile sosyal ilişkilere yatırım yapmak”. O halde ilişkilerin sonucunda elde edilecek getirilerin, ilişki kurulmadan önceki mevcut verilere göre daha büyük olduğu düşünülüyorsa, ilişki kurulacaktır. Tıpkı diğer sermaye kuramlarında olduğu gibi, artık değer olduğu sürece yatırım olacaktır. Sosyal sermayedeki fark; yatırımların sosyal ilişkiler kurmaya yönelik olması, yeni ağlara dahil olmak üzere planlanmasıdır. Lin’e göre, sosyal ağlara içkin kaynakların, girişimlerin sonuçlarını nasıl geliştirebileceğinin dört açıklaması vardır²⁹: Bunlardan birincisi; bilgi akışını kolaylaştırmasıdır. İkincisi; bu sosyal bağlar, karar alma sürecinde kritik rol oynayan aktörler üzerinde etki yapabilir. Üçüncüsü; sosyal bağ kaynakları ve onların bireyler için onaylanmış ilişkileri, örgüt ya da aktörler tarafından bireylerin sosyal vekaletnameleri olarak tasarlanabilir ki böylelikle bazı bireyler sosyal ağlar ve ilişkiler yoluyla kaynaklara erişimini sosyal sermayesine yansıtabilir. Dördüncüsü; sosyal ilişkilerin kimliği ve şöhreti güçlendirmesi beklenmektedir. Görüldüğü gibi, tüm bu maddelerde – Tablo 1’deki görüşlerden de takip edilebileceği gibi- asıl öne çıkan, sosyal sermayenin özellikle “ayrıcılık

²⁵ Giles Mohan ve John Mohan, “Placing Social Capital”, *Progress in Human Geography*, Vol. 26, No. 2, 2002, s. 192.

²⁶ Robison, Schmid ve Siles, s. 15.

²⁷ Robison, Schmid ve Siles, s. 19.

²⁸ Lin, s. 19.

²⁹ Nan Lin, “Building a Network Theory of Social Capital”, Nan Lin, Karen Cook ve Ronald S. Burt (Ed.), *Social Capital Theory and Research* içinde (3-29), NJ: Transaction Publisher, 2001, s. 6-7.

muamele sağlamaya yönelik” bir potansiyeli olduğudur. Ayrıcalıklı muameleye ilişkin unsurlar Lin’in saydığı maddelerle ilişkilendirilirse;

- Öncelikle bilgi akışının, sosyal sermaye sahibi olan kişi ya da kurum lehine kolaylaşması, onun bazı araçsal getiriler kazanarak, işletme maliyetlerini azaltmasını sağlayabilir.
- Bazı sosyal bağlar kuruldukları düzey icabıyla bazı karar merciiilerine daha yakın olmak gibi avantajlar sunabilir.
- Bu sosyal ağlar sayesinde kişiler çok çeşitli örgütlere, topluluklara, siyasi partilere, medyaya, iktidara vs. da yakın olarak ekonomik çıkarlar sağlayabilir.
- Sonuç olarak, bu avantajlar kişiye ya da kuruma olumlu bir kimlik kazandırarak, kişi ya da kurumun bilinirliğini artırır.

O halde Lin’in ifade ettiği sosyal ilişkilere yatırım yapmanın bir getiri beklentisiyle yapıldığının kabul edilmesi halinde, beraberinde sorulması gereken bazı sorular belirmektedir: Sosyal ilişkilere nasıl yatırım yapılır? Bir kâr beklentisiyle, ilişkilere içkin kaynaklar nasıl elde edilir? Kaynaklardan anlaşılması gereken nedir?

Lin, bireylerin onlara erişimleri ve onları kullanımları sonucunda kâr elde edebilecekleri iki tür kaynaktan söz eder³⁰: Kişisel kaynaklar ve sosyal kaynaklar. Kişisel kaynaklar, bireyler tarafından edinilmiş ve bazı sembolik mallara (örneğin diploma, okul dereceleri, sertifikalar gibi) sahip olmayı ifade eden kaynaklardır. Sosyal kaynaklar ise, bireylerin sosyal iletişimleri yoluyla elde ettikleri kaynaklardır. O halde bireyin sosyal iletişim ağları ne kadar genişse, bu yolla kazanacağı edinimleri de o kadar çok olacaktır. Anlaşılacağı gibi, sosyal kaynaklar, bireylerin ilişkileri sonucunda ödünç verilip alınabilir. Yani edinim, kaynak transferi yoluyla da olabilir. Örneğin bir kulüp veya dernek üyeliği için oraya üye olan bir arkadaşla iletişime geçmek gibi.

Portes de sosyal sermayeyi açıklarken, bireylerin sosyal bağları ile çoğalan kaynak türlerine odaklanmıştır. Bu doğrultuda sosyal sermayenin birincisi; bir sosyal denetim kaynağı, ikincisi; aile-dolaylı çıkarlar kaynağı ve üçüncüsü; aile dışı ağlardan sağlanan olanaklar kaynağı olarak tanımlandığını ifade etmektedir³¹. Bireylerin aileleri vasıtasıyla edindikleri çıkarlar, ailelerin çocuklarının eğitimlerini kolaylaştırmak, kültür seviyelerini yükseltmek için yaptıklarından kaynaklanan değerlerdir. Aile dışı ağlardan sağlananlar ise, bireyin kendi kişisel bağlantıları sayesinde örneğin daha yüksek mevkili bir işe ya da

³⁰ Lin, *Building a Network Theory of Social Capital*, s. 21.

³¹ Alejandro Portes, “Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology, *Annual Review of Sociology*, Vol. 24, (1998), s. 9.

bankadan daha kolayca alabileceği kredi olanaklarına sahip olabilmesidir. Bunlar Lin'in sosyal kaynaklar dediği kaynaklardır.

Burt'ün sosyal sermaye tanımı, birbirleriyle daha iyi bağlar kuran, daha iyi ilişkiler yürüten bireylerin daha başarılı olduğu sonucuna varmaktadır³². Bazı bireyler ya da gruplar başka bazı birey ya da gruplarla bağlantılıdır; birbirlerine güveniyorlardır; birbirlerini desteklemekle kendilerini yükümlü hissediyorlardır ya da birbirlerinden bir şeyler alıp vermeyi sürdürmektedirler. O halde birbirlerine bir ya da birkaç yönden bağlanarak bir grup oluşturmuş bireylerin, bu grup içinde yer alarak bir takım kolaylıklar, ayrıcalıklar sağlayacağı vurgusu Burt'ün görüşlerinde de mevcuttur.

Doğal, beşeri, insan tarafından yaratılmış ve sosyal olmak üzere dört çeşit sermaye türü kabul eden Castle, sosyal sermayeyi, sosyal ve ekonomik sistemlerdeki becerileri kolaylaştıran grup ilişkileri, kurallar ve ağlar olarak tanımlanmıştır³³. Yani bu kavramı, ekonomi bilimini daha ziyade sosyolojide bulunan kavramlarla zenginleştiren bir kavram olarak kabul etmiştir. Woolcock, Putnam ve Fukuyama gibi, Castle da sosyal sermayenin olmazsa olmaz unsuru olarak güveni göstermiştir. Ancak ona göre, güven dışında, karşılıklılık beklentisi ve bilgi değiş tokuşu sosyal sermayenin özelliklerindendir³⁴.

Sosyal sermayenin kültürel ve ekonomik sermayeyle de bağlantısını kuran Jeannotte'a göre, bireyin sahip olduğu sosyal sermaye, bireyin kişisel bağlantı ağının büyüklüğüne ve bağlantılı olduklarının sahip olduğu ekonomik ve kültürel sermayenin hacmine bağlıdır³⁵. Ekonomik sermayenin tüm sermaye türleri için bir belirleyici olması dışında, bu ifadeden kültürel sermayenin de sosyal sermayenin kalitesini belirlediği ve onun tamamlayıcısı olduğu sonucu çıkmaktadır. Bu araştırma açısından da çok önemli olan önermeye göre ekonomik ve kültürel sermaye miktarı arttıkça ve geliştikçe, bunun sosyal ilişkilere, kişi ya da kurumun sahip olduğu ilişki ağına katkı yapması ve doğal olarak sosyal sermayesinin de artışına etki yapması beklenir. İleride görüleceği gibi, sosyal sermayenin gelişmesi mevcut ilişki ağlarının genişlemesiyle ekonomik ve kültürel sermayelerin de artışını sağlayacaktır. Dolayısıyla bu sermaye türlerinin birbirlerini besleyen mekanizması her seferinde ilişkilerin bir üst seviyeden kurulma imkanını da sağlayacaktır.

Halpern; ağlardan, kurallardan ve yaptırımlardan ibaret olduğunu ifade ettiği sosyal sermayenin ekonomik performansı etkilediğinin çok güçlü göstergeleri olduğunu söyler.

³² Ronald S. Burt, "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital", Nan Lin, Karen Cook ve Ronald S. Burt (Ed.), **Social Capital Theory and Research** içinde (31-56), NJ: Transaction Publisher, 2001, s. 32.

³³ Emery N. Castle, "Social Capital: An Interdisciplinary Concept", **Rural Sociology**, Vol. 67, No. 3, 2002, s. 335-336.

³⁴ Castle, s. 334.

³⁵ M. Sharon Jeannotte, "Singing Alone? The Contribution of Cultural Capital to Social Cohesion and Sustainable Communities", **The International Journal of Cultural Policy**, Vol. 9, No. 1, (2003), s. 38.

Öncelikle piyasanın işlemesi için iyi bir bilgi akışı gerekmektedir³⁶; çünkü iyi bir bilgi akışı alıcılar ve satıcılarla daha kolay ve daha ucuz temas kurma olanağını pekiştirmektedir. Böylelikle daha yenilikçi, daha rekabetçi, kaynaklara doğrudan ulaşılabilen bir ağdan söz edilir ki bu faktörler, ağ içinde işletme maliyetlerinin azalacağını da habercisidir. Ekonomik etkilerini açıklamaktan öte Halpern, firmaların en yaygın ve en önemli sosyal sermaye biçimlerinden biri olduğunu ifade eder³⁷. Yani bizzat ekonomik birimler olan firmalar, birer sosyal sermaye formu oluştururlar, çünkü firmalar farklı becerilere sahip ve kişisel ağlarıyla birbirlerini tamamlayabilecek bireylerden oluşur ve bu bireyler firmaların etkinliğini maksimize etmek için ortak bir çaba güderler. Zaten firmanın mevcudiyeti, firma yapısı altında bir araya gelen bireylerin uyumlu ağlarından ekonomik avantajlar elde etmeye bağlıdır. O halde firmanın mevcudiyetini sürdürmesinden, firmayı oluşturan bireylerin kişisel ağlarının, firmanın kâr etmesi için gereken hedefler doğrultusunda uyumlulaştırıldığı, münferit olan ağların ve sermayelerin* ortak bir ağı kuvvetlendirmek için kullanıldığı ve bunlarda başarılı olunduğu anlaşılmalıdır.

Sosyal sermaye, bir ailenin çocuklarına sağladığı kaynakları ya da kişinin ticari bir örgüte üyeliğini açıkladığı gibi, neden bazı şehirlerin diğerlerine göre ekonomik olarak daha gelişmiş ve daha iyi yönetiliyor oluşunu da açıklar³⁸. Bu sosyal sermayenin mikro/ mezo/ makro düzeyde analiz yetisiyle alakalıdır³⁹. Ekonomik büyüklükleri, politik süreçleri ya da sosyal gerçeklikleri açıklamaya yarar bir kavram olduğu kadar, bölgesel farklılıkları da açıklamak için kullanılabilecek bir kavramdır. O halde bireylerin sosyal sermayesi olabileceği gibi, toplulukların, kurumların hatta toplumların da sosyal sermayesi olduğu kabul edilmelidir. Hatta yukarıda da görüldüğü bazı topluluklar, ortaklıklar – firma örneği gibi- başlı başına birer sosyal sermaye formu oluşturabilmektedirler.

Buradan grup sosyal sermayesine varılmaktadır. Bir grubu oluşturan tüm bireylerin sosyal sermayesi olduğu gibi, bir grubun da, hem onun parçası olan bireylerden kaynaklanan, hem de diğer gruplarla kurulan bağlantılarla yani; gruplar arası bağlantılarla oluşan sosyal sermayesi vardır. O halde bir grubun sosyal sermayesi şöyle tanımlanabilir⁴⁰: “Grubun kendi sosyal yapısı içindeki grup üyelerinin sosyal ilişkileri yoluyla, grup için mümkün kıldıkları kaynaklar setidir”. Bireyler, sosyal sermayeleri yoluyla sağladıkları bilgi akışı kolaylığı, politik kaynaklara erişim imkanı gibi faktörleri birleştirerek, ortak bir ağı

³⁶ Halpern, s. 43.

³⁷ Halpern, s. 53.

* Burada söz edilen sermayeden, mutlaka ekonomik sermaye anlaşılmamalıdır. Bilakis, ekonomik olmayan sermaye türlerinin ekonomik sermayeye nasıl dönüştüğü mekanizması vurgulanmaya çalışılmaktadır.

³⁸ Portes, s. 4.

³⁹ Halpern, s. 39.

⁴⁰ Hongseok Oh, Giuseppe Labianca ve Myung- Ho Chung, “A Multilevel Model of Group Social Capital”, **Academy of Management Review**, Vol. 31, No. 3, (July 2006), s. 570.

kuvvetlendirerek, “ortak güven” ortamı sağlarlar. Bu ortak güven ortamının pekişmesi hem grubun sosyal sermayesinin ne kadar geliştiğini gösterir, hem de bu grubu oluşturan alt grupların ya da bireylerin bu güven ortamından ne kadar yararlanabileceğinin işaretlerini verir. Unutulmamalıdır ki; insanlar, gruplar, örgütler, meslek birlikleri, firmalar, kentler, toplumlar – hem kendi içlerinde, hem de birbirleriyle olan ilişkilerinde- farklı sosyalizasyon biçimleriyle sosyal sermayelerini artırmanın yollarını ararlarken, aslında hepsi ayrı ayrı bir sosyal sermaye formu da oluşturmaktadırlar. Sosyal sermaye, toplumu destekleyen tüm bu kurumların toplamı olduğu kadar, aynı zamanda onları bir arada tutan bir yapıştırıcıdır⁴¹.

Sosyal sermayenin klasiklerine geçmeden önce, Dünya Bankası’nın sosyal sermaye tanımına da bakılmalıdır. DB, sosyal (ve insani) sermayeyi, “sürdürülebilirliği” fırsata çevirecek mekanizma olarak yorumlamaktadır⁴². Tamamen işlevselci bir bakış açısıyla, sosyal sermayenin nasıl ölçülebileceği ve firmalara nasıl yararlar sağlayacağı konusunda öneriler sunan Dünya Bankası küresel piyasada sürdürülebilirliğe dikkat çekmek için sosyal sermayenin firma içinde, firmalar arasında, sektörler arasında ve toplum içinde firmalara neler kazandıracağını belirlemiştir⁴³. Ancak bunun yanında, firmaların bu kazanımları elde etmeleri için ekonomik kalkınma hedefleri doğrultusunda koyulacak ya da yapılacak politika müdahalelerine uyumları şarttır⁴⁴. Yani dünyadaki ekonomik kararları yönlendiren uluslararası kuruluşlar, öncelikle sürdürülebilirliğin sağlanmasının firmalar açısından ne kadar önemli olduğuna işaret edip, bunun bir koşulunun da sosyal sermaye artışından geçtiğini vurgulamaktadırlar. Diğer yandan ise, bu başarının sağlanmasını kendi kontrol mekanizmasına uyuma bağlamaktadırlar.

Buraya kadar çeşitli görüşlerin sosyal sermayeyi tanımlamaya çalışırken, nasıl bir yöntem izlediklerine dikkat çekilmeye çalışıldı. Bireylerden, gruplara; gruplardan örgütlere ve toplumlara kadar her sosyal birim başlı başına bir sosyal sermaye kaynağı iken, birbirleri için de potansiyel sosyal sermaye kaynakları teşkil etmektedirler. Bunun için ise iletişime geçmeleri gerekmektedir, çünkü böylelikle arada kurulacak ağ sayesinde, sosyal sermaye genişleyecek ve bireye, gruba ya da örgüte veya topluma “fayda” sağlayacaktır. Aslında sosyal sermaye kavramı ile “faydanın artık kişinin [yalnızca] kendisinden değil, başkalarıyla yaşanan niteliksel toplumsal ilişkilerden türediği”⁴⁵ kabul edilmektedir. Dolayısıyla, bireyler arası, örgütler arası ya da toplumlar arası kurulan bu ilişkiler paylaşıldıkça, fayda

⁴¹ Halpern, s. 16.

⁴² İsmail Serageldin ve Christiaan Grootaert, “Defining Social Capital: An Integrating View”, Partha Dasgupta ve İsmail Serageldin (Ed.), **Social Capital – A Multifaceted Perspective** içinde (40-58), Washington: WB, 1999, s. 42.

⁴³ Bkz. WB, Social Capital Topics, <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0,,menuPK:401021~pagePK:149018~piPK:149093~theSitePK:401015,00.html>, (19 Ağustos 2010), s. 1.

⁴⁴ Philip Cooke ve David Wills, “ Small Firms, Social Capital and the Enhancement of Business Performance Through Innovation Programmes”, **Small Business Economics**, Vol. 13, (1999), s. 233.

⁴⁵ Özügür, s. 192.

sağlayacaktır. Bu faydalar politik, sosyal ya da hukuki edinimler olabilir, ancak nihayetinde ne türde bir edinim olursa olsun, sonunda ekonomik bir çıkara dayandığı çok açıktır. İlişkilerin muhtemel tüketim kararlarına yansımaları beklentisiyle artırılmak istendiğini ifade eden görüşler de mevcuttur⁴⁶. Mutlaka ekonomik bir beklenti karşılığında yapılıyor olması ise, sosyal sermayeyi gizli ama güçlü bir araç yapmaktadır.

2. Sosyal Sermayenin Klasikleri: Bourdieu, Putnam ve Coleman

Sosyal sermaye yazınının klasikleri kabul edilen Bourdieu, Putnam ve Coleman'ın görüşlerine bakmak sosyal sermaye kavramının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Bu nedenle, Bourdieu'den başlayarak bu sosyal bilimcilerin görüşlerine yer verilecektir.

a. Pierre Bourdieu ve Sosyal Sermaye

Bourdieu, içinde bulunulan sosyal gerçekliği anlamak ve anlamlandırmak için varolan tüm iktidar biçimleri içindeki tahakküm araçlarını ortaya çıkarmayı amaçlar. Bunun için de iktidar (ve dolayısıyla sermaye) biçimlerinin şekillendiği “alan” ve “habitus” kavramlarından yararlanır. Ona göre, sermaye farklı alanlar içinde biçimlenir, çünkü⁴⁷:

- İnsanların elde etmeye çalışacakları birçok farklı mal ve biriktirebilecekleri birçok farklı kaynak vardır,
- Bunlar, anlamlarını farklı alanları meydana getiren toplumsal ilişkilerden aldıkları için kaçınılmaz olarak toplumsaldırlar,
- Sermayenin yeniden üretimi, farklı sermayeleri dönüştürme biçimlerine bağlıdır.

Bourdieu'ye göre insanlar, ihtiyaç duydukları birçok mal için kullanabilecekleri birçok kaynağı, toplumsal alanlarda anlamlandırarak, sahip oldukları sermaye biçimlerini dönüştürmektedir ve bu ölçüde de sermayeyi yeniden üretmektedirler. Sermayeyi yeniden üretime koştan ise, bu birikimden beklenen çıkarlardır. Böylesi bir güç olan sermayenin hangi “alan”da kullanılıyor olduğuna göre farklı isimler alacağını, ancak yine de ekonomik sermayeye dönüştürülebilmesiyle anlamlandırılacağını ifade eder. Bourdieu'nün sermaye tanımını kavramak için alan ile ne kastettiğinin de anlaşılması gereklidir. Zira alanın yapısı,

⁴⁶ Alan Warde ve Gindo Tampubolon, “Social Capital, Networks and Leisure Consumption”, *The Sociological Review*, Vol. 50, No. 2, (May 2002), s. 158.

⁴⁷ Craig Calhoun, “Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları”, Güney Çeğin ve diğerleri (drl.), *Ocak ve Zanaat – Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde (77-129), İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s. 107.

söz konusu alan içinde etkin olan sermaye türü ile tanımlanmaktadır⁴⁸. Hangi tür sermayeye sahip olunduğu ise; o alanda erişilebilecek faydaları belirlemektedir.

Bourdieu'ye göre, toplumsal dünyayı göreceli olarak birbirinden özerk alanlar oluşturmaktadır. Her alanda, o alanın özgül sermayesi ve bu sermayenin türüne ve hacmine göre ve sermayenin o alana nasıl koşulacağına dair eğilime göre belirlenen hiyerarşik konumlar mevcuttur⁴⁹. Dolayısıyla, alan orada etkin olan sermaye sahibinin aynı zamanda bir mücadele alanıdır. Yani, ekonomik alanda, sanatsal alanda, bilimsel alanda ya da dinsel alanda etkin olan sermayeye sahip olanlar, alanda “tekel kurmak” için rekabet halindedirler⁵⁰. Burada tekel kurmaktan kasıt, alanın özgül sermayesi üzerinde hegemonya kurmak demektir. O halde alan, bu hegemonyayı kuran ile ona tâbi olanlar arasındaki mücadele alanı olacaktır. Bununla beraber, bu alanların temelinde iktidar şekilleri ve farklı sermaye türleri arasındaki güç dengesini gösteren temel alan olan, iktidar alanı vardır. Bourdieu'ye göre, alanlar arasındaki bu hiyerarşik yapıda, Modern dönemde diğer alanlara göre daha hızlı ve güçlü geliştiği için, ekonomi alanı diğer alanları baskısı altında tutmaktadır⁵¹. Yani, Bourdieu için iki boyutlu işleyen bir alan kavramı söz konusudur: Alan, hem bir iktidar alanı, hem de bir mücadele alanıdır. Bir iktidar alanıdır çünkü, alanın özgül sermayesine sahip olanı, hiyerarşik gücüne bağlı olarak konumlandırır. Bir mücadele alanıdır çünkü, bu konumlandırmalara rağmen ekonomik ya da sembolik kaynakları kontrolü için mücadele söz konusudur. O halde, bir sermaye türü de, belli bir alanda hem mücadele aracı, hem de sahip olacak olana - iktidar sağlama potansiyelini içinde barındırdığı için- uğruna mücadele edilen şey olmaktadır. Sermaye, içinde anlamlandığı alana bağlıdır; o alanla vardır ve farklı sermaye türlerinin hiyerarşisi de doğal olarak farklı alanlarda değişmektedir.

Belli bir alana giriş hakkını meşrulaştıran faktör, belli özellikler ağına – yani o alana özgül sermaye biçimlerine– sahip olmaktır⁵². Bourdieu, içinde bulunulan alana bağlı olarak, sermayenin üç temel biçimde görüneceğini savunur⁵³:

- Derhal ve doğrudan paraya çevrilebilir ve mülkiyet hakları şeklinde kurumsallaşabilen *ekonomik sermaye* biçiminde,
- Bazı durumlarda ekonomik sermayeye çevrilebilir ve eğitimsel nitelikler şeklinde kurumsallaşabilen *kültürel sermaye* biçiminde,

⁴⁸ Pierre Bourdieu ve Loïc Wacquant, **Düşünsel Bir Antropoloji için Cevaplar**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2003, s. 93.

⁴⁹ Ali Kaya. “Pierre Bourdieu’nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı”, Güney Çeğin ve diğerleri (drl.), **Ocak ve Zanaat – Pierre Bourdieu Derlemesi** içinde (397-419), İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s. 418.

⁵⁰ Bourdieu ve Wacquant, s. 26.

⁵¹ Kaya, s. 416-418.

⁵² Bourdieu ve Wacquant, s. 93.

⁵³ Bourdieu, *The Forms of Capital*, s. 281.

- Bazı durumlarda ekonomik sermayeye çevrilebilen sosyal bağlantılardan oluşmuştur ve bir asalet ünvanı şeklinde kurumsallaşabilen *sosyal sermaye** biçiminde.

Bourdieu tüm sermaye biçimlerinin kökeninde ekonomik sermayenin olduğunu ifade etmiştir. Diğer sermaye türleri ekonomik sermayenin dönüştürülmüş halleridir. Doğal olarak, sosyal sermayeyi de kapitalist toplumların temel kaynağı olan ekonomik sermaye ile bağlantısı çerçevesinde ele almıştır. Sosyal sermayenin, ekonomik sermaye üzerindeki çarpan etkisinden söz ederken, sosyal sermaye tanımını da yapmış olur:⁵⁴

“ Belli bir aktörün (eyleyici) sahip olduğu sosyal sermaye hacmi, bizzat kendisi ya da bağlantılı oldukları tarafından harekete geçirebileceği bağlantı ağlarının büyüklüğüne bağlıdır. Bu, her ne kadar belli bir aktörün ya da onun bağlı olduğu birçoğunun sahip olduğu ekonomik ve kültürel sermayeye indirgenemez demek olsa da, sosyal sermayenin asla tamamen onlardan bağımsız olamayacağını gösterir, çünkü [...] sosyal sermaye, aktörün kendi başına sahip olduğu sermaye üzerinde çarpan etkisi yaratır”.

Sosyal sermaye o halde; kısa ya da uzun vadede kullanılabilecek sosyal ilişkileri kurmak ya da yeniden üretmek amacıyla bireysel ya da grup olarak yapılan bir yatırım stratejisinin ürünüdür. Kalıcı bir ilişkiler ağına aidiyet ile kazanılacak, birbirini bilme ve birbirini tanımanın kurumsallaşmış bir şeklidir. Bu yolla kurulan mevcut ve potansiyel kaynakların bütünü olan sosyal sermaye, ekonomik ve sembolik takaslar üzerine kurulmuştur.

Ekonomik takas ile ne ifade edildiği gayet açıktır. O halde sembolik takas neden yapılmaktadır? Sembolik takas, tanınmış olmanın sermayesi olan, sembolik sermayeye ulaşmak için yapılmaktadır. Buradaki mesele, sembolik sermayeye ulaşmanın ekonomik koşullar içerdiğini görmektir, çünkü “ekonomik sermaye, alanın sunduğu özgül kârları ve vade sonunda getireceği ekonomik kârları ancak sembolik sermayeye dönüştüğünde sağlayabilir”⁵⁵. Söz edilen tanıma ve tanınma ya da karşılığında tanıma, üçüncü bölümdeki “Verme Ediminin Halleri” başlığı altında çok daha ayrıntılandırılmıştır. Burada şunu

* Bir örnekle bu üç sermaye türü şöyle ifade edilebilir: Aileler maddi sahipliğin (ekonomik sermaye) yanı sıra, çocuklarını yetiştirme ve evliliklerini planlama biçimleriyle bağlantı ağlarını (sosyal sermaye) genişletebilir ve prestijlerini (kültürel sermaye) artırabilirler. Bkz. Calhoun, s. 106.

⁵⁴ Bourdieu, *The Forms of Capital*, s. 286.

⁵⁵ Pierre Bourdieu, **Sanatın Kuralları**, N. Kamil Sevil (çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2002, s. 238.

söylemekle yetinilecektir, o da şudur: Karşılıksız gibi görüldüğünden, elde edene bir bağış misali sunulan “tanınma” en değerli “karşı-bağış”tır.

O halde, sosyal sermaye, bireyin ya da grubun, karşılıklı tanınmanın az çok kurumsallaşmış ilişkiler ağı sayesinde sahip oldukları kaynaklar toplamı olduğuna göre, bu ağa aidiyetle kazanılacak çıkarlar da hem ekonomik, hem de sembolik (örneğin, önemli bir örgüte ya da kulübe katılmanın sağladığı prestij gibi) olmakta ve sahip olunan sermaye üzerinde de çarpan etkisi yaratmaktadır. Bu ağa aidiyetle sağlanacak olan bu çıkarların, bu çıkarları mümkün kılan dayanışma ve güvenden kaynaklandığı da eklenmelidir. O halde Bourdieu de güven unsuruna dikkat çekmektedir. Bir başka dikkat çekilen nokta, grubun sürekliliği için koyulan normlardır. Açıklanan mekanizmada, nasıl ki bir çarpan etkisi yaratması gayesiyle ilişkilere yatırım yapılmaktaysa, o halde bu ilişkiler ağı korunmalıdır. Bunun temel iki nedeni olabilir: Öncelikle sosyal sermaye artışı, grup içindeki mevcut normları kollamak ve korumak ile sağlanır. Gruba giriş normları korunmalıdır; çünkü yeni bir girişin grupla uyumsuz olması gibi bir durum, o zamana kadar uyulan hukuki değiş tokuş ilkelerini değiştirerek grubu değiştirebilir. Oysa böylesi bir durum, çıkarları öngörülmüş grup üyeleri için istenmeyen bir durumdur. Böylelikle, grubun her üyesi kendini grubun sınırlarının gardiyanı olarak bulur⁵⁶.

Diğer yandan ise sosyal sermaye artışının teminatı grubun mevcudiyeti ve sürekliliğinde yatmaktadır. Bunun yolu ise, uygun homojenlikteki bireyler için çeşitli fırsatlar yaratıp, çeşitli ortamlar hazırlamaktan geçmektedir: Resepsiyonlar, ödül törenleri, şık spor aktiviteleri, seçkin okullar, sanat müzayedeleri gibi. Ayrıca bu faaliyetlerin duyurulması, böylelikle “tanınma”nın durmadan beyan edilerek, yeniden açıklanması gerekmektedir. Bu “sosyalleştirme” girişiminden alınan verim; yani biriktirme ve sosyal sermayeyi sürdürmekten alınan verim, en az bu sermayenin kendisi kadar önemlidir⁵⁷.

Özetle, Bourdieu’nün sosyal sermayeye bakışı, sosyal bağlantıların, onlara sahip olana, yatırım araçları misali, vade sonunda kazanç getireceği fikrinde yatar. Ancak diğer yatırım araçlarından farkı; sosyal sermayenin açıkça kazanç sağladığı sahiplerini gizleme görevini de taşımasındadır. Bourdieu sosyal sermayenin, imtiyazlıların bir serveti olduğunu ve onların üstünlüklerini sürdürmek için sosyal sermayeyi kullandıklarını savunmuştur⁵⁸. Bu araştırma kapsamında, Bourdieu’nün sosyal sermayenin sadece elitlere ait olduğu ve bu

⁵⁶ Pierre Bourdieu, “Le Capital Social. Notes Provisoires”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol. 31, (Janvier 1980), s. 2

⁵⁷ Pierre Bourdieu, *Le Capital Social. Notes Provisoires*, s. 3.

⁵⁸ John Field, *Sosyal Sermaye*, Bahar Bilgen ve Bayram Şen (çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006, s. 27.

kesimin göreceli olarak kendi sosyal statülerini sürdürmeleri için kullandıkları bir araç niteliğinde olduğu fikri benimsenecektir.

b. Robert D. Putnam ve Sosyal Sermaye

Putnam'ın sosyal sermayenin “klasikleri” arasında girişi nispeten yenidir. Sosyal sermaye üzerine yazdığı 2000 yılında *Bowling Alone* adlı kitabından sonra sosyal sermaye savunucusu olarak görülmeye başlamıştır. Bu kitapta, daha önce tanımlamış olduğu sosyal sermaye kavramını yeniden tanımlamıştır. Ona göre sosyal sermaye; bireyler arasındaki sosyal iletişim ağları ve buradan çıkan karşılıklılık ve güvenilirlik normları gibi bağlantılara işaret etmektedir⁵⁹. Dikkat edileceği gibi, Putnam'ın sosyal sermaye görüşünde etkin olan iki temel bileşen vardır: İletişim ağları ve normlar.

Putnam sosyal sermayenin – tıpkı fiziksel sermaye gibi- toplumda kullanımına göre, farklı biçimlerde ve farklı büyüklükte bulunabileceğine işaret eder. Örneğin bireyin ailesi kanalıyla sahip olduğu sosyal sermaye, bir sivil örgütüne üyelikle sahip olduğu sosyal sermaye ya da bir sanat müzesi gönüllüsü olmanın sağladığı sosyal sermaye birbirlerinden farklı biçimlerde ve farklı büyüklüklerde dir.

Hangi türde olursa olsun, bir ağın içinde yer almak ağın içinde yer alanlar için daima “iyi” olacaktır, ancak sosyal sermayenin dışsal etkileri her zaman olumlu olmayacaktır. Bu nedenle, Putnam bir topluluğa dahil olmanın sunduğu ayrıcalıklar anlamında sosyal sermayeye dikkat çekmektedir. Tam da bu nedenle, Putnam sosyal sermayenin güven, dayanışma, karşılıklı destek, kurumsal verimlilik gibi olumlu sonuçlarının nasıl maksimize edilebileceğinin yollarının aranması gerektiğini ifade eder.

Putnam'ın sosyal sermaye yazınına bir diğer katkısı, sosyal sermayeyi “köprü kurucu” ve “bağlayıcı” olarak ikiye ayırmasıdır. Bağlayıcı sosyal sermaye, ağ içindeki karşılıklılığı desteklemek ve dayanışmayı harekete geçirmek için yararlı iken; tam tersine köprü kurucu sosyal sermaye ise dış varlıklar, dışardaki ağlar ile kurulan bağlantılarda ve bilgi dağılımında yarar sağlamaktadır⁶⁰. Bağlayıcı sosyal sermaye o halde seçkin kimlikleri destekleyerek, grup içindeki homojenliği de koruma eğilimindedir. Dolayısıyla grup içi sadakat ve grup içindeki kurallara uyum, bağlayıcı sosyal sermayenin kapsamındadır. Oysa köprü kurucu sosyal sermaye, farklı sosyal yapılar içindeki bireyleri ya da grupları bir araya

⁵⁹ Putnam, s. 21.

⁶⁰ Putnam, s. 22.

getirmekle ilgilidir. Putnam'ın, sosyal sermayenin olumsuz tarafı olarak tanımladığı şey ise, bağlayıcı ve köprü kurucu sosyal sermaye arasındaki uyumsuzluklardır.

Putnam'ın sosyal sermaye kavramıyla dikkat çektiği en önemli unsur; gizli olarak sunulan karşılıklılık beklentisidir⁶¹. Yani, sosyal sermayenin “sırrı” karşılıklılık ilkesidir. Buradaki sır, metaforik bir anlama sahip değildir. Tamamen altruist güdülerle açıklanmaya çalışılan davranışlarla; sanki karşılığında beklenen bir şey yokmuş gibi davranılması, bu karşılıklılık ilişkisini gizlemektedir, yani bir bakıma karşılıklılığı altruizmden ayırmak imkansızlaşmaktadır. Altruizm, kendi çıkarını gözetmeden özgeci davranmak olduğuna göre, ortadaki çıkar ilişkisini göz önüne sermek, yani karşılıklılıktaki gizliliği ortadan kaldırmak kötü karşılanacağı içindir ki böyle ifade bulmuştur. Ancak Putnam'ın ifade ettiği gibi, “kredi kuruluşları toplantılarını ziyafetlere dönüştürmek, sosyal eğlenceden ya da altruizmden fazla bir şeydir”⁶².

Halbuki, Putnam'a göre sosyal sermayenin bu karşılıklılık ilkesinin kabulü herkesin çıkarınadır. Burada güven ilkesine dikkat çekerek, toplumda bireylerin birbirlerine güveninin tam olması halinde, iş yaşamına has maliyetlerden, ticari maliyetlere kadar işlem maliyetleri azalacaktır⁶³. Tam tersi düşünülürse, normların olmadığı ya da bazı standartların yerleşmediği topluluklarda, düzensizlik olacaktır. Bu düzensizlik yasal yollarla çözülmeye çalışılacağından işlem maliyetleri artacaktır.

Özetle, Putnam'a göre iletişim ağları, normlar ve güven gibi sosyal hayatın özelliklerini paylaşmak, bireyleri ortak amaçlarla birbirleri ve içinde bulundukları ağ için daha verimli olacak şekilde hareket etmeye itecektir. Sosyal sermaye, bireysel ya da toplumsal refah ile yakından ilişkilidir. Ona göre, güvenin ve sosyal iletişim ağlarının geliştiği yerlerde bireyler, komşuluklar, firmalar ve hatta uluslar zenginleşmektedirler⁶⁴. Ekonomik olarak anlamlı sosyal bağlara sahip olan ailelerin sunduğu imkanlarla büyüyen çocuklar, sadece daha eğitilmiş ve zengin oldukları için değil; aynı zamanda daha gelişmiş sosyal ağlara sahip oldukları için daha iyi bir iş olanağına, iş çevresine, daha yüklü promosyonlara, stratejik bilgilere ulaşma fırsatına, daha üst seviyelerden ilişki kurma potansiyeline sahip olmaktadır.

Putnam'ın sosyal sermayeye ilişkin kuramsal çerçevesi, bireylerin, toplulukların hatta ulusların sahip olduğu sosyal sermaye stoğu ve bunun gelişmişliklerindeki yapısal etkileri ile çizilebilir. Bireyden başlayarak, komşuluk ilişkilerine, firma işleyişine ya da

⁶¹ Putnam, s. 134.

⁶² Robert D. Putnam, **Making Democracy Work – Civic Traditions in Modern Italy**, New Jersey: Princeton University Press, 1993, s. 168.

⁶³ Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, s. 135.

⁶⁴ Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, s. 319.

uluslararası ilişkilerin biçimlenişine varmak mümkündür. Mikro ölçekten makro ölçeğe gidilmesiyle; getirilerin de kurulan ilişkilerin kademelenmesi ile büyüyeceği açıktır.

Sosyal sermayeyi yorumlarken, Bourdieu, sosyal sermayeyi bireye ya da aileye özgü bir değer olarak vurgularken; Putnam toplumsal düzeyde işleyen bir kaynak gibi ele almaktadır. Bu unsurun iki sosyal bilimcinin sosyal sermayeye bakışlarındaki farkı oluşturduğu ifade edilir⁶⁵. Ancak başlangıç noktalarının birey ve sahip olduğu iletişim ağlarının değeri olduğu düşünülürse, biraz önce açıklanan mikrodan makroya giden ölçekte, temeldeki vurguların benzer olduğuna dikkat çekilmelidir.

c. James S. Coleman ve Sosyal Sermaye

Coleman'ı sosyal sermaye kavramı üzerinde düşünmeye iten, sosyal sermayenin beşeri sermayeye yaptığı katkılar olmuştur. Eğitim üzerine önemli çalışmalar yürüten sosyal bilimci hem ailede, hem de toplumda oluşan sosyal sermayenin, gelecek nesillerin beşeri sermayesinin yaratımı için son derece önemli etkileri olduğunu savunmuştur. O halde sosyal sermaye, beşeri sermaye kavramı keşfedilmeden önce de vardır ki bu da ekonomik araştırmaların tasarımında “sosyal” kavramının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir⁶⁶. Coleman'ın sosyal sermayenin beşeri sermaye yaratımı için önemli olduğu vurgusu, onu bu iki sermaye türünü karşılaştırmaya itmiştir. Coleman, fiziksel sermayenin, üretimi kolaylaştıracak maddi değişikliklerden meydana getirilmesi gibi; beşeri sermayenin de bireylerin farklı şekilde davranabilmelerini mümkün kılan beceri ve kabiliyetlerindeki değişikliklerden yaratılmakta olduğunu savunur⁶⁷. Fiziksel sermaye tamamen somut, maddi formlarda cisimleşmiştir; bunun yanında beşeri sermaye daha az somuttur ve bireylerce edinilen beceri ve bilgilerde cisimleşmiştir. Sosyal sermaye ise, beşeri sermaye gibi daha az somuttur ancak bireyler arasındaki ilişkilerde cisimleşmiştir.

Coleman'ın sosyal sermaye tanımına geçmeden önce, görüşünün iki çok önemli noktasına değinilmelidir. Birincisi, Coleman'a göre aslında “aktörler sosyal sermaye oluşturmaya başlamamışlardır; daha ziyade bu onların kendi çıkarlarını sürdürmelerinin beklenmeyen bir sonucu olarak yansımıştır⁶⁸. Yani aktörler, bir takım faaliyetlerinin sonucunda çıkar elde edeceklerini düşünerek, sosyal ilişkiler yaratmamakta; aksine hedefleri

⁶⁵ Field, s. 57.

⁶⁶ Castle, s. 346.

⁶⁷ James S. Coleman, “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *The American Journal of Sociology*, Vol. 94 (Supplement), 1988, s. 100.

⁶⁸ Field, s. 35.

için çaba harcarlarken sosyal sermaye oluşturmaktadırlar. Coleman'ın sosyal sermaye düşüncesi, sosyal sermayenin bir neden değil bir sonuç olduğuna varmaktadır.

Bu düşünceden hareketle diğer önemli noktaya varılır: Coleman sosyal sermayenin özel bir mal değil de bir kamu malı olarak düşünülmesi gerektiğini ifade eder. Fiziksel sermaye, mülkiyet hakları çerçevesinde kişilere o malın kullanım ya da o mal üzerinde yatırım imkanını veren özel mallardır. Keza, beşeri sermayede de kişiler, kendilerine daha yüksek maaş, daha yüksek statüye sahip bir iş gibi olanakları sağlayacak eğitim için zaman ve para harcamaktadırlar. Yani bunlar kişiye özel sermaye türleridir. Sosyal sermaye ise herhangi bir bireyin ötesine geçmektedir; çünkü Coleman'a göre zaten sosyal sermaye kavramı insanların nasıl bir arada çalışabildiklerini ve işbirliği yapmaları halinde bundan tüm bireylerin nasıl fayda sağlayacağını açıklamak için kullanılmaktadır.

Bu açıklamalardan Coleman için sosyal sermaye kavramının kullanılmaya başlanmasının nedenine varılmaktadır. Ona göre sosyal sermaye kavramı, insanların mevcut çıkarlarına en uygun olanın rekabet etmek olduğu durumlarda bile, neden kolektif bir güdüyle işbirliği yapmayı seçtikleri sorununa çözüm bulmak için geliştirilmiştir. O halde Coleman için "sosyal sermaye, yalnızca onu gerçekleştirebilmek için çaba gösterenlerin yarattığı ve onların faydalanabileceği değil; yapının tüm parçaları tarafından kullanılacak kamusal mal niteliğindedir"⁶⁹. O halde Coleman, bu fikrini sosyal sermayenin karşılıklılık beklentileri içeriyor oluşuna ve güven unsuru ile yönlendirilmesine dayandırmaktadır. Yani temelde Bourdieu ve Putnam ile benzer bakış açılarını paylaşıyorlar da, Coleman duruma daha geniş bir perspektiften bakmaktadır. Çünkü Coleman sosyal sermayeye ne Bourdieu gibi, imtiyazlıların mevcut durumlarını sürdürmek ya da potansiyellerini geliştirmek için kullandıkları bir araç, ne de Putnam gibi bireyselden ulusala gelişmişlik düzeyini artırma aracı olarak bakmıştır. Coleman ayrıcalıklılar kadar, mahrum kalmış tüm bireyler için de bağlantıların değerinin bir güç olduğunu ifade eder⁷⁰.

Coleman, sosyal sermaye kavramını oluşturmak için rasyonel tercihler kuramından yararlanmıştır. Rasyonel tercihler kuramı, her bireyin bazı kaynaklar ve söz konusu kaynaklardaki çıkarlar üzerindeki kontrolüyle ilişkilendiriliyorsa, sosyal sermaye de bireylerin bu kaynaklara sosyal bağlantılarla ulaşabilme yoludur⁷¹. Yani aktörlerin, çıkarlarını gerçekleştirmeye yönelik kaynaklarının değeri sosyal sermaye ile ifade edilir.

Sosyal sermaye üç biçim halinde incelenmiştir: Zorunluluklar ve beklentiler, bilgi kanalları, sosyal normlar ve yaptırımlar. İlk biçim olan zorunluluk ve beklentiler, içinde

⁶⁹ Coleman, s. 116.

⁷⁰ Field, s. 39.

⁷¹ Coleman, s. 98.

bulunulan çevredeki güvenilirlik ve zorunlulukların kapsamı ile ilgilidir⁷². Karşılıklı güvenin kurulması için bireylerin uyması gereken bazı zorunluluklar vardır ve bu da karşı taraftan da benzer davranışlar için beklenti yaratır. Sosyal ilişkilere içkin olan bilgi kanalları ya da bilgi potansiyeli sosyal sermayenin önemli bir biçimidir. Bilgi edinimi maliyetli bir uğraştır. Sosyal ilişkiler sayesinde, bilgi sağlanarak harekete geçmek kolaylaşmaktadır. Verimli normlar ve yaptırımlarla Coleman, güçlü bir sosyal sermaye biçimi oluşturulabileceğini savunur. Tıpkı Putnam gibi, Coleman da sosyal sermayenin normlar yoluyla bazı toplumsal standartları belirlemesiyle kazanımların bireysel değil, kolektif olacağını vurgular. Bu üç biçim bir araya getirilirse; yani zorunluluklar ve beklentilerin kurulmasına yardım edilerek, karşılıklı güven ve sadakat kurularak, bilgi kanalları açılarak, bazı sosyal normlar belirleyip, bunlara uygunsuz davrananlara yaptırımlar uygulayarak sosyal sermaye kaynakları oluşturulabilir; kaynaklar artırılabilir ve bunların sürekliliği sağlanabilir.

Özetle, Coleman sosyal sermaye kuramını rasyonel tercihler üzerine kurmuştur. Kazançların maksimum, kayıpların minimum kılınmaya çalışıldığı rasyonalite kuramı toplumsal ilişkileri de belirlemektedir. Bireylerin kendi kaynakları üzerinde hak iddialarının karşılıklı olarak kabul edilmesi; yani karşılıklı güvenin sağlanması ve buna göre kurulacak ilişkilerde işbirliği içinde davranılması tarafların yararınadır. Coleman'a göre sosyal sermayenin gelişmesi, diğer sermaye türlerinin kullanımını ve gelişimini belirler⁷³. Yani diğer sermaye türlerini kullanabilmek ve onları geliştirebilmek için zaten sosyal sermaye seviyesinin yeterince gelişmiş olması gereklidir. Diğer iki sosyal bilimciden farkı, sadece ayrıcalıklı bireylerin değil, yoksul ya da bazı yönleriyle mahrum bırakılmış bireylerin de işbirliği ile faydalarını artırabileceğini savunmasıdır ki; bu görüş sosyal sermayeyi özel mal değil, bir kamu malı olarak nitelemesini açıklamaktadır.

3. Sosyal Sermayenin Klasiklerinden Genel Bir Tanıma Geçiş

Sosyal sermaye yazınının klasikleri diye adlandırılan üç sosyal bilimcinin kavram üzerindeki düşüncelerinden yola çıkılarak, araştırma çerçevesinde kabul edilecek sosyal sermayenin tanımına ve vurguladığı özelliklere ulaşılabilecektir. Anlaşıldığı üzere sosyal sermaye kavramı eğitimden, siyasete; sağlıktan, hukuka; ekonomiden, kültüre kadar çok çeşitli alanlarda çalışan birçok sosyal bilimcinin çalışmalarına konu olmuştur ve olmaya devam edecektir*. Asıl vurgu sosyal iletişim ağlarının birer yatırım aracı gibi kullanılması ve

⁷² James S. Coleman, *Foundations of Social Theory*, Cambridge MA: Belknap Press, 1994, s. 305- 306.

⁷³ Castle, s. 343.

* Konu gereği ekonomi ile kültür ve sanat arasındaki bağı açıklamada kullanılacak sosyal sermaye kavramının, bu nedenle sağlık, hukuk, eğitim v.b. alanlara yaptığı katkılar ya da bu alanları açıklayış tarzı ele alınmayacaktır.

bunun sağladığı getiriler olduğuna göre, bu getirilerin bireylere, topluluklara, örgütlere, firmalara ya da uluslara nasıl yansıdığını görmek ve göstermek gereklidir.

Bourdieu'ye göre;

- İçinde bulunulan sosyal gerçekliği anlamak ve anlamlandırmak için toplumda varolan tüm iktidar (sermaye) biçimlerine dolayısıyla bu iktidar tarafından kullanılan tahakküm biçimlerine bakılmalıdır.
- Söz konusu sermaye biçimleri içinde bulundukları alanlara (ekonomik, kültürel, sosyal, dinsel, akademik, v.s.) konumlanacaktır.
- Dolayısıyla bir konumlanmadan söz ediliyorsa, ortadaki hiyerarşi ilişkisini de görmek gereklidir. Alanda etkin olan sermaye sahibi, daha az etkin olanlar üzerinde hegemonya kurarak tekelleşme eğilimindedir.
- Yani bir alan; hem bir iktidar alanı, hem de bir mücadele alanıdır.
- Alanlara göre ayrılan üç temel sermaye biçimi vardır: Ekonomik, kültürel ve sosyal. Ekonomik olmayan tüm diğer sermaye türlerinin de kökeninde ekonomik sermaye yer alır.
- Sosyal sermaye, imtiyazlıların mevcut konumlarını iyileştirmek ve potansiyel konumlarını geliştirmek adına kavramsallaşan bir kavramdır.
- Bireyin (aktörün) sahip olduğu sosyal sermaye hacmi, kendisi ya da bağlantılı oldukları tarafından harekete geçirilebilen bağlantı ağının büyüklüğü ile ilişkilidir.
- Söz konusu bağlantı ağına olan aidiyetle sağlanacak çıkarlar, bir çarpan mekanizması işlevi gören sosyal sermaye sahip olunan sermayeyi artırır.
- Bu nedenle grup içindeki güven, dayanışma çok önemlidir ve grup içi normlarla korunmalıdır. Bu durumda, grupta yer alan her bir birey, grubun aynı zamanda gardiyanıdır.
- Böylece homojenliği sağlanmış grupta, hem münferit, hem de ortak çıkarların korunması için grubun sürekliliği sağlanmalıdır. Bunun için bu grubu hem kendi içinde, hem de diğer gruplarla bir araya getirecek etkinlikler, ortamlar

yaratılmalıdır. Ayrıca bu etkinliklerin sürekli beyan edilerek, topluma hatırlatılması da süreklilik açısından büyük önem taşır.

Putnam'a göre;

- Sosyal sermaye bireyler arasındaki sosyal iletişim ağı ve buradan çıkan karşılıklılık ve güvenirlik normları gibi bağlantıların önemine odaklanmaktadır.
- Bir ağ içinde yer almak güven, dayanışma, sadakat, destek gibi özelliklerin karşılıklı olarak yapılmasını güvence altına alır.
- O halde iletişim ağı normlarla; normlar ise yaptırımlarla korunmalıdır.
- Mevcut bir grup içinde, özellikle aile, akrabalar ve yakın arkadaşlık ilişkilerinden takip edilebilen *bağlayıcı sosyal sermaye*, içe dönük bir bakıştır. Yani grubun içindeki ilişkiler analiz nesneleridir. Geçinmekle; mevcut durumu koruyarak sağlamlaştırmakla ilgilidir.
- *Köprü kurucu sosyal sermaye* ise, grup dışında yer alan başka bireylerle ya da gruplarla olan ilişkilerini tanımlar. Yani bireylerin, grupların ya da firmaların sosyal sermayeleriyle diğerlerinininkiler arasında bir bağ kurulmasıdır. Başarılı olmak için önemlidir.
- Karşılıklı güvenin sağlanması, grup içinde işbirliğinin kurulmasına yardımcı olacaktır.
- Bu işbirliğinin kurulması, gruptaki herkesin çıkarıdır. Bu durum, gruptaki karşılık beklentisinin gizliliğini de muhafaza etmektedir.
- Sosyal sermaye, işlem maliyetlerini azaltarak gerek bireylerin, gerek firmaların, gerek grupların, gerekse ulusların refahlarını artırmaya yaramaktadır.

Coleman'a göre;

- Sosyal sermaye kuramının kökeninde rasyonel tercihler kuramını bulmak mümkündür. Rasyonellik, kazançları maksimum, kayıpları ise minimum yapacak şekilde kaynakların düzenlenmesiyle ilgili olduğuna göre, bu kaynakların bir değeri olduğu mantığına göre işleyen sosyal sermayenin artmasına çalışmak rasyonellikle açıklanabilir.
- Bireyler (aktörler) sosyal sermaye oluşturmak için faaliyetlerde bulunmazlar; onların kendi çıkarlarına göre hareket ettikçe, sosyal sermayeleri artar. Yani bir neden değil, bir sonuçtur.
- Ağ içindeki güven, işbirliği ve karşılıklılık sosyal sermayenin vazgeçilmez nitelikleridir.
- Bireylerin beklentileri (çıkarlar) ve zorululukları vardır. Bunların sağlanması, grubun güven, işbirliği ve karşılıklılık değerlerini ne kadar koruduklarına bağlıdır. Bunlar bilgi kanallarıyla yayılır, normlar ve yaptırımlarla da korunur.
- Sosyal sermaye, ekonomik ya da beşeri sermaye gibi bireye has bir sermaye değildir. Gereken işbirliğinin sağlanması halinde, herkese fayda sağlar. Yani sosyal sermaye özel mal değil, kamu malıdır.
- O halde yalnızca imtiyazlıların değil, imtiyazsızların da sosyal sermayelerini bu yolla artırabileceği savunulmaktadır.

Görüldüğü gibi, her üç sosyal bilimcinin de vurguladığı belli bir ilişkiler ağının sosyal sermaye oluşturabilmesi için karşılıklılık ilişkisi, güven ve normlar mutlak unsurlardır. Karşılıklılık ilişkisini her üçü de kabul etmesine rağmen, söylemlerinde bazı farklar vardır. Coleman, sosyal sermayeyi, tek bir bireyin özelinde değil de, bir kamu malı olarak nitelendirdiği için karşılıklılık ilişkisi tüm bireylerin doğal olarak içinde bulunduğu bir ilişkiyi tanımlamaktadır. Putnam'da ise bundan daha farklıdır. Putnam'a göre karşılıklılık, iki biçimdedir⁷⁴: Dengelenmiş ya da genellenmiş. Dengelenmiş karşılıklılık, ofis arkadaşlarının özel günlerinde birbirleriyle armağan değiş tokuş etmesi gibi eş değerde ve eş zamanlı takaslardır. Genellenmiş karşılıklılık ise, sosyal sermayenin oldukça önemli bir tamamlayıcıdır ve bu kuram çerçevesinde ele alınması gereken anlam da bu türe ilişkindir. Karşılıklılığın genelleşmiş olması, şu yapılan bir yararın gelecekte geri döneceğini beklentisini de içerir. Ancak Putnam'ın karşılıklılık ile asıl vurgulamak istediği, karşılığında

⁷⁴ Putnam, *Making Democracy Work – Civic Traditions in Modern Italy*, s. 172.

beklenenin gizli oluşudur. Buraya dikkat çekilmesinin nedeni, daha sonraki bölümlerde görüleceği gibi, filantropi ya da bağışın özünü oluşturan “karşılıksız” verme edimi ile ilgilidir ki, bu güdülerle hareket edenler de bilmektedir ki, aslında tüm bu edimlerin altında bir beklenti yer almaktadır. Karşılıklılığa içkin olan beklentiye rağmen, Putnam’ın ifade ettiğine paralel olarak ifade edilmelidir ki bu beklenti gizli tutulmaktadır. Bourdieu ise, “yatırımların ancak birer karşılıksız ödünç biçiminde işletilmesi halinde kazanç getireceğini savunduğuna göre”⁷⁵, benzer gizlilik vurgusunu onun görüşlerinden de takip etmek mümkündür. Bir başka deyişle, çıkar ancak yadsındığı zaman, ondan bir kazanç sağlanır.

Her üç sosyal bilimcinin vurguladığı bir başka nokta ise, bu bağlantılar ağının sürekliliğinin sağlanması gereğidir. Yukarıda değinilen üç unsur – güven, karşılıklılık ilişkisi ve normlar– da bunun içindir. Sosyal sermaye kuramında sosyal ilişkilere, karşılığında - gizli ya da açık- bir beklentiyle yatırım yapıldığı kabul edildiğine göre, bu beklenti devam ettikçe söz konusu bağlantılar ağı da varlığını sürdürecektir, çünkü bu ağı kuran bu beklentilerdir. O halde ağın varlığını sürdürmesinden, bu ağın varlığıyla elde edilmesi beklenen çıkarların da devam ettiği anlaşılmaktadır. Gizli ya da açık olabilen bu beklentiler, ağın hem kurulma, hem de devam etme nedeni olmaktadır. O zaman, her üç sosyal bilimcinin de vurguladığı, “ağın sürekliliğinin sağlanması” ise, ağı oluşturan tüm bireyler açısından rasyonel bir durumdur. Buradan ağı oluşturan tüm bireylerin, bu ağ ilişkilerinin sürmesinden kaynaklanan beklentilerinin devam ettiği anlaşılmaktadır.

Rasyonel tercihler yaptığı kabul edilen ve homojen olarak nitelenen grubun hem ortak çıkarı, hem de onu oluşturan bireylerin münferit çıkarları açısından grubun sürekliliği önemlidir. Bu durumda ağı kuran ve sürdüren ortak ve münferit çıkarlar – ya da beklentiler- normlarla korunmalıdır. O halde sosyal sermaye kavramının kurulmasında ağlar kadar, normlar da çok önemli bir yere sahiptir, çünkü anlaşıldığı üzere, belli bir “ağ”dan söz edilebilmesi için gereken güven ve karşılıklılık ilişkilerini kuran da yine normlardır. Ancak normların benimsenmesi ve çoğu üyelerce kabul edilmesi gerekir. Bu anlamda sosyal bir baskı unsuru da olabilecek normlar, üyelerini ahlakdışı, yasadışı eylemlerden alıkoyuyorsa sosyal sermayeyi kuvvetlendiren unsurlar olarak değerlendirilebilir⁷⁶. Buradan hareketle, güven ilişkilerinin yerini güvensizliğin aldığı toplumlarda, güveni sağlamak üzere yasal aygıtların görev yapmaya başlamasıyla işlem maliyetlerinin artacağı sonucu çıkmaktadır. Bu fikir, Putnam’ın karşılıklı olarak güvenin sağlanmasının işlem maliyetlerini azaltacağı yönündeki önceden açıklanmış önermesini de doğrulamaktadır.

⁷⁵ Bourdieu, *Sanatın Kuralları*, s. 237.

⁷⁶ Fukuyama, s. 38-39.

Sosyal sermaye sosyal ilişkilerin hem nedeni, hem de sonucudur. Sonuç yani nihai beklenti ekonomik anlamda bu ilişkiler ağından kazanç sağlamak ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi gerçekleştirmektir. Ancak ne kadar gelişmiş bir sosyal ilişkiler ağına sahip olduğu da, ekonomik sermayenin kapsamı ile ilişkilidir. Yani sosyal sermayenin yarattığı güven, işbirliği, dayanışma gibi getirilerden yararlanmak için, zaten sosyal sermayeye de sahip olmak gerekir. Tüm bu açıklamalarla özetlenecek sosyal sermaye;

- Karşılıklılık ve güven ilişkileriyle belli bir amaç ya da amaçlar doğrultusunda oluşmuş bağlantılar ağından,
- Bu ağ içinde yer alanların birbirleriyle karşılıklılık ve güven ilişkilerini sürdürmeleri için gereken normlardan,
- Bu normların işlemediği ya da düzensizleştiği durumlarda, işlemlerini yeniden mümkün kılacak yaptırımlardan (ceza ya da ödüller gibi) oluşmaktadır.

Neden sosyal sermaye denilen kavrama ihtiyaç duyulduğuna gelince, bu durum ekonomik olanın daima yadsınmasını buyuran gereklilik⁷⁷ ile açıklanabilir. Ekonomik gerekliliklerden en az seviyede ödün verilirken, karşılığında beklenen çıkar inkar edilmelidir. Bourdieu'de yukarıda ifade edilen; ekonomik olmayan sermaye türlerinin de kökeninde ekonomik sermaye bulunduğu yönündeki görüşü, aslında bu gerçekliğin yadsınamayacağını da göstermektedir. Ancak yine de, bu gerçekliğin topluma beyan edilmesinin hiçbir zaman ve hiçbir toplumsal düzende etik karşılanmamakta oluşu, inkara neden olmaktadır.

Sosyal sermaye kavramının, ana vurguları olan ilişki yapıları, işbirliği, dayanışma gibi sosyal bilimcilerin uzun zamandır çalışma alanlarına giren kavramlar, modern piyasa toplumlarının temeli olduğu varsayılan “bireysellik”, “girişimcilik” gibi kavramların önünde bir engel gibi görülmekteyken⁷⁸, sosyal sermayenin bu döngüyü kırarak, ekonomik olanla olmayanı bağlamasının nedeni de budur.

O halde sosyal sermaye yukarıda değinilmiş olan yadsınamaz gerçekliği hafifletmek için kullanılmaktadır. Ayrıca “sosyal olanın da sermaye olmasıyla, dışarda sermayedar olmayan tek bir kişi bile kalmayacaktır”⁷⁹ şeklinde ifade edilen görüş de, paralel şekilde ekonomik sermaye ve sermayedara yönelik tepkilere karşı tüm toplum bireylerinin birer sermayedar olarak adlandırılarak, sisteme geri kazandırılmaları anlamını taşımaktadır. Yani her tür sermayenin kökeninde ekonomik sermaye olduğu, her türlü mübadelenin ondan sağlanacak beklentiyle şekillendiği ancak bu beklentiye göstermenin ise “doğru”

⁷⁷ Bourdieu, *Sanatın Kuralları*, s. 262.

⁷⁸ Özuğurlu, s. 193-195.

⁷⁹ Özuğurlu, s. 199.

karşılanmadığı mevcut sistemde sosyal sermaye, sistemden yararlanma imkanı olanların - Bourdieu'nün imtiyazlılar olarak adlandırdıkları- yanında, sistemden yararlanamayanları da – Putnam'a göre imtiyazlı olmayanlar- sermaye sahibi yaparak, onları da sisteme dahil etmeye yaramaktadır. Bir anlamda, yukarıda açıklandığı gibi, ekonomik olanın yadsınması bir gereklilikse, bunun yeni yolunun sosyal olana vurgu yapmaktan geçtiği anlaşılmıştır.

Özellikle son otuz yıldır, sosyal olanın ya da sosyal ile ilişkilendirilebilecek olanın artık göz ardı edilemeyeceğinin keşfedilmiş olması son derece önemlidir; lakin sosyal olanın yine de ekonomik olana kaynak aktaracak şekilde dönüştürülmek üzere kullanılıyor oluşu da kavramın samimiyetine gölge düşürmektedir.

4. Sosyal Sermaye ile Kültürel Sermaye İlişkisi

Sosyal sermaye ile ekonomik sermaye arasındaki bu “tedirgin” ilişkiden başka, diğer sermaye türleriyle sosyal sermaye arasındaki ilişkiye de değinmek gerekir. Coleman'ın daha önce ifade edilen önermesine göre de, ekonomik sermaye dışındaki tüm sermaye türlerinin gelişmesi için, sosyal sermayenin belli bir gelişmişliğe erişmiş olması gerekmektedir. O halde ekonomik sermayeye sahip olmak sosyal sermaye dahil tüm sermaye türlerine sahip olmayı da belirlemektedirken, sosyal sermayenin gelişmişliği de diğer sermayelerin gelişmişliğini belirlemektedir. Bourdieu'nün sosyal sermayenin, ekonomik sermaye üzerindeki çarpan etkisiyle kastettiği de budur.

Bourdieu'ye göre, tüm sermaye türlerinin kökeninde ekonomik sermaye olduğu yadsınamaz; ekonomik sermaye bazı durumlarda kültürel ve sosyal sermaye biçimine bürünerek, kılık değiştirir. Bununla beraber, belirli bir dönemdeki sermayenin farklı türleri ve alt türlerinin dağılım yapısı sosyal gerçekliğe içkin olan yapıyı temsil etmektedir⁸⁰. Dolayısıyla sosyal gerçekliği kavrayabilmek için, sermayenin sadece ekonomik kuram tarafından kabul edilen biçimini değil, tüm türlerini anlamak gerekir.

Sosyal bilimciler, sosyal gerçekliği anlamak ve anlamlandırmak üzere birçok sermaye var oldukları ve biçimlendikleri alanlara göre türlere ayırmışlardır: Ekonomik, finansal ya da maddi sermaye dışında doğal sermaye, sosyal sermaye, kültürel sermaye, beşeri (insani) sermaye, akademik sermaye, entelektüel sermaye, siyasi sermaye, sembolik (simgesel) sermaye vb. Sosyal sermaye kuramı çerçevesinde ele alınan bu araştırmada, sosyal sermaye kuramına, “kültür ve sanat yatırımları çerçevesinde” bakılması amaç edinildiği için, katkı yapacak sermaye türü de özellikle kültürel sermaye olmalıdır.

⁸⁰ Bourdieu, *The Forms of Capital*, s. 280.

Bourdieu kültürel sermaye kavramını ilk olarak, farklı sosyal sınıflardan ve bu sosyal sınıflarda yer alan farklı gruplardan gelen çocukların aynı olmayan akademik başarılarını açıklamak için kullanmıştır. Kültürel sermaye, “sosyal ve kültürel dışlama için kullanılan yüksek statülü kültürel göstergelerde – örneğin tercihler, formel bilgiler, davranışlar, amaçlar ve referanslarda- kökleşmiştir”⁸¹. Bu göstergeler ne kadar kabul edilmişse, kültürel sermaye de o kadar benimsenmiş ve yaygınlaşmış demektir. Kültürel sermaye de, ekonomik sermaye gibi saklanabilen, yatırım yapılabilen ya da başka kaynaklara erişmek için kullanılabilen bir sermaye türüdür. Kültürel sermaye için en can alıcı unsur, aile tarafından sunulan eğitim olanaklarıyla şekillenen ve diplomalarla kanıtlanan akademik* sermayeyi de içermesidir. Çünkü sanat eserlerinin nasıl “şifre”lendiğine dair bilinç, sanata olan duyarlılık ve sanat beğenisi de bu süreçte oluşmaktadır. Akademik sermaye, aile ve okullar yoluyla işleyen bir aktarım mekanizması olduğuna göre⁸², bu yolla oluşan bilinç seviyesi de bireyin kültürel sermayesinin nüvesini oluşturduğu için, aile tarafından sunulan akademik sermayenin bireyin kültürel sermayesine etki yapacağı çok açıktır.

Kültürel sermayede de yine “imtiyazlılara has” bir durum ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki; kültürel ürünlere el konulması, evrensel olarak dağıtılmamış yetenek ve eğilimleri gerektirmektedir⁸³. Yani bu ürünlere sahip olmak ekonomik ve sembolik sermayeyle ilgiliyse de, kültürel sermaye gibi işlemekte, itibar ve meşruiyet sağlamada kazanç sağlamaktadır. Anlaşılacağı gibi, kültürel sermaye bir şekilde mükafatlandırılmaktadır veya mükafatlandırılması gerektiği düşünülmektedir, çünkü az sayıda kişi ona sahip olsa da, onun saygınlığı çoğunluk tarafından benimsenmiştir ve dolayısıyla meşrulaşmıştır. Bu, kültürel sermayenin seçkinleştirici özelliğinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, kültürel sermaye mükafatlandırıldıkça, sosyal olarak egemen sınıf mesleklerinde ilerleme ve daha az imtiyazlı olanlara karşı, sınıf bağlantılı sınırlar oluşturma imkanına da sahip olmaktadır⁸⁴.

O halde, kültürel sermayenin herkes için mevcut olan ve bir değer ifade eden genel bir kaynak olduğunu söylemek güçtür. Kültürel sermaye “elit” sınıfın mülkiyetindedir; çünkü onların kültürel göstergeleriyle şekillenmektedir. Doğal olarak bu göstergeler kabul edilip benimsendikçe, elit sınıf ya da Bourdieu’nün “imtiyazlılar” diye adlandırdığı kişiler bundan kazanç sağlamaktadırlar.

Bourdieu, *Distinction*’da oluşturduğu haritada iki farklılaşma ilkesine göre yani; ekonomik ve kültürel sermayeye sahip olma durumuna göre şekillenen konumları

⁸¹ Paul W. Kingston, “The Unfulfilled Promise of Cultural Capital Theory”, *Sociology of Education*, Vol. 74, (2001), s. 89.

* Eğitim sermayesi de denmektedir.

⁸² Pierre Bourdieu, *Distinction – A Social Critique of The Judgement of Taste*, Richard Nice (çev.), London: Routledge, 1996, s. 23.

⁸³ Pierre Bourdieu, *Distinction – A Social Critique of The Judgement of Taste*, s. 228.

⁸⁴ Kingston, s. 89.

incelemiştir⁸⁵. Buna konu olan aktörler, hem sahip oldukları sermayenin toplam hacmine göre (birinci boyut), hem de ekonomik ve kültürel sermayelerinin görece ağırlığına göre (ikinci boyut) karşılaştırılmışlardır. Birinci boyutta, patronlar, serbest meslek sahipleri, akademisyenler gibi güçlü bir toplam sermaye hacmine sahip olanlar yer alırken, bunların karşıt konumunda, vasıfsız işçiler, yarı-vasıflı işçiler, çiftçiler yer almaktadır. İkinci boyutta ise sahip oldukları sermaye içinden ekonomik ve kültürel sermayenin birbirlerine göre boyutlandırılması söz konusudur. Buna göre ise, örneğin akademisyenler (kültürel sermayeleri, ekonomik sermayelerine göre görece daha zengindir) ile patronlar (ekonomik sermayeleri, kültürel sermayelerine göre görece daha zengindir) karşı konumdadırlar.

Bu konumlandırma önemlidir, çünkü kişilerin sahip oldukları kültürel ve ekonomik sermayelerinin görece konumları, kendilerinden sonraki nesillerin de sermayelerini belirlemektedir. Ailelerin kültürel sermayeleri ekonomik sermayelerine oranla ne kadar büyükse, çocuklarının okul eğitime o kadar harcama yaparlar; paraya karşı sanata, iktidar işlerine karşı kültür işlerine yatırım yaparlar⁸⁶. Bir başka deyişle, sahip oldukları sermaye ile ekonomik sermayelerinin konumları, hangisine ayrıcalık tanıyacaklarına dair olan tercih sistemlerini de değiştirmektedir.

Sınıf eşitsizliklerinin yaratılmasında ve yeniden üretilmesinde önemli bir mekanizma olan kültürel sermaye, o halde eğitim – öğretim ve diğer sosyalizasyon süreçlerinde edinilen kültürel beceriler toplamıdır. Ayrıca kültürel sermayenin aktarımı, sermayenin “kalıtsal” aktarımının en iyi şeklidir⁸⁷, çünkü yukarıda açıklandığı üzere, kültürel sermayesi görece zengin olan ailelerden, sonraki nesillere kültürel sermayenin aktarımı söz konusudur. Dolayısıyla kültürel sermayenin aktarımı için en uygun mekanizma, veraset yoluyla sonraki nesillere geçmesidir ki bu aynı zamanda kültürel sermayenin yeniden üretilmesine de yardımcı bir unsurdur.

Kültürel sermaye ile sosyal sermayenin ilişkisine bakıldığında, kültürel sermayenin sosyal sermayenin niteliğini belirlediği söylenebilir, çünkü sosyal ilişkiler ağının hangi kültürel göstergelerin benimsendiği gruplar arasında kurulacağını belirlemektedir. Dahası, belli kültürel değerler ve normlar üzerinde anlaşmış olmanın söz konusu ilişkiler ağındaki fikir ayrılıklarını engelleyeceği savunulur. O halde ilişkiler ağının sağlamlığına ve kararlılığına, belli kültürel değerler konusundaki uyumun olumlu etkisi olacaktır. Yani, kültürel sermaye, yalnızca elit sınıfın, bir sınıf hakimiyeti aracı olmakla kalmaz, söz konusu ilişkiler ağındaki

⁸⁵ Bourdieu, *Distinction – A Social Critique of The Judgement of Taste*, s. 128 - 129.

⁸⁶ Pierre Bourdieu, **Pratik Nedenler – Eylem Kuramı Üzerine**, Hülya Uğur Tanrıöver (çev.), 2. Baskı, İstanbul: Hil Yayınları, 2006, s. 42.

⁸⁷ Bourdieu, *The Forms of Capital*, s. 282.

sosyal bağları ve topluluk ruhunu güçlendirme anlamında da önemli bir araç olarak görev yapar⁸⁸. Yani kültürel sermaye, sosyal sermayenin etkin olacağı grubun niteliğiyle ilgilidir.

Bu ifade edilenler, Coleman'ın görüşlerinde tanımlanan ekonomik sermaye dışındaki tüm sermaye türlerinin gelişmesi için, sosyal sermayenin belli bir gelişmişliğe erişmiş olması gerekmektedir yönündeki ifadesiyle zıtlık oluşturuyor gibi görünse de aslında birbirlerini tamamlamaktadırlar. Yani kültürel sermayenin mi sosyal sermayeyi, yoksa sosyal sermayenin mi kültürel sermayeyi belirlediği konusunda karışıklık varmış gibi görünmektedir. Halbuki, karışıklık yoktur. Çünkü, kültürel sermayenin *elit* sosyal etkileşimleri gerçekleştirebilmek için gerekli olan kültürel kaynaklar ve becerilere sahiplik ile belirlendiğini⁸⁹ ifade etmek, kültürel sermayenin sosyal sermayeyi belirlediğini söylemek değildir. Sosyal sermayeyi yaratmak için değil, sosyal sermayeyi geliştirmek, daha üst bir ilişkiler ağından kurabilmek için kültürel sermaye önemlidir. Yani bireyin kültürel sermayesi ne kadar güçlü ise, sosyal sermaye yaratmak için kurabileceği ilişkiler ağı o kadar niteliklidir; yoksa kültürel sermayesinin güçlü olması, sosyal sermayesinin de güçlü olmasını gerektirmez. O halde kültürel sermaye, sosyal sermayeyi belirlemez, sosyal sermayenin geçerli olacağı ilişkiler ağının kalitesini belirler.

Aksi yani, sosyal sermayenin kültürel sermayeyi belirleyip belirlemediği sorusuna bakılırsa, cevap ne olacaktır? Diğer sermaye türlerinin gelişmesi için sosyal sermayenin belirli bir gelişmişlik düzeyinde olması gereklidir. Yani bu bir ön koşuldur. Bu ön koşulu kabul etmek, sosyal sermayenin kültürel sermayeyi - ya da diğer türleri- belirlediğini söylemek değildir. Sosyal sermaye zaten benzer kültürel sermaye düzeyine sahip olan bireyler arasında ve bu bağlardan kazanç sağlama amacıyla kurulur. Yani bireylerin belli kültürel değerleri zaten vardır. Bu değerler seviyesine sahip bireyler, bir araya gelmeleri halinde gelecekte daha fazla kazanç sağlamak üzere birleşirlerse, bu sosyal sermayeyi oluşturur. Yani sosyal sermaye kültürel sermayeyi belirlemez. Ancak sosyal sermayenin gelişmişlik düzeyi kültürel sermayenin – ve diğer türlerin- etki alanını genişletir.

Yani söz konusu iki ifade de doğrudur ve çelişmemektedir. Ne kültürel sermaye sosyal sermayeyi, ne de sosyal sermaye kültürel sermayeyi belirlemektedir. Her ikisi de birbirlerinin gelişmişlik düzeyini etkilemektedir. Bourdieu'cü bir yaklaşımla tüm diğer sermaye türlerinin kökeninde ve üstünde ekonomik sermaye olduğu düşüncesi yer almaktadır. Ancak daha önce de açıklandığı üzere, ekonomik neden, beklenti ya da çıkar genellikle yadsındığı içindir ki, sermayenin farklı biçimlerinin birbirlerine dönüştürülebilmesi yahut daha kesin olarak ekonomik sermayeye indirgenmesi güçleşmektedir. Bunun nedeni ekonomik yönü

⁸⁸ Jeannotte, s. 41.

⁸⁹ Mohan ve Mohan, s. 192.

maskeleyebilme derecelerinin farklılıklarında yatmaktadır⁹⁰. Asıl tartışılması gereken, tüm bu sermaye türlerinin statü sağlamadaki rolleridir. Sosyal sermaye aileden gelen, kalıtsal olarak geçen, *atfedilmiş statü* ile eğitimle yerleşen ve öncel olan mesleki statüyü ilgilendiren *edinilmiş statü*nün dışında, *kazanılmış sosyal statü* ile ilgilidir⁹¹. Sosyal kaynaklar, birinin doğrudan ya da dolaylı bağları kanalıyla erişilebilir kaynaklardır; dolayısıyla bu kaynaklar ödünç alınmıştır. O halde bu sosyal kaynaklara erişim ve kaynakların kullanımı geçicidir. Buradaki asıl amaç – ekonomik olan yadsınmaya çalışılsa da- görülmelidir. Bireylerin sosyal statü kazanmak için sosyal ağlara yatırım yaparak sosyal sermayelerini artırmak istemelerinin nedeni, bu sosyal ağlarla kazanılacak sosyal statünün ekonomik bir değeri olmasındandır.

Yukardaki gibi bir tartışma sosyal sermaye ile beşeri sermaye etkileşimi için de yapılmıştır. Bazı sosyal bilimciler, sosyal sermayenin beşeri sermaye yaratımında etkisi olduğunu ifade ederlerken*, bazıları ise beşeri sermayenin sosyal sermayeye sebep olduğunu savunurlar. Birinci gruba göre, tanınmış aileler ve sosyal bağlar, bireylerin dahi iyi eğitim, staj olanaklarına, beceri ve bilgilerini belgeleme fırsatlarına sahip olmalarını sağlayabilir. İkinci gruba göre ise, daha iyi eğitilmiş ve daha iyi yetiştirilmiş bireyler, kaynaklar bakımından daha zengin sosyal ortamlara girme imkanlarına kavuşurlar. Beşeri sermayeye bakılmaksızın, sosyal sermayece zengin olan bireyin kazanılmış statüsü de yüksek olacaktır. Sosyal sermaye düşük olduğunda ise, bu sefer beşeri sermaye, kazanımı için oldukça büyük bir çaba harcayacaktır. İkisinin de az seviyelerde olması durumunda ise, statü kazanımı için çok daha önemli olan faktör sosyal sermayedir⁹².

O halde, hangi tür sermayenin diğer hangi sermaye türünü belirlediğine karar vermektense, tartışmaların özünü görmek gerekir. Ekonomik sermaye dışında literatürde yer alan tüm sermaye türlerini yaratan, büyüten ve geliştiren ekonomik sermayenin kendisidir. Hepsinin birbiriyle olan etkileşimlerin kabul ederek, sahip olunan sermaye türü ne olursa olsun, sosyal sermayenin bu sermayenin gelişmesi için önemli bir faktör olduğuna dikkat çekmek istenmektedir, çünkü sosyal statü kazanımı gibi bir sembolik kazanca ulaşmanın da ekonomik koşullar içerdiği anlaşılmalıdır.

⁹⁰ Field, s. 21-22.

⁹¹ Nan Lin, "Social Networks and Status Attainment, *Annual Review of Sociology*, Vol. 25, (1999), s. 468.

* Bkz. Bourdieu, *The Forms of Capital* ve Coleman, *Foundations of Social Theory*.

⁹² Lin, *Social Networks and Status Attainment*, 484-485.

II. SOSYAL SERMAYE AÇISINDAN KÜLTÜR VE SANAT YATIRIMLARI

Bundan sonraki bölümlerde görüleceği gibi, tüm dünyada kültürün ve özellikle sanatın ve sanatçının hamiliğini yapma geleneği Rönesans'a kadar uzanmaktadır. İktidar sahiplerinin ya da soyluların bu eğilimleri *noblesse oblige** ile açıklanabilir. Ancak yeni olan olgu, son yarım yüzyıldır özel firmaların ve girişimcilerin bu hareketi yürütüyor olmasıdır.

Konu – kültür ve sanata olan destek- yeni değildir, aktörler de – kendi öz faaliyetlerini yürüten firmalar- yeni değildir. Yeni olan şey, firmaların bu konudaki yeni “destekleyici” konumlarıdır. Bilinmektedir ki yeni konumlara ilk yönelenler, ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye bakımından en zengin olanlardır⁹³. Bu anlamda, amaç; ekonomik - ve dolayısıyla kültürel ve sosyal- sermaye bakımından zenginleşmiş bu kesimin, bir doygunluğa eriştikten sonra, sahip oldukları sosyal ağları da (sosyal sermaye) kullanıp, kültür ve sanata yatırım (kültürel sermaye) yapması ve ardından beslenen kültürel sermaye ile yeni sosyal ağlar yaratarak, sosyal sermayeyi de artırması mekanizmasının altındaki ekonomik sermayelerini artırıcı işlevi göstermektir. Yani Bourdieu'nün ifadesiyle ekonomik sermayenin “kılık değiştirmiş” diğer türleri, ekonomik sermayeyi büyütürken, meşrulaştırma görevini de yerine getirmektedir.

Anlaşıldığı gibi sosyal sermaye; bireyleri aşan ve maddi bir varlık olan sermayenin dışında kalan sosyal ilişkiler ağına aittir. Ülkelerin doğal sermayesi, kapitalistlerin finansal sermayesi, eğitimli bireylerin akademik ve beşeri sermayesi olması gibi, sosyal varlıklar olmaktan doğan ve kaçınılmaz olarak sahip olunan bir sermaye türüdür⁹⁴. Bu alanın sermaye ile kavramsallaştırılıyor olması ise, bireylerin kendi bireysel (ya da grup) çıkarları doğrultusunda bu ilişkileri birer kaynak olarak kullanmasından ileri gelmektedir. İlişkilerin kaynak olarak kullanılması, kavramın kullanım alanının genişliğini de göz önüne serer. Ekonomik olanla sosyal olanı birleştirmesi imkanıyladır ki, ekonomik anlamdaki yetersizlikler durumunda sosyal anlamda güçlü olan güven, işbirliği, dayanışma gibi kavramlara daha çok vurgu yapılmakta ve bunların geliştirilebilmesi halinde, yine de ekonomik fayda da sağlanabileceğine inanılmaktadır.

* “Asalet gereği” anlamında terimleşmiş söz dizisi.

⁹³ Bourdieu, *Sanatın Kuralları*, s. 395.

⁹⁴ Özügür, s. 191-208.

Bu işlevinden dolayı yani ekonomik gelişmeye yapacağı varsayılan katkılardan dolayı gerek bireysel gelir eşitsizliklerini ve yoksulluğu; gerekse ülkelerin ekonomik gelişmişliklerini ve bu doğrultuda ölçülen yoksulluğu anlamlandırmak üzere de kullanılmaktadır. Örneğin Putnam'a göre, toplumlar karşılıklı ilişkilerini geliştirerek, sosyal sermayenin gerekli bileşeni olan güven ortamını oluşturlarsa, hem ekonomik hem de demokratik gelişmişliğe katkı sağlarlar⁹⁵. Dünya Bankası da bu ilişkiyi benimsemiş olmalı ki, kalkınma ve yoksulluk konuları çerçevesinde sosyal sermayeye çok geniş yer ayırarak, yoksulluğun azaltılması ve ekonomik kalkınma, kentsel gelişme, kırsal kalkınma ve daha birçok konuda programlar yürütmektedir*.

Sosyal sermaye hakkında oluşmaya başlayan bu geniş literatür ve ilişkili bulunan onlarca konuya rağmen, bu araştırmanın konusu kültür ve sanat yatırımlarını yürüten özel girişimciler olduğuna göre, Bourdieu'cü bir yaklaşımla "imtiyazlıların" sahip olduğu bu sermayenin ekonomik değerine bakılmaya çalışılacaktır.

A. Kültür ve Sanat Yatırımları Aracılığıyla Sosyal Fayda Yaratmak ya da Sembolik ve Kültürel Sermaye ile Gelişen Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye kavramı birçok sosyal bilim alanını ilgilendirmekte ve bu alanların kapsamında incelenmektedir. Ancak burada, kültür ve sanat yatırımları ile ilişkilendirilmesine çalışılacaktır. Kültür ve sanat alanına dikkat çekilmesindeki amaç, kültürün ve özelde sanatın "yüceltici" ve "meşrulaştırıcı" işlevinin icra eden/ satan (üretici), izleyen/ katılan/ satın alan (tüketici) olduğu kadar destekleyen/ yatırım yapan sirayet edişinin sağladığı sosyal getirileri incelemektir, çünkü yukarıda açıklandığı üzere bu sosyal getiriler ekonomik getirilere dönüşmektedir.

1. Kültür ve Sanat Üreticisi ile Sosyal Sermaye İlişkisi

Aslında, sanatı üreten ve – yalnızca- tüketenler, araştırmanın kapsamında değildir. Kültürün ve sanatın destekleyicisi konumunda olan girişimciler yani, bir anlamda üretilmesi ve tüketilmesi için ortam (mekan, para, bağlantılar vs.) yaratanlar; bu piyasanın oluşmasındaki araçlar incelenecektir. Ancak yine de, sosyal sermayeyle ilişkileri

⁹⁵ Putnam, *Making Democracy Work*, s. 167.

*Dünya Bankası, "Social Capital Topics",

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20186552~menuPK:418214~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html> (19 Ağustos 2010).

bakımından, kültür ve sanat üretici ve tüketicilerinin konumlarına kısaca değinilebilir; çünkü bu katkı kültür ve sanatın neden desteklendiğine de ışık tutacaktır.

Sanat üretenler* ile sermaye arasında “ikilemli” bir ilişki vardır. Bu ikilemli ilişki, kapitalizmin – ekonomik üretim için yaptığı gibi- sanat üretimi için de sınırsız kaynaklar yaratmasıyla daha da hızlanmış ve büyümüştür. Kapitalizmin işleyişi, sürekli birikime bağlı olduğuna göre yeni kaynaklar bulunmalı ve yeni kanallara aktarılmalıdır. Kapitalist düzen, sanatı afyon olarak çoğaltmanın kazanç olanaklarını da sezmiştir⁹⁶ ve bunu kullanmanın yollarını aramaktadır.

Bu süreç, sanatçı için bir yandan sanatını icra etmeye çalıştığı, diğer yandan da sanatını icra ettiği piyasa ile piyasa işleyişini sağlayan aktörler ile karşı karşıya kaldığı için ikilem yaratır. Kapitalist üretim sisteminde sanatın ve sanatçının işlevi de giderek dönüşmektedir⁹⁷:

“Meta üretimi her yere yayılıyor. İşbölümünün artması için işin parçalara bölünmesi, ekonomik güçlerin belirsizliği, tüm bunlar insanlar arasında dolaysız ilişkileri ortadan kaldırıyor; insanın toplumsal gerçeklere ve kendisine gittikçe artan bir yabancılaşma duyması zorunlu kınılıyordu. Böyle bir dünyada sanat bir meta, sanatçı da bir meta üreticisi olmuştu.”

Dolayısıyla, bir tarafta herşeyin satın alınabilir bir meta haline geldiği bir dünyada, meta üretmeme kararı alan (sanat için sanat yapan) bağımsız sanatçıyla; diğer tarafta bu bağımlılığı reddetmeyen (piyasa için sanat) sanatçı türleri görülmektedir. Oysa Benjamin’in dediği gibi sanatçının görevi bellidir⁹⁸: Sanatçı üretim sürecindeki konumu üzerinde düşünmeli, burjuvazinin temellük edici kültürüne direnmeli, toplumsal ilişkilere dahil olarak; onlara müdahale etmelidir. Ancak “sadece eseri değil, eseri yaratma yolları da piyasaya eklemlenen sanatçı da arz ve talep kanunlarına bağlı olduğu”⁹⁹ için, bu görevi kabul etmek ve yerine getirmek zorlaşmıştır. Ayrıca sadece sanatçı değil, tüm kültür üreticileri düşünüldüğünde, kültür üretimini düzenleme işi disiplinlerarası bir görev olduğu için buradaki en önemli unsurun bağlantılar ağı¹⁰⁰ olduğu görülmelidir; dolayısıyla ortaya çıkan ürünün bir meta olduğu anlaşılmaktadır.

* Kültür endüstrisinin kabulüyle birlikte kültür ve sanatın üretim tarafında olanlar aslında çok geniş bir kitledir. Ancak burada üretime katkı sağlayanlar değil, birebir sanatı icra edenler yani sanatçılar kastedilmektedir.

⁹⁶ Ernst Fischer, **Sanatın Gerekliği**, Cevat Çapan (çev.), 10. Baskı, İstanbul: Payel Yayınları, 2005, s. 201.

⁹⁷ Fischer, s. 49.

⁹⁸ Walter Benjamin, “Üretici Olarak Yazar”, Haluk Barışcan (çev.), Ali Artun (Ed.), **Sanat ve Siyaset – Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika** içinde (69-90), İstanbul: İletişim Yayınları, 2008, s.71-79.

⁹⁹ Raymonde Moulin, **L’Artiste, L’Institution et Le Marché**, 2^{ème} Edition, France: Flammarion, 1997, s. 254.

¹⁰⁰ Lily Kong, “The Socialty of Cultural Industries: Hong Kong’s Cultural Policy and Film Industry”, **International Journal of Cultural Policy**, Vol. 11, No. 1, (2005), s. 63-65.

Bütün bunların ötesinde sosyal sermaye kuramına dair anlatılanlar çerçevesinde, diğer sermaye türlerini de düşünerek, bu zorluğun farkında olan sanatçının piyasaya eklenerek, burada kendisini “başarılı” olarak kabul ettirebilmesi için sahip olduğu ya da başarılı olarak kabul edilmesi için sahip olması gereken sermaye türleri hakkında Bourdieu’cü bir yaklaşımla şunlar söylenebilir¹⁰¹:

“İşgal edilen sosyal konumda başarılı olabilmek için, sanatçının belirli bir miktar ekonomik sermaye (kültürel üretim için gerekli zaman ve enerjiyi ayırabilmesini ve ekonomik kâra kayıtsız kalmasını sağlayacak), kültürel sermaye (estetik söylemlerin dilini çözmesini, bu dili konuşmasını ve diğer entelektüel konularda bilgi sahibi olmasını sağlayacak) ve sosyal sermaye (sanat cemaatlerine etkileşimsel erişimini sağlayacak) biriktirmiş olması gerekir.”

Görüldüğü gibi, bir sanatçının en azından ekonomik, kültürel ve sosyal sermayeye sahip olması gerekmektedir. Aktarılan pasajda, sanatçıyı niteleyen başarılı olma koşulu ise ayrıca önemlidir, çünkü anlaşılacağı gibi başarı kıstası tüm bu sermaye türlerinin birikmesi ve yeniden üretime koşularak ekonomik sermayeye dönüşmesiyle belirlenmektedir. Sanatını icra etmesine yetecek kadar zaman ve enerji ayırmasını ve ekonomik kâra kayıtsız kalmasını sağlayacak kadar *ekonomik sermaye*, sanatını icra etmesine yarayacak olan kültürel ve sanatsal zemini hazırlamaya yetecek kadar *kültürel sermaye* ve icra ettiği/ etmekte olduğu sanatını beğenisine sunacağı kültür ve sanat topluluklarıyla paylaşmak için kullanabileceği *sosyal sermaye*ye sahip olan bir sanatçının başarılı olarak kabul edilmesi, ancak sanatçının tüm bunları sembolik sermayeye (tanınmış olmanın sermayesi) dönüştürmesi halinde mümkün olmaktadır. Bunun nedeni daha önce aktarıldığı gibi, Bourdieu’nün şu ifadesinden anlaşılır: Ekonomik sermaye, alanın sunduğu özgül kârları ve vade sonunda getireceği ekonomik kârları ancak sembolik sermayeye dönüştüğünde sağlayabilir.

Sosyal sermaye, sanatçıyı piyasa ile buluşturan mekanizmadır; sanatçının sosyal sermayesi ne kadar gelişmiş ise, o kadar çok ilişkiler ağına sahiptir (medya, iş dünyası, sanat dünyası, ve hatta iktidar gibi) ve o kadar çok ilişki ağında “tanınıyor” demektir. Örneğin, medyayla ilişkisine bakılacak olursa; medyada daha çok haberi yapıldığı, bazı medya kuruluşlarının dağıttığı ödül törenlerine katıldığı ve hatta bu kuruluşlardan ödül aldığı için, iş dünyasıyla ilişkisine bakıldığında; burada sürdürdüğü iyi ilişkileri sayesinde onların sanat ortamlarında ya da onların ilişkisinin bulunduğu mecralarda yer aldığı için ya da devletle olan

¹⁰¹ Emrah Göker “Araştırma Tasarımı Açısından Pierre Bourdieu’nün Sanat Sosyolojisi”, Güney Çeğin ve diğerleri (drl.), **Ocak ve Zanaat – Pierre Bourdieu Derlemesi** içinde (525-558), İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s. 550.

ilişkinine bakıldığında; devlet nişanı, devlet sanatçısı ünvanı aldığı için sosyal prestij yani sembolik sermaye elde etmiştir. Bu gibi şekillerle, tanınmış olmanın sermayesi olan sembolik sermayeyi elde etmiş olan sanatçı eserlerini daha geniş bir alıcı kitlesiyle buluşturabilme imkanına sahip olacağı için, kendisinin ekonomik sermayesini artırma olasılığı, sosyal sermayesi görece düşük bir sanatçıya göre çok daha fazladır. Dolayısıyla birbirlerini büyüterek besleyen, iç içe geçmiş mekanizmalar gibi işleyen bu sermaye türleri, sanatçının toplumda ekonomik anlamda konumlanışını gösterir.

2. Kültür ve Sanat Tüketicisi ile Sosyal Sermaye İlişkisi

Kültür ve sanat alanında üreticilerin olduğu gibi, bu alanın tüketicileri de vardır. Kültür ve sanatı tüketmenin, tüketene ne gibi değerler kattığı konusu sanat sosyolojisi, sanat felsefesi gibi disiplinlerin konusudur. Ancak sosyal sermaye bakımından ne ifade ettiğine değinmek gerekir.

Kültür ve sanat ürünlerinin tüketicisi olmakla sosyal sermaye arasındaki ilişki bunların sağlayacağı sosyal statü göz önüne alınarak yorumlanabilir. Aksi takdirde, tüm kültür ve sanat alanındaki tüketicilerin sosyal sermayelerinin görece yüksek olduğunu düşünmek hatalı olur. Burada Bourdieu'nün "alana giriş hakkını meşrulaştıran, belli bir özellikler ağına sahip olmaktır"¹⁰² önermesi hatırlamaya değerdir. O halde belli bir kültür ve sanat ürünü tüketmek bile bir gruba dahil olmak demektir.

Sosyal statü edinmek için bireyler sosyal kaynaklara yatırım yaparlar. Kültür ve sanatı onaylamak, takdir etmek de bu yollardan biri olarak görülmelidir. Bireylerin – sadece sanat üreticilerinin ya da sanata yatırım yapanların değil, tüketicilerin de- sosyal statü kazanmak için sosyal ağlara yatırım yaparak sosyal sermayelerini artırmak istemelerinin nedeni, bu sosyal ağlarla kazanılacak sosyal statünün ekonomik bir değeri olmasındandır. İşte sosyal sermaye burada belirmektedir. Kültür ve sanat ürününün – üretene, tüketene, destekleyene- meşruiyet kazandırıcı özelliğinden ötürüdür ki, bu ürünleri takdir etmek mikro ölçekte bireyleri, makro ölçekte ise toplumları ortaklaştırmaktadır, çünkü "kültürel biçimler, birey ve grup kimliği belirlemede ve onun aracılığıyla toplum üyelerinin, günlük konuşmalarla erişilemeyen konularda iletişim sağlayabilmeleri için ortak bir dil sağlamada yeri doldurulamaz bir rol oynamaktadırlar"¹⁰³.

¹⁰² Bourdieu ve Wacquant, s. 93.

¹⁰³ Jeannotte, s. 36.

O halde, sanatsal ve kültürel tüketim - bilinçli olarak ya da olmayarak- sosyal farklılıkları meşrulaştırmaya eğilimlidir¹⁰⁴, çünkü örneğin müze ziyareti yapmak ekonomik, sosyal ve eğitimsel özelliklere sahip bir sosyal sınıf ürünüdür. Bu da müzenin kutsanmış bir mekan olarak izleyicilerine zevk ve ayrıcalıklılık hissiyle kültürel sermaye sağlamasındandır¹⁰⁵. Sanat müzelerine ziyaretler yoluyla, oradaki eserlere gösterilen takdir ise, orta ve üst sınıfın kültürel ve sanatsal beğenileriyle ilişkilidir. Bu beğeniler, bir anlamda belli bir gruba aidiyetin gerektirdiği kültürel ve sanatsal normlarla uyum içinde olmalıdır. Böyle olduğu müddetçe, “aidiyet” ya da “üyelik” tanınacaktır. Burada kastedilen üyelik, yüksek statü sağlayan kültürel göstergelerin geçerli olduğu bir gruba aidiyetle ilişkilidir. Bir anlamda bu “elit” kültürü takdir ederek, kültürel sermayeden pay alarak ve bu anlamda kendisi gibi bireylerden oluşan bu gruba katılım sağlanacaktır. Yine müze örneği göz önünde tutulursa, katılım sayesinde, sembolik ve kültürel bir değer olan müzeler aracılığıyla ziyaretçiler, hem bu yüksek kültür ürününü tüketmekle sosyal prestij yani sembolik sermaye, hem kendisiyle benzer kültürel sermayeye sahip diğer bireylerle bir gruba dahil olmanın yaratacağı kültürel ve sosyal sermayeye erişme fırsatı bulacaktır.

Tabii ki, bunun asıl nedeni sanatın ve kültürün, sanatsal ve kültürel etkinliklere katılmaya gücü yeten “elit”lerin ya da “imtiyazlılar”ın bir alanı¹⁰⁶ olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, bu imtiyazlı alanın ürünleriyle etkileşim kültür ve sanat tüketicilerini diğerlerinden farklılaştırarak, onların bir gruba ait hissetmelerini sağlamaktadır. Bu önemli unsur, kültür ve sanat tüketicisiyle üreticisini bir araya getiren, yani kültür ve sanat alanına yatırım yaparak, bir anlamda bu piyasayı oluşturanlar ve sanatın ticaretini yapanlar için çok önemli sonuçlar doğurur, çünkü kendilerine tanınan yapıtları, böylelikle benimsettirme¹⁰⁷; daha da önemlisi böylelikle kültürü dönüştürme gücünü elinde tutmaktadırlar.

3. Kültür ve Sanat Piyasasına Yatırım ile Sosyal Sermaye İlişkisi

Kültür ve sanat alanına bağışlar ve diğer destekler yoluyla yatırım yapmak ve bu yolla kültür ve sanatın koruyucusu olmak, bu alanın üreticisi ve tüketicisi açısından belirlenmiş olan tüm faydaların ötesinde, kültürü dönüştürme erkini de içinde barındıran güçlü bir yatırım aracı haline gelmiştir.

¹⁰⁴ Bourdieu, *Distinction*, s. 6.

¹⁰⁵ Michael Grenfell ve Cheryl Hardy, **Art Rules: Pierre Bourdieu and the Visual Arts**, Oxford: Berg Publishers, 2007, s. 78.

¹⁰⁶ Jeannotte, s. 43.

¹⁰⁷ Bourdieu, *Sanatın Kuralları*, s. 265.

On beşinci yüzyılda ve öncesinde hamilik sistemlerinde, hamiler sanatçıları kendilerine olan bağılılıklarını sağlamak ve korumak üzere onlara ödeme yapmaktaydılar ve tabii ki, bu onların sanatına müdahale hakkını da içermektedir. On sekizinci yüzyılla birlikte hamilik sistemi değişmekteydi; bir anlamda bu alana tüccar, eleştirmen, yayıncılar gibi aracılık görevi gören birey ve kurumlar girmeye, yirminci yüzyılla ise kamusal güvence ihtiyacındaki sanatçılar için devlet koruması gündeme gelmeye başladı¹⁰⁸. Tabii ki, tüm bu süreçlerde sanatçının, koruyucusu olan birey ya da kurumun isteklerinden bağımsız olduğu söylenemez. Bugünün kültür ve sanat destekçileri de kültür ve sanat üreticilerine doğrudan yaptırım uygulamaları da yine de, desteklemeyi seçtikleri sanatçı ya da organizasyonlarda tarafsız olduklarını söylemek güçtür. O halde kültür ve sanata yatırım yapanların yukarıda ifade edilen kültürü dönüştürme erkinde, bu işleyiş de göz ardı edilemez.

Kültür ve sanat kavramlarının hep bir arada kullanılıyor olmasına istinaden bir hatırlatma yapmakta fayda vardır. Kültürün birçok tamamlayıcı vardır; sanat bunlardan sadece biridir. Sadece sanata yapılan yatırımla kültürü dönüştürmek mümkün değildir. Ancak burada kastedilen, sanat alanına yatırım yapma kapasitesine sahip birey ve kurumların eğitim, hukuk, çevre ve toplum sorunları gibi alanları da etkileme güçlerinin olduğunun göz ardı edilemeyeceğidir. Ancak sanat, aşağıda bahsedileceği gibi, kendi yapısı gereği sahip olduğu meşrulaştırıcı işlevi sayesinde olmalıdır ki, daha saygın, daha ulvi ve daha güzel yollarla ve tam da bu nedenle de daha gizlice kültürü dönüştürecekler.

a. Sanat Yatırımlarının Sembolik, Kültürel ve Sosyal Değeri

Kültüre ve sanata yatırım yapmanın sembolik, kültürel, sosyal ve tabii ki ekonomik sermaye bakımından getirileri vardır. Bu getiriler, hem üreticiye (sanatçıya) sanatını icra etmesi için gerekli koşulları sağlamasından, hem de tüketiciye, yaratılmasına da vesile olduğu sanattan yararlanma fırsatı sunmasından kaynaklanan getiriler olduğu için, üretici ve tüketicinin elde ettiklerinden çok daha büyük değerlerde olacaktır.

Sanata yatırım yapmak ile sağlanacak kültürel, sosyal ve ekonomik getiriler onun sembolik değeri ile ilgilidir. Sanatın ne ifade ettiği, neden bu kadar “değerli” olduğu, asıl olarak neyi temsil ettiği soruları yüzyıllardır sorulan, ancak tam anlamıyla cevaplanamayan sorulardır. Sanatın sembolik değerine ilişkin bir değerlendirme yapmak için, iki olaydan faydalanılacaktır. Bunlardan birincisi; 1911 yılında Paris’te gerçekleşmiştir. Leonardo’nun dünyaca ünlü tablosu Mona Lisa Louvre Müzesi’nden kaçırılmıştır. Mona Lisa’nın ortadan

¹⁰⁸ Janet Wolff, **Sanatın Toplumsal Üretimi**, Ayşegül Demir (çev.), İstanbul: Özne Yayınları, 2000, s. 46-47.

kayboluşunun gerçek öyküsü, sanat ve sanatla neden ilgilenildiği konusunu anlamaya yardımcı olabilir; çünkü Mona Lisa'nın kayboluşunun ardından dünyanın her yanından insanlar, Mona Lisa'dan kalan boş yeri görebilmek için Louvre Müzesi'ne akın etmeye başlamışlardır. Yani yaşanan şey, bir sanat eserini orada olduğu için değil, tam tersine orada olmadığı için görmeye gitme durumudur¹⁰⁹. Diğer olay ise 1970'lerde geçmekte ve başka bir dünyaca ünlü sanatçı Andy Warhol ile ilgilidir¹¹⁰: Bir sanat eleştirmeni Warhol'un bir galeride açılacak sergisi hakkında, komisyoncusundan bilgi istediğinde, komisyoncunun yanıtı şu olmuştur: "Görmeye gerek yok, resimler aynen size gönderdiğim bültendeki gibidir". Buradan sanat eserinin sadece orada olduğu için değerli olduğu, ona bakılmasına bile gerek olmadığı gibi bir sonuç çıkmaktadır.

Bu iki olay ile, sanatın ya da daha doğru bir deyişle görsel sanat eserinin "görünür" olmak zorunda olmadığı gibi bir sonuca varılıyor. Aslında sanat eseri; bu prestij nesnesi ya da ikonlaşan bu obje yok olunca sanat denen şey ortaya çıkmaktadır. Tüm kültürel iletişim araçları, sanat eserinin kendisi dışında yarattığı imgeyi de mitletmektedir. Mona Lisa'nın kaçırlması, basit bir hırsızlık eyleminden çok, "sanat eserlerinin akla getirdiği bu boşluğun, onlardan bir tanesini alabilmek için neden o kadar çok para ödenmesi gerektiğini" açıklaması¹¹¹ bakımından önemlidir. Mona Lisa bulunup, ait olduğu Louvre Müzesi'ne geri koyulmadan önce İtalya'yı dolaşmış, sonraları ise geçici süreler için ABD ve Japonya'da sergilenmiştir*. Bir sanat eserinin değerinin ne olduğunu belirlemek imkansız olsa da, onu (veya imgesini) görmek için müzeleri ya da galerileri ziyaret edenlerin sayısını söylemek mümkündür.

Bu örneklerle anlatılmak istenen, sanat eserinin kendinin de ötesinde bir sembolik anlamı olduğudur. Yani somut olarak ifade ettiği şey dışında soyut olarak da bir ifadesi vardır ve bu sembolik değer – dinleyerek, izleyerek ya da okuyarak- onunla temas edene de intikal etmektedir. Bundan en çok faydalanan ise, eserin sahibi olan ya da koruma/ destekleme yoluyla ona geçici olarak sahip olandır.

Bu örnekler, görsel sanat eserlerine ilişkin örnekler olsa da, aslında tüm sanat eserlerini kavramaya ve anlamlandırmaya yönelik mantık bu yöndedir. Ancak görsel sanat eserleri ve özellikle resim bunun en kolay takip edilebildiği türdür. Bunun nedeni Bourdieu'ye göre sanatın meşrulaştırıcı özelliğinde yatmaktadır. Bourdieu, sanatsal formlarla sanatın

¹⁰⁹ Darian Leader, **Mona Lisa Kaçırlıldı – Sanatın Bizden Gizledikleri**, Handan Akdemir (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004, s. 11-14.

¹¹⁰ Leader, s. 52.

¹¹¹ Leader, s. 84.

* Bu ziyaretler sırasında kalabalık o kadar çoktur ki, ziyaretçilerin esere bakma sürelerinin kısıtlanmıştır. ABD'de eserin önünde en fazla üç dakika durulmasına izin verilirken; Japonya'da esere bakma süresi on saniyeyle sınırlanmıştır. Bkz. Leader, s. 164.

meşrulaştırıcı etkisi arasında hiyerarşik bir ilişki olduğunu savunur: Birincisi, kutsanmış sanatların hakim olduğu meşruluk bölgesi (klasik müzik, resim ve edebiyat gibi formlar burada yer alır); ikincisi, meşrulaştırılabilir olan, kutsanma mücadelesinin halen sürdüğü ara bölge (fotoğrafçılık, caz müzik, sinema gibi formlar burada yer alır); en altta olan üçüncü bölgede ise, sistemin geneli içinde meşrulaşamamış ancak estetik otoritelerin hakim olduğu keyfi formlar (dekorasyon, açıcılık gibi) mevcuttur¹¹². Yukarıda verilen iki örnekten de, bu sanat formlarının meşrulaştırıcı özelliğinin hiyerarşisine göre en üstte olan resmin konumlanışına dair bilgi edinilmekteydi. Kültür ve sanata yatırım yapanların, sanatın bu meşrulaştırıcı bölgelerine dikkat edeceği çok açıktır. Birinci bölgede yer alan bir sanatsal formun sahibi olmak, o formun yapılışını desteklemek ya da finanse etmek veya o formu korumak, görece değerli olmaktadır.

Görece olarak az ya da çok, tüm sanat formlarının meşrulaştırıcı bir yönü vardır. Sanatın ve sanat eserinin sembolik değeri olan statüsü, ona sahip olan için olduğu kadar; onu üreten, tüketen ya da oluşmasına destek veren açısından sembolik sermayedir. Bourdieu, söz konusu sembolik sermayenin aktarımını açıklarken, sanat ürününe geçerlik sağlayan kişi ile savunduğu sanatçı arasındaki ilişkiyi şu şekilde anlatır¹¹³:

“Sanat ürününe geçerlik sağlayan kişi A.’yı tanıtip benimsettirerek ona değer kazandırır. A.’ya, güvence olarak edindiği sembolik sermayeyi sunarak yapının yayınlanmasını (kendi galerisi, tiyatrosu, [orkestrası, müzesi] vs. içinde) sağlar ve böylece onu da benimsenme çevrimine katar. Bu yolla A. da giderek daha seçkin, değerli, aranan yerlere girer.”

İşte bu, örnek sembolik sermayenin nasıl sosyal sermayeye dönüştüğüne çok iyi verilmiş örnektir. Sanat ürününe geçerlik sağlayan kişi ile kastettiği ise¹¹⁴,

“Sanatçıları yüksek sosyetenin kimi kesimleriyle birleştiren ve devlet himayesinin eli açıklığını yönlendiren, bazı yaptırımlar (dava, sansür, vs.), ödenekler, makamlar, yüksek kazançlı görevler, onur nişanları gibi araçları dağıtma yetkesini tutanlar, ellerindeki parasal ya da sembolik kazançları, yazınsal ya da sanatsal alan üzerinde kullanarak doğrudan söz sahibi olanlardır.”

Yani kültüre ve sanata yatırım yapan, destek veren, sanatın koruyuculuğunu üstlenen ve sanat üreticisi ile tüketicisini bir araya gelebileceği kültürel ve sanatsal alanı; piyasayı yaratan kişi ve kurumlardır. İşte bu kişi ve kurumlar; yani sanat ürününe geçerlik

¹¹² Göker, s. 535.

¹¹³ Bourdieu, *Sanatın Kuralları*, s. 264.

¹¹⁴ Bourdieu, *Sanatın Kuralları*, s. 97.

kazandıran kişi ve kurumlar ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye bakımından görece zengin kişi ve kurumlardır. Statü sağlayıcı bir alan olarak sanatın seçilmesi ise tesadüf değildir; sanat sayesinde görece zengini oldukları sermaye türleri dışında, sembolik sermayelerini de ekonomik sermayeye dönüştürme mekanizmasını ellerinde bulundurmaktadırlar.

Sosyal sermaye de burada görünmez bir çarpan görevi yaparak; yani sahip olunan sembolik sermayeyi kendi değerinden daha büyük değerlerle ifade edilebilecek ekonomik sermayeye dönüştürmektedir*. Bunu ifade edebilmek için sanatın sosyallikle olan doğru orantılı ve olumlu ilişkisini kabul etmek gerekir. Yapılan bir araştırmada, kültür ve sanat gruplarında yer alanların, ticari örgütlerle iletişime geçme imkanının bu grupların dışında olanlara göre dört kat fazla olduğu sonucuna ulaşılmış ve sanatın sosyalizasyon sürecindeki rolüne ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Buna göre sanat¹¹⁵:

- Katılım yoluyla, insanları bir araya getirerek sosyal bağlılığı oluşturmada olumlu etkiler yaratmakta,
- Toplulukların örgütsel beceriler ve güçler geliştirerek yetki kazanmalarında yardımcı olmakta,
- Aktif katılım yoluyla ise, yerel kültür ve gelenekleri kutlayarak kimlik kazandırmada olumlu etkiler sağlamaktadır.

Sanat, ekonomik sermayeye dönüşebilen bir statü aracıdır. Sanat eseri tektir, ikame edilemez ve bölünemez. Tekliğinden kaynaklanan özgünlüğü, bu statü kaynağına sahip olan için bir tekel durumu yaratır¹¹⁶. Ayrıca sanatın eşsizliğine ek olarak, onu vazgeçilmez kılan ise; ekonomik sermayeye dönüşürken, meşrulaştırıcı yönüyle sahibine tepki yerine prestij yaratmasıdır. Bu yönünün keşfedilişyle sanat belirli toplumsal kesimlerin belirli çıkarlarına hizmet eder hale gelmiştir. Ayrıca statü aracı olan sanat, sosyal sermaye

* Burada “görünmez bir çarpan mekanizması gibi işleyen sosyal sermaye” yi ölçmek oldukça güçtür, çünkü konu sanat olunca, özellikle de resim gibi bir sanat formunda, bir tablonun kâh ikonlaşan bir nesne olmasından, kâh spekülâtif hareketlerden çok etkilenmesinden dolayı değerinin ölçülmesi oldukça güçtür. Örnekteki Mona Lisa tablosu gibi. Ancak, ona sahip olmanın; onu ziyaretçilerle buluşturmanın değeri hem Louvre Müzesi’ne, hem Paris şehrine, hem Fransa’ya kendi değerinin de ötesinde bir değer katmaktadır. Bu değer, hem ekonomik, hem kültürel anlamda bir rakabet gücü demektir. Sosyal sermaye de işte, yerel, ulusal ya da uluslararası düzeyde kurulan ilişki ağlarında saklıdır. Mona Lisa’nın kaybolup, yerine konduktan sonra ABD ve Japonya’ya gezmesi, uluslararası düzeyde kurulan ilişki ağlarına örnektir. Tablo örneğinin dışında, genel anlamda müzelere sponsor olmanın görünmez çarpan mekanizmasını işleten de yine sosyal sermayedir. Dünyaca ünlü New York’taki Metropolitan Müzesi (sembolik sermaye) İslam Eserleri Bölümü’nde 2011’de açılacak olan iki Osmanlı Salonu’na Koç Holding adını verecektir. Rahmi Koç’un “Metropolitan’da herkes ismini yazdırmak için sırada” şeklindeki beyanâtı, Koç Ailesi’nin iletişim ağlarının ne kadar etkin bir şekilde işlediğini gözler önüne sermektedir. Bkz. “Koç Metropolitan’da Osmanlı New York’ta”, **Milliyet**, 7 Kasım 2009, s. 5.

¹¹⁵ Jeannotte, s. 41-42.

¹¹⁶ Raymonde Moulin, **Le Marché de l’Art – Mondialisation et Nouvelles Technologies**, 2^{ème} Edition, Paris: Editions Flammarion, 2009, s. 15.

aracılığıyla, ona içkin olan sembolik sermayeyi bağlantıda bulunduğu tüm birimlere de geçirmektedir. İşte bu nedenle bir çarpan mekanizması gibi işlemektedir.

Sanata yatırım yapan, bağışlar ya da diğer yollarla sanatı destekleyenlerin profillerine bakıldığında öncelikle ekonomik ve kültürel sermaye bakımından görece zengin oldukları farkedilecektir. Sermaye birikim mantığına göre, bu sermayenin sürekli büyüyecek şekilde artık değer üretmesi gerekmektedir. Bu işleyişe göre, sosyal sermayenin nasıl bir işlevi yerine getireceği ortaya çıkmaktadır. Kültürü ve sanatı takdir eden, belirgin bir sanatsal bilince ve estetik bakış açısına sahip olan “elit” kesimin sermaye birikimini sağlaması için en elverişli yol, sahip olduğu bu kültürel ve ekonomik sermaye aracılığıyla sembolik sermaye ile görünür kılınmak ve sosyal sermayeye yatırım yaparak bunu ekonomik sermayeye dönüştürmektir.

Ortak kültürel ve sanatsal zevkler ve bilinç düzeyinin elitler arasında da bir bağlayıcılık özelliği vardır; hatta derin ve seçkin bir kültür ve sanat anlayışı sınıf dayanışmasının temelini oluşturmaktadır¹¹⁷. Bu onların, neden kültür ve sanat kurumlarıyla ilgilendiklerini ve bu kurumların değerini vurguladıklarını da açıklamaktadır: Sahip oldukları kültürel sermayeyi bir sınıf göstergesi olarak; hem o sınıfa mensup olanlara – rekabet aracı şeklinde-, hem de olmayanlara – takdir edilme aracı şeklinde- karşı kullanmak. O halde, kendilerini birer kültür ve sanat elçisi olarak göstererek, sembolik sermaye edinme aracı olan sanata yatırım yaparak ve sahip oldukları iletişim ağlarını kullanarak bunların tanıtımını gerçekleştirmektedirler. Bu süreçte, aşağıda açıklanacağı ekonomik getirilerden de yararlandıkları göz önüne alınırsa, ekonomik sermaye birikimlerine katkı sağlayacakları da çok açıktır. En büyük avantajlardan biri ise, sermaye birikimi sağlanırken, kapitalist birikim sürecindeki bir kapitalistin karşılaşılabileceği muhtemel tepkilerle karşılaşılmasının böylece engelleniyor olmasıdır. Rodman C. Rockefeller’ın aşağıda yer verilen pasajında bu tür faaliyetlerin bu muhtemel tepkileri bastırmadaki rolüne işaret eder¹¹⁸:

“Ayrıca diğer kurumların yöneticileri gibi bizler de *politikalarımızdan* ötürü gittikçe daha fazla eleştiriliyoruz. ... [M]ilitanlardan, devrimci öğrencilerden, çevrecilerden, çevre kirlenmesi denetçilerinden ve “şirket karşıtı” gibi görünen güçlerden yükselen bu sesleri düşman mı sayacağız, yoksa yeni bir değer sisteminin ortaya çıkışını ve yeni fırsatların yükselişini haber veren çevresel bir değişimin işaretleri mi sayacağız?”

¹¹⁷ Francie Ostrower, “The Arts as Cultural Capital Among Elites: Bourdieu’s Theory Reconsidered”, *Poetics*, Vol. 26, (1998), s. 48.

¹¹⁸ Rodman C. Rockefeller, “Kamusal Sorunları Özel Girişime Havale Etmek”, Ahmet Kardam (çev.), *Değişen Dünyada Liderlik - Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler* içinde (167-185), İstanbul: MESS Yayınları, 2004, s. 185.

Bu pasajdan da görüldüğü gibi, kapitalist sermaye birikim süreci gereği yürüttükleri emeğe, çevreye, hukuka vb. karşı politikalarından dolayı giderek daha kötü imajlara sahip olan kapitalistler, daha da fazla eleştirilmeye başladıklarını kabul etmektedirler. Ancak bu durumun daha da önemli olan yanı, kendilerini eleştirenleri “düşman” olarak kabul etmeyip, bu eleştirileri birer fırsata dönüştürme kararlılıklarıdır. Girişimleriyle tepki toplayarak olumsuz imaja sahip olma endişesi, onları olumlu imaja sahip kılacak yenilikler aramaya itmektedir. Üçüncü bölümde açıklanacak olan, şirketlerin – eğitim, kültür ve sanat, spor, sağlık ve çevre için yürüttükleri- kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, bu şirketlerin kendilerini olumlayarak var etme ve sürdürülebilir kılma çabaları olarak okunabilir. Yani aslında, hepsi birer zorunluluktur. Dolayısıyla sadece kapitalist olmaksızın; topluma karşı sorumlu, toplum sorunlarına duyarlı ve elit kapitalistler olarak anılmak çok daha yararlı olacaktır. Bu elit kapitalistlerin, sanat yatırımları ve dolayısıyla kültüre katkılarına bu taraftan da bakılmalıdır.

Statü aracı olmasının ötesinde, meşrulaştırıcı yönü de keşfedilen sanatın destekçisi olmak, o halde belli bir sınıf aidiyeti kazandırmaktadır. Filantropist güdülerle bir sınıfın içinde olmak sayesinde prestijli sanat kurumlarıyla belirgin ve seçkin bir ilişki geliştirerek, hem kurumlar açısından hem de içinde oldukları sınıf için imtiyazlı bir yer edinmektedirler. Bu elit kapitalistler açısından sanata yatırım yapmanın “mükafatlandırılmış” bir şekli de kültürel kurumların yönetim kurullarına olan üyeliklerdir¹¹⁹. Çok itibarlı bir konum sağlayan yönetim kurulları üyelikleri, sahip olunan elit statünün çok değerli göstergesi olarak kabul edilir. Kâr amacı gütmeyen bir vakıfla olan işbirliği ise bunun en kaydadeğer örneklerindendir.

Kültür kurumlarının yönetim kurulları üyelikleri, sosyal sermayenin üst düzeyden kurulan ilişki biçimlerine işaret eder. Homojenliği sağlanmış bu grubun, gerek hükümetle, gerekse uluslararası kültür kurumları ile ilişkilerinin olacağı da çok açıktır. Bu prestijli yönetim kurullarına üyelik için sadece ekonomik sermayenin yeterli bir kriter olmayacağı, homojenliği korumak adına kültürel sermayenin de gerekeceği açıktır. Ayrıca sosyal sermaye kuramından da anlaşıldığı gibi, bu sosyal ilişki ağlarına ekonomik getiriler elde etmek amacıyla başvurulduğuna göre, grup üyeleri arasında güveni kuracak sosyal normlara ve değerlere bağlılık korunmalıdır.

O halde sanata yatırım ve kültüre katkı amaçlı girişimler, onları gerçekleştirenlerin sınıfsal farklılıklarından bağımsız olarak ele alınamaz. Zaten bizzat sembolik sermaye olan sanat eseri ona sahip olana olduğu kadar, icra edilmesi için destek verene, icra edicisine (sanatçı) ve hatta izleyicisine (tüketici) bu sembolik sermayeyi sirayet ettirmektedir. Tabii ki,

¹¹⁹ Ostrower, s. 49.

görece olarak en avantajlı olan, ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye bakımından en zengin olanlar olacaktır. Elit kapitalistlerin bu avantajı onlara, sembolik, kültürel ve de sosyal sermayelerini pekiştirme ve dolayısıyla bunların ekonomik karşılıklarını alma imkanı sunacaktır.

b. Sosyal Sermaye Aracılığıyla Sembolik ve Kültürel Sermayenin Ekonomik Sermayeye Dönüşmesi

“Sosyal sermaye aracılığıyla sembolik ve kültürel sermayenin ekonomik sermayeye dönüşmesi” başlığı içinde, bu yatırımları yapanların kabul etmediği bir iddiayı barındırmaktadır. Bunun en temel nedeni, bu girişimlerin çoğu kez yatırım olarak bile görülmemesidir. Bu nedenle de diğer tüm yatırım türlerinden farklılaşmaktadır. Halbuki, sermaye gruplarının kültür ve sanata yapılan tüm katkıları, altruist girişimlerden ziyade yatırım olarak kabul edilmelidir. Ayrıca kurumların kültüre ve sanata verdikleri destekler “menfaatsiz cömertlik örnekleri” olarak görüldüğü sürece, kurumlar sembolik etkiyi finanse etmeye devam etmektedirler¹²⁰. Yani, başlıkta geçen örtük iddia kabul edilmediği ve altruist ya da filantropist güdülerle anlamlandırılmaya çalışıldıkça, kültür ve sanat alanında yaratılabilecek tüm sembolik değerler maddi değerlerle ifade edilmeye devam edilmektedir.

Bourdieu’nün daha önce ifade edilen “ekonomik olanın yadsınması” durumu, böylesine “görünür” olmak için çalışılan bir alanla uyum içindedir. Bireyleri, kurumları, ülkeleri görünür kılan kültür ve sanat faaliyetleri, ekonomik amacın görünmez olmasına izin vermektedir. Bu nedenle de bu faaliyetlerin ekonomik getirileri, gün geçtikçe büyümekte ve bu faaliyetleri gerçekleştirenler (kendi kurumlarını oluşturma ya da destek, bağış, ödül, vs. yoluyla) yüksek kültür ürünlerinin değer bulduğu bir sınıfa ait olmanın ve hitap etmenin gururunu taşımaya devam etmektedirler.

Ancak kutsanmış sembolik sermaye ürünü olan sanat ve dolayısıyla kültür aracılığıyla kurulmuş ilişki ağları vardır ve bu ilişki ağları ekonomik amaçlardan asla bağımsız olarak ele alınamaz. Bu ağlar, önce sanatçılarla sanata destek verenler arasında kurulur. Ardından sanata destek verenlerle ülkenin kültür politikasına da yön vermesi beklenen hükümetler arasında ilerler ve sonra ise hükümetler arası ilişkilere konu olur. Yani bu ağlar, tüm bu ilişkilerin eklemlenme yerleridir. Konu, özel firmalar açısından değerlendirildiği için, bu eklemlenme yerlerine de bireyselden ziyade, kurumsal olarak bakılacaktır.

¹²⁰ Pierre Bourdieu ve Hans Haacke, **Free Exchange**, London: Polity Press, 1995, s. 16.

Özel firmaların kültür ve sanat alanındaki yatırımları, daha önce ifade edildiği gibi öncelikle ekonomik ve kültürel sermayeyi gerektirmektedir. Ekonomik sermayenin gerekliliği çok açıktır. Kültürel sermaye ise, kurumların – kurumların yönetim kurullarındaki bireylerin ve özellikle yönetim kurulu başkanlarının- ekonomik sermayede görece zengin olan diğer kurumların içinde ayırt edilmesinde, dolayısıyla sosyal sınıf farklarının farkedilmesinde etkin olan unsurdur. Çünkü bu kurumların sembolik sermayenin statü sağlayıcı rolünü keşfetmeleri için, belli kültürel birikim düzeyine sahip olmaları gerekmektedir. Zevkler, doğuştan gelen değil de içinde bulunulan sınıfa içkin ve geliştirilebilen pratiklerle edinildiğine göre, kültür aynı zamanda ekonomik ve politik bir kaynaktır ve sanata erişimi de mümkün kılan kültürel sermayenin uygun formlarına erişimdir¹²¹.

O halde, belli bir ekonomik sermaye birikimi dışında, kültürel sermayenin de uygun formlarına erişmiş olan kurumlar kültür ve sanat alanına yatırım yaparak, sembolik sermaye de biriktirir. Bununla sağlanan olumlu imajın çeşitli kanallarla duyurulması gereklidir ki bu kanallara sosyal sermaye denmektedir. Kültür ve sanat girişimcisi ve/ veya destekçisi olmanın kurumlara hükümetlerle olan, kendi aralarındaki ve uluslararası ölçekte olan ilişkilere katkıları vardır; çünkü dünya sembolik malların serbest değiş tokuşundan kâr elde edebileceğinin farkına varmıştır¹²².

Sanat sayesinde geliştirilen sosyal ağlara bakılacak olursa, özel firmaların öncelikle hükümetlerle olan ilişkilerinde belli başlı bazı kazanımları olmuştur. Burada tabii ki, ülkenin kültür ve sanat politikasına göre değişen bir işleyiş mevcuttur. Ülkeden ülkeye göre değişiklikler gösteren bu politikalara, özellikle 1980'den sonra neoliberal iktisat politikalarıyla beraber özelleştirme uygulamaları hakim olmuştur. Bunun yansıması - üçüncü bölümden de takip edilebileceği gibi- başta ABD ve İngiltere olmak üzere birçok ülkede geçerli olmaya başlayan özel kurumların kültür ve sanat patronajı şeklindedir¹²³.

Bu işleyişte ise, hükümetlerle özel kurumlar arasında bir ittifak sezilmektedir; çünkü özel firmaların sanattaki girişimlerinin artması, hükümetlerin kültür ve sanat politikalarının azalmasıyla paralellikler içermektedir. Hükümetler, özel sektör için bu alanı yatırım yapılabilir hale getirmek amacıyla teşvikler, vergi muafiyetleri ve hükümete ait mekanları kiralama, kullandırma gibi haklar sunmaktadır. Bu ittifakı besleyen, kültür ve sanat yatırımlarının uluslararası ölçekte oynadığı roldür; çünkü artık ülkeler sahip oldukları kültürel miras ve yarattıkları sanat piyasası çerçevesinde uluslararası ölçekte değer kazanır olmuştur. Bunun nedeni anlatıldığı üzere, kutsanmış bir sembolik sermaye olan sanatta aranmalıdır.

¹²¹ Elizabeth Silva, "Cultural Capital and Visual Art in the Contemporary UK", **Cultural Trends**, Vol. 17, No. 4, (December 2008), s. 268- 285.

¹²² Bourdieu ve Haacke, s. 57.

¹²³ Bkz. Wu, *Kültürün Özelleştirilmesi*.

“Ulusu bir sanat eseri gibi kurgulamak”¹²⁴, ülkenin kültür organizasyonlarını, sanat festival ve bienallerini bir halkla ilişkiler aracı gibi kullanmak, ülkenin “modern” olduğunu gösterme biçimleri olmuştur. Bu nedenle, bu girişimlerden öncelikle bu tür girişimcilerin sponsoru olan firmalar kazanç sağlasa da, modern olduğu bu yolla kanıtlanan ülkeye de getirileri olacağı açıktır. Bu amaçla hükümetler, özel kurumlarla kültür ve sanat konusunda aralarında kurulan bu ilişkiyi desteklemektedir.

Hükümetlerle özel kurumların kültür ve sanat konusundaki bu ittifak, özel kurumlara yeni yatırım imkanları ve hükümetlerle olan iyi ilişkiler çerçevesinde bürokratik kazanımlar olarak yansırken, hükümetlere de diğer hükümetlerle “kültür ve sanat etkinlikleri” aracılığıyla kurulacak yeni çeşitli işbirlikleri olarak geri dönecektir. Yani bu şekilde oluşan bağlantılar, hükümetlerle kurumsal özel sektörler arasında köprü kuracaktır¹²⁵. Bu, Putnam’ın işaret etmiş olduğu grubun dışında yer alan başka bireylerle ya da gruplarla olan ilişkilerini tanımlayan köprü kurucu sosyal sermayedir.

Örneğin New York’taki Metropolitan Müzesi’nde 1976 - 1979’da “Tutankamon’un Hazineleleri”, 1978’de İrlanda Altını: Erken İrlanda Sanatının Hazineleleri, 1979’da Kore Sanatının Beş Bin Yılı, 1980’de Kadim Nijerya Hazineleleri, 1985 - 1986’da “Hindistan! Sanatı ve Kültürü: 1300 - 1900”, 1987 - 1988’de “Türkiye: Süregelen İhtişam” adlı festival çerçevesindeki “Muhteşem Süleyman Devri” sergisi ya da 1990’da “Meksika: Bir Sanat Eseri” festivali çerçevesinde düzenlenen Meksika: Otuz Asrın Harikaları” sergisi, 1991 - 1992’de “Endonezya Heykeli” sergisi ve daha birçoğu, bu ülkeler arasında geliştirilmek istenen turizme hizmet etmesi amacının dışında da okunabilir. Bu yolla kurulan çok yönlü iş ilişkileri, o ülkelerin ABD’nin ayrıcalıklı bir ticaret ortağı olmak için hazır olduğunu da gösterir¹²⁶.

Kutsanmış sembolik sermaye olan sanat, hem bireylere, hem kurumlara, hem de ülkelere sosyal sermayelerini geliştirmeleri için fırsat yaratmaktadır. Bürokratik kazanımlar, yurtiçinde ve yurtdışında hükümetlerle yürütülen iyi ilişkiler, sağlanan teşvikler ve muafiyetler, kazanılan stratejik ortaklıklar, kurulan işbirlikleri, tanıtım maliyetlerindeki düşüşler, çeşitli kaynaklara erişimde karşılaşılan kolaylıklar, rekabet avantajının ele geçirilmesi gibi avantajlar kültür ve sanat yoluyla edinilen sosyal sermayenin hiç de ekonomik sermayeden bağımsız ele alınamayacağını göstermektedir. Ancak bir cömertlik örneği şeklinde sunulan bu faaliyetler tüm bu ekonomik faydaları maskeleymektedir.

¹²⁴ Brian Wallis, “Ülkeleri Pazarlamak: Uluslararası Sergiler ve Kültür Diplomasisi”, Esin Soğancılar (çev.), Ali Artun (Ed.), **Sanat ve Siyaset – Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika** içinde (255-280), İstanbul: İletişim Yayınları, 2008, s. 256.

¹²⁵ Silva, s. 285.

¹²⁶ Wallis, s. 274.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE UYGULANAN İKTİSAT POLİTİKALARI İLE KÜLTÜR VE SANAT POLİTİKALARININ ETKİLEŞİMİ (1923 – 1980)

I. 1923 - 1950 DÖNEMİ POLİTİKALARI: “MİLLİLİK” VURGUSU

Bu dönemde 1923-1938 arası Mustafa Kemal, 1938-1950 arası İsmet İnönü dönemlerine işaret etmektedir. Araştırmanın konusu kültür ve sanat politikalarındaki gelişim ve değişimi görmek olduğuna göre, söz konusu politikaların iktisadi politikalardan ne yönde etkilendiğini ya da bir başka deyişle dönemlerin iktisat ve kültür ve sanat politikaları arasında bir eşgüdümün olup olmadığını göstermek anlamlı olacaktır. Özellikle 1980’lerden sonra, Dünya’da ve Türkiye’de sanayi girişimcisinin kültür ve sanat politikalarının oluşturulmasında ve finansmanında etkin rol aldığı olgusu düşünülürse, Türkiye’deki sanayi girişimcisinin yaratılmasını etkileyen iktisadi kararlar ve süreçler bir hayli önem kazanmaktadır. Bu nedenle, önce iktisadi alandaki gelişmeler ve sonra kültür ve sanat alanındaki gelişmeler aracılığıyla bu dönemlere ve bu dönemlerdeki söz sahibi aktörlere bakılıp, ardından iki alandaki birbirini besleyen ya da tersi uygulamalara dikkat çekilecektir.

A. 1923-1950 Dönemi İktisat Politikaları: Devlet Güdümlü Sanayileşme Amacı

Cumhuriyet Tarihi’nde 1923-1938 Mustafa Kemal Dönemi olarak kabul edilir ve söz konusu dönemin iki ana fikir vardır¹²⁷: Milliyetçilik ve çağdaş uygarlık. Milliyetçilik, Kemalist bir milliyetçiliktir. Kemalist milliyetçilik ilkesi milli bütünlük fikriyle temellenen bir düzen içinde

¹²⁷ Doğan Avcıoğlu, *Türkiye’nin Düzeni: Dün, Bugün, Yarın*, Cilt:I, 6. Baskı, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1973, s. 225.

ilerleme formülünü benimsemiş ve böylelikle bu bütünlüğü “muasır medeniyet seviyesi”ne ulaştırmaya çalışmıştır¹²⁸. Muasır medeniyetlerden kasıt, batı yönlü modernleşmedir. Milliyetçilik politik, ekonomik, sosyal alanlarda tam bağımsızlığı içerir. Tam bağımsızlıkla toplumsal devrimler yoluyla çağdaş uygarlığa ulaşılması hedeflenmiştir. Mustafa Kemal döneminde esas olan; milliyetçilik ve çağdaşlaşma ilkeleri doğrultusunda, devletin himayesi ve denetimi altında homojen yapıda bir millet yaratmak olmuştur¹²⁹. Geniş kapsamlı toplumsal bir değişme sürecine girilmiştir ve bu süreçle kastedilen “modernleşme”dir (çağdaşlaşma). Köker’in ifadesiyle¹³⁰,

“Modern toplum, iktisadi ilişkiler düzeyinde insanın kendi emek gücü üzerinde özgürce tasarruf edebileceği durumu ifade eder. İnsanın kendi emek gücü üzerinde özgürce tasarruf edebilmesi düşüncesi ise, doğrudan kapitalizm adı verilen iktisadi yapının ayırtedici özelliğidir.”

Emek gücü üzerinde özgürce tasarruf edebilme imkanının ortaya çıkması emek gücünün metalaştığının göstergesidir. Emek gücünün metalaşması ve söz konusu sistemde temel üretim aracının toprak değil sermaye olması, bu iktisadi ilişkiler sistemini kapitalizm olarak adlandırmak için önemli belirleyenlerdir. O halde, modern toplumun iktisadi düzeyde kapitalizmi ifade ettiği açıkça anlaşılabılır. Kültürel, iktisadi ve siyasi düzeylerde, bireycilik – kapitalizm – sanayileşme - liberal demokrasi unsurlarının bütünlüşmüş soyutlamasını ifade eden modern toplum, olumlu bir çağrışım yaparken, modern olmayan yani “geleneksel” toplum olumsuz şekilde betimlenir¹³¹. İşte tam da bu ifadeleri doğrular nitelikte, bütüncül toplumsal bir değişim süreci hedefinin, sanayileşme yoluyla Batı modernleşmesini örnek alan Cumhuriyet Türkiye’si için de geçerli olduğunu gözler önüne serer. Aşağıda da örnekleri görüleceği gibi, iktisadi kalkınmanın yolu sanayileşmeden geçmektedir.

Cumhuriyet’le beraber uygulanan iktisat politikalarının, İttihat ve Terakki hükümetinin iktisadi politikaları ile süreklilik içinde olduğu görülmektedir. İki dönemde de kalkınma ve çağdaşlaşma yolunun, yerli ve milli burjuvazi yetiştirilmesini sağlamaktan geçmekte olduğu düşünülmektedir¹³². Milli unsurların denetiminde olan bir sanayi hareketi, 1908’de kurulan İttihat ve Terakki Hükümetinin de gündemindeydi. İktidara geldikten sonra, 1913’te yürürlüğe konan Teşvik- i Sanayi Kanunu da bunun bir göstergesidir.

¹²⁸ Levent Köker, **Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi**, 11. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s. 154.

¹²⁹ Seçkin, Aylin. “Türkiye’deki Kültür Politikalarının Ekonomi Politikası”, Serhan Ada ve Ayça İnce (drl.), **Türkiye’de Kültür Politikalarına Giriş** içinde (111-127), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009, s. 117.

¹³⁰ Köker, s. 45.

¹³¹ Köker, s. 47.

¹³² Korkut, Boratav, **Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002**, 8. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 2004, s. 39-40.

Teşvik- i Sanayi Kanunu, bazı vergi muafiyetleri ile yerel üretimde kullanılacak girdilerin ithalindeki gümrük muafiyetlerini içermekteydi. Bunların yanında, sanayi fabrikalarının kurulması halinde, devlet arazisinin karşılıksız kullanımına da izin vermektedir¹³³. İşte bu görüş, korumacı sanayileşmeye yönelik ve devlet teşvik ve müdahaleleri yoluyla milli sanayi burjuvazisinin yaratılabileceğini savunan “Milli İktisat” okulunun görüşüydü. Milli iktisat görüşü, I. Dünya Savaşı’nın yarattığı koşullardan – olağandışı durumlarda artan karaborsa faaliyetlerinin bazıları için sermaye birikimini sağlaması gibi- faydalanılmasına imkan vererek, devlet desteğiyle yerli ve ulusal bir burjuvazinin oluşmasını zorunlu görmektedir. Sonuçta da, savaş döneminin milli burjuvazi yetiştirmeyi kolaylaştıran koşulları, Müslüman - Türk işadamları lehine işleyen uygulamalar doğurmuştur. Kapitülasyonlar kalkmış, gümrük vergileri yükseltilmiş, Müslüman - Türk işadamları kollarırken, azınlıklar aleyhine uygulamalar gündeme gelmiştir¹³⁴.

Ayrıca burada şu da eklenmelidir ki, burjuvazinin sanayi yoluyla “millileştirilmesi” ve “yerileştirilmesi” vurgusu, varolan Osmanlı burjuvazisinin sanayiden çok ticaretle faaliyet veren ve büyük ölçüde gayrimüslimlerden oluşan bir sınıf olmasına dayanmaktadır. Zanaatkârlık ve ticaretin gayrimüslimler, askerlik ve memuriyetin Müslüman - Türkler tarafından yapıldığı düşünüldüğünde, Müslüman - Türkler ile gayrimüslimler arasındaki toplumsal yapının homojenlikten oldukça uzak olduğu anlaşılabacaktır. O halde amaç, Müslüman - Türk kesiminin derhal iktisadi hayata girmesini sağlayarak, milli iktisadi sağlamaktır. Bu kesimde de ticari zihniyet geliştirilmeli ve teşviklerle gerekli yatırım imkanları oluşturmalıdır. Ancak üretime dönük bir orta sınıf yaratma; ulusal burjuvazi yetiştirme amacı güden İttihat ve Terakki Hükümeti, savaşın ardından yoz bir savaş zengini sınıf oluşturduğunu daha sonra fark edecektir¹³⁵, çünkü savaş, Müslüman - Türk kesimde girişimci yaratılamaması ve tüm çabalara rağmen yeterli sermaye birikiminin sağlanamaması nedenleriyle, devletin ekonomiye yine Müslüman - Türkler lehine sonuçlar verecek müdahalelerde bulunması için fırsatlar vermiştir¹³⁶.

Kazgan, 1908 - 1918 arası dönem için şöyle yorum yapmaktadır¹³⁷:

“Azınlıklara ve Avrupalılara karşı yerli malı kullanma kampanyaları ve şirketleşerek sanayileşme girişimleri, finans kapitale karşı milli bankacılık hareketinin başlatılması, Müslüman milli burjuva yetiştirme çabaları, esnafı, çiftçileri örgütleyerek azınlık ve yabancı tüccarların tekeldi gücünü kırma deneyimleri “ulusçu” hareketin egemenlik kazanacağını habercileriydi.”

¹³³ Ayşe Buğra, **Devlet ve İşadamları**, Fikret Adaman (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s. 69.

¹³⁴ Gülten Kazgan, **Tanzimattan XXI. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi**, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1999, s. 67.

¹³⁵ Kazgan, s.68.

¹³⁶ Murat Koraltürk, “Yabancı Sermayeli İmtiyazlı Şirketlerde İşgücünü Türkleştirme Uygulamaları 1923-1930”, **Tarih ve Toplum**, Sayı:7, (Bahar-Yaz 2008), s. 67.

¹³⁷ Kazgan, s. 52.

Bu sürece yer verilmiştir; çünkü Cumhuriyet'in kurulmasıyla beraber uygulanmaya başlanan politikalarla, yukarıda da değinilen İttihat ve Terakki Hükümeti'nin sürdürdüğü politikalar arasında çok da fark olmadığına dikkat çekmek istenmektedir. Bu yönden, İttihatçilerin Milli İktisat görüşü ile yeni kurulan Cumhuriyet'in politikalarının bütünlük ve tamamlayıcılık içinde olduğu ifade edilebilir. Cumhuriyet'in politikalarında da öne çıkan vurgu, *homojen bir toplum yapısını* ve ulusal kalkınmayı sağlamakta başat rolü üstlenecek *burjuvazi*yi yaratmak olmuştur. Nitekim 1923 yılının şubat ayında toplanan İzmir İktisat Kongresi ya da bir başka deyişle Milli İktisat Kongresi de, Cumhuriyet dönemi iktisat politikalarının yönünün yukarıda değinilen doğrultuda gerçekleşeceğinin sinyallerini vermektedir.

İzmir İktisat Kongresi, toplumun belli başlı kesimlerin (çiftçi, tüccar, sanayici, işçi) bir araya getirerek, ülkenin iktisadi yönden kalkınması ve ulus devletin kurulması çabalarını taşıyan ve bu yönde yeni rejimin karşılaşılabileceği tüm iktisat politikası sorunlarının tartışıldığı bir kongre olmuştur. Ancak, kongre sadece iktisadi kararlarının alındığı bir kongre değil, aynı zamanda toplumunun iktisadi, toplumsal, siyasi ve hukuki tüm temel düzenlerinin kaynağını "milli hakimiyet" esastan aldığını önemle vurgulayan bir toplantıdır¹³⁸. Boratav'ın ifadelerine göre ise Kongre'nin diğer bir önemli yanı, milli mücadele yıllarında Ankara'yla sağlıklı ilişkiler kuramamış olan İstanbul ve İzmir'in Türk - Müslüman sermaye çevrelerinin siyasi iktidarla yakınlaşmalarına imkan tanımasıdır¹³⁹. İktisadi esaslarını, İttihat ve Terakki'cilerden beri gündemde olan Milli İktisat görüşünden alan kongrede genel olarak kalkınmacı, yerli ve yabancı sermayeyi özendirici, serbest girişimi destekleyen, devletin yanında özel kesimin de piyasada yer almasını savunan kararlarda uzlaşmıştır. Yabancı sermayeye karşı bir duruş sergilenmediği bizzat M. Kemal'in aşağıdaki sözlerinden anlaşılabilir¹⁴⁰:

"Ekonomik alanda düşünür ve konuşurken, sanılmasın ki dış sermayeye karşıyız; hayır, bizim memleketimiz geniştir. Çok emek ve sermayeye ihtiyacımız var. Kanunlarımıza uymak şartıyla, dış sermayelere gerekli olan teminatı vermeye her zaman hazırız. Yabancı sermaye, çalışmalarımıza eklensin ve bizim ile onlar için yararlı sonuçlar versin."

¹³⁸ Zeki Hafızoğulları, "İzmir İktisat Kongresi Görüşler ve Değerlendirmeler", *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, Vol: 46, Cilt: 16, (Mart 2000), s. 176.

¹³⁹ Boratav, s. 45.

¹⁴⁰ Afet İnan, *Devletçilik İlkesi ve Türkiye Cumhuriyetinin Birinci Sanayi Planı 1933*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1972, s. 43.

Modern toplumun inşaa sürecinin kapitalist sistemle pekiştirilmesinin iktisadi tercihi de, yukarıdaki pasajdan anlaşılabilir gibi, liberalizm olacaktır. Öngörülen, modern bir piyasa ekonomisinin işlemlerini mümkün kılacak kurumsallaşmanın sağlandığı, yabancı sermayeye açık, devlet desteğiyle yerli sanayinin gözetileceği bir ekonomik düzendir. Kongre’de kabul edilen sanayi grubunun iktisat esasları başlığı altındaki Teşvik- i Sanayi Kanunu hakkındaki bazı maddeler hem kanunun süresinin uzatılacağını hem de 1908’den beri süregelen Müslüman - Türk girişimcisi yaratmak için teşvik ve muafiyet uygulamalarının artarak devam edeceğini belli etmektedir¹⁴¹:

- Teşvik- i Sanayi Kanununun mütebaki (geri kalan) müddeti olan beş seneden maada (başka) ayrıca yirmi beş sene daha temdidi (uzatılması)
- Kanundaki vergi muafiyetinin tevsian (genişletilerek) tatbiki
- Teşvik- i Sanayi Kanunu müsaadeleriyle muafiyetin yalnız Türkiye teb’asına tahsisi ve Türk sanayi şirketleri için de şirket sermayesinin en az yüzde yetmiş beşi Türkler elinde bulunanlara bahşı

Ayrıca, sanayi kesiminin gümrük vergilerinden muaf tutulmasına ilişkin düzenlemelerle birlikte, yine sanayi kesimine yatırımlarına yönelik kredi sağlama amacıyla bir sanayi bankasının kurulması yönünde kararlar da mevcuttur. Bu gibi politikalar, Kemalist yönetimin girişimci sermaye birikiminin beslenmesini sağlamak için 1920’ler boyunca sık sık başvurduğu yöntemlerden olacaktır. Yönetici kadro, tercih edilen kapitalist toplumsal gelişme düzeninin gerektirdiği işadamları sınıfının yaratılması için siyasi nüfuzlarını kendilerine yakın iş ortakları edinmek için kullanmaktan çekinmeyeceklerdir. Bazı kişilerin zenginleşmesinde, teşviklerin yanısıra, verilen ihalelerin ve ayrıca dağıtılan devlet bankaları ve İş Bankası kredilerinin de rolü bulunmaktadır¹⁴².

Burada eklenmesi gereken, İzmir İktisat Kongresi ile aynı yıl imzalanan Lozan Anlaşması’nın getirdiği yükümlülüklerdir. Lozan Anlaşması’nın 1928 yılının sonuna kadar sürecektir olan Osmanlı dış ticaret rejiminin korunmasını dayatan sınırlamaları, sanayi kesimindeki girişimcilere sağlanan gümrük vergisi muafiyetlerinin ve teşviklerin beş yıl süreyle kesintiye uğramasına neden olacaktır¹⁴³. Yani, 1927’de yeni haliyle yürürlüğe girecek Teşvik- i Sanayi Kanunu’nun bir takım vergi muafiyetleri, kredi kolaylıkları, arazi ve binanın girişimci tarafından serbestçe kullanımına izin veren hükümleri Lozan Anlaşması koşulları gereği bir süre için kısıtlı kalacaktır.

¹⁴¹ Afet İnan, **İzmir İktisat Kongresi (17 Şubat- 4 Mart 1923)**, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1982, s. 49.

¹⁴² Yahya Tezel, **Cumhuriyet Döneminin İktisat Tarihi**, 5. Baskı, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2002, s. 236-237.

¹⁴³ Buğra, s. 144.

1920'lerde Lozan Anlaşması'nın korumacılığı kısıtlayan koşulları Türkiye'nin ciddi anlamda gelir kaybetmesine yol açmıştır. Aşar vergisinin de kaldırıldığı göz önüne alınırsa, devletin yeni gelir kaynaklarına ihtiyacı olduğu çok açıktır. Aşar vergisinden doğan gelir kaybı, dolaylı vergilerde artışla denkleştirilmeye çalışılmıştır. "Denk bütçe" ilkesi hükümet için, Cumhuriyet'in ilanından beri sağlam bir ekonominin temeli olarak kabul edilmekte olsa da, bu ilkenin gerekliliğinin ısrarla vurgulanmaya başlanması 1927 yılından itibaren olmuştur¹⁴⁴. Ülkenin içinde bulunduğu genel ekonomik durum göz önüne alındığında, Lozan Anlaşması'nın kısıtlayıcı koşullarının sonlanacağı ve de dolayısıyla dış ticaret politikasını ödemeler dengesini sağlayabilecek şekilde oluşturmaya imkan vereceği 1929 yılı, hem hükümet, hem de milli girişimci tarafından beklenen bir tarihtir. 1929 yılı şu bakımlardan oldukça önemli bir tarihtir:

- Lozan Anlaşması'nın gümrük tarifeleri için koyduğu kısıtlamalar 1928 yılı sonunda sona erer. 1929'dan itibaren yeni ve çok daha korumacı bir gümrük tarifesi uygulamak mümkün hale gelir.
- Osmanlı borçlarının ilk taksidi 1929'da başlar. Ödemeler dengesi üzerindeki yükü, ihracat gelirlerinin ancak yaklaşık yüzde onunu karşılamaktadır. Bu durum, önceki yıla göre aşırı artmış ithalatla birleşince Türk parasının dış değeri ağır bir baskı altına girmiştir¹⁴⁵.
- 1929 yılı Büyük Buhran'ın yaşandığı yıldır. Bu büyük kriz tüm dünya ekonomisini etkilemiştir.

Tüm bu koşullar, 1908'den beri süregelen ve 1923 - 1929 arasında da açıkça devlet anlayışı haline gelen, ulusal girişimci yaratma amaçlı Milli İktisat görüşü ile liberal iktisat çizgisinin birlikte yürümeyeceğini göz önüne sermiştir. Nitekim, Cumhuriyet'in ilk hükümetinin öngördüğü, devletin bireyleri destekleyerek zenginleştireceği ve böylelikle oluşacak yeni burjuvazinin yabancı sermayeyle işbirliği içinde olarak gelişeceği ve sanayileşmeyi de sağlayacağı ekonomi düzeni, sayılan nedenlerden dolayı gerçekleşememiş, hatta süregelen koşullarla özel kesim daha da güçsüzleşmiştir. Dolayısıyla, Cumhuriyet'in ilk hükümeti 1930'dan itibaren milli iktisada yeni bir çerçeveden bakmak zorunda kalacaktır. Yeni dönemde "Devletçilik" resmi politikaya dönüşecektir.

30'lu yıllarda giriştiği bu sanayileşme hareketi, bilinçli bir öngörüyle planlanmış bir yönelişin değil, somut koşullar karşısında ampirik olarak varılan bir politikanın ürünü olarak

¹⁴⁴ Bilsay Kuruç, **Mustafa Kemal Döneminde Ekonomi**, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1987, s. 30-31.

¹⁴⁵ Boratav, s. 48-49.

yorumlanmalıdır¹⁴⁶. Milli İktisat anlayışının devletçilikle geliştirildiği, özel kesimin kayıtsız şartsız değil seçici bir anlayışla desteklendiği politika güdüldüğü görülmektedir*. Yerli girişimciler için ise, bu seçicilik çoğu kez belirsizlik şeklinde yorumlanmaktadır. Onların istedikleri, özel sektöre ayrılmış alanın sınırlarının açık ve net olarak belirlenmesi ve bu alanda sahip oldukları hak ve ayrıcalıkların sürmesiydi. Çünkü hükümetin bazı uygulamaları, ayrıcalıkları bazen keyfi olarak nitelendirilebilecek şekilde sonlandırmaktaydı.

Belirsiz olarak nitelendirilen kimi uygulamalara ek olarak, buhran koşullarının yarattığı tepkiyle özel kesim çareyi beklentilerini şu ana görüş üzerinde netleştirmekte bulur¹⁴⁷: Bunlardan birincisi; ekonomik ve mali ayrıcalıklardan vazgeçmemek ve hatta mümkün olduğunca yenilerini elde etmektir. İkincisi ise; ekonominin önemli iş ve karar noktalarını elde tutmaktır.

Özel kesimin isteklerine verilebilecek üç örnek, çıkarları doğrultusunda isteklerinde ne kadar kararlı ve etkin olduklarının anlaşılması bakımından önemlidir. Bunlardan ilki; özel kesim, bir yasa çıkarılarak, kamu kesiminde çalışanların yerli malından başka mal kullanmalarının yasaklanmasını istemeleridir. Böylelikle, özel kesimin üreteceği mallara karşı talebin garantiye alınması sağlanacaktır¹⁴⁸. Bir diğer örnek, dönemin ekonomi bakanı, Mustafa Şeref'in özel kesime aşırı ödün vermeyen tutumuna ilişkindir. Bu tutum sermaye çevrelerine ters gelmiştir. Nitekim 1932 yılında, özel kesimin kaygılarına son vermek için Celal Bayar göreve getirilmiştir. Üçüncü örnek ise; fiyat denetimleri hakkındadır. Fiyat denetimleri, Teşvik- i Sanayi Kanunu'nun 1927'den sonraki genişletilen haline aykırıdır. Ancak, sanayi büyüdükçe fiyat serbestliğinin belirsizlik yaratabileceğinin farkında olan özel kesim bu uygulamaya karşı çıkmış, devletin fiyat denetimlerini desteklemiştir¹⁴⁹.

Türkiye Cumhuriyeti'nin 1930'la II. Dünya Savaşı dinamiklerine girmeden önceki dönem arasındaki devletçilik deneyimi, kimi sonuçları bakımından dikkate değerdir. Öncelikle göze çarpan, hükümetin “devletçilik” kavramını kullanırken, özellikle özel kesimi tedirgin etmekten kaçınan duruşudur. “Mutedil” devletçilik, “korumacı” ekonomi gibi nispeten dolaylı anlatımlara başvurulduğu görülmektedir. Kavramla daha önce tanışılmış olsa da, asıl devletçiliğin başladığı yıl olarak kabul edilen 1935 yılında bile, dönemin iktisat bakanı Celal

¹⁴⁶ Sungur Savran, **Türkiye’de Sınıf Mücadeleleri 1919-1980**, İstanbul: Kardelen Yayınları, 1992, s. 87.

* Bir iktisat politikası olarak devletçiliğin inşa sürecinde farklı yorumlanmıştır. Şöyle ki örneğin Kadro’culara göre devletçilik, devletin kurucu, işletici ve ferdin değil toplumun çıkarını gözetici bir aygıt olarak planlı müdahalesi şeklinde yorumlanırken; daha liberal devletçilik yorumlarında Kemalist devletin ilk hedefinin ferdi himaye ve teşvik olduğuna dikkat çekilmektedir. İktisadi anlamda geçici süre ile uygulanacak bir politika olarak kabulünün dışında, CHP’nin benimsediği haliyle devletçilik ilkesi, ne Kadro’cularınki kadar ferdi dışlayıcı, ne de liberal devletçilik yorumlarında olduğu gibi ferdi birinci plana taşıyan bir kabuldür. Bkz. İlhan Tekeli ve Selim İlkin, **Uygulamaya Geçerken Türkiye’de Devletçiliğin Oluşumu**, Ankara: ODTÜ İdari İlimler Fakültesi Yayınları, 1982, s. 79-102.

¹⁴⁷ Kuruç, s. 62.

¹⁴⁸ Kuruç, s. 55.

¹⁴⁹ Buğra, s. 153.

Bayar, halen “güdümlü bir ekonomi”den söz etmektedir¹⁵⁰. Bu kavram karışıklığının son bulması devletçilik ilkesinin, 1937’de Anayasa’ya girmesinin ardından gerçekleşmiştir.

Bir iktisat politikası olarak devletçiliğin, hızlı sanayileşmenin bir aracı niteliğinde kavranması, devletçiliğe Kemalizm - demokrasi ilişkilerinin analizinde de vazgeçilmez bir önem vermiştir. Kemalist devletçilik ilkelerinin ilki, sanayileşme yolunda olumlu görülen özel teşebbüs faaliyetlerinin teşvik ve himaye edileceğidir. Çünkü Kemalist kadronun gelişme stratejisinin temel ögesi olan yerli burjuvazinin geliştirilmesi hedefi değişmemiştir¹⁵¹. Diğer ilke ise, bizzat devletin iktisadi işletmeler kurarak “milli kalkınma” sürecini hızlandıracağı şeklindeki iki ögeden ibarettir¹⁵². Kemalist devletçiliğin bu iki ögesi, daha önce açıklandığı gibi, ne Kadro’cuların ne de liberal devletçiliği benimseyenlerin birebir yansıması değil; iki görüşün de ortasında yer alan bir devletçilik anlayışıdır.

Söz edilen döneme bakıldığında, diğer bir önemli sonuç ise, devletçilik deneyiminin ana hatlarıyla başarılı olduğudur. 1920’li yıllarda, sürükleyici sektör ticaret olmuştur. 1930’lu yıllarda ise, buhrandan çıkış ümitlerini de barındırdığından, sanayi ekonominin merkezine oturmuştur. Kaynak kıtlığı çekilen dönemde, buhranı aşmanın yolu sermaye birikiminde görülmüştür. Sermaye birikimini sağlayacak etken ise devlet tarafından kurulacak, ülkenin hammadde kaynaklarından başlayacak sanayiye geliştirmektir. Bunun için gereken ise, sanayinin kredilendirilebilir hale kavuşmasıdır. 1925’te kurulmuş Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası (TSMB), içinde barındırdığı “ikil” özellikten dolayı istenen ivmeyi sağlayamadığından yeni sanayi modelini yürütecek bir düzene ihtiyaç olmuştur. Modelin iki özelliği vardır: Birincisi, bankacılığı sanayi işlerinden ayırmaktır. Çünkü dönemin iktisat bakanına göre, mali kaynakları elinde tutan bazı özel çevreler, sermaye birikimine etki ederek, ekonomiyi ve toplumu yönlendirebilirdi. O halde, bankaları yönetenler sanayiye de yönetmeleri engellenmeliydi¹⁵³. İkinci özellik ise, sanayinin önemli bölümünün devletin yönetiminde olmasıdır.

Devlet Sanayi Ofisi (DSO) yasası ve Türkiye Sanai Kredi Bankası (TSKB) yasası, bu modeli sağlayacak araçlar olarak 1932’de TBMM’den geçmiştir. Bu iki yasa gerçekte, TSMB’nın işlevlerini ayırarak, devletçiliğin sanayi kesimindeki oluşumunu gerçekleştiren yasalar olması bakımından çok önemlidir¹⁵⁴. DSO, sanayinin gelişme çizgisine yön verecek biçimde devletin yatırımcılığını ve işletmeciliğini oluşturacaktır. TSKB ise, özellikle özel kesimin sanayi girişimlerine, makine ve sanayi malzemesi için kredi sağlayacaktır. Yani kamu

¹⁵⁰ Kuruç, s. 137.

¹⁵¹ Tezel, s. 464.

¹⁵² Köker, s. 179.

¹⁵³ Kuruç, s. 93.

¹⁵⁴ Tekeli ve İlkin, s. 150.

kesimine ve özel kesime ilişkin gelişmeler ayrı birimlerle tesis edilecektir. Ancak, DSO ve TSKB'nin kurulmaları özel kesimin büyük tepkilerine yol açmıştır. Tepkilerin odağı, özel kesim aleyhine kamu kesiminin büyümesinden duyulan korkuydu.

Bu yeni sanayi modelinde, 1933 yılında önce Sümerbank kurulmuş, sonra da İş Bankası, Ziraat Bankası gibi milli bankalar da sanayiye kredileme amacıyla sanayi hareketine katılmıştır. Sümerbank'ın kuruluş amacında, bankanın milli ve özel kuruluşlarla birlikte çalışma konusuna yer verilirken, hisselerinin bir kısmının Türklerin ve Türk Teşekküllerinin eline geçmesinin uygun olduğu belirtilmiştir¹⁵⁵. Farkedileceği üzere, yeni sanayi politikası, yerli özel sermaye çevrelerini de sanayileşme hareketine ortak etme amaçlıdır. Bu sanayi hareketi, 1933 itibarıyla hazırlanmaya başlanıp, 1934'te yürürlüğe giren 1. Beş Yıllık Sanayi Programı ile birlikte ilk kez planlı bir ekonomi başlığı altında somutlaşmış olacaktır. Plan'ın benimsediği sanayileşme stratejisi temel ihtiyaç mallarında ithal ikameci sanayileşme stratejisidir. Plan'da yer alan "Bu ana sanayi, hususi teşebbüs ve sermaye erbabına da daha çok geniş ve faideli "Industrie" imkanları bahşedecektir" şeklindeki ilke¹⁵⁶, özel kesimin sektördeki rolünün artırılacağına bir göstergesi olarak tanımlanabilir.

Özel sektörün gözetileceği gerçeğinin Plan'a da yansıması 1930'ların başından itibaren Devletin, özel kesim sanayinin gelişimini yönlendirme amaçlı aldığı tedbirleri elden bırakmadığını vurgular. Tedbirler şu şekilde özetlenebilir¹⁵⁷:

- Teşvik- i Sanayi Kanunu'ndaki muafiyetlerin sürdürülmesi ve sanayi kredisi sorunu
- Muamele vergisinin mükerrer alınmasının engellenmesi
- Kontenjanın sürdürülmesi, gümrük tarifesinin koruyuculuğunun artırılması
- Sürprodüksiyonu önlemek için belirli alanlarda yeni firma girişinin kısıtlanmasına gidilmesi ve bununla ilgili olabilecek üretici birliklerinin kurulması

1938'deki Kamu İktisadi Teşekkülleri (KİT'ler) Yasası, devletin sanayileşme hareketinde örgütlenmesi niteliği taşıırken¹⁵⁸, Türkiye'de sanayileşme hareketinde özel kesimin özendirilmesi esasında da önem teşkil etmektedir. Ancak, devletin yürüttüğü sanayi hareketinin giderek daha sistematik şekilde kurumlaşmasına rağmen bu yıllarda özel

¹⁵⁵ Kuruç, s. 107.

¹⁵⁶ Sınai Tesisat ve İşletme ve Vekalet Teşkilatına İlaveler Hakkında Raporlar, T.C. Ekonomi Bakanlığı, Ankara, 1935, s. 10.

¹⁵⁷ Tekeli ve İlkin, s. 208.

¹⁵⁸ Kuruç, s. 123.

kesimde bir sanayi örgütlenmesinin görülmemesi de ayrıca dikkat çekicidir. KİT'lerin sanayinin belkemiğini oluşturarak ve 1970 sonlarına kadar imalat sanayisindeki katma değerini artırarak sürdürdüğü de unutulmamalıdır¹⁵⁹.

1930 - 1939 yılları arası, Türkiye'nin sanayileşme adına ilk ciddi adımları attığı dönem olmuştur. Gerçekten de, sanayi kesiminin cari fiyatlarla milli hasıla içindeki payı 1929'da % 9,9 iken, 1939'da %18,3'e çıkmıştır. Böylelikle meydana gelen yapı değişikliğinin yükünü, en fazla köylüler sonra işçiler üstlenirken, burjuvazinin devletle iş yapan kesimi ile sanayici kesimlerinin görelî durumlarında düzelme ve sermaye birikim süreçlerinde iyileşme göze çarpmaktadır¹⁶⁰. Tüm bu açıklamalar, Türkiye'de ticaret sermayesinin damgasını vurduğu bir sermaye birikimi sürecinden, gerçek anlamıyla sanayi sermayesi birikimine geçiş sürecinin devlet kapitalizmi çerçevesinde gerçekleştiğini ortaya koyar¹⁶¹.

1938'de Mustafa Kemal'in ölümünden sonra cumhurbaşkanı seçilen İsmet İnönü ile birlikte Cumhuriyet döneminin ikinci dönemi başlamaktadır. Bu dönem, 1950 seçimlerinde Demokrat Parti'nin (DP) iktidara gelmesine kadar geçerlidir. II. Dünya Savaşı, 1940'lara damgasını vurmuştur. Neredeyse tüm dünyaya yayılmış olan II. Dünya Savaşı, tarafsız kalmayı seçen Türkiye'yi dahi siyasi, sosyal ve ekonomik anlamda etkilemiş; 30'larda edinilen neredeyse tüm kazanımlar gerilediği gözlemlenmiştir.

Özellikle savaş sonuna kadar süren dönem, devlet bütçesi üzerinde büyük baskıların olduğu, tüm üretken sektörlerin ve milli gelirin daraldığı, dolayısıyla sermaye birikiminin çok ağır bir şekilde sekteye uğradığı, gelir dağılımının hükümetle sıkı bağları olmayan gruplar ve özellikle azınlıklar aleyhine kötüleştiği bir dönem olmuştur. Ancak Boratav'a göre, bu yıllar daha da önemli bir değişime gebe olmuştur ki, o da şudur¹⁶²:

"Daha da önemlisi, 1940 sonlarında darlık koşullarının bir yandan mevcut sınıf yapısıyla, öte yandan siyasi kadrolara ve yüksek bürokrasiye çok geniş yetkiler veren iktisat politikalarıyla birleşmesi, bu dönemde gelir dağılımında fevkalade önemli değişikliklere yol açmış ve bu dönüşümler savaş sonunun ekonomik, sosyal ve siyasi gelişmelerini büyük ölçüde biçimlendirmiştir."

Savaş koşullarının bütçede yarattığı bozulmanın önüne geçmek için 1940'ta yürürlüğe konan Milli Korunma Kanunu, hükümete olağanüstü durumlarda, ekonomi ve savunma ile ilgili her türlü önlemi alabilmesi yetkisini veren bir kanundur. Bu kanun

¹⁵⁹ Kazgan, s. 86.

¹⁶⁰ Boratav, s. 71-79.

¹⁶¹ Savran, s. 87.

¹⁶² Boratav, s. 82.

çerçevesinde hükümet kendine temel ihtiyaç mallarına narh uygulamak ve bu malları vesika ile dağıtmak, çalışma saatlerini uzatmak, haftalık tatilleri kaldırmak, ücretleri sınırlamak, özel işletmelere geçici süre ile el koymak, ithalat ve iç ticarete azami, ihracatta asgari fiyatları saptamak gibi geniş bir yetki alanı belirlemiştir¹⁶³. Söz konusu kanun çerçevesinde, özel kesim bazı maddelerce gözetilmiş görünse de, genel anlamda, devletin müdahale alanının genişlediği ve buna karşılık özel kesimin devletin vesayeti altına girdiği söylenebilir¹⁶⁴.

Bunların yanında, savaş yıllarında, kısa zamanda büyük kazançlar sağlayanlar da olmuştur. Haksız kazançların engellenmesi için hükümet, devlet müdahalelerini yerleştirmek ve gelir dağılımını yeniden düzenlemek için bir dizi önlem almıştır. Örnek olarak, Milli Korunma Kanunu'nun dışında Varlık Vergisi, Toprak Mahsulleri Vergisi, Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu verilebilir. Temel kaygı, savaş döneminde vurgunculuğu engelleyip, üretimi sürdürerek arzı kontrol yoluyla fiyat denetimini sağlamak olsa da, yukarıda sayılan vergi ve kanunlar, bu amacı aşan uygulamalar olarak bilinmektedir.

1942'de kabul edilen *Varlık Vergisi Kanunu* servet ve kazanç sahiplerinin olağanüstü kazançları üzerinden bir defaya mahsus olmak üzere alınacak bir vergi olarak planlanmıştır. Verginin kentlerde oluşan tüm savaş zenginlerinden alınması öngörülürken, vergi yükümlülüklerinin saptanmasında son derece ayrımcı bir tavırla davranılmış, vergi tahsilatının çoğu gayri müslimlerden yapılmıştır. Gerçekten de, Varlık Vergisi tahakkukunun % 60-65'i ve vergi toplam tahsilatının % 55'i gayri müslim azınlıklar aittir¹⁶⁵. Varlık Vergisi, gayri müslim azınlık sermayesinin Müslüman - Türk sermayesine aktarımı şeklinde yorumlanabilir. Ancak, gerek azınlıklarla ortaklığı bulunan Müslüman - Türk girişimcilerin sorunlar yaşaması, gerekse vergi dolayısıyla yaşanan genel piyasa durgunluğu nedenleriyle, Müslüman - Türk girişimciler de memnun edilememiştir. Bu nedenle, 1943 yılında yürürlükten kaldırılan vergi sonrası, hükümetle yerli girişimci arasında kopukluklar meydana gelmeye başlamıştır.

1944'te, savaş koşullarında aşırı şekilde artan tarımsal kazançlardan alınması uygun görülen bir diğer vergi de *Toprak Mahsulleri Vergisi*'dir. Kaldırılmış olan Aşar Vergisi'nden beri zirai gelirlere yönelik ilk vergi olarak dikkat çekicidir. 1945'te yürürlüğe giren, topraksız ve az topraklı çiftçilere toprak dağıtımını öngören *Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu*, hem büyük toprak sahiplerini rahatsız etmiş, hem de ekonomide devlet yetkisinin artırılması olarak yorumlanmıştır. Varlık Vergisi Kanunu'nun takiben gelen bu vergi kanunları,

¹⁶³ Bkz. Feroz Ahmad, **Bir Kimlik Peşinde**, Sedat Cem Karadeli (çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006, s.12 ve Boratav, s. 84.

¹⁶⁴ Cemil Koçak, "Siyasal Tarih (1923-1950)", Sina Akşin (Yay. Yön.), **Türkiye Tarihi 4- Çağdaş Türkiye 1908-1980** içinde (127-193), İstanbul: Cem Yayınevi, 2008, s. 170.

¹⁶⁵ Bkz. Akşin, s. 171 ve Boratav, s. 85.

CHP hükümetine muhalefeti daha da pekiştirmiştir. Boratav'ın ifadesiyle, CHP iktidarı 1945 sonunda, Cumhuriyet'in başından beri sağladığı meşruiyeti büyük ölçüde yitirmiştir¹⁶⁶.

Savaş yıllarında uygulanan çeşitli iktisat politikalarının sonuçları neredeyse benzerdir: Savaş ekonomisinin ağır yükünün halka yüklenmesi ve bunun yanında ekonomik güçlüklerin yarattığı “verimli” vurgun* ortamını sömürmenin yollarını bulan bir grup tüccar ve büyük toprak sahibinin olağanüstü kazançlar elde ederek, bu kazançlara ortak olan bir kısım üst düzey yönetici ve bürokratin ortaya çıkışıdır¹⁶⁷. 1946 ise Türk siyasi tarihi bakımından önemli bir dönüm noktası kabul edilen; tek partili sistemden çok partili sisteme geçişin başlangıcı olan tarihtir. 1945'te Milli Kalkınma Partisi (MKP), 1946'da DP kurulmuş ve ilk kez tek dereceli seçimler yapılmıştır. Çok partili sistem geçilmesi, 1950 seçimlerinde iktidarın el değiştirmesine yol açarak, demokrasi süreci için son derece önemli bir dönüşüme öncülük etmiştir. 1946 ile 1950 arasındaki döneme bakılırsa, 1930'dan beri izlenen korumacı - devletçi, içe yönelik, kapalı iktisat politikalarının gevşemeye başladığı, artan dış açıkların kredi ve yabancı sermaye yatırımlarıyla karşılanmaya çalışıldığı bir dönem olduğu görülecektir. Bu süreci yaratan nedenler arasında, savaş yıllarında aşırı derecede zenginleşen yerli girişimcinin, gerek Milli Korunma Kanunu, Varlık Vergisi Kanunu, Toprak Mahsülleri Kanunu ve Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu, gerekse “Kültür Politikaları” başlığı altında görülecek olan Köy Enstitüleri projesiyle tedirginleşmesi ve hükümete muhalefet etmeye başlaması sayılabilir. Savaş dönemi vurgunlarıyla güçlenen, savaş sonrasında da iktisadi kalkınma ve bireysel zenginleşme yoluyla palazlanan burjuvazi, devletçiliğin yarattığı “bürokratik kontrol” ile hayalkırıklığına uğrayınca, serbest girişimciliği vurgulayan DP programlarıyla ilgilenmeye başlamıştır, DP'de olduğu gibi CHP'de de işadamları* olduğu düşünülürse, CHP Hükümeti çözümü 1946 ile iktidardan düşükleri 1950 yılları arasında ılımlı, tavizkâr ve serbest girişimi destekleyen, popülist politikalar uygulamakta bulmuştur.

7 Eylül Kararları ile resmen liberalizasyon tedbirleri alınmıştır. Ekonomideki sınırlamalar kaldırılarak siyasi istikrar korunmak istenirken, Türk Lirası devalüe edilerek dış kaynak olanakları kolaylaştırılmış, bankaların altın satmalarına izin verilmiştir. Böylece ortaya çıkan enflasyon ve ithal mal fiyatlarının artışı yoluyla çıkar sağlayanlar, yine bu durumda spekülasyon ve stokçuluk yapabilen işadamları olmuştur¹⁶⁸. Bu dönemdeki aşağıdaki bazı örnekler, korumacı - devletçi uygulamaları birdenbire kesilmediğini gösteren ancak serbest girişim vurgusunun arttığına işaret eden CHP Hükümeti politikalarıdır:

¹⁶⁶ Boratav, s. 91.

* Konya'da 30 kuruşa alınan buğdayın İstanbul'da 200 kuruşa un olarak satılması bu vurguna örnektir. (Bkz. Korkut Boratav, **Türkiye'de Devletçilik**, 2. Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1982 s. 225).

¹⁶⁷ Korkut Boratav, *Türkiye'de Devletçilik*, s. 218.

* “Nasıl ki Üzeyir Avunduk ve Kazım Taşkent DP içinde siyasi olarak aktifti, Vehbi Koç da CHP'de aktifti”. Bkz. Feroz Ahmad, **Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980**, Ahmet Fethi (çev.), 3. Baskı, İstanbul: Hil Yayın, 2007, s. 35.

¹⁶⁸ Ahmad, *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*, s. 39.

- 1946'da Beş Yıllık Sanayi Planı hazırlanmış, ancak daha sonra iktidar tarafından uygun görülmeyerek, 1947'de yerini Türkiye Kalkınma Planı'na bırakmıştır. Özel girişimin payına ve tarım, ulaştırma, enerji sektörlerine verilen önceliğin arttığı bu plan, resmen yürürlüğe konmasa da, korumacı - devletçi bir sanayileşme anlayışının sona erdiğini kanıtlayan bir belge niteliğiyle ele alınmalıdır¹⁶⁹.
- 1947'de yapılan CHP Kurultayı'nda sermaye çevrelerinin ekonomik taleplerinin pek çoğu benimsenmiş, bunun da ötesinde devletçilik, belirtilen kamu hizmeti niteliğindeki işlerle sınırlandırılarak, belirtilenler dışındaki her türlü ekonomik işlerin özel teşebbüsler eliyle kurulması, devletin bu teşvikleri teşvik etmesi, koruması ve gereken yardımları yapması kabul edilmiştir¹⁷⁰.
- II. Dünya Savaşı sonrasında kurulacak dünya sisteminde ABD Hükümeti, Avrupa için bir kalkınma programı hazırlamış, 1947'de Türkiye'yi bu programa dahil ederek, askeri bağımlılık ve iktisadi liberalleşme karşılığında hibe ve yardım sözü vermiştir¹⁷¹. Bu doğrultuda Türkiye önce Truman Doktrini sonra da Marshall Planı çerçevesinde yardım almaya başlamıştır ki Boratav'a göre 1946'da 100 milyon dolara yakın dış ticaret fazlası veren Türkiye'nin bu yardımları almasının ekonomik anlamda hiçbir mantıklı açıklaması yoktur¹⁷².
- 1948'de yapılan Türkiye İktisat Kongresi'nde, devletçiliği daha da sınırlandıracak rapor oybirliği ile benimsenmiştir¹⁷³.

Türkiye'nin siyasi ve iktisadi tarihinde 1923-1950 arası dönem görüldüğü gibi adeta bir "yeniden yapılandırma" dönemi gibidir. Batı modernizmi gerek iktisadi gerekse aşağıda görüleceği gibi kültürel alanda Türkiye Cumhuriyeti'nin gayesidir. Bunun sanayileşme ile sağlanacağını, sanayileşmenin de özel girişimin güçlenmesiyle mümkün olacağını bilincine varıldığı içindir ki, bu anlayış hükümet politikalarına da yansımıştır. Ancak yerli burjuvazinin güçlü konuma kavuşamaması devletçilik politikasının uzun yıllar gündemde olmasına yol açmıştır.

M. Kemal Dönemi'nin ilk bölümü - 1923 ile 1930 arası- Milli İktisat anlayışının devamı niteliğindedir; yerli ve yabancı sermayenin özendirildiği, liberal bir ekonomi düzeninin hakim olduğu dönemdir. 1930'dan 1939'a kadar olan dönem ise liberallikle Milli İktisat

¹⁶⁹ Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, s. 98.

¹⁷⁰ Avcioğlu, s. 356.

¹⁷¹ Çağlar Keyder, *Türkiye'de Devlet ve Sınıflar*, 14. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s. 149.

¹⁷² Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, s. 99.

¹⁷³ Avcioğlu, s. 359.

anlayışının birlikte sürdürülemeyeceğinin anlaşıldığı, özel kesimi tedirgin etmemeye özen göstererek, devletçiliğin daha da çok “korumacılık” adıyla oturtulmaya çalışıldığı dönemdir. 1940 ile 1950 arasını kapsayan İ.İnönü Dönemi ise, iki bölümde incelenebilir: 1940 - 1945 devletçiliğin tereddütsüz benimsendiği bir döneme işaret eder. 1946’dan itibaren ise gerek başlamakta olan çok partili rejimin Cumhuriyet’ten beri tek başına iktidarda olan CHP’de yarattığı endişe, gerekse son dönem politikalarının siyasi ve ekonomik anlamda toplumun büyük kesiminde yarattığı memnuniyetsizlik nedenleriyle devletçilik politikalarında yumuşamalar gözlemlenir.

1950’den itibaren Türkiye çok partili sisteme geçişle birlikte eğitim, kültür ve sanat politikaları alanlarında köklü değişikliklerin başlangıcını yaşamaya başlayacaktır. İktisat politikalarında, devletçilik ve dışa kapalı ekonominin yerini 1970’lerin ikinci yarısına dek sürecek olan karma ve ithal ikameci ekonomi düzeni alacaktır¹⁷⁴. 1950’den sonrasına geçmeden önce, 1923 - 1950 arasının kültür ve sanat politikalarına bakılmalıdır.

B. 1923 - 1950 Dönemi Kültür ve Sanat Politikaları: Bütüncül ve Devlet Güğümlü Milli Kültür

İktisat politikalarında da belirtildiği gibi, 1923 - 1950 döneminin amacı çağdaş ve milliyetçi bir devlet yaratmaktır. Bu amaç doğrultusunda, tıpkı diğer güdülen politikalarda olduğu gibi, kültür ve sanat politikalarında da benzer homojen yapı ve birliktelik oluşturulmak istenmiştir. Böylelikle, devletin himayesi ve denetimi altında oluşturulacak kültür ve sanat politikalarından yola çıkarak ulaşılabilecek çağdaş uygarlık düzeyi hedeflenmiştir. Mustafa Kemal, bu hedefe yönelik devrimlerin kademeli olarak değil birden yapılabileceğine inanmaktadır. Bu durumun, hızlı toplumsal bir değişim doğuracağı da bir gerçektir. Ona göre, bu hızlı toplumsal değişim ancak devlet himayesi ve denetiminde başarılabilecek olan “kitlelere sanatın benimsetilmesi” yoluyla mümkündür¹⁷⁵. Kendi deyişiyle “Türkiye Cumhuriyeti’nin temeli kültürdür”. Atatürk dönemi kültür ve sanat politikaları açıkça güdümlü bir kültür değişiminin uygulamalarıdır. Kültür politikası için “Türkiye’nin tarihi ve milli karakterine uygun bir kültür”den söz etmektedir. Yani milli bir kültürden söz etmektedir. 1929 yılında yaptığı bir konuşmasındaki aşağıdaki ifadesi, kültür politikası anlayışının kapsamına işaret ederek, adeta bir politikalar bütünü anlamına geldiğini ve çağdaş uygarlığı hedeflediğini göstermektedir: “Kültür dediğimiz zaman bir insan cemiyetinin, devlet

¹⁷⁴ Kazgan, s. 90.

¹⁷⁵ Seçkin, s. 118.

hayatında, fikrî hayatında, iktisat hayatında yapabilecekleri şeylerin toplamını kastediyoruz ki, medeniyet de bundan başka bir şey değildir”¹⁷⁶. Bu görüş teknoloji, ekonomi, hukuk, estetik, bilim, devlet, yöntem; yani insanın meydana getirdiği her şeyin kültüre içkin olduğu görüşünü destekler¹⁷⁷: Örgütler, dernekler, kurumlar, okullar gibi. O halde, 1923 - 1950 Dönemi kültür politikasının, tüm birimlerde çağdaşlaşmayı hedefleyen devlet güdümlü, bütüncül politika olduğu anlaşılabılır.

M. Kemal için sanatın bazı misyonları vardır; sanat, özellikle Cumhuriyet rejimine henüz geçmiş Türk toplumunun çağdaşlaşması yolundaki önemli araçlardan biridir. Burada sanatın bazı özellikleri göz önüne alınmalıdır:

- Sanatın özellikle yeni kurulan bir devlet açısından, toplumu örgütleyici ve eğitici ve birleştirici yönü son derece önemlidir.
- Ayrıca sanata, ulusal ve uluslararası düzeylerde Türk kimliği ve devrim ideolojisini açıklamada ve böylelikle de devrimlerin korunmasını sağlamada rol biçilmiştir.

İki maddede de sanatın, dönüşüm sürecindeki toplumu, eski kültürel yapısından yeni bir kültürel yapıya hazırlama aracı olmasından söz edilmektedir. İlkinde, ulusal zeminde toplum eğitimindeki sanatın yeri; ikincisinde ise çağdaş uygarlığı hedefleyen Türk toplumunun ulusal zeminin dışında uluslararası düzeyde de değişen yüzünün gösterilmesinde sanatın payı açıklanmaktadır.

Görüldüğü gibi, kültür ve sanat politikaları, çağdaş Türkiye Cumhuriyeti’nin ve dolayısıyla diğer sektör ve politikaların yapılandırılmasında kullanılan etkili araçlardır. Aynı zamanda şu da eklenmelidir ki, dönemin iktisadi düzenine paralel olarak, çağdaş ve milli bir kültür yaratma hedefinin adeta bir “kamu görevi” gibi kabul edilmiştir¹⁷⁸. Özel bir takım girişimlerin* genel kültür ve sanat politikası yapısını değiştirmeyeceği düşünülürse, tıpkı iktisadi alanda olduğu gibi, 1923-1950 dönemi politikalarının ve kurumlarının devlet tarafından oluşturulduğu söylenebilir. Bu anlamda, söz konusu dönem içinde M. Kemal ve İnönü Dönemleri politikaları bir bütünlük halindedir. İki dönem arasındaki temel fark ise, medeniyetin kaynağı konusundadır. M. Kemal, medeniyetin kaynağını Mezopotamya ve

¹⁷⁶ Atatürk Diyor ki, 1929,

<http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF8FE9074FF19B00050B58620D24E3B60E> (19 Ağustos 2010).

¹⁷⁷ Doğan Özlem, **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**, 1. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1986, s. 156.

¹⁷⁸ Katoğlu, Murat. “Türkiye’deki Kültür Politikalarının Ekonomi Politikası”, **Türkiye’de Kültür Politikalarına Giriş**, Serhan Ada ve Ayça İnce (drl.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009, s. 25-79.

* Örneğin, 1933’te bazı ressamlardan oluşan “D grubu” kurulmuştur. 1940’larda Avni Dilligil Ses Tiyatrosu’nu, Tevhit Bilge ve Aziz Basmacı Skeç Topluluğunu, Muammer Karaca ile Vahit Öz ise kendi isimleriyle anılan tiyatrolarını kurmuşlardır. ,

Anadolu'da görüp, saf bir milli kültür kuramını gündeme getirirken; İnönü, medeniyeti Yunan - Latin uygarlıklarına dayandırarak, batıya daha açık bir kuramdan yana olmuştur¹⁷⁹.

Öncelikle M. Kemal Dönemi kültür ve sanat politikaları genel çizgileriyle irdelenecektir. Buna göre, 1923 - 1938 arasındaki kültür ve sanat alanına giren bazı temel gelişmeleri göstermek amacıyla tablo 2 hazırlanmıştır. Ancak bilinmelidir ki, kültür kavramı interdisipliner bir kavram olduğu ve insanı ilgilendiren çoğu konunun kültüre dahil edilebileceği için, kavramın bu araştırma çerçevesinde kısıtlanması ihtiyacı doğmuştur. Bu nedenle, bu kronolojiye eğitim politikaları, Atatürk Devrimleri dahil edilmemiştir. Kültüre sanatla ilişkilendirilebilen tarafından bakmak, araştırmanın bundan sonraki bölümlerine hem kılavuzluk edecek, hem de araştırma nesnesinden uzaklaşılmasını olacaktır.

Tabloda özetlendiği gibi, Cumhuriyet'in ilk on beş yılında açıkça güdümlü bir kültür ve sanat politikası takip edilmiştir. Bu süreçte dikkat çeken unsurlardan biri, M. Kemal Dönemi kültür ve sanat politikalarının aslında Osmanlı İmparatorluğu'nun Tanzimat'tan başlayan yenileşme hareketiyle bir bütünlük içinde olduğudur. Cumhuriyet'le başlayan çağdaşlaşma programının köklerinin Tanzimat'a dayandığını söylemek yanlış olmaz¹⁸⁰. Dolayısıyla, Tanzimat'ta kökleri atılan kimi kültür ve sanat kurumları Cumhuriyet'ilk kültür ve sanat kurumlarına dönüşmüştür.

¹⁷⁹ Nilüfer Öndin, "Cumhuriyet Dönemi (1923-1950) Kültür Politikalarının Türk Resim Sanatı Üzerindeki Yansımaları", **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Mimar Sinan Üniversitesi, SBE, 2002), s. 43.

¹⁸⁰ Murat Katoğlu, "Cumhuriyet Türkiye'sinde Eğitim, Kültür, Sanat", Sina Akşin (Yay. Yön.), **Türkiye Tarihi 4- Çağdaş Türkiye 1908-1980** içinde (417-519), İstanbul: Cem Yayınevi, 2008, s. 418.

Tablo 2:

1923 - 1938 Döneminde Kültür ve Sanat Alanında Öne Çıkan Başlıca Gelişmeler

1924	Muzika-ı Humayun, Riyaset-i Cümhur Orkestrası adını alır. Musiki Muallim Mektebi açılmasına karar verilir. Topkapı Sarayı, müze olarak açılır.
1925	Türk Tiyatrosunu Himayet Cemiyeti kurulur.
1926	Dâr'ül Elhan, İstanbul Belediye Konservatuvarına dönüştürülür. Antikiteler ve Müzeler Müdürlüğü oluşturulur.
1927	Sanayi- i Nefise (Güzel Sanatlar Akademisi-1883) Müdürlüğü ve Encümeni kurulur. İstanbul Şehir Bandosu kurulur. 1167 Sayılı Kanunla, tiyatro alanına istihlak (tüketim) vergisinden muafiyet sağlanır.
1929	Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği kurulur.
1930	Ankara Etnografya Müzesi açılır. Avrupa'ya yetiştirilmek üzere sanat öğrencileri gönderilmeye başlanır. Opera Cemiyeti kurulur.
1931	Türk Tarih Tezi (Kurumu) kurulur. (TTK adını 1935'te alır.) Dâr'ül Bedayi, İstanbul Belediyesi'ne bağlanır. Tiyatro Meslek Okulu kurulur.
1932	Türk Dil Kurumu kurulur. Halkevleri açılır.
1933	Beş ressam ve bir heykeltıraştan oluşan bir birlik olan "D Grubu" kurulur.
1934	Dâr'ül Bedayi, İstanbul Şehir Tiyatrosu'na dönüştürülür. Milli Mimarlık Seminerleri düzenlenmeye başlanır. Ankara'da Ulusal Müzik Kongresi düzenlenir. TBMM Milli Musiki ve Milli Temsil Akademisi Teşkilat Kanunu çıkarılır. Ayasofya, müze olarak açılır. Ar Direktörlüğü oluşturulur.
1935	Avrupa'ya sanat eğitimi için öğrenci gönderimleri durdurulur.
1936	Musiki Muallim Mektebine bağlı Ankara Devlet Konservatuvarı açılır ve öğrenci alır. Konservatuvara Almanya'dan yabancı hoca ve yönetici getirilir. İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'ne Fransa ve Almanya'dan hoca ve yönetici getirilir.
1937	İstanbul Dolmabahçe Sarayı veliaht dairesinde Resim Heykel Müzesi kurulur. Konservatuvara bağlı Türk Halk Müziği Arşivi kurulur.
1938	Yurt gezileri başlar.

*Kaynaklardan derlenen bilgilerle oluşturulmuştur.

Kültür ve sanat politikaları, 1923'ten 1971'de Kültür Bakanlığı kurulana dek Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülmüştür. Yukarıda da değinildiği gibi, bunun nedeni kültür kavramının anlamları içinde "yetiştirmek" anlamının da olmasıyla bağlantılı olarak kültür ile

eğitimin birbirlerine içkin görülmesi olabilir. Öyle ki, 1923 ile 1935 arasında Maarif Vekaleti olarak anılan Milli Eğitim Bakanlığı'nın adı, 1935 ile 1941 arasında Kültür Bakanlığı, ardından 1941 ile 1946 arasında yeniden Maarif Vekilliği olarak değiştirilmiştir¹⁸¹. Kültür ve sanat politikalarının yürütülmesinin 1971'de kendi adıyla anılan Kültür Bakanlığı'na bağlanmasından bir önceki aşama ise bu hizmetler için 1965'te Kültür Müsteşarlığı'nın Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak oluşturulmasıdır. Bu kısa hatırlatmalarla anlatılmak istenen kültür ve eğitimin Türkiye Cumhuriyeti tarihi boyunca defalarca karşılaşılan girift ilişkileridir.

1923'ten 1932'ye yani devletçiliğin artık resmi bir politikaya dönüştüğü tarihe kadar, tıpkı iktisadi politikalarda gözlemlendiği gibi Türklüğü esas alan bir milliyetçilik anlayışını, kültür ve sanat politikalarında da görmek mümkündür. Kültür ve sanatın da birçok dalında farkedilen Türk milliyetçiliği, bir bakıma batıya karşı çağdaşlaşma çabası içinde olan Türkiye Cumhuriyeti'nin uygarlığını ispatlama hareketi olarak nitelendirilebilir. Çağdaşlaşma hedefi doğrultusunda hızlı toplumsal değişmeye uyum sağlamanın, kitlelere sanatın sevdinilmesi yoluyla mümkün olacağına inanan M. Kemal'in bu düşüncesi tüm kültür ve sanat politikası anlayışına yansımıştır. Bu nedenle bu politikaları, dönemin tek siyasi partisi iktidarı olan CHP, kamu politikaları olarak benimsemiş ve yürütmüştür.

Tıpkı iktisadi politikalarda gözlemlendiği gibi, konu kültür ve sanat politikasının hangi alanıyla ilgili olursa olsun, "milli" değerler ön plandadır. Ancak milli değerler korunurken, çağdaşlık ölçütü daima batı olmuştur. Bunu, Koçak, Z. Gökalp'in düşüncelerinden yola çıkarak şu şekilde ifade etmektedir¹⁸²: "“Batı gibi olmak” ile “kendimiz olmak” arasındaki uyum”. Milli kültüre sahip uygar toplum yaratma süreci olarak tanımlanabilen dönemde güdülen amaç; milli tiyatroya, milli operaya, milli müzelere, milli kültür kurumlarına sahip olmak, milli sanatçı yetiştirmek yönündedir.

Nitekim, milli müzelerin birbiri ardına kurulması 1906'da yürürlüğe giren Eski Eserler Tüzüğü (Asar- ı Atika Nizamnamesi) ile birlikte, taşınır - taşınmaz bütün tarihsel kültür varlıklarının devlet malı olarak tanımlanmasının ardından hızlanmıştır. 1923'le 1938 arasında yirmiyi aşkın müze açılmıştır¹⁸³ ya da Topkapı Sarayı ve Ayasofya gibi yapılar müzeye çevrilmiştir. Müzikte de benzer gelişmeleri görmek mümkündür. Ankara'da Musiki Muallim Mektebi açılmıştır. Bu okulun açılışı, Cumhuriyet'in Batı müziği kültürüne verdiği önemin ilk simgesi olarak kabul edilir¹⁸⁴.

¹⁸¹ Milli Eğitim Bakanlığı'nın Tarihsel Gelişimine Bir Bakış, (t.y.) <http://www.meb.gov.tr/Stats/Apk2002/1.htm> (25 Eylül 2009).

¹⁸² Orhan Koçak, "1920'lerden 1970'lere Kültür Politikaları", **Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm - Cilt II** içinde (370-424), İstanbul: İletişim Yayınları, 2001, s. 374.

¹⁸³ Katoğlu, *Türkiye'deki Kültür Politikalarının Ekonomi Politikası*, s. 47-48.

¹⁸⁴ Topuz, s. 59.

Bu dönemde diğer göze çarpan unsur, yukarıda belirtilen amacı tamamlayacak biçimdedir. Şöyle ki, Cumhuriyet öncesi gelenekle, kültür ve sanat politikalarının vazgeçilmez bir aracı da yabancı uzmanlara başvurulmasıdır. Bilhassa 1934 yılından itibaren güzel sanatlarda, müzikte ve tiyatrodaki birçok yabancı uzman görevlendirilmiştir. Örneğin Paul Hindemith 1935 - 1937 yılları arasında konservatuvar konusunda raporlar hazırlamak için birçok kez Ankara'ya gelmiştir¹⁸⁵. Macar besteci Bela Bartok'un danışmanlığında Devlet Konservatuvarına bağlı Türk Halk Müziği Arşivi kurulmuştur¹⁸⁶. Daha önce çeşitli uygulamaları olsa da, aynı anlayış Güzel Sanatlar Akademisi'ne de 1936'dan itibaren hızlanmış, adeta bir eğitim stratejisine dönüşmüştür. Bir reform olarak nitelendirilen yıllarda hükümet, resim bölümü için Fransa'dan Leopold Lévy'yi, heykel bölümü için Alman heykeltıraş Rudolf Belling'i, mimarlık bölümü için ise dönemin ünlü mimarlarından Bruno Taut'u getirterek, genç Türk öğrencileri de onlara yardımcı olarak atamıştır¹⁸⁷. Her ne kadar yabancı uzmanların sayısı arttıkça bu yöntem eleştiriler almaya başlasa da*, yabancı uzmanlara başvurulması yöntemi sadece kültür ve sanatın alanlarında değil eğitim alanında ilk ve orta eğitimden, üniversiteye kadar eğitim alanında da kullanılmış, açıkça bilinçli bir politikadır.

Halkevleri, Cumhuriyet'in ilk yıllarının kültür hamlelerinin içinde önemli bir yer tutar. Katoğlu, halkevlerini "Cumhuriyet yönetiminin dünya görüşünü aydınlar ve mahalli önderler aracılığıyla halka götürme, yaygınlaştırma, tanıtmaya ve toplumun kültür yapısını canlandırma denemesidir" şeklinde yorumlar¹⁸⁸. Devrin tek siyasi partisi olan CHP tarafından örgütlenen ve 1932'de kurulmaya başlanan Halkevleri, değişen rejimle beraber yoğun olarak girilen milliyetçilik ve çağdaşlaşma hareketinin halka yayılması gereksinimi ile oluşturulmuş bir tür kültür merkezleridir. Aşağıdaki örnek Elaziz (Elazığ) Halkevi'nin müzik çalışmaları ile ilgilidir ve 1935 yılına ait olması bakımından ayrıca dikkat çekicidir¹⁸⁹:

"Anadolu türkülerini derleyen Konservatuvar Folklor Heyeti ile Anadolu semtlerini dolaşarak yüzlerce türküyü notaya almış olan genç folklorcumuz Ferruh, şimdi Elaziz Halkevinin küçük orkestrasını çalıştırmakla meşguldür. Bu kurum üç keman, bir piyano, bir klarinet, saksofon, kornet ve trombondan mürekkeptir. Arasına bir de harmonium katılabilir. Küçük tertipleri ile çalışıp çıkarmak suretiyle her Cuma günü halka konserler veren bu küçük başlangıç, gelecek kurumlar için iyi bir adımdır. Orkestranın kütüphanesinde şimdiden (250) nota var: Egmond Uvertürü gibi bir iki klasiğin tertibi ile Ayda, Toska, Karmen, Trovatore gibi operalardan çıkarılmış tertiplerdir bu aradadır... Halkın musiki ilgisi ve istek derecesi birdenbire şaşılacak dereceye yükselivermiştir."

¹⁸⁵ Topuz, s. 61.

¹⁸⁶ Öndin, s. 58.

¹⁸⁷ Katoğlu, *Türkiye'deki Kültür Politikalarının Ekonomi Politikası*, s. 54-55.

* Bkz. **AR Dergisi**, "Güzel Sanatlar Akademisinde Sergiler", Sayı:8 - 9, (Temmuz 1937), s. 4 ya da Selim Suat, "Bir Türk Opera Heyeti", **Bütün Aylık Fikir Gazetesi**, Sayı:3, (Mayıs 1934), s. 40.

¹⁸⁸ Katoğlu, *Cumhuriyet Türkiye'sinde Eğitim, Kültür, Sanat*, s. 433.

¹⁸⁹ **Müzik ve Sanat Hareketleri**, "Halkevlerimizde Musiki - Elaziz Halkevi'nin Musiki Çalışmaları", Sayı: 10, (1935), s. 24.

Dokuz ayrı çalışma birimi* ile hizmet veren ve CHP'ye bağlı olan bu kuruluşlar 1949'da tüzel kişiliğe kavuşturulmuş ancak CHP'nin kültür kolları olarak adlandırıldıkları için DP iktidara geldikten sonra – sayıları 400'ün üzerindeyken- 1951 yılında kapatılmışlardır¹⁹⁰. Halkevleri, eğitim, kültür ve sanat kurumlarının henüz yeni yapılanmaya başladığı bir ortamda, birçok sanatçının yetişmesine katkıda bulunması bakımından son derece önemli “aracı” kurumlardır.

Gelecekteki milli sanat hareketine bir başlangıç yapma amaçlı bir diğer politika ise “Yurt Gezileri”dir. M. Kemal Dönemi'nin sonlarında başlayan ve İnönü Dönemi'nde son bulan Yurt Gezileri (1938-1943), yine CHP'nin düzenlediği, “şimdiye kadar bir daire içinde kapalı kalan sanatkarlarımıza yurdu yakından ve muhtelif cephelerden tanımak imkanı” vererek, halk ile sanatçıyı buluşturmuştur¹⁹¹. İlk Yurt Gezisi için ressamların seçimi Güzel Sanatlar Akademisi'ne bırakılmışken, daha sonraki ressam seçimlerinde CHP ve sanatçı gruplarının birlikte hareket ettiği görülür. Sanatçıların, gittikleri yörelerden esinlenerek, bir - iki ay gibi sürelerde tamamladıkları eserler, her geziden sonra Ankara'da düzenlenen sergilerle tanıtılmış, CHP ve Halkevleri tarafından satın alınmıştır¹⁹². Yurt Gezileri 1943 yılı sonuna kadar düzenli olarak yapılmış, 1944'te tüm Yurt Gezileri resimlerinin yer aldığı sergiyle bu uygulama sona ermiştir.

1923 - 1938 yılları arası politikalara bakıldığında, devletin kültürel etkinliklere maddi destek olduğu, yarışmalar düzenleyerek*, sanatçılara eser sipariş ederek ya da sanatçılar için ödüllü devlet sergileri tertipleyerek ve bu uygulamayı gelenekselleştirerek, ayrıca sanatçılara atölyeler tahsis ederek sanatı ve sanatçıyı teşvik ettiği görülmektedir. Ayrıca örneğin, bazı vergilerden muafiyet ya da indirim sağlanması veya Avrupa'ya sanat öğrencilerinin gönderilmesi ya da sanat alanında yaratılan tüm çalışmaların milli amaca uygun olarak yürütülmesi, tüm yurda yayılması ve devamının sağlanması için Ar Direktörlüğü'nün (1934) kurulması gibi amaçlarla yasal düzenlemelerin aksatılmadan yerine getirildiği görülmektedir.

1923 - 1938 arası dönemi Şark - İslam'ın bütünüyle unutulmaya çalışıldığı bir “tasfiye” dönemi olarak nitelendiren Koçak, 1939 - 1950 İnönü Dönemi'ni ise “hümanist kültür” ile adlandırarak, bir restorasyon dönemine benzetir¹⁹³. Cumhuriyet rejimi, eski kültürü

* Dil-edebiyat-tarih, güzel sanatlar, temsil, spor, sosyal yardım, halk dersaneleri ve kurslar, kütüphane ve yayın, köycülük, müzecilik ve sergileme.

¹⁹⁰ Öndin, s. 69-70.

¹⁹¹ “Cumhuriyet Halk Partisinin Sanat Sahasında Aldığı Mühim Kararlar”, **AR Dergisi**, sayı: 20-21, (Ağustos – Eylül 1938), s. 27.

¹⁹² Katoğlu, *Cumhuriyet Türkiye'sinde Eğitim, Kültür, Sanat*, s. 478.

* Örneğin bkz. “CHP'nin Yetişkin Muharripler Arasında (Halkevleri Sahneleri için) Piyes Müsabakası” ya da “CHP'nin Yetişkin Muharripler Arasında (Büyük Memleket Hikayeleri) Müsabakası”, **AR Dergisi**, Sayı: 20-21, (Ağustos-Eylül 1938), s. 27-28.

¹⁹³ Koçak, s. 370 ve s. 396.

tamamen reddedip, bir yenisini yoktan var etmeye yönelirken, bir yandan eski kültürü olumsuzlama iyice belirginleşiyor, diğer yandan içselleştirdiği “Batı” bakışı açısından da hep yetersiz kalıyordu. “Milli” olsa da bir türlü “medeni” bulunmayan bu durum, evrensellelikle yerellik arasında bir sentezle sağlanabilirdi. İnönü Dönemi’nde Maarif Vekilliğine getirilen Hasan Ali Yücel’in “Avrupa medeniyetinin ortasında her milletin hüviyetinin olduğu gibi, Türk milleti de o dairede bir hüviyet olmayı özlemektedir” şeklindeki sözlerinden bu sentezin hüküm süreceği anlaşılmaktadır¹⁹⁴. 1939 - 1950 arası İnönü Dönemi’nin genel görüntüsünü yansıtan başlıca kültür ve sanat politikalarıyla tablo 3 oluşturulmuştur.

İnönü Dönemi olarak adlandırılan dönemde, yürüttüğü kültür ve sanat ile eğitim politikaları bakımından dönemin Maarif Vekili Hasan Ali Yücel çok ağırlıklı bir yer kazanır. Belirtildiği gibi, adeta bir tasfiye sürecinden çıkılarak, bir restorasyon dönemine geçilmiştir. Restorasyon sürecinde ise, “milli” olma konusu bir bakıma anlam değiştirmiş, saf ve toptan bir millilik anlayışı yerini Batı’ya daha açık, Batı medeniyetleriyle daha uyumlu ve ayrıca Batı kültür ve düşün dünyasının seçkin bir üyesi olma çabası güden anlayışa bırakmıştır.

¹⁹⁴ Koçak, s. 393-395.

Tablo 3:

1939 - 1950 Döneminde Kültür ve Sanat Alanında Öne Çıkan Başlıca Gelişmeler

1939	Birinci Türk Neşriyat Kongresi toplanır. Birinci Devlet Resim - Heykel Sergisi düzenlenir.
1940	Devlet Konservatuvarı Kuruluş Yasası çıkarılır. Bu yasa dolayısıyla Tatbikat Sahnesi kararı çıkar. Karar, Ankara ve İzmir'de operaları başlatır. Köy Enstitüleri kurulur. Tercüme Bürosu oluşturulur.
1941	Ankara Devlet Konservatuvarı ilk mezunlarını verir.
1943	1938'de başlayan Yurt Gezileri sona erer.
1944	1934'ten beri düzenlenen Milli Mimarlık Sempozyumu'nda "devlet korumacılığı" isteği öne çıkar. Yurt Gezileri Sergisi açılır.
1945	Yapı Kredi Bankası, Yapı Kredi Yayınları (YKY) ile Doğan Kardeş Dergisi'ni çıkarak yayıncılığa başlar. İlk özel resim galerisi İsmail Hakkı Oygur tarafından açılır.
1946	Açık hava ve Opera Binası kültür merkezleri inşası kararı alınır. Recep Peker Hükümeti programında Milli Kütüphane kurma fikri yer alır.
1948	5245 Sayılı Harika Çocuklar Yasası çıkarılır. Türk sinemasında ilk kez koruma görülür. Yerli yapımlarda % 25'lik vergi indirim uygulamasına gidilir. Milli kütüphane kurma projesi uygulamaya koyulur.
1949	5441 Sayılı Devlet Tiyatroları Kuruluş Yasası çıkarılır.
1950	Milli Kütüphane Müdürlüğü oluşturulur.

*Kaynaklardan derlenen bilgilerle oluşturulmuştur.

Bu anlamda, belki de ilk önemli uygulamalar, Birinci Türk Neşriyat (Yayın) Kongresi'nin düzenlenmesi ve Dünya Klasiklerini Türkçeye çevirmek için kurulan tercüme bürosudur. Hasan Ali Yücel'e göre amaç¹⁹⁵; "Cumhuriyetçi Türkiye, Batı'nın kültür ve düşün dünyasının seçkin bir üyesi olmak istiyorsa, çağdaş dünyanın eski ve yeni eserlerini kendi diline çevirmeli, dünyanın duyuş ve düşünüşü ile benliğini güçlendirmelidir". Böylelikle, temelinde insan varlığının en somut şekli olan sanat eserlerini benimsemek şeklindeki Türk hümanizmasının temelindeki fikre ulaşılabacaktır.

Batı düşün dünyasının eserlerini ilk kez halka sunma imkanı, böylelikle sağlanmıştır. Devlet öncülüğünde ve büyük bir yatırımla gerçekleştirilen bu kültür etkinliğinde aslında özel kesimi açıkça bu girişimin içine sokma isteği vardır. Şöyle ki, Yücel, Batı'nın kültür ve düşün dünyasına girmenin mutlak koşulu olarak saydığı tercüme seferberliğini, "hususî teşebbüs ve teşekküllerle vücut bulması temenniye çok layık olan bu kültür davasının Devlet eliyle intikali, [...] bir zaruret olmuştur" şeklinde ifade etmektedir¹⁹⁶. Nitekim, Neşriyat Kongresi'nin sonunda da resmi ve hususî kuruluşların bu amaç doğrultusunda işbirliğine girmesinin yollarının aranacağına dair karar alınmıştır.

Dönemin bir diğer eğitim ve kültür politikası, yakın tarihin en tartışmalı konularından olan Köy Enstitüleri'dir. II. Dünya Savaşı'nın başlarında, 1940'ta kurulmalarına başlanan, 1954'te klasik ilköğretim okullarına dönüştürülmeleriyle son bulan* Köy Enstitüleri'nin asıl amacı, kırsalda yaşayan insanları milli hedefler doğrultusunda temel bilgi ve becerilerle donatarak, kırsal alanı kalkındırmaktır. Bünyesinde Cumhuriyet'in temel ilkelerinden biri olan Halkçılık ilkesi gereği, halkın eğitimini toplumsal ve kültürel bir amacını da barındıran bu proje, bu yolla milli kalkınmayı da sağlayacaktır. Köy Enstitüleri'ndeki eğitim, sanat eğitimi de kapsamaktadır. Enstitülerin hedefi sanatçı yetiştirmek olmasa da, güzel sanatlar alanlarını kullanarak eğitimin niteliğini artırmak planlanmaktadır¹⁹⁷; çünkü eğitim sadece ekonomik kurumlara değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel ihtiyaçlara da cevap vermelidir. Bu yolla, kültür ve sanatın yalnızca seçkinlerin uğraşı olamayacağı, halka da indirilebileceği yaklaşımı ağırlık kazanacaktır.

Kimi özel girişimlerin başlaması yönünden bu döneme dikkat edildiğinde (bkz. Tablo 3), 1945 yılındaki iki gelişme fark edilecektir. Bunlardan biri; İsmail Hakkı Oygur'ın ilk özel

¹⁹⁵ Mustafa Çıkar, **Hasan Ali Yücel ve Türk Kültür Reformu**, 2. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1998, s. 81.

¹⁹⁶ Çıkar, s. 81.

* Köy enstitülerinin son bulma aşamasında 1946'da enstitü fikrinin asıl yaratıcıları ve yürütücüleri İsmail Hakkı Tonguç'un ve Hasan Ali Yücel'in görevden alınmasının, 1947'de uygulamalı ders saatlerini azaltılarak taviz verilmesinin rolleri olduğuna inanılmaktadır. Bkz. Katoğlu, *Türkiye'deki Kültür Politikalarının Ekonomi Politikası*, s. 40 ve M. Asım Karaömerlioğlu, "Köy Enstitüleri", **Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm - Cilt II** içinde (286-293), İstanbul: İletişim Yayınları, 2001, s. 287

¹⁹⁷ Öndin, s. 87-89.

resim galerisini açmasıdır¹⁹⁸. Diğeri ise; ilk kez bir özel banka desteği ile bir derginin çıkarılmasıdır. Doğan Kardeş Dergisi, Yapı Kredi Bankası desteği ile 1945'ten 1993'e dek yayınlanmıştır. Bankanın kurucusu Kazım Taşkent ile Vedat Nedim Tör ve Şevket Rado tarafından yürütülen proje, 1980'lerden sonra çokça örneği görülecek bir ortaklığa işaret eder: Kurum, burjuva ve entelektüel.

Bu iki örnek, bu araştırmanın çıkış noktasına işaret etmesi bakımından son derece önemlidir. Türkiye'de kültür ve sanat politikalarında özel kurum ve kişilerin sahip oldukları yerin tanımlanması ve anlaşılması amacıyla Cumhuriyet tarihine bakıldığı göz önüne alınırsa, 1945'lerdeki bu gelişmeler bu alanda bir kırılma noktası olarak algılanabilirler. Dönemin iktisat politikalarında da belirtildiği gibi, II. Dünya Savaşı'ndan sonra, özellikle 1946'dan itibaren Türkiye'de sürdürülegelen devletçilik anlayışında yumuşamalar meydana gelmiş, kapalı, korumacı - devletçi modelden yavaş yavaş özel sektörün ağırlığının arttığı bir yaklaşıma yakınlaşmıştı. Nedenlerinin irdelendiği bu politikaların yansımalarını, kültür ve sanat alanında da görmek şaşırtıcı olmayacaktır. Yukarıda dikkat çekilen iki örnek, tam da bu nedenden ötürü aynı kırılmalara denk geldiği içindir ki ayrıca önem kazanır.

Cumhuriyet rejimi ile birlikte, kültür ve sanat politikalarında gözlemlenen gelişmelere bakıldığında, tüm belirleyici kavramların 1923 - 1950 döneminde oluşturulduğu, bunlara ilişkin çatışma ve çözümlerin de yine bu dönemde meydana geldiği fark edilecektir. Koçak, daha sonraki yönetimlerin bu politikalara bakışını 1950'li ve 1960'lı yıllarda "kendinden oluşumlara göz yummak", 1970'li yıllardan sonra da "eski formülleri yeni bileşimlerle sunmak" şeklinde yorumlar¹⁹⁹. Buraya kadar görülen, M. Kemal (1923 - 1938) ve İnönü (1939 - 1950) dönemlerinin iç içe anıldığı Cumhuriyet'in klasik çağıdır. Klasik Cumhuriyet Dönemi denilen dönemdeki kültürel politikalar için kısaca "Kemalizm" terimiyle anılan sistemin hem kurucu yapısal ögesi, hem de tinsel düzlemdeki görüntüsüdür diyen Koçak'a göre Kemalist siyasal sistemle bu kültürel politikalar arasında hem tamamlayıcılık hem de temsil ilişkisi vardır²⁰⁰.

Cumhuriyet Dönemi'nin kültür ve sanata yönelik politikaları, hedeflenen "çağdaşlık" imgesi için kullanılan etkin araçlar olmuşlardır. Bu özellik, sanatın toplumsallaştıran, bireyleri özdeş hale getiren özelliğinden kaynaklanmaktadır. Çünkü sanatın en büyük sırrı, toplumdaki bireylerin aynı tarzda hissetmesini sağlamaktır²⁰¹. Cumhuriyet Dönemi Türk modernizminin kültür ve sanata attığı roller, modernleşme (çağdaşlaşma) sürecinin karakteristiklerine

¹⁹⁸ "Bir Resim Galerisi", **AR Dergisi**, Sayı: 1, (1945), s. 42.

¹⁹⁹ Koçak, s. 370.

²⁰⁰ Koçak, s. 370.

²⁰¹ Cemil Sena, **Estetik: Sanat ve Güzelliğin Felsefesi**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1972, s. 58.

uygun düşmektedir. Bu temel karakteristikler şunlardır²⁰²: Modernizasyon süreci devrimci, kompleks, bütünü etkileyen, global, uzun, aşamalı, homojenleştirici, geri alınamayan ve gelişen bir süreçtir. İşte Cumhuriyet Dönemi modernizasyon hedefli politikalarının özü de bu süreçte yatmaktadır.

Bu dönemin kültür ve sanat politikalarını bitirirken, tıpkı iktisat politikalarında farkedildiği gibi, toplumun devlet eliyle şekillendirildiği, özel girişimlerin henüz cılız kaldığı bir konjonktürün yaşandığı söylenebilir. Yukarıda ayrıntıları verilen bu dönemin kültür ve sanat alanındaki asıl amacı “milli sanat/ sanatçı ile çağdaş topluma ulaşmak” olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu’ndan kalan kurumların devlet eliyle “Türkleştirilmesi” ya da yeni kültür kurumlarının kurulması dışında, kültür ve sanatın eğitici faktörlerden bağımsız düşünülemeyeceği anlaşılmış ve eğitimin etkili bir aracı olarak kullanılmıştır. Söz konusu amaç üç koldan beslenmiştir: Birincisi, - konunun yerli uzmanı yoksa-yabancı uzmanlara başvurmak, ikincisi ise, sanat öğrencilerini eğitim için Avrupa’ya göndermektir. Diğer bir yöntem de bu iki yöntemin sonucunda doğan, gerek yurtdışında gerekse yurtiçinde eğitilen öğrencilerin tüm yurda dağıtılması; yani bir yayılım politikasıdır. Böylelikle Cumhuriyet’in homojen bir toplum yaratma çabası bütünlüklü bir biçimde gerçekleştirilmiş olacaktır.

II. 1950 - 1980 DÖNEMİ POLİTİKALARI: ÖZEL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZENDİRİLMESİ

Yirmi yılı aşkın zamandır, tek parti hükümeti tarafından yönetilen Cumhuriyet tarihinde, 5 Eylül 1945’te MKP’nin, 7 Ocak 1946’da ise DP kuruluşlarıyla başlayan çok partili düzen ve ilk kez 21 Temmuz 1946’da gerçekleşen tek dereceli seçimler, Türkiye Cumhuriyeti’nde demokrasi adına önemli aşamalardır. Her ne kadar 1946 seçimleri sonucunda, 1923’ten beri iktidarda olan CHP Hükümeti, yine iktidar olarak çıkmış olsa da, bundan sonraki sürecin eskisine göre çok farklı olacağının sinyalleri hem her iki parti içinde, hem de halk tarafından anlaşılmıştır. Kemalist ekonomik politikanın başarısı da ancak 1945’ten ve liberal demokrasilerin zaferinden sonra, çok partili rejimin ve devlet sektörünün özel sektöre bağımlılaştığı karma ekonomi düzeninin kuruluşuyla görülmüştür²⁰³.

²⁰² Samuel Huntington, “The Change to Change: Modernization, and Politics (1971) and Political Order in Changing Societies (1968)”, Timmons Roberts ve Amy Hite (Ed.), **From Modernization to Globalization** içinde (144-156), Oxford: Blackwell Publishers, 2000, s. 146-147.

²⁰³ Feroz Ahmad, **İttihatçilikten Kemalizme**, Fatmagül Berktaş (çev.), 3. Baskı, İstanbul: Kaynak Yayınları, 1996, s. 198.

Çok partili rejim politikalarının ülke ekonomisini etkilediği kadar, ülkenin kültür ve sanat politikalarına da yön vermesi olağandır. Bu anlamda önce, yukarıda yapıldığı gibi, dönemin iktisadi gelişmelerine ve ardından kültür ve sanat politikalarına bakılmalıdır.

A. 1950 - 1980 Dönemi'nin İktisat Politikaları: Sanayi Burjuvazisinin Oluşturulma Süreci

1. 1950 - 1960 Dönemi: Ticari Burjuvazinin Oluşum Süreci

Türkiye'de sanayi kapitalizminin temellerinin 30'lu yıllarda devlet öncülüğünde atılmasına karşılık, tam bir sanayi burjuvazisinin oluşması 1950'lerde başlayacak, bu sınıfın da burjuvazinin yönetici gücü olarak rol alması ise 1960'ları bulacaktır²⁰⁴. Bu gelişimi gözlemek için aşağıdaki ekonomik ve siyasi politikalara göz atmak faydalı olacaktır.

Asıl vurgunun özel girişim üzerinde olduğu 1950 seçim programları hem CHP, hem DP cephesinde oldukça benzerdir. Özel girişim kalkınmadaki önemli yerinin bilinciyle kendilerine yeni iş sahaları açılması söylemlerini sıklaştırmıştır. Ayrıca yabancı sermayeyi teşvik etme çabasının artarak süreceğinin işaretleri alınmaktadır. Bu benzerliğe rağmen DP'nin iktidara gelmesi, hangi açıdan bakılırsa bakılsın Türkiye tarihinde önemli bir dönüm noktasına işaret eder. Avcıoğlu'nun "çok partili deneyim, Türkiye'de derebeyler, şeyhler, toprak ağaları ve kapitalist çiftçilerle birlikte büyük arazi sahipleri, Anadolu tüccarı ve büyük şehir kompradorları yaratmıştır"²⁰⁵ şeklindeki yorumu 1950'den itibaren gözlemlenen durumu özetler. Bugünkü Türkiye'nin en nüfuzlu sanayicilerinin çoğunun iş hayatlarına atıldıkları ya da asıl birikimlerini sağladıkları asıl dönemin 1950'ler olduğu vurgusu, 1950'lerde yaşanan bu hareketliliğin Türk girişimcilerine etkisinin bir başka yorumudur²⁰⁶.

DP iktidara geldiğinde, 1946'dan bu yana liberal bir ekonomik sistem kurmak için CHP zaten bir dizi düzenleme yapmış durumdaydı ve bu düzenlemeler DP'nin hiçbir sınırlama ve engellenmenin olmadan kapitalist kalkınma yolunun izleyebileceği ekonomik programlarının da temelini oluşturdu²⁰⁷. DP, Cumhuriyet'in kuruluşundan beri Kemalistlerin, ticari burjuvazi ve toprak ağaları ile bürokrasi arasında kurdukları gizli ittifaktan güçlenerek çıkan burjuvazinin CHP iktidarının son dönemlerdeki muhalefetini görmüş ve bürokrasinin

²⁰⁴ Savran, s. 90.

²⁰⁵ Avcıoğlu, s. 354.

²⁰⁶ Keyder, s. 171.

²⁰⁷ Ahmad, *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*, s. 161.

henüz bir ittifak kuramadığı yoksul köylü, çiftçi sınıfının farkına varmıştır. Bu nedenle tarıma yönelik politikaları ilk sıraya taşımıştır.

Marshall Yardımı'yla Türkiye'den beklenen rol uluslararası ticarete tarım ürünleri ihracatçısı olarak Avrupa'nın gıda ve hammadde deposu olmasıydı. Gerçekten de DP iktidarının sosyal adalet ve ilk sermaye birikimlerini gerçekleştirmek için tarım alanında uyguladığı politika, traktör sayısının hızla artırılması*, Ziraat Bankası kredilerinin genişletilmesi ve ürün fiyatlarının yükseltilmesi biçiminde olmuştur²⁰⁸. Bu politikanın sonucu olarak, tarım kesiminde diğer kesimlere oranla daha hızlı büyüme meydana gelmiştir. Tarım politikalarını kendi iktisat politikalarının en önemli kozu haline getiren DP, büyük toprakların ve dolayısıyla da büyük toprak sahiplerinin korunmasını hedef haline getirdi. Tarımda altyapı ve eğitim çalışmalarıyla olmasa da artan makineleşme ekim alanını arttırdığı için, toprak sahibine yeterli geliri temin ediyor, daha fazla yatırım yapmadan onu kapitalist işletmeciliğe yöneltiyordu. Ekim alanı şu yollardan büyümekteydi²⁰⁹:

- Ortakçı ve kiracının tasfiyesi ile
- Boş mülk arazisinin ekilmesi ile
- Kirayla dıştan arazi tutmak ile
- Toprak satın almak ile
- Devlet merasına tecavüz etmek ile

DP, makineleştirme politikalarına, büyük toprak sahiplerine verdikleri cömert kredi politikalarını da ekleyince, arazi hızla az sayıdaki büyük çiftçi elinde toplanmıştır. 1950'lerin başlarındaki bu gelişmelerle, Türk tarımında kapitalist üretim biçimi egemen olmaya başlamıştır. Ancak tarımdan gelen gelirin pek azının yatırıma yönlendiriliyor olması da dikkat çekici bir unsurdur. Varlıklı çiftçilerin çok azı, bu yolla artan gelirlerini yatırıma yönlendirdikleri içindir ki hızlı ekonomik kalkınma gerçekleştirilememektedir²¹⁰. Aynı zamanda böylelikle tarımın modernleşmesi esas itibarıyla sanayileşmeye bağlı kalmaktadır. Bu bağımlılığın 1953'e kadar süren olumlu konjonktörü değiştireceği de çok açıktır.

Sanayideki gelişmelere bakıldığında, 1950 - 1960 arasında sanayileşmenin büyük düzeylere ulaştığı söylenemezse de, 1960'lardan sonra sanayi yatırımlarına giden birikimlerin bu dönemde olduğu ve günümüzde var olan sanayi burjuvazisini oluşturan tohumların 1950'lerde atıldığı söylenebilir²¹¹. Hatta günümüzde faaliyet halinde olan sanayi

* Traktör sayısı 1940'ta 1000 iken, 1965'te 54.668'e ulaşmıştır. Bunun sonucunda işlenen arazi 87 binden 4 milyon 100 bin hektara çıkmıştır. (Bkz. Avcioğlu, s. 430.)

²⁰⁸ Avcioğlu, s. 402.

²⁰⁹ Avcioğlu, s. 403.

²¹⁰ Avcioğlu, s. 445.

²¹¹ Server Tanilli, **Uygurhık Tarihi - Çağdaş Dünyaya Giriş**, 4. Baskı, İstanbul: Say Yayınları, 1981, s. 279.

işletmelerinin çoğunun yine aynı dönemde kurulduğu da dikkat çekicidir (bkz. Tablo 4). Söz konusu dönemde DP'nin ve burjuvazinin en güçlü kanadı ticaret burjuvazisidir. Ancak 1960'lardan sonra imalat sanayisindeki gelişmeler, sanayi burjuvazisini hakim güç haline getirecektir. 1950'lerin sanayi burjuvazisi için bir diğeri önemli sonucu da, 1950'den sonra siyasi iktidarın burjuvazinin elinde kalması ve bürokrasi ile burjuvazi ilişkilerinin kapitalist topluma uygun bir yol izlemesidir²¹². Böylelikle 1950'den itibaren bürokrasinin burjuvazi üzerindeki sınırlama gücü azalırken burjuvazi de aynı süreçte güç kazanmaya başlamıştır; burjuvazi güç kazanarak bağımsızlığına kavuşmuş ve kendi sınıfsal yaratıcılığını kullanma olanağını bulmuştur²¹³.

Özel girişimlerin çok yeterli görülmemesiyle beraber 1946 - 1960 arasında bir sıçrama yaptığı kabul edilmelidir. Dönemin sanayicilerinin bazı özelliklerine bakılacak olursa²¹⁴, sermaye şirketi statüsünü almış olan özel sektör sanayi işletmeleri genelde aile şirketleridir. Faaliyet alanları genel olarak ara malları devlet tarafından ya da ithalat yoluyla sağlanan hafif tüketim sanayisi ve montaj işleridir. Montaj sanayinin yükselme dönemi olan 1950'li yıllarda sanayi üretimiyle hammadde ithali neredeyse aynı oranlarda artmış, bunun yanında sanayinin milli gelir içindeki payı önemsiz ancak hammaddelerin ithalat içindeki payı oldukça hızlı artış göstermiştir²¹⁵. Sadece ara malı değil yatırım malları da ithal edilen montaj sanayi ile dışa bağımlılık artarken, sanayicinin sermaye birikim yolları böylelikle de açık tutulmaktadır. Sanayicilerin önemli bir kısmı ticaretten sanayiye geçmiş ve ticaretle bağları son derece sıkı olan bir kesimdir.

²¹² Keyder, s. 159.

²¹³ İsmail Cem, **Türkiye'de Geri Kalmışlığın Tarihi**, 5. Baskı, İstanbul: Cem Yayınevi, 1975, s. 371.

²¹⁴ Avcıoğlu, s. 469-472.

²¹⁵ Gülten Kazgan, "Montajcı Sanayileşme", **Cumhuriyet**, 18 Ağustos 1968, s. 2.

Tablo 4: Teşebbüslerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı (1970)

Kuruluş Yılı	Teşebbüsler (%)
-1900	10,46
1901-1910	-
1911-1920	2,26
1921-1930	3,22
1931-1940	5,40
1941-1950	13,42
1951-1960	40,54
1961-1969	24,70
Toplam	100

Kaynak: Erdoğan Soral, **Özel Kesimde Türk Müteşebbisleri**, Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 1974, s. 30.

Sanayi politikalarına bakıldığında birbirini besleyen iki akım döneme damgasını vurmuştur: Neredeyse alınan tüm kararlarda liberalizasyon ve yabancı sermayeyi teşvik gayreti hakim olmuştur. Devlet, yasal tekel kurduğu alanlar dışındaki tüm alanları özel şirketlere devredeceğinin işaretlerini vermiştir. Ancak devri beklenen bu işletmeleri sahiplenmek için büyük sermaye yatırımları gerektirdiğindendir ki, özel sektör çok cesur davranamamıştır. İktisadi zorlukların dışında devir işlemlerini zorlaştıran bir başka faktör de popülist politikalarla bu işletmelerin siyasi nüfuz ve çıkarlar doğrultusunda kullanılmasıdır. İşletmelerin devri konusunda çok başarılı olunamamışsa da, iç ve dış çevrelerin beklentilerine uygun şekilde, özel sektörün gelişimi için geniş olanakların sağlandığı da bir gerçektir. Öyle ki 1950 ile 1954 arasında sanayideki devlet ve özel kesim payları karşılaştırılırsa, devletin payının ½'den ¼'e düştüğü görülür²¹⁶.

Liberal kapitalizmin gelişimi için atılan bir başka adım da 1950'de kurulan Türkiye Sanayi ve Kalkınma Bankasıdır. TSKB, sanayiye verilen banka kredisinin ve dolayısıyla Türk sermayesinin uluslararasılaşmasını sağlamıştır. Bankanın hedefi, sektöre uzun vadeli krediler vererek ve Marshall fonlarını yöneterek özel sanayiye kurmak, yerli ve yabancı

²¹⁶ Avcioğlu, s. 453.

sermayenin sanayiye girmesini teşvik etmek ve Türk sanayisinin dayandığı menkul değerleri özel ellere transfer edip orada muhafaza etmektir²¹⁷.

Bir diğer adım ise, ABD Hükümeti tavsiyesi ile Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu ve Petrol Kanunu'nun çıkarılmasıdır. Yerli kapitalist sınıfın gelişmesine destek amacıyla çıkarılan Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu dönemin en liberal mevzuatlarından kabul edilir. Böylelikle, yatırılan sermaye ve kârın serbest dolaşımının önündeki tüm engeller kaldırılacaktır. Petrol Kanunu ise yabancı yatırımları çekmek yönünde giderek daha da liberal politikalar güdüleceğinin habercisidir. Kanun, devlet tekelinde olan petrol arama ve işletme hakkı üzerinde yabancı firmaları ortaklığa davet etmektedir. Bu iki kanunun çıkarılması karşılığında Türkiye'nin ödülü DB'nın özel sanayiye finanse etmek için TSKB'ye yatırdığı dokuz milyon dolarlık bir kredidir²¹⁸.

Yukarıda değinilen tüm bu politikalar, amacı özel girişimin ve girişimcinin önünü açmak olan liberal sistemin kurulması ve muhafazası için girişilen düzenin araçlarıdır. Hem Kore Savaşı'na denk geldiği, hem de ürünün bol olduğu bir dönem olduğu için 1950'lerin başlarında tarım ürünleri lehine oluşan ticaret hadlerinden Türkiye oldukça yararlanmıştır. Ancak, bu bolluk dönemi 1953 yılında sona ermiş, Türkiye ekonomisi görece bir durgunluk içine girmiştir. Savaş sonrası, ihraç mallarına yönelik talep azaldığı, kaynakların belli bir düzeyde kaldığı ve bu nedenle de ithalat sınırlamalarına gidildiği bir dönemdir²¹⁹. Yaşanan dış ticaret açıkları borçlanma ve yurtdışından kredi mekanizmaları yoluyla bastırılmaya çalışılmıştır. Yani, süreç enflasyonist politikalarla beslenmiştir. Bu konjonktürden de güçlenerek çıkan sınıf enflasyonun, gelir dağılımındaki adaletsizlikleri artırarak tasarruf ve yatırım kapasitesini genişleten kapitalist sınıftır²²⁰.

Yabancı sermaye yardımları, tarım alanındaki olumlu konjonktür ve dış ticaret hadlerine ilk yıllardaki iyileşmenin yarattığı uygun ortamın sona erişiyile 1954'ten sonra liberal politikaların yerini giderek güçlenen korumacılık söylemleri alacaktır. Yatırımlarda özel sektörün payı 1954'e kadar yükselmiş, ardından düşme eğilimine girmiştir. Böylelikle, 1954'le hızlanan enflasyon ve artan dış ticaret açıkları ile beraber, yeniden devlet yatırımları artmaya başlamıştır.

Böylelikle, yerli ve yabancı özel sermayenin devlet girişimleri ile birleştirildiği karma model gündeme gelmiştir. Devlet böylece, birbirleriyle kısmen çelişen üç rolü üstlenmiştir²²¹:

²¹⁷ Ahmad, *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*, s. 167.

²¹⁸ Ahmad, *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*, s. 171.

²¹⁹ Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, s. 107.

²²⁰ Avcioğlu, s. 462.

²²¹ Kemal H. Karpat, *Türk Demokrasi Tarihi – Sosyal, Ekonomik, Kültürel Temeller*, İstanbul: Afa Yayıncılık, 1996, s. 248.

Öncelikle özel girişimi ve özel sermaye birikimini teşvik etmekte; ikinci olarak, işletmeler kurarak kendi faaliyet alanını genişletmekte; üçüncü olarak ise bir refah devleti gibi davranmaktadır. Bu karma model ile 1950'lerden sonra kapitalist topluma uygun yol izleyen bürokrasi ile burjuvazi ilişkileri güçlenecektir.

O halde önceki dönemle, bu dönemin amaçları farkı şu şekilde toparlanabilir: 1923'ten 1950'ye kadar olan dönemde "milli burjuvazi, milli girişimci" yaratma amacı güdülürken, 1950'lerde ise, büyük yabancı firmalara ve devlete bağlı bir kapitalist sınıf oluşturma hedefi söz konusu olmuştur. Aynı amaca bağlılık 1960'la beraber daha planlı ve sistemli bir şekilde sürecektir.

2. 1960 - 1970 Dönemi: Ticari Burjuvaziden Sanayi Burjuvazisine Geçiş

27 Mayıs 1960 askeri müdahalesi ile Milli Birlik Komitesi (MBK), DP'den iktidarı almıştır. Dönemin iktisadi politikalarına geçmeden önce, 27 Mayıs'ı hazırlayan süreçte sanayi burjuvazisinin 50'lerin ikinci yarısından itibaren bir sınıf olarak yükselmesi ve burjuvazinin diğer kesimlerine karşı kendi çıkarlarını savunmaya başlamasının da payı olduğu unutulmamalıdır. 12 Mart 1971 askeri müdahalesine kadar geçen süre "planlı ekonomik kalkınma" dönemi olarak adlandırılabilir. Nitekim, sanayi burjuvazisi 27 Mayıs'ın mirası olan bu iktisadi ve siyasi düzenlemelerle, burjuvazinin diğer kesimlerine karşı oldukça güçlenecektir. 1950'lerin sonlarında yaşanan krizlerle, telafuz edilmeye başlanan karma ekonomi ifadesi doğrultusunda, serbest piyasa ekonomisi rafa kaldırılmıştır. Kalkınma planları ile 1960'lar hızlı büyüme ve mali istikrarın sağlandığı yıllar olmuştur.

Planlı ekonomik kalkınma amacı için iki araçtan yararlanılmıştır: Öncelikle yapılan, 1960'ta Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) kurulmasıdır. MBK'nın uzun vadeli kararlarından belki de en önemlisi olan DPT'nin kurulmasının; ekonomiyi durgunluktan kurtarma, hızlı kalkınma ve ayrıca DP zamanında bir hayli bozulan zengin ve fakir arasındaki gelir dağılımını düzeltme gibi amaçları vardır²²². İlk araç vasıtasıyla yürütülen diğer araç ise kalkınma planlarının hazırlanmasıdır. DPT'nin hazırladığı Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1963 - 67 arası dönemi kapsamaktadır.

1950'lerle zenginleşmeye başlayan ve hatta 1958 Kambiyo Krizi'nden de güçlenerek çıkan özel sektör, bir süredir teşvik ve sübvansede edilmeye alıştığı için planlı ve sistemli bir ekonomik düzene ihtiyaç duymakla beraber, planlamanın tam olarak tanımlanması

²²² Ahmad, *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*, s. 331.

konusunda net bir fikir birliği olmamasından ötürü – tıpkı 1930’larda devletçiliğin sınırları ve kapsamı konusundaki belirsizlikten duyduğu endişe gibi- plana tereddütte yaklaşmakta ve planın hazırlığında söz sahibi olmak istemektedir^{*}. Daha sonra bu tereddütün yersiz olduğu anlaşılabacaktır, nitekim bu belirsizlik ortadan kalkınca görülecektir ki, 1. ve hatta 2. Kalkınma Planları ile 60’lı yıllarda, özel sektör imalat sanayisinde kabuğunu planlama ile kırarak ve beklenen sanayi burjuvazisi gerçekleşmiş olacaktır.

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, büyümenin sürükleyici gücü olarak kamu yatırımlarını ve devlet işletmeciliğini görmekle beraber, açıkça ithal ikameci sanayileşmeyi de tüm sektör politikalarına yön verecek araç olarak kabul ediyordu²²³. Zaten başlamış olan ithal ikameci dönemin 1960’tan sonra daha da güçlü bir ivme kazanmasının nedenini Keyder; “aydınların, bürokratların, orta ve büyük sanayicilerin ve de dış dünyanın plan konusunda hemfikir olmasına” bağlamaktadır²²⁴. Soral’ın araştırması da girişimcilerin DPT hakkındaki düşüncelerinin büyük ölçüde Keyder’in sözünü ettiği uzlaşmayı destekler niteliktedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, girişimcilerin % 56,6’sı planlama çalışmalarını kendilerine yardımcı olarak görmekte, % 61,32’si ise Türkiye’nin ekonomik kalkınmasında planlamanın etkin olduğunu ifade etmektedirler²²⁵.

İthal ikameci sanayileşme politikası, ithalattaki aşırı bağımlılığın kronikleştiği ve ihracattaki ihmalin sürdüğü düşünülürse daha da net şekilde gerekçelendirilebilir. Yurtdışına bağımlılığı azaltmak, yerli sanayiye korumak ve geliştirmek için ihracatı artıracak tedbirlerdense ithalatı kota ve gümrük duvarlarıyla kısıtlamak yoluna gidilmiştir²²⁶. Böylelikle, ithalatı yasaklanan her malın, yurtiçindeki üretimi çok kârlı hale gelmiş ve ekonomide yüksek koruma kârları ile beslenen yüksek bir yatırım ortamı yaratılmıştır. Bu sermaye birikim modeli aslında DP tarafından keşfedilmişse de, modelin adı 1960’tan sonra “ithal ikameci sanayileşme” modeli olmuştur²²⁷.

İthalatın sınırlandırılmasıyla oluşan büyük rantlar, imalat sanayisinde faaliyet veren Türk girişimciler için büyük kârlar yaratılmasını sağlamıştır. İmalat sektöründe şunlar gözlemlenebilir²²⁸: Birincisi, özel sektör karşısında kamu sektörünün payı azalmıştır (bkz. Tablo 5). İkincisi, özel sektör dayanıksız tüketim malları üretiminden dayanıklı tüketim malları üretimine geçiş yapmıştır. Üçüncüsü ise, imalat sanayisinde tekeller gelişmeye başlamıştır.

^{*} Bkz. Buğra, s.194-195 ve Ahmad, *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*, s. 337.

²²³ Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, s. 126.

²²⁴ Çağlar Keyder, “İktisadi Gelişmenin Evreleri”, *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, Cilt: 4, İstanbul: İletişim Yayınları, 1983, s. 1070.

²²⁵ Soral, s. 118-120.

²²⁶ Şebnem Gülfidan, *Big Business and The State in Turkey: The Case of TüSİAD*, 1. Baskı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 1993, s. 46.

²²⁷ Asaf Savaş Akat, “İktisadi Politikalar”, *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, Cilt: 4, İstanbul: İletişim Yayınları, 1983, s. 1105.

²²⁸ Gülfidan, s. 46.

İkinci maddedeki durumu başaranlar, Keyder'e göre de kolay ithal ikamesinden zor olan, ileri teknoloji gerektiren sanayileşmeye geçmeyi başaranlardır ve ilk aşamayı gerçekleştiren sermayedarlar zaten ikinci aşamaya geçecek sermaye birikimine ulaşmışlardır*.

Tablo 5: İmalat Sanayisi Toplam Üretiminde Kamu Sektörü ve Özel Sektör Payları (%)

	1963	1970	1976
Kamu Sektörü	44.2	42.19	35.03
Özel Sektör	55.8	57.81	64.97

Kaynak: İlhan Tekeli ve Diğerleri, *Türkiye’de Sanayi Kesiminde Yoğunlaşma*, Ankara: Maya Matbaası, 1981, s. 5.

Bu yıllarda Türk girişimcilerin büyük kârlar sağlamasını kuvvetlendiren bir diğer etmen de sanayideki yabancı firma egemenliği dolayısıyla girilen “yabancı firma mümessillikleri”dir. Yüksek gümrük tarifeleri ve ithal yasaklarıyla hızlanan yabancı sermaye akımı ile, yerli sermayenin hem girişim, hem de kâr alanları artmıştır. Bu “bağımlı ilişki” sayesinde yerli kapitalistler, yabancı sermayenin teknik işbirliğiyle yeni sanayi alanlarına girmekten çekinmemişlerdir; yabancı firmalar ise teknik hizmet, malzeme, makine, hammadde satma tekeli sağlamışlardır. Bu nedenle yabancı sermaye özel sanayinin gelişmesinde çok önemli bir rol oynar hale gelmektedir. Avcıoğlu mekanizmayı şu şekilde açıklar²²⁹:

“Kalkınma Planı gereğince, “sanayicilik” itibardadır. Devlet yüksek gümrükler, ithal yasaklamaları, geniş krediler ve türlü muafiyetlerle sanayici olmayı cazip hale getirmiştir. Ama sanayicilik, en ilkel biçimde de olsa, az çok teknik bilgi ve organizasyon gerektirmektedir. Çimento ve şeker sanayisindeki karma teşebbüslerde devletin oynadığı rolü burada bir ölçüde yabancı sermaye yüklenmektedir. Üstelik bu sanayinin mamüllerini satmak, yabancı şirket mümessilliği ve ithalatçılık kadar kârlı bir iştir. Bu nedenledir ki, yabancı firma

* Koç bunlardan biridir. (Bkz. Keyder, *İktisadi Gelişmenin Evreleri*, s. 1071.)

²²⁹ Avcıoğlu, s. 511.

mümessili tüccarlar, temsil ettikleri firmalarla birlikte ya da tek başlarına “sanayi” teşebbüsleri kurmak ve sonra bu teşebbüslerin genel satıcılığını ele geçirmek yolunda çaba göstermişlerdir.”

Geniş devlet desteği, Amerikan yardımları ve yabancı sermayenin teknik işbirliğiyle yabancı firma mümessilliği ve ithalatçılığı yoluyla sanayiciliğe doğru kayış, “Üçüncü Sektör” şeklinde adlandırılmıştır. Öyle ki, büyük yatırıma ihtiyaç duyan alanlarda yabancı sermaye-yerli girişimci ortaklıklarına başta Koç olmak üzere Akbank, OYAK gibi özel kuruluşlardan, İş Bankası, TSKB gibi devlet teşebbüslerine kadar birçok kurum katılmış, büyük kazançlar elde etmiş ve bu işbirliklerinin gelişmesine katkı yapmışlardır²³⁰.

1960’tan sonrasının Türk İktisat politikaları, büyük burjuvaziyle kalkınmacı devlet ittifakına dayanan kalkınma modeli çerçevesinde açıklanabilir. Özel sektör yararına kamu sektörünü planlama bir başka deyişle, özel birikimi teşvik ve sübvansiyonlarla ön sıraya çıkarırken, kamu sektörünün de bu girişimlerde destekleyici rol üstlenmesini sağlayıcı politikalar 2. ve 3. Planlarda da devam etmiştir. Ayrıca, KİT’lerin Türkiye’nin sanayileşmesinin temelini oluşturduğu olgusu, özel kesime yetişmiş uzman ve yönetici aktarımı yoluyla da sürmektedir²³¹.

Hızlı büyüme ve mali istikrarla tanımlanan 60’lı yıllar Türk kapitalistinin altın yılları olarak nitelendirilir. Özel sanayinin tekeli, aşırı kârlarla çalıştığı, yüksek satış fiyatları uyguladığı, enflasyonist bir ortamda geliştiği ve bunların sürekliliğinin devlet tarafından teminat altına alındığı hesaba katılırsa, Türk kapitalisti için bu elverişli dönem daha net olarak tanımlanabilir. Bu koşulların yanısıra, kapitalistler giderek güçlenerek, gelecekleri konusunda söz sahibi konuma gelmeye başlamışlardır. Öncelikle 1960’ların başlarında, bazı büyük işadamlarının talepleri sonucunda, holdinglerin kuruluşunun hukuki altyapıları da hazırlanmaya başlamıştır²³². Tabii ki, getirilen vergi kolaylıkları holdingleşme sürecinin yapılandırılmasına ve büyük girişimlerin oluşmasına katkıda bulunmuştur. Özel sektör ithal ikamesi sanayileşme politikasıyla imalat sektöründe yükselme ivmesi içine girmiştir. Söz konusu dönemde dış ticaret açıklarına rağmen büyüme sağlanmıştır. Bunun nedeni yurtdışındaki işçilerin gönderdiği paralar ve kısa ve uzun vadeli krediler ile dış yardımlarla açıkların kapatılmasıdır. Böylece 60’lı yıllarda hızlı büyümenin sağlandığı, gelir dağılımının nispeten düzgün olduğu, özel sektörün mali teşvikler ve koruma politikalarıyla desteklendiği bir ortamda, ilk kez İttihat ve Terakki’den beri “milli burjuva” yetiştirme hedefi gerçekleşmiş

²³⁰ Avcioğlu, s. 517.

²³¹ Mustafa Aysan ve Selahattin Özmen, **KİT - Türkiye’de ve Dünyada Kamu İktisadi Teşebbüsleri**, İstanbul: Kardeşler Yayınevi, 1981, s. 372.

²³² Buğra, s. 198.

olmuştur. Kazgan'ın bu durumu "1950'lerde zenginleşen büyük toprak sahipleri, yabancı şirket temsilciliklerini alan tüccarlar, genişleyen eğitilmiş insan gücü tabanından gelen meslek sahipleri yeni sanayi burjuvazisini oluşturdu" şeklinde ifade eder²³³.

3. 1970-1980 Dönemi: Sanayide Tekelleşmeler

70'li yıllar, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de büyük dönüşümlerin ve dolayısıyla sosyal, ekonomik, siyasi birçok değişimlerin yaşandığı yıllardır. Türkiye'de 1971'de yeniden bir askeri müdahale ile 1961 Anayasası ile izin verilen sosyalist parti ve hareketlerin, ayrıca işçilere grev ve toplu sözleşme hakkı verilmesiyle işçi hareketinin yükselme kapasitesiyle bu doğrultuda güvence altına alınan temel hak ve özgürlüklerin önüne set çekmek amacıyla demokratik düzen sekteye uğratılmıştır. Bu durumda çıkarlarını korumak isteyen sanayi burjuvazisi, 70'li yıllarda "hem işçi hareketini geriletmek, hem de 1960 sonrası siyasal rejimi budamak" görevleriyle karşı karşıya kalmıştır²³⁴.

Bu dönemin en belirgin özelliği, 50'lerde başlatılan ve 60'lardan beri güçlenmekte olan ithal ikameci montaj sanayisinin nitelik değiştirerek büyük sanayi sermayesine dönüşmesidir. İthalatta büyük sanayiciye tanınan ayrıcalıklar yanında, küçük sanayicinin ihracat yoluyla hammadde kıtlığı çekerek iflasların eşiğine gelmesi, dönemin en çarpıcı gelişmelerindendir²³⁵. Öyle ki, zaten özellikle 50'lerden beri ekonominin içinde bulunduğu dışa bağımlılığa ek olarak büyük sanayinin tekelleşmesi koşullarının da yaratılmasıyla, küçük sanayici, esnaf, işçi kesimi ve sabit gelirliiler açısından daha da adaletsiz bir süreç içine girilmiştir.

1971'de askeri müdahaleden çok az bir süre sonra kurulan Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD), tekelleşmenin koşullarının ortak kararlar ile alınmasını kolaylaştırmak için işadamlarının birleşmek adına attıkları önemli bir adım olarak nitelendirilebilir. TÜSİAD, on iki sanayicinin girişimiyle 2 Nisan 1971'de bir protokol imzalamasıyla kurulmuş özel ve gönüllülük esasına dayalı bir dernektir. Öncelikli konuları arasında²³⁶,

- Karma ekonomi düzeninin sürmesi, devletleştirmenin gündemden kalkması,
- Fiyat kontrollerinin sona erdirilmesi,

²³³ Kazgan, s. 115.

²³⁴ Savran, s. 107.

²³⁵ Ahmet Aker, **12 Mart Döneminde Dışa Bağımlı Tekelleşme**, İstanbul: Sander Yayınları, 1985, s. 109.

²³⁶ Feyyaz Berker ve Güngör Uras, **Fikir Üreten Fabrika – TÜSİAD'ın İlk On Yılı: 1970 – 1980**, İstanbul: Doğan Kitap, 2009, s. 16.

- İşçi hareketlerinin, direnişlerinin ve grevlerin sona erdirilmesi,
- Can ve mal güvenliğinin sağlanması vardı.

Sanayi burjuvazisinin bu girişimi karşısında, 70'li yıllarda hükümetler de onları destekleyen konumlarda yer alacaklarını belli edeceklerdir. Bianchi'nin ifadesiyle "dernekler ve devlet arasındaki ilişkiler, politik kültürden ve derneklere yönelik kamu politikası modelinden daha direkt bir şekilde etkilenmiştir"²³⁷. Gümrük muafiyetleri, yatırım indirimleri, yatırım kredileri ve ihracatta vergi iadeleri yöntemleri ile teşvik uygulamaları düzenlenmiştir. Açıkça büyük sanayicinin teşvik edileceğinin ifade edilmesinden karşılıklı duyulan memnuniyet bir süre sonra, teşvik kapsamının genişletilmesinin talep edilmesine imkan verecektir²³⁸. "Yatırımların, İhracatın, Turizm ve Döviz Kazandırıcı Hizmetlerin Teşviki Kanun Tasarısı" olan teşvik tedbirleri tasarısı, uygulanan tedbirlerin büyük sanayici tarafından ifade edilen yetersizliklerini gidermek için oluşturulmuş olsa da, yine de beğenilmemiş ve kanunlaşmamıştır.

Genel çerçevesiyle bakıldığında, Türkiye açısından 70'lerin ekonomik konjonktürü neredeyse birbirinden tamamen farklı iki dilimde incelenebilir: İlk dönemde 1974'e kadar süren olumlu konjonktürden; ikinci dönemde ise 1974'ten sonra kötüleşen ekonomik durumdan söz edilebilir. 1974'e kadar süren olumlu konjonktür, 60'lı yıllardan beri sürdürülen ekonomi politikalarının sürdürülmesi sonucu elde edilen kazanımdır. Özel sektörün kendi kaynaklarından çok, dış kaynaklarla iş görme alışkanlığı, öz kaynaklarının birkaç katı kredi almalarına neden olmuştur. TSKB'den gelen kaynaklar, SSK fonları, Sümerbank aracılığıyla oluşan fonlar ve dış borçlanmalar²³⁹ düşünülürse, özel sektör 1974'ten önce kredi bulma zorluğu çekmemiştir. Ayrıca işçi dövizlerinin de sermaye açısından önemli bir kaynak olduğu unutulmamalıdır. Devlet de yüksek gümrükler, ithalatı yasaklayan önlemler, geniş krediler ve muafiyetlerle sanayi burjuvazisine cazip olanaklar sunmaktadır. Sonuç olarak, 70'li yılların özellikle de başları, özel sektörün serbest sermaye ithali ve finans kapitalin etkilerine açılarak, holdingleşmeleri hızlandırdıkları yıllar olmuştur²⁴⁰.

1974'le birlikte bu olumlu konjonktür değişmeye başlayacaktır. Bu değişimin en önemli sebebi dünyada yaşanan Petrol Krizi ile petrol fiyatlarının ani ve hızlı artışıdır. Petrol ihracatçısı her ülkeyi etkileyen bu durum, Türkiye'yi nispeten daha az etkilemiştir. Bunun nedeni ise, Türkiye'de DÇM (Dövizle Çevrilebilir Mevduat) adı verilen pahalı ve kısa dönemli

²³⁷ Robert Bianchi, **Interest Groups and Political Development in Turkey**, New Jersey: Princeton University Press, 1984, s. 73.

²³⁸ Aker, s. 23-25.

²³⁹ Avcıoğlu, s. 505.

²⁴⁰ Kazgan, s. 118.

borçlanma yöntemiyle ithalatın pompalanmasıdır²⁴¹. Yani Türkiye’de geçici ve yapay çözümlerle ithalatı artıracak önlemler alınırken, ihracat için hiç çaba gösterilmemekte ve dolayısıyla dış ticaret açıkları büyümektedir. Bu duruma 1974 Kıbrıs Harekatı’nı takiben ABD’nin ve ardından örtülü olarak Batılı devletlerin uyguladıkları ambargo ile yardım, hibe ve kredileri kestikleri gerçeği de eklenirse, 1974 sonrası ekonomik durumun vahameti ortaya çıkmaktadır.

İhracatın ithalatı karşılama oranının düştüğü, ekonomik büyüme hızının döviz kısıtlarıyla belirlendiği bu konjonktüre - birçok başka ülkede olduğu gibi- kredilerin geri ödenmesindeki güçlükler de eklendiğinde döviz krizinin oluşum süreci anlaşılacaktır. Bir süredir yapay ve popülist politikalarla ertelenmeye çalışılan bu durum sonucunda, 1977’de ekonomik bunalımın artık ertelenemez olduğu anlaşılmış, 1978’de Türk hükümeti IMF ile anlaşma yoluna gitmek zorunda kalmıştır. 1978’te döviz kıtlığının ileri boyutlara ulaşması, ayrıca ikinci petrol şoku gibi negatif dışsallıklar, hükümetin sanayi sektöründeki birikimi destekleyen sübvansiyon programlarından vazgeçmek istememesini yaratan koşullar olarak görülmelidir²⁴². Bu durum bazı temel sanayi mallarının piyasadan çekilmesine neden olarak, karaborsanın doğmasına yol açmıştır. İthal malları ne kadar kıtlaşırsa, rant ekonomisi o kadar büyüyeceği içindir ki, bu süreç büyük servet birikimleri sağlayan rantiyeleri de beraberinde yaratmıştır.

70’li yıllarda özel imalat sanayisinde büyük kapasiteler yaratılmış, ithalata dayalı montaj sanayisi olsa da özel imalat sanayisi hızla gelişmiştir. Sanayide tekelleşmenin yoğunlaşması iki taraftan yürütülmüştür. Şöyle ki, yukarıda değinildiği gibi ücretlerin ve tarım ürünleri fiyatlarının düşük düzeyde tutulup, kredilerin büyük sanayiye kaydırılması teşvik tedbirlerinin mali yönünü oluşturmuştur. Ayrıca uygulanan fiyat politikası, artan enflasyon ve göz yumulan tekelci fiyat anlaşmaları ile piyasa tekelci uygulamalara daha elverişli hale getirilmiştir²⁴³. Ayrıca özel banka sayısı artmış ve tarımda büyük sıçramalar olmuştur.

Kazgan, 1980’lerdeki serbestleşme eğilimini hazırlayan bu süreci şu şekilde ifade eder²⁴⁴:

“1970’li yılların sermaye ithalini kolaylaştırıcı nitelikteki serbestleşme hareketi, beklenmedik şekilde kendisine koşut dış dünyaya açılan yeni kesimler yaratmış, üretim kapasitesinde büyük artış olmuştur. 1973’ten başlayarak dünyada başaşağı giden tarım ürünleri fiyatları bir yandan, krizden yoğun bir şekilde etkilenen imalat sanayisi ve büyük holdingler öte yandan, Türkiye’nin

²⁴¹ Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, s. 129.

²⁴² Keyder, *Türkiye’de Devlet ve Sınıflar*, s. 229-230.

²⁴³ Aker, s. 110.

²⁴⁴ Kazgan, s. 137.

yeni bir dış ticaret politikası ve döviz rejimine kayması gerektiğini göstermekteydi.”

1980’ler itibariyle yeni dönemi kısaca ifade eden politika “serbestleşme politikası”dır. Türkiye’de sermaye birikiminin kapitalist dünya ekonomisiyle çok daha derinden bütünleşebileceği bir ortamı yaratabilecek “ihracata yönelik kalkınma” adıyla anılan yeni bir yöneliş hakimiyet kazanır. Bu dönemi değerlendirirken, 1970’lerle beraber hızlanan “holdingleşme” süreciyle birlikte Türk dış politikasında ağırlık kazanan Türk - Amerikan ilişkilerini de göz önüne almak faydalı olacaktır. Zira, Amerikan değerlerini benimsemiş Türk yöneticiler yetiştirme görevi örtülü olarak Amerikan yardım programlarının amacıdır. ABD’de Türk lobisini yaratma işi önceleri TÜSİAD ile yürütülürken, 70’lerin sonlarında bu görev kurulan derneklere verilmiştir*.

B. 1950-1980 Dönemi Kültür ve Sanat Politikaları: Özel Sektörün Kültür ve Sanat Alanına Geçiş Süreci

Kültür ve sanat politikaları konusunda bu dönemi, bir önceki dönemden ayıran başlıca özellik, söz konusu politikaların artık kamu hizmetleri olarak algılanmamaya başlamasıdır. Gerçekten de ancak 1950’li yıllardan itibaren sanat, siyasal alan karşısında kısmi bir bağımsızlık kazanacak, kültürel alanda ise iktidar, devletin kurucu müdahale araçlarını sınırlandırarak, bazı özel inisiyatiflerin oluşmasının önündeki engelleri kaldırmanın da ötesinde, bu tür oluşumları teşvik edecektir. 1950’lerde sanat etkinliklerinin resmi mekanlara, [devlet] patronajına, talebe, denetime olan bağımlılığı giderek zayıflamaya başlamıştır²⁴⁵. Tablo 6’dan da takip edilebileceği gibi, sanayicilerin gerek destekleme, gerekse kendi adlarıyla sanat kurumları açma yoluyla kültür ve sanat alanına girdikleri dönem 1950’lerle başlamaktadır.

Bu özel girişimlerin kültür ve sanat alanına girmesinin yanısıra, devletin kültür ve sanat politikalarında yukarıda da değinildiği gibi tasfiyeci (Halkevlerinin kapatılması, sonra yeniden açılması) ve plancı (Kalkınma Planları’nda kültüre yer ayrılması) bir anlayışa yer verdiği, bunun yanında yasal dayanakların daha da yerleştiği göze çarpmaktadır. Kültür ve

* Bkz. Ahmad, *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*, s. 555 ve Avcıoğlu, s. 576.

²⁴⁵ Ali Artun, “Çağdaş Sanat Tarihleri ve Türkiye’de Sanatın Çağdaşlaşması”, *Toplum ve Bilim*, Sayı:79, (Kış 1998), s. 59.

sanat politikalarında çok partili rejimle birlikte, Cumhuriyet döneminin her alanda olduğu gibi “milli” sanatçı yetiştirme tutkusu azalmış, bu alana göreceli bir özgürlük ortamı yerleşmiştir.

Tablo 6:

1950 - 1980 Dönemi Kültür ve Sanat Alanında Öne Çıkan Başlıca Gelişmeler

1951	Halkevleri kapatılır. Maya Sanat Galerisi Adalet Cimcoz tarafından açılır. Bu İsmail Hakkı Oygur'ın Oygur adlı galerisinden sonra açılan ikinci özel galeridir. Yapı Kredi Bankası desteğiyle ilk özel tiyatro olan Muhsin Ertuğrul'un "Küçük Sahne"si kurulur.
1954	Köy Enstitüleri kapatılır. İzmir Müzik Okulu açılır. Yapı Kredi Bankası 10. kuruluş yılı çerçevesinde resim yarışması düzenler.
1957	Riyaset-i Cumhur, Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası'na dönüştürülür. N. Eczacıbaşı Seramik Fabrikası El Sanatları Bölümü'nde seramik sanat atölyeleri çalışmaya başlar.
1958	İzmir Müzik Okulu, İzmir Devlet Konservatuarı'na dönüştürülür.
1963	1980'e dek sürecek olan II. Halkevleri dönemi başlar. I. Beş Yıllık Kalkınma Planı içinde kültüre yer ayrılır. Sanatçıların gelir vergisi ile ilgili 1949 tarihli ve 5421 Sayılı Kanunun kapsamı değiştirilir. Şöyle ki; müellif, mütercim, ressam, heykeltıraş ve bestekarların bir yıl içinde elde ettikleri kazancın on bin Türk Lirası vergi bağışıklığı kapsamına alınır.
1964	Yapı Kredi Bankası Kazım Taşkent Sanat Galerisi açılır.
1966	Devlet Opera ve Balesi, Devlet Tiyatroları'ndan ayrılır.
1967	İstanbul Belediyesi Sanat Galerisi hizmete girer.
1969	1946'da oluşturulmasına karar verilen Taksim Opera Binası açılır. Açıldıktan kısa bir süre sonra çıkan yangının ardından, tekrar kapanır.
1970	Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü kurulur.
1971	Kültür, ilk kez sadece kendi adıyla anılan Kültür Bakanlığı'na kavuşur. 'Devlet sanatçısı' ünvanı verilmeye başlanır.
1972	İstanbul Belediyesi Şehir Orkestrası, Kültür Bakanlığı'na bağlanarak İstanbul Devlet Senfoni Orkestrası adını alır.
1973	İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV) kurulur. İKSV, I. İstanbul Festivali'ni organize eder.
1977	İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi, İstanbul Sanat Bayramı adı altında iki yılda bir düzenlenen ve 1987'ye kadar süren bir etkinlik yapmaya başlar. Bu organizasyon, 1987'de başlayan 1. İstanbul Bienali'ne temel oluşturur.
1978	Taksim Opera Binası Atatürk Kültür Merkezi (AKM) adıyla yeniden açılır.
1979	Yurtdışındaki ilk sanat galerimiz Frankfurt'ta Turizm Tanıtma Bürosu'nda açılır. Türkiye İş Bankası 3 - 7 Eylül 1979'da Münih Üniversitesinde toplanan "VI. Uluslararası Türk Sanat Kongresi"ne koleksiyonundaki elli tablo ile katılır.

*Kaynaklardan derlenen bilgilerle oluşturulmuştur.

Devletin kültür politikaları daha önce de söz edildiği gibi, Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) bünyesinde yürütülmekteydi. Önemli bir değişime 1965 yılında tanıklık edilmektedir ki, o da MEB dahilinde Kültür Müsteşarlığı'nın oluşturulmasıdır. Kültür Müsteşarlığı 1971'de ilk kez MEB'den bağımsız olarak kurulan Kültür Bakanlığı'na devredilmiştir. Ancak bu bağımsızlaşma, Kültür Bakanlığı ile MEB arasındaki nihai durum olmayacaktır*. 1977'de yeniden birleşecekler, 1978'de ise yeniden ayrılacaklardır²⁴⁶. 1980'den sonra ise Kültür Bakanlığı'nın farklı bir bakanlıkla birleşmesi söz konusu olacaktır.

Cumhuriyet dönemi hükümetlerinin Türk toplumunun çağdaşlaşmasını esas alan ve bu doğrultuda homojen toplum yapısını kurmakta aracı olarak yürüttüğü kültür ve sanat politikalarının özdeşlerine 1950 - 1980 yılları arasında görev yapan hükümet politikalarında rastlamak mümkün değildir. Gerçi "milli kültür" söylemlerinin yer yer devam ettiği görülmektedir ancak bu söylemler Cumhuriyet Dönemi'nin ilk zamanlarının sistemli politikalarındansa, daha çok 1980 sonrası karşılaşılabilecek olan Türk kültürünün uluslararası düzeyde bir tanıtımın ve yakınlaşmanın unsuru olarak kullanılmasına geçişteki bir aracı söylem gibidir.

Yukarıda da ifade edildiği gibi, kültür politikalarının MEB tarafından gerçekleştiriliyor olması, çoğunlukla eğitim politikalarıyla kültür politikalarının birbirine içkin olmasına neden olmuştur. 1950'den 1961'de kurulan VIII. İsmet İnönü Hükümeti Programı'na dek MEB'in salt kültür ve sanat politikaları adına yeni bir karara rastlanmamaktadır**. Aynı dönemde, özel girişimlerin kültür ve sanat alanında yer almaya başladığını hatırlatmak son derece önemli olacaktır. VIII. İsmet İnönü Hükümeti'nin Milli Eğitim Bakanı Hilmi İncesulu, kültür ve sanat faaliyetlerinin sınırlı değil, geniş halk kitlelerine hitap etmesi gerektiğine işaret etmiş, "güzel sanatlar, müzeler, kütüphaneler ve yayın gibi alanlarda her çeşit kültür hareketlerinin yurt çapında yayılmasına çalışılacağını" belirterek, güzel sanatlar alanında yapılan araştırmaların ve eserlerin destekleneceğini ifade etmişti²⁴⁷. Yaklaşık on yıllık bir aradan sonra nihayet 1960'larla kültür ve sanat politikalarının hükümet programlarına girmesi, 1965'te MEB bünyesinde oluşturulan Kültür Müsteşarlığı'nı ve 1971'de bağımsız bir bakanlık olarak kurulan Kültür Bakanlığı'nın oluşturulması sürecinin habercisi olarak da yorumlanabilir.

* Burada, Kültür Bakanlığı'nın bağımsızlaşması sürecinin çetrefilli ve siyasi bir süreç olduğuna işaret edilerek, 1971'de kurulan Kültür Bakanlığı'nın lağvedilmesi kararının ardında Kültür Bakanı Talat Sait Halman'ın "özel tiyatroların sorunlarına eğilip, vergilerden muaf tutulmalarına" karar verildiğini açıklamasının da payı olduğuna inanıldığı hatırlatılmalıdır. Bkz. Gülriz Sururi, "Özel Tiyatrolar Devletten Akılcı Destek Bekliyor", **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı: 193/1, (Haziran 1988), s. 13.

²⁴⁶ Selçuk Kantarcıoğlu, **Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programlarında Kültür**, 3. Baskı, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, 1998, s. 16-21.

** Bkz. Kantarcıoğlu, s. 44-47 ve Neşe Erdilek, "Hükümetler ve Programları", **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt:4, İstanbul: İletişim Yayınları, 1983, s. 968.

²⁴⁷ Kantarcıoğlu, s. 47-48.

1980'e kadar görev yapan hükümetlerin, hükümet programlarında kültür ve sanat politikaları incelendiğinde benzer söylemlerin devam ettiği görülecektir. Şöyle ki, 1980'e kadar geçen sürede görev yapan hükümetlerin, kültür ve sanat alanına dair hedefledikleri politikalar şu ana eksenlerde gruplandırılabilir:

- Kültür ve sanatın geniş halk kitlelerine hitap edebilecek şekilde *yayılımını* sağlamak
- *Yurtdışındaki vatandaşların*, soydaşların ve özellikle çocukların milli kültürle uyumlu olacak şekilde kültür ihtiyaçlarını karşılamak
- Kültür ve sanat alanındaki yaratıcı faaliyetleri *teşvik* etmek ve bu alana katkı sağlayanlara *maddi ve manevi destekler* ile sosyal güvence sağlamak
- Ülkenin sahip olduğu kültür değerleri ve sanat yapıtlarını uluslararası yakınlaşma ve *tanıtım* amacıyla ön plana çıkartmak

1961'de kurulan VIII. İnönü Hükümeti'nden 1980'e dek on sekiz hükümet kurulmuştur*. Sekiz farklı başbakan tarafından kurulan bu on sekiz hükümet döneminde kültür ve sanat politikalarında birbirinden hiç de farklı olmayan söylemler üretildiği dikkat çekmektedir. Bu on sekiz hükümetin dördünde, Kültür Bakanlığı'nın MEB'den bağımsız, ayrı bir bakanlık olduğu da unutulmamalıdır**. Değişen hükümetlere rağmen, söylemlerin çok da değişmemesi politik ve iktisadi konjonktüre de bağlanabilir***.

Yukarıda belirlenen kültür ve sanat politikalarına dair ana eksenler hazırlanan Beş Yıllık Kalkınma Planlarından da takip edilebilir. 1980'e kadar olan sürede, sonuncusu tamamlanmamakla birlikte, ilk dört plan yürürlüğe girmiştir. 1963 - 1967 yıllarını kapsayan 1. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda kültürel kalkınmanın, iktisadi ve sosyal kalkınmanın önemli bir tamamlayıcısı gibi görülmesinin ifade edilmesine rağmen, kültür ve sanat politikaları, eğitim politikalarından bağımsız ele alınamamış, sadece "İnsangücü, İstihdam, Eğitim ve Araştırma" bölümünde konuya atıflarla yetinilmiştir. Kültür ve sanat politikaları, çeşitli eğitim bölümleri ile ilgili özel mesele ve tedbirler adı altında, "Türk sanatının dünyada tanıtılması için Güzel

* Bu 18 hükümetin 3'ü İ. İnönü, 6'sı S. Demirel, 3'ü B.Ecevit, 1'i S. Hayri, 2'si N. Erim, 1'i F. Melen, 1'i N. Talu, 1'i de S. İrmak tarafından kurulmuştur.

** 1971 N. Erim Hükümeti Kültür Bakanı T. S. Halman, 1974 S. İrmak Hükümeti Kültür Bakanı N. Çiftçi, 1975 IV. S. Demirel Hükümeti Kültür Bakanı R. Danışman, 1978 III. B. Ecevit Hükümeti Kültür Bakanı A. Taner Kışlalı'dır.

*** Örneğin, ilk Kültür Bakanı T.S. Halman, Devlet Kültür Armağanları adı altında Türk kültür, sanat ve düşün hayatına önemli katkılar yapmış kişileri ödüllendirme fikrini dönemin Başbakanı N. Erim'e kabul ettirmiş, bu doğrultuda ilk Kültür Armağanı Muhsin Ertuğrul'a verilmişse de, bu karar daha sonra çeşitli politik nedenlerden dolayı hem ordunun, hem de milliyetçi kesimin tepkileriyle karşılaşmış, Halman ile Erim'in arasının bozulmasına neden olmuştur. Bkz. Ayça İnce ve Serhan Ada, "Talât Sait Halman Söyleşisi", Serhan Ada (Ed.) **Kültür Politikaları ve Yönetimi Yıllık 2009** içinde (29-37), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009, s. 30-31.

Sanatlara önem verileceği ve Güzel Sanatların her bölümünde Devlet sanat ödülleri dağıtılacağı” şeklindeki açıklamalarla sınırlı kalmıştır²⁴⁸.

İkinci Plan’da (1968 - 1972), kültür faaliyetlerinin Türk Kültürünün uluslararası alanda yerini alması için Devletin desteğiyle yürütüleceği beyan edilmiştir. Sahne sanatlarına yönelik 1950 - 1960 döneminde artan ilgiye bağlı olarak tiyatro alanında özel tiyatroların ortaya çıkışı olumlu bir gelişme olarak ifade edilerek*, bu girişimlerin “bölge tiyatroları” oluşturarak daha da yoğunlaştırma isteği vurgulanır. Ayrıca özel tiyatroların daha da etkin çalışmaları ve merkezlerden uzakta da varlıklarını sürdürmeleri için, rehberlik, mali ve teknik yardım ve teşvik tedbirlerinden yararlanabilecekleri beyan edilmektedir²⁴⁹. Plan’daki yeni bir söylem ise sinemacılığa ilişkindir. Kültür filmlerinin yaygın bir eğitim aracı olduğu ve bu anlamda teşvik edilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Üçüncü Plan (1973 - 1977) 1971’de Kültür Bakanlığı’nın kurulması sonrasında hazırlanan bir plan olması sebebiyle olmalıdır ki, kültür ve sanat politikaları diğerlerine göre daha geniş yer bulmuştur. Kültür ve sanat faaliyetlerinin belli merkezlerde yoğunlaşması sorununa gereken çözümlerin getirilemediği, özel tiyatrolarda da gerileme olduğu konusu önemlidir. Ancak söz konusu Plan’da dikkat çekici olan, uzun dönemli gelişme yollarında, özel kesimin kültür ve sanata yatırımlarının destekleneceğinin açık şekilde beyan edilmesidir²⁵⁰:

“Çeşitli kültür ve sanat dallarında derleyici, koruyucu, geleceğe aktarıcı, yaratıcı, tanıtıcı ve diğer yapıcı kurumsal ve kişisel çabaları ve faaliyetleri özendirici bir mekanizma ve teşvik edici sistem geliştirilecek, [...] çağdaş uygarlığa katkıda bulunmaları özendirilecektir.”

Bu beyanın yanısıra, ilkeler ve tedbirler başlığı altında kamu kuruluşlarıyla özel kuruluşlar arasında kültür ve sanat alanındaki çalışmaları “ortak” ilkeyle yürütmek amacıyla işbirliği sağlama hedefinin de Plan’da yer alması ayrıca önemli bir gelişmedir²⁵¹.

Burada 1980’e kadar geçen dönem ele alındığı için Dördüncü Plan (1979 - 1983)’ın değerlendirilmesi doğru olmayacaktır. Ancak Plan’ın 1979’da tamamlandığı göze alınırsa, Plan’ın önceki planlara göre farklı olan öngörülerine değinilebilir. Aslında 4. Plan’da, coğrafi bölgeler ve toplumun çeşitli katmanları arasındaki ekonomik ve sosyal dengesizliklerin

²⁴⁸ DPT, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1963, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan1.pdf>, (23 Nisan 2010), s. 461.

* Nitekim, 1960’lı yıllar Devlet Tiyatrosu’nun yanında özel tiyatrolarının da parladığı ve Türk Tiyatrosu’nun “Altın Çağı” olarak adlandırılan dönemi olacaktır. Bkz. Metin And, **Başlangıcından 1983’e Türk Tiyatro Tarihi**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004, s. 188 ve Zeynep Oral, “1915-1985: İstanbul Şehir Tiyatroları, **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:112, Ocak 1985, s. 15.

²⁴⁹ DPT, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1968, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan2.pdf>, (23 Nisan 2010), s. 190.

²⁵⁰ DPT, Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1973, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan3.pdf>, (24 Nisan 2010), s. 785.

²⁵¹ Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, s. 787.

kültürel alana da yansımakta olduğunu vurgulaması ve kültürün demokratikleşmede ve çağdaşlaşmadaki önemine dikkat çekmesi yönleri dışında farklı bir noktaya değinilmemektedir. Bir önemli madde de, giderek sayıları azalan özel tiyatroların hiç devlet desteği görmeden varlıklarını sürdürmeye çalışmalarına yapılan övgü ve yinelenen destek sözüdür²⁵².

2., 3. ve 4. Plan'lardaki* kültür ve sanat politikalarına genel olarak bakılacak olursa, şu özellikler dikkat çekmektedir:

- Plan'lardaki “kültür” bölümü, bir öncekindeki bu alana dair politikalarda öngörülen gelişmelerin gerçekleşmemesindeki nedenleri sıralayarak başlamaktadır. Örneğin, 2. Plan'dan beri söz edilen “bölge tiyatroları”nın 4. Plan'da hala gerçekleştirilmemiş olması çeşitli nedenlere bağlanmıştır.
- Plan'larda gerek “kültür değerlerinden geniş kitlelerin yararlanması” ile gerek “kültür faaliyetlerinin ülkede yayılması” gibi ifadeler birçok kez tekrarlanmaktadır.
- Plan'larda kültür ve sanat alanındaki sanatçıların ve yaratıcıların devlet tarafından sürekli desteklenmesi, sanat çalışmalarını teşvik etmek için ödüller konulması, yarışmalar ve sergiler düzenlenmesi gereği sık sık vurgulanmaktadır.
- Uluslararası kültür ilişkilerinde, Türk kültür ve sanatının yerini alması için Türk sanat ve fikir faaliyetlerinin tanıtılması gerektiğine dikkat çekilen Plan'larda, dışa dönük bir kültür politikası belirlenmesine vurgu yapılmaktadır.

Tüm bu ortak özelliklerden anlaşılacağı gibi, kültür ve sanat politikalarının Plan'lara girmiş olması, politikaların daha planlı şekilde yürütüldüğü anlamına gelmemektedir. Denilebilir ki, plancı ancak planlı olmayan bir anlayış söz konusudur. Ele alınan, yaklaşık yirmi yılı kapsayan “planlanan” bu dönemde, iktisat politikalarında da olduğu gibi, birçok karar alınmış olsa da, çoğu işlerlik kazanamamış ve ana eksenlerin dışına çıkılamamıştır.

1950'den 1980'e kadar geçen dönem değerlendirildiğinde, 1950 - 1961 arası dönem iktidar partisinin kültür ve sanat politikaları adına kurumları geliştirmek, farklı kuruluşlara ya da atılımlara yer vermek gibi yeniliklere gerek duymadığı bir “politikasızlık” dönemi olarak nitelendirilebilir. 1960'lı yıllar ise yukarıda da değinilen “plancı” dönemdir. 1961

²⁵² DPT, Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1978, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan4.pdf>, (26 Nisan 2010), s. 152.

* 1. Plan, bu alana yok denebilecek kadar az değindiği için özellikleri bakımından değerlendirilememektedir.)

Anayasası'nın sağladığı demokratik hak ve özgürlükler ortamı, toplumun diğer alanlarında olduğu gibi kültür ve sanat alanındaki faaliyetleri de olumlu şekilde etkilemiştir. Devletin sahip olduğu kaynakları öncülük, özendirme ve koruma biçimlerinde kültür ve sanat alanına aktarma isteği hükümet programlarına ve planlara yansımışsa da, sözü edilen aktarım tam manasıyla gerçekleşememiştir. Burada şu da ifade edilmelidir ki, belki de bu yolla özel sektörün kültür ve sanat alanına girişi hızlanmıştır. Bunun bir yansıması olarak, 1961 Anayasası ile birlikte çok yoğun bir özel tiyatro hareketi başlamıştır. Tablo 5'ten de takip edilebileceği gibi, 1951'de Yapı Kredi Bankası kurucusu Kazım Taşkent tarafından yaptırılan "Küçük Sahne" ilk özel tiyatro olarak belki de bu hareketin başlangıcına işaret etmektedir. Yine banka yöneticilerinden biri olan Vedat Nedim Tör'ün önerisiyle tiyatronun başına Muhsin Ertuğrul getirilmiştir²⁵³. Bu tarihten itibaren, İstanbul Opereti, Dormen Tiyatrosu, Kent Oyuncuları, Gülriz Sururi - Engin Cezzar Topluluğu, Dostlar Tiyatrosu, Ferhan Şensoy ve Ortaoyuncular, Ulvi Uraz Tiyatrosu, Mücap Ofluoğlu Tiyatrosu, Ali Poyrazoğlu Tiyatrosu, Arena Tiyatrosu, Gen - Ar Tiyatrosu, Deveküşü Kabare Tiyatrosu, Ayfer Feray - Nisa Serezli Tiyatrosu gibi birçok özel tiyatro grubu kurulmuştur. Özel tiyatroların 1960'larda bu denli hareketlenmesi, Türk Tiyatrosu tarihine "altın yıllar" olarak geçmesini sağlamıştır.

Bir taraftan 12 Mart 1971 askeri müdahalesinden sonra kurulan I. Nihat Erim Hükümeti'nde kültüre ilk kez bağımsız bir bakanlık verilmesi, diğer taraftan ise 1972'de hazırlanan 3. Plan'da devletin açıkça kimi özendirici girişimlerle kültür ve sanat alanında özel sektörle işbirliği* yapma çağrısı bakımlarından 1970'li yıllar oldukça önemli gelişmelere öncülük eder. Böylelikle bu alanda, 1980'lerde nasıl bir politika izleneceğinin de sinyalleri verilmiş olur.

²⁵³ Dikmen Gürün, **Fotoğraflarla Beyoğlu'nun 150 Yıllık Öyküsü (1857-2007)**, İstanbul: İKSV, 2008, s. 124-125.

* Tablo 6'dan da takip edileceği gibi, İKSV'nin Nejat Eczacıbaşı önderliğinde 1973'te kurulduğu da tekrar hatırlatılmalıdır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

1980 SONRASI ÖZELLEŞTİRME UYGULAMALARININ KÜLTÜR VE SANAT POLİTİKALARINA YANSIMASI

1970'ler dünyada, gelişmiş kapitalist ülkelerin, büyüme hızlarının düştüğü, kâr oranlarındaki kaybın petrol fiyatlarındaki hızlı artışlarla daha da büyüdüğü dolayısıyla sermaye birikim sürecinde derin bir krize girdikleri bir dönemdir. Krizin neden olduğu zararın büyüklüğü 70'lerin sonlarından itibaren DB, IMF, OECD gibi uluslararası kuruluşlara, uzun vadeli istikrar programları oluşturmak ve uygulamak için meşruiyet kazandırmıştır. Böylelikle uluslararası işbölümünün yeniden düzenlenmesi gerekliliği gündeme taşınacak ve Türkiye'nin de içinde olduğu birçok ülke, bazı belli sektörlerde uzmanlaşan ve ihracata dönük ekonomi tanımı ile bağımlı ülkeler haline gelecektir.

O halde Türkiye'de 1980'den sonrasının politikaları, 60'larda başlayan, 70'lerin ikinci yarısında sekteye uğrayan içe dönük, karma ekonomi politikalarından oldukça farklı olacaktır. 24 Ocak 1980 İstikrar Politikaları olarak anılan ekonomi paketiyle beraber gelişen süreç, Türkiye için serbestleşme sürecinin başlangıcıdır. Bu süreç ve sonuçları, 12 Eylül 1980 askeri müdahalesinin ardından, ordunun ülke yönetimine 1983 sonlarına dek el koymasıyla birlikte düşünüldüğünde daha da ilginç olmaktadır. Bu baskı döneminde birçok temel hak ve özgürlüğe kısıt koyulurken, ekonomi politikalarında serbestleşme eğiliminin iyiden iyiye artması, ikilem gibi algılsa da, dönem dinamikleri incelendiğinde, tam tersine, çok da tutarlı olacaktır.

1980'den sonraki koşulları hazırlayan etmenlere hem siyasi, hem ekonomik hem de sosyal boyuttan bakılabilir. Görülen odur ki, 1980'lerin dikkat çekici yanı, Türkiye'de 70'lerde hızlanan holdingleşme ile sermayenin merkezileşmesi süreçlerinin yurtiçindeki kaynaklardan, uluslararası kaynaklara yönelme isteğinin artık dışa vurulan halidir. Bundan önceki bölümde yorumlandığı üzere, özel sektör 70'li yılların sonlarında mevcut koşullardan memnuniyetsizliğini açık seçik ifade etmekteydi. 70'lerin sonlarında ne yurtiçinde alımgücünü sağlayabiliyordu, ne pazarlar genişletilebiliyordu, ne de batıdan kredi temin etmek için gerekli koşulları gerçekleştirilebiliyordu. Yani ithal ikamesi modeline göre biçimlendirilmiş

ekonomi dışı açılmaya uygun ortamı sunamadığı için, özel sektör mevcut kalkınma modelinin artık sınırlarına gelinmiş olduğunu savunarak, dünyada oluşan yeni liberal çizgiye uygun politikaları talep etmekteydiler. Ancak şu da belirtmelidir ki, özel sektör bir yandan ekonomide liberalleşme özlemlerinden dem vururken, bir yandan da mevcut devletçi sistemin kendilerini gözetten politikalarından da vazgeçme yanlısı olmadıklarını ifade etmekteydiler.

1980 itibariyle, iktisat politikalarından toplumsal hayata hakim olan görüş, “serbestleşme”, “liberalizm”, “özelleştirme”, “piyasa serbestisi”, “finansal deregülasyon” gibi kavramlarla tanımlanır ve tamamlanır hale gelmiştir. 80’lerde atılan “serbestleşme” tohumlarının etkileri, 1989’dan itibaren çok daha güçlü şekilde hissedilmeye başlamıştır. Serbestleşme hareketi 90’larla birlikte uluslararası anlaşmalar bağlamında daha da yoğunlaşmış; önce mal hareketlerinin ve ardından sermaye hareketlerinin serbestleşmesine kadar büyüyen bir yörüngede seyretmiştir.

Tabii ki, özelleştirme uygulamalarına ağırlık verilerek, devletin küçültülmesi 1980’lerde ani ve hızlı olmamıştır. Süreç, giderek artan sayıda KİT’in özelleştirmeye uygun hale getirilmesiyle işlemeye başlamış ve tedrici olarak ilerlemiştir. Devletin kelimenin tam anlamıyla küçülüşü -uygun şartların yerleşmesiyle- ancak 1989 itibariyle hissedilir hale gelmiştir. TÜSİAD’ın özelleştirme yöntemleri önerileri anlamlıdır. Geniş anlamda özelleştirmenin yöntemleri şöyle sayılmaktadır: Yapısal ve kurumsal serbestleşme yöntemi, fiyatlama yöntemi, kupon yöntemi, sübvansiyonlar, ihale yöntemi, imtiyaz yöntemi, ortak girişim yöntemi, yönetim devri yöntemi, kiralama yöntemi, yap – işlet - devret yöntemi ve gönüllü organizasyonlar²⁵⁴. Aslında burada belirtilen son yöntem hariç tüm bu yöntemler, iktisat politikalarında 1980’den günümüze kadar hala görülmekte olan uygulamalardır. Son yöntem ise, bundan sonraki bölümün konusudur. Kültürel ve sanatsal faaliyetlerin özel sektörce düzenlenmesinin, özelleştirme yöntemlerinden ve aşamalarından biri olduğunun kabul edilmiş olması araştırmamızın sonraki bölümleri için son derece önemlidir. Tüm bu süreci öncelikle iktisat politikaları başlığı altında görmekte fayda vardır.

²⁵⁴ TÜSİAD, **Türkiye’de Özelleştirme Uygulamaları**, İstanbul: TÜSİAD Yayınları, 1992, s. 11-23.

I. 1980 SONRASININ İKTİSAT POLİTİKALARI

1980 - 1988 arası dönem, 1989 sonrasının koşulların hazırlandığı dönemi oluşturur. Bu “hazırlık” dönemi, 24 Ocak İstikrar Programı ile başlar. Ardından 12 Eylül askeri müdahalesiyle, programa muhalefet edebilecek aygıtlar engellenir ve böylece iki yılı aşkın bir süre devam edecek sükunet devresi ile program iyice yerleşir*. Demokrasiye geçişin tekrar sağlandığı 1983 sonlarından 1988’e kadar geçen süre ise, yerleşen programla ekonomide nispeten olumlu sonuçların alındığı ve birçokları tarafından başarılı kabul edilen zaman aralığıdır. 1989’dan sonrası ise, Türkiye’nin bu hazırlık döneminden çıkıp dış dünyayla bütünleşmenin gerekli ayaklarını yerine getirerek, gerek dış ticaret politikasında gerekse mali politikalarında “liberalleştiği” dönemdir. Dönemin tüm politikaları, yukarıda da değinilen liberalizmin ve özelleştirme eğiliminin hakim olduğu devlet politikaları haline gelmiştir. İlave edilmelidir ki, söz konusu gelişmeler, gelir - bölüşüm ilişkilerinin emeğin aleyhine, sermayenin lehine dönüşmesine neden olmuş, toplumun alt ve üst gelir sınıfları arasındaki uçurum bir hayli açılmıştır.

Bütün bu dönüşümlerin nüvesini 24 Ocak Kararları ve bu tarihten itibaren hakim olan anlayış oluşturur. 70’lerin sonlarında yaşanan politik olaylardan ve 1979 krizinden etkilenen** büyük sermaye çevreleri, şikayetlerini daha önce bildiriyor olsalar da, sermaye için gerekli güven ortamının yeniden inşası için gerekenlerin bir an önce yapılması çağrılarını, 1979’dan sonra açıkça ifade etmeye başlamışlardır. Bu anlamda, büyük sermaye gruplarının desteklediği 24 Ocak Kararları ile ekonomi sahasına giren Turgut Özal, bir anlamda da Reagan’ın ABD’de ve Thatcher’ın İngiltere’de yürüttüğü liberal politikaların Türkiye’deki ayağını oluşturmak amacındaydı. Programın uygulanması aşaması, 12 Eylül 1980 askeri müdahalesi ve ardından ordunun iktidara gelişiyle yaratılan disiplin dönemine denk geldiği içindir ki nispeten rahat geçtiği ifade edebilir. Nitekim dönemin Cumhurbaşkanı Kenan Evren’in 16 Eylül 1980’de yaptığı ilk basın toplantısında, yeni rejimin hedefleri arasında dışa dönük bir kalkınma stratejisi olduğunu dile getirerek, bu anlamda ordunun IMF kökenli bir istikrar programını uygulamak üzere iş başına geldiği yorumuna yol açmaktadır. Nitekim, Turgut Özal’ın henüz 12 Eylül günü, MGK tarafından “Ekonomiden Sorumlu Başbakan

* 24 Ocak Kararlarının ikinci yıl değerlendirmesini yaparken Danışma Meclisi Bütçe - Plan Komisyonu Başkanı Mustafa Aysan, bu durumu “12 Eylül Harekatı’nın yarattığı olumlu ortam olmasaydı, bu kararlar kesinlikle aynı başarılı sonuçları vermezdi” şeklinde ifade etmiştir. Bkz. **Milliyet**, “24 Ocak Kararları 2. Yılımı Doldurdu”, 24 Ocak 1982, s. 11.

** 1977 - 1980 arası grevlerle kaybedilen işgünlerinin göreceli ağırlığı 1973 - 1976’ya göre iki buçuk kat artmıştı. Bkz. Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, s. 146.

Yardımcısı” olarak görevlendirilmesi programın kesintiye uğramayacağını işareti olarak da kabul edilebilir*. K. Evren’in, bu savı destekler nitelikteki sözleri de bu amaçla okunmalıdır²⁵⁵:

“Memleketimizi düştüğü bu ekonomik bunalımdan kurtarmak, halkımızın sıkıntılarını hafifletmek, ekonomik gelişmeyi sağlayarak artan işgücüne yeni iş sahaları açmak amacıyla uygulanan istikrar programı yürütülecektir... [T]ürkiye’nin uyguladığı ekonomik istikrar programının OECD ülkeleri ve milletlerarası ekonomi ve finans kuruluşlarınca desteklenmesi sağlanacaktır. Ülkemizin kısa sürede ekonomik bunalımdan çıkması için gerekli yasal düzenlemeler süratle alınacaktır...”

Araştırmanın konusu olan büyük sermaye gruplarının gündeme nasıl baktığını daha iyi anlamak için ise Vehbi Koç’un 3 Ekim 1980’de Kenan Evren’e yazdığı mektuba bakılmalıdır²⁵⁶:

“Şimdi “Faşist ordu iktidara geldi, kapitalistlerle birleşerek, Türk işçisini istismar ediyor” propagandası yapılmaktadır. Böyle bir iftira karşısında, işçi - işveren ilişkilerini düzenleyecek olan kanunlar dikkatle incelenerek, taraflar için adilane bir şekilde ve asgari hata ile çıkarılmalıdır... [T]ürkiye’nin bugün içinde bulunduğu durumdan kurtulması için birbirimize yardımcı olarak, Kuvay-ı Milliye devrinde olduğu gibi elbirliği, işbirliği yaparak geceli gündüzlü çalışmamız, güçlüklerle katlanmamız, maddi manevi fedakarlık yapmamız şarttır.”

Tabii ki “12 Eylül Harekatından önce her şeyi demokratik bir sistem içinde yapmak zorundaydık”²⁵⁷ diyen Rahmi Koç’un fikrinin de aynı doğrultuda olması hiç de şaşırtıcı değildir. Beyanatında, alınan kararların parlamentodan geçmesi gibi bir zorunluluğun ortadan kalkmasının çok hızlı hareket edilmesini ve nihayet ekonomik yaklaşımın politik yaklaşımın önüne geçmesini sağlamasını çok olumlu karşılıyordu. Bu gibi örneklerle anlaşıldığı üzere, V. Koç’un yukarıda sözünü ettiği “işbirliği” gerçekleşmiş, 1977 - 1979 arasındaki kaos ortamı, burjuvazinin 24 Ocak Kararlarına ve 12 Eylül operasyonlarına verdiği destekle yatıştırılmıştır. Aslında bu destek tek taraflı değildir. Kenan Evren’in yukarıda pasajda geçen demeci, zaten bu desteği açıkça göstermektedir. Hükümet tarafının bakışı da bunları tamamlar niteliktedir; yanıt 1982 Anayasası’nın verdiği “muhalafet yapacak örgütleri susturma, sendikaları etkisizleştirme” maddesi doğrultusunda, işgücü piyasasının işleyişini emek aleyhine/ sermaye lehine dönüştürülmesi başarılar olarak verilmiştir. Zaten 1982 Anayasası’na gelmeden, 12

* Bkz. Osman Ulagay, **Özal Ekonomisinde Paramız Pul Olurken Kim Kazandı Kim Kaybetti**, 2. Baskı, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1987, s. 59-60.

²⁵⁵ Hürriyet, 17 Eylül 1980, s. 9.

²⁵⁶ Vehbi Koç, **Hatıralarım, Görüşlerim, Öğütlerim**, İstanbul: Vehbi Koç Vakfı Yayınları, 1987, s. 52-54.

²⁵⁷ “12 Eylül Harekatı Olmasaydı 24 Ocak Kararları Asla Başarıya Ulaşamazdı”, **Cumhuriyet**, 26 Ocak 1982, s. 6.

Eylül'den tam on beş gün sonra kurulan MGK Dönemi Hükümeti programında bizzat Başbakan Bülent Ulusu tarafından söz konusu dönemin dinamiklerinin değiştirilecek olması gerekçelendirilmektedir²⁵⁸:

“Mazisi yüzyıllara dayanan Türk idare yapısı, şartların değişmesiyle, yeniliklere ve ihtiyaçlara ayak uyduramayarak eskimiş, ekonomik ve sosyal gelişmelerin gerisinde kalmıştır. Bunun sonucunda kamu yönetiminde; aşırı merkeziyetçilik, görev, yetki ve sorumlulukların dağılımında dengesizlik, normalin çok üstünde istihdam, atıl kapasite, verimsizlik, lüzumsuz formalite ve kırtasiyecilik hastalıkları meydana gelmiştir. Kalkınmakta olan bir ülke durumundaki Türkiye'nin ekonomik ve sosyal kalkınmasını engelleyen en önemli faktör, Türk idaresinin bu hastalıklarıdır. Bu tabloya, bir de son yıllardaki anarşik ortam eklenince idare, toplumun güven ve huzurunu sağlamada yetersiz kalmıştır.”

Ulus Hükümeti, yönetimde kalacağı üç yılı aşkın sürede Türk sanayisinin dış dünyaya açılması ve kalkınmasını sürdürmesi koşullarının dış rekabet koşullarına göre belirleneceğinin, 24 Ocak İstikrar Paketi'nin uygulanmasının da mevcut anlaşmalar çerçevesinde kurulan yakın işbirliklerine göre yapılacağı, ülkeye daha fazla döviz girişini temin etmek için yollar aranacağı, bazı sanayi dallarında özel teşebbüse imkan tanımak için yasal değişiklikler yapılacağı, işaretlerini programlarında belirtmiştir.

Ulus Hükümeti'nde Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı olan T. Özal'ın bu görevinden önce TÜSİAD'da görevli olduğu bilinmektedir. Söz konusu dönemlerde TÜSİAD'ın yayınladığı bazı metinlere bakıldığında, metinlerde sunulan politika ve önerilerin, 24 Ocak Kararları ile bir bütünlük içinde olduğu farkedilecektir. Hatta yer yer tümüyle özdeşleşen ifadeler sonucunda T. Özal'ın kendisine atfedilen “ekonominin mimarı” olmaktan çok, özel sektörün taleplerini siyasi platforma taşıma rolünü yerine getirdiği yorumuna varılabilir²⁵⁹. V. Koç'un K. Evren'e yazdığı mektupta, T. Özal'ı tutmasını öğütlemesi de bu yorumu kuvvetlendirecek bir etmen olarak kabul edilmelidir*. Çok açıktır ki, TÜSİAD üyelerinin, bu şekilde doğrudan ilişkiler yoluyla önerilerini dile getirmeleri, onları diğer sermaye gruplarına karşı daha güçlü kılar. Gülfidan'ın TÜSİAD yetkililerine yönelttiği devlete hangi erişim kanallarıyla ulaşmayı tercih ettiklerine dair sorusuna olan cevaplara bakıldığında ilk iki tercih son derece yeterli bilgiyi verir. İlk tercihleri doğrudan başbakanla görüşerek temas kurmak olanların oranı % 52.2, ikinci tercihi kabineye bilgi verme yoluyla temas kurmak olanların oranı % 32.8'dir²⁶⁰. Görüldüğü gibi üyelerin çoğu, başbakana ya da hükümette yer alan bakanlara doğrudan isteklerini iletmekten yana tercihlerini

²⁵⁸ Nuran Dağlı ve Belma Aktürk, **Hükümetler ve Programları - III. Cilt 1980-1987**, Ankara: TBMM Basımevi, 1988, s. 5-6.

²⁵⁹ Şükran Gölbaşı, **24 Ocak Kararları ve İzleyen Süreçte TÜSİAD'ın Toplumu İnşa Girişimleri**, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2008, s. 135.

* Bkz. Koç, s. 56.

²⁶⁰ Gülfidan, s. 69.

kullanmaktadırlar. Ayrıca, bu yakın ilişkinin sadece kendileri için bir avantaj olmadığını, politikalarının sonuçlarını öngöremedikleri zamanlarda, onlarla görüşmenin hükümettekiler için bir avantaj olduğunu belirtmektedirler²⁶¹.

Özel kesimin devletle, politika yapıcılarla doğrudan ilişkiler kurmak istemesi - koşullar ne olursa olsun- devleti karşılarına almanın isabetli olmayacağı düşüncesinden kaynaklanıyor olabilir. Bu nedenle, 80'ler boyunca devletle ticari çıkar çevreleri arasındaki ilişki, bir yandan bürokratik ve politik elitler içinde diğer yandan da sektörel bazda ve hatta şirket kârları bazında klientalist bağların gelişkin ağı şeklinde tezahür etmiştir²⁶². Ancak M. Heper'in tespiti de ayrıca önemlidir²⁶³:

"Türkiye'deki önemli iktisadi çıkar grupları çıkarlarını dile getirmek ve bu çıkarlar doğrultusunda politika belirlenmesi için etkili olmaksızın, etkin girişimciler, bireysel olarak siyasa yapımı ve/veya uygulanması aşamasında siyasal ve/veya bürokratik seçkinleri etkilemeye çalışmışlardır."

T. Özal, askeri müdahale döneminin ardından, demokratik yollarla ard arda, önce 1983'te ve sonra 1987'de iktidara gelmiştir. Her iki hükümet programına da bakıldığında son derece benzer hedefler dikkat çekmektedir. 1983 Hükümeti Programı'nda ekonominin rekabete dayalı serbest pazar ekonomisi olduğuna özellikle parmak basılarak, devlete sosyal yardım, sosyal adalet, sosyal güvenlik ve altyapı hizmetlerinin dışında detaylara müdahale edici değil teşvik eden, sanayi ve ticarete girmektense bu alanları sürati ve verimliliği esas tutan fertlere ve kuracakları teşebbüslere bırakacak bir rol biçen bir ekonomik düzenden bahsedilmektedir. Bunlar dışında, yabancı yatırımların teşvik edileceği, terkedilen ithal ikamecilik yerine ihracata dönük ve dünya sanayi ve ticaretine entegre olan bir sanayi politikasının benimseneceği, konvertibiliteye mutlaka geçileceği, KİT'lerin özelleştirileceği ve gelişmiş ülke ekonomilerinde ön planda olan hizmetler sektörüne önem verileceği yönünde açıklamalar mevcuttur*. 1987 Hükümeti Programı'nda ise iktidarda geçen son dört yılın bilançosu yapılarak, hemen hemen aynı vurgular yapılmaktadır. Söylem daima modern ülke ekonomilerinin yeniliğe açık ekonomiler olduğu yönündedir. KİT'lerin özelleştirilmesinin ısrarla vurgulanması ise, son dört yıldır bu konuda önemli bir gelişme kaydedilemediğini gösterir. Vergilendirmede ise, aşağıda bahsedileceği gibi kurumların lehine muafiyet ve

²⁶¹ Gülfidan, s. 75.

²⁶² Ersin Kalaycıoğlu, "Commercial Groups: Love - Hate Relationship with the State", Metin Heper (Ed.), **Strong State and Economic Interest Groups- The Post-1980 Turkish Experience** içinde (79-87), Berlin: Walter de Gruyter & Co, 1991, s. 85.

²⁶³ Metin Heper, **Türkiye'de Devlet Geleneği**, Nalan Soyarak (çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006, s. 185.

* Bkz. "1983 I. Turgut Özal Hükümeti Programı", <http://www.belgenet.com/parti/program/anap-1.html> (24 Mayıs 2010)

kolaylıklar sağlayan uygulamalar devam etmektedir*. Ayrıca tüm bu açıklananlardan anlaşılacağı gibi, 1980 ve izleyen yıllarda 4. BYKP'nın sadece kağıt üzerinde kalan bir plan olmuştur.

A. 24 Ocak Kararları

1. Genel Görünüm

24 Ocak Kararları yeniden yapılandırma amacına dönük bir istikrar programı olmasının ötesinde, belki daha önemli bir yönden, piyasa serbestliğinin gereklerinin DB, IMF ve OECD gibi uluslararası aktörler tarafından empoze edildiği ve bu gereklerin yerli sermayenin emeğe karşı güçlenmesini gerçekleştirecek şekilde işlemlerini sağlayacak bir düzenlemedir. Bir yandan, devlete neredeyse sadece para, kredi, faiz politikalarını bırakarak, diğer unsurları serbest piyasa mekanizmasına bırakmayı içerirken, bir yandan da bu mekanizmanın yer alacağı ekonomik yapıyı içe dönükten dışa dönük hale taşıyan bir değişikliğine işaret eder. Kazgan, kararların üç aşama halinde görülebileceğini savunmaktadır²⁶⁴: İlk aşama, tipik bir istikrar programıdır; hatta öylesine tipiktir ki, IMF ve DB'nin 1970'lerden beri az gelişmiş ülkelererettiği diğer istikrar programlarından pek farkı bulunmamaktadır. İkinci aşama, genel olarak ekonomide, özel olarak da ithalatta serbestleşmeyi sağlama aşamasıdır. Buna, ithal ikameci yapının değiştirilerek, yerine ihracata dönük kalkınmaya uygun yeni model benimsetilmesi de içkindir. Böylelikle, dış rekabette zorlanacak küçük işletmeler ve dışa açılmayanlar tasfiye edilirken, mevcut yapılar yeni kurumlara^{**}, bu yeni ekonomik modele göre yeniden örgütlenecektir. Üçüncü ve son aşama ise, Türk Lirası'nın tam konvertibilitesi yoluyla mali piyasalarda da serbestleşmenin sağlanıp, özelleştirme ve küreselleşmeyle bütünleştirilmesidir.

80'ler sonrası politikaları bu üç aşama yoluyla okumak mümkündür. Bölümün sonucunda yer alması muhtemel cümleyi buraya almak, bu okumayı kolaylaştıracaktır. Bilinmelidir ki, 80'lerin ve sonrasının politikaları, 60'lardan 70'lerin ikinci yarısına dek süren sanayiciyi özendiren, sanayiyi gözetken ortamından uzaklaşarak, ticari sermayeyi kayıran ve hizmetler sektörünü ön plana çıkaran bir nitelik kazanacaktır. Yani, yukarıda belirtilen üç aşama halinde takip edilebilen politikalar, bir başka dönüşümü de beraberinde getirecektir.

* Bkz. 1983 I. Turgut Özal Hükümeti Programı

²⁶⁴ Kazgan, s. 146.

^{**} Kurulan bu kurumlara örnek olarak, Yabancı Sermaye Dairesi, Koordinasyon Kurulu, Para ve Kredi Kurulu, Fiyat Kontrol Komitesi, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, Merkez Bankası verilebilir.

Girişimcinin özgürleştirildiği, girişimcilerin özendirildiği bir dönem olmasına rağmen, birçok politika ile sanayi bilincinin gelişmesini engellediği için, birçok girişimci tarafından belirsizliklerle dolu ve öngörülemez olarak nitelendirilir ve istikrarsız kabul edilir²⁶⁵. Tabii ki bu belirsizlik koşulları, devlet eliyle rant oluşumunu, avanta ve kolay kâr elde etme mekanizmalarının boyutlarının bazı kesimler lehine oldukça büyümesi, bu yöntemlerin yozlaşmasını sağlayacak araçların gelişmesi sonuçlarını da yaratmıştır. Bu ortamın bir başka sonucu ise, tüm bu uygulamalar ile belirsizlik ve istikrarsızlık koşullarından ne kadar şikayet etseler de, farklı alanlarda üretim yapabilme imkanına sahip, holdingleşebilmiş büyük sanayicilerin kazançlı çıktıkları, bunun yanında belli alanlarda uzmanlaşan küçük ve orta boyuttaki sanayicilerin çok büyük zararlar gördükleridir.

İstikrar paketinin ikinci ayağını oluşturan dış ticaret politikasının ana eğilimi dışa açılma ilkesiyle çizilmiştir. Bunu sağlarken ise güçlü ihracat teşvikleri, ithalatta liberalleşme, kotaların kısmen daraltılması, kambiyo kontrollerinin hafifletilmesi, döviz kurunda esnek kur sisteminin benimsenmesi, gümrük tarifelerinin düşürülmesi gibi araçlardan yararlanılması öngörülmüştür²⁶⁶. Uluslararası piyasalarda güven telkin eden “dış borç ödemelerinin aksatılmadan gerçekleştirilebilmesi” amacıyla Türkiye’de ihracatı artırma kararı alınmıştır. Üçüncü aşama ise, tam kovertibilite ile finansal serbestleşmenin de sağlanmasıdır. Ancak buna geçmeden önce, ihracata yönelik yeni kalkınma modeline bakılmalıdır.

2. İhracata Yönelik Kalkınma Modeli

İhracatı artırmak için, ihracata yönelik kalkınma stratejisinin benimsenmesiyle teşvik sisteminin de yenilenmesi gündeme gelmiştir. Japonya, Tayland, Güney Kore gibi ülkelerde uygulanmakta olan genel ticaret modeli örnek alınmış ve bu doğrultuda kurulan dış ticaret şirketlerinden faydalanılmıştır*. Böylelikle, ithalat haklarının seçilen bazı şirketlere verilmeye, ihracat sermaye şirketleri ise DTSS’lere (dış ticaret sermaye şirketleri) dönüştürülmeye başlanmıştır. Bu dış ticaret şirketleri, yukarıda da değinildiği gibi, ticari sermayenin kayırılması sonucunu ortaya çıkarmaktadır, çünkü DTSS’ler farklı alanlarda yatırım yapmaya imkanı olan holdingler tarafından kurulmuşlardır, dolayısıyla büyük sermaye grupları olan bu

²⁶⁵ Buğra, s.217 ve Kazgan, s. 146.

²⁶⁶ Korkut Boratay, “İktisat Tarihi (1981-1994)”, Sina Akşin (Yay. Yön.), **Türkiye Tarihi 5- Çağdaş Türkiye 1980 - 1995** içinde (159-210), İstanbul: Cem Yayınevi, 2008, s. 163-167.

*Bkz. 18/07/1980 tarihli 8/1173 Sayılı İhracatçı Sermaye Şirketlerini Teşvik Kararı.

holdingler, ihracat yaptıkça geniş ihracat teşviklerinden yararlanmışlardır. Bu modelin büyük ihracat şirketleri tarafından gerçekleştirilmesinin sunduğu bazı avantajlar şunlardır²⁶⁷:

- Birçok sayıda küçük ihracatçı arasındaki rekabet yabancı pazarlarda fiyat düşmesine yol açarken; ihracatın uzmanlaşmış büyük firmalar tarafından gerçekleştirilmesi, bu dezavantajı azaltmaktadır;
- Yurtiçindeki ticarete göre yurtdışı ticarete daha büyük olan ticari ve politik riskleri, sadece büyük ihracat şirketleri en aza indirebilmektedir;
- İhracat uzmanlaşmayı gerektirdiğinden; ancak ölçek ekonomisini gerçekleştirebilmiş büyük ihracat şirketleri tarafından yapılabilmektedir. Çünkü geniş hacimli işler, bilgi ağlarının oluşturulmasından ulaşıma kadar birçok hizmetin maliyetine – özellikle de marjinal maliyetine- katlanılmasını gerektirmektedir;
- Büyük ihracat şirketleri daha çok ve daha iyi şartlarda kredi elde edebilmektedir.

Tüm bu maddelerden anlaşılan, ithal ikameci modelden kalan ve yeni birikim modeline uyum sağlayamayacak şirketleri tasfiye ederek sermayenin merkezileşmesini sağlamak hedefinin güdüldüğüdür. Bu dönemde, bu hedefi destekler nitelikte dernekler de kurulmaya devam etmektedir. Örneğin 1983 yılında Dış Ticaret Derneği adı altında kurulan ve 1986'da Bakanlar Kurulu Kararıyla "Türkiye" önekinin almaya hak kazanan Türkiye Dış Ticaret Derneği (TURKTRADE), o yıllarda özel sektörün çıkarlarını temsil eden en önemli kurumlardan biri haline gelmiştir ki, bu DTSS'lerin kurumsallaşmayı başardıklarının da bir göstergesidir.

1988'de yapılan bir araştırmaya göre, 22 dış ticaret sermaye şirketinden 21'i Türkiye'nin en büyük gruplarının ihracat yan kuruluşu olarak kurulmuştur²⁶⁸. 1981 - 1989 döneminde DTSS'lerin ihracattaki payı %35 civarında gerçekleşmiştir²⁶⁹. Bu dönemde ihracatın yaklaşık % 147, dış ticaret hacminin ise yaklaşık % 100 arttığı düşünülürse, ihracata henüz başlamış bu şirketlerin paylarının, hızla yükseldiği fark edilecektir. (Bkz.Tablo

²⁶⁷ Selim İlkin, "Exporters: Favoured Dependency", Metin Heper (Ed.), **Strong State and Economic Interest Groups- The Post-1980 Turkish Experience** içinde (89-98), Berlin: Walter de Gruyter & Co, 1991, s. 91 ve bkz. DTM, *Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Hakkında*, (t.y.) <http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinid=13&icerikid=103> (6 Mart 2010).

²⁶⁸ İlkin, s. 92.

²⁶⁹ DTM, *Türkiye İhracatının Gelişimi*, (t.y.) http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/THR/Turkiye_ihr_gelisimi.doc (12 Mart 2010), s. 4.

7) Ayrıca, bu dönemde ihracatın artırılması için ihracat izin belgesi muafiyeti, ihracat bedellerinin kaynağının sorulmaması gibi yasal düzenlemelerin yapılması da ihracat gelirlerinin artışında pay sahibidir²⁷⁰.

Tablo 7:

Türkiye'nin Dış Ticaret Rakamları (1980-1989) (Milyon Dolar)

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	DENGE	HACİM
1980	2.910	7.909	-4.999	10.819
1981	4.703	8.933	-4.230	13.636
1982	5.746	9.235	-3.489	14.981
1983	5.728	9.235	-3.507	14.963
1984	7.134	10.757	-3.623	17.891
1985	7.958	11.343	-3.385	19.301
1986	7.457	11.105	-3.648	18.562
1987	10.190	14.158	-3.968	24.348
1988	11.662	14.335	-2.673	25.997
1989	11.625	15.792	-4.167	27.417

Kaynak: DTM, *Türkiye İhracatının Gelişimi*, (t.y.) http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/Turkiye_ihr_gelisimi.doc (12 Mart 2010), s. 4.

3. İthalatta Liberal Eğilimler

İthalatta sebestleşme hedefi 24 Ocak Kararlarında mevcutsa da, bu yoldaki çabalar 1983 sonlarına doğru IMF ile anlaşmanın sona ermesinden ve ordunun yönetimden ayrılmasıyla Anavatan Partisi'nin (ANAP) iktidara gelişinden itibaren yani 1984 sonrasında ivme kazanmıştır. Öyle ki, 1980'li yılların sonlarında ithalatta serbestleşme oranı % 94'e ulaşmıştır²⁷¹. 1982'de meydana gelen "Banker Krizi" ile biraz yavaşlayan dış ticaret rejimindeki serbestleşme hareketi, 1984'ten sonra hız kazanarak üçüncü ayağı hazırlayacak olan finansal sistemdeki serbestleşmeyi de hızlandırmıştır. Öyle ki, 1986'da İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın (İMKB) da işler hale getirilmesiyle özel sektör yeni sermaye kaynaklarına kavuşturulmuş olacaktır²⁷², böylelikle denetimi güçleşmiş olan sistemdeki

²⁷⁰ Salih Köse, **24 Ocak 1980 ve 5 Nisan 1994 İstikrar Programları Çerçevesinde Yapılan Hukuki ve Kurumsal Düzenlemelerin Mukayeseli Analizi**, Ankara: DPT Yayınları, 2000, s. 34.

²⁷¹ Kazgan, s. 157.

²⁷² TÜSİAD, **1986 Yılına Girerken Türk Ekonomisi**, İstanbul, 1986, s. 10.

finansal araçların çeşitlenmesi sağlanacaktır. Ayrıca, vergilendirme politikalarında da sermaye piyasasına ilişkin düzenleme bu doğrultuda anlamlı ve ilgi çekicidir*.

Sermayenin merkezileştirilmesi sürecinde, ithalattaki liberal eğilimler de tasfiyesi istenen şirketler ve sektörleri oldukça etkilemiştir. İthalatı yasaklı ya da kısıtlı olan birçok malın ithalatının sebest bırakılması, söz konusu şirketler aleyhine bir gelişmedir. Kota yoluyla sınırlandırmanın ortadan kalkmasıyla yurtiçinde mallarını daha yüksek maliyetle ve fiyatla üretilen sermaye sahipleri için iki yol mevcuttur: Birinci yol sektördeki faaliyetlerinden vazgeçmeleridir; ikinci yol ise maliyetlerini ithal mallarla rekabet edecek düzeye kadar azaltmaları veya birleşmeleridir. Sonuçta, küçük ölçekli şirketler bu yollardan ilkinin tercih etmek zorunda kalırken; büyük ölçekli şirketlerin ikinci yolda devam edecekleri çok açıktır. Sönmez, bu durumu, zaten 24 Ocak kararlarıyla tökezlemeye başlayan ve elindeki tek koltuk değneği olarak kota sistemine sarılmış olan temizlenmesi istenen şirket ve sektörlerin, koltuk değneklerinin de çekilmesi olarak yorumlamıştır²⁷³.

Bunlar gibi ana başlıklar dışında, vergi politikaları da önem teşkil eder. Vergi politikalarında da, adaletsiz ve regresif bir vergilendirme örneği olan aşağıdaki uygulama da bazı kişi, kurum ve işadamlarına tanınan ayrıcalıklar hakkında fikir verecektir ki o da şudur: Kurumlar vergisinde şirketler lehine bir dizi istisna ve muafiyet tanınmıştır. İ. Turgut Özal Hükümeti Programı'nın "Vergiler, kurumlaşmayı ve yatırımları teşvik etmelidir. Tasarrufun ve yatırımların teşvikinde, vergi muafiyeti ve kolaylıklarını önemli bir araç olarak kullanmaya kararlıyız" şeklindeki maddesi²⁷⁴, bu düzenlemenin işletileceğini açıkça ortaya sermektedir. Gelir vergisinin çok önemli bir denetleme mekanizması olan servet beyannâmesinin de aynı dönemde kaldırıldığı düşünülürse, 80'lerde ticari sermayenin nasıl devlet eliyle büyütüldüğü anlaşılabilecektir. Olağandır ki, sürekli develüasyonların yapıldığı, ihracatın yoğun olarak teşvik edildiği bir ekonomide, üretici ve tüketici değil, ticari sermaye yarar görecektir**.

4. 24 Ocak Kararları Çerçevesinde Yeni Teşvik Rejimi

Yukarıda belirtilen kimi sektör ve kesimlere tanınan hak ve ayrıcalıklar dışında, 24 Ocak Kararları çerçevesinde birçok teşvik kanununun da çıkarıldığı bilinmektedir. Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu da bunlardan biridir. Yabancı sermayeyi özendirmek ve yabancı

* Bkz. TÜSİAD, *1986 Yılına Girerken Türk Ekonomisi*, s. 54. Sermaye piyasasına ilişkin düzenlemeler bölümünde "Halka açık şirketlerde kurumlar vergisini Bakanlar Kurulu'nun % 40'a kadar indirmeye yetkisi vardır" şeklinde bir hatırlatma yapmayı uygun bulmuştur.

²⁷³ Mustafa Sönmez, *Türkiye Ekonomisinde Bunalım - 12 Eylül ve Sonrasının Ekonomi Politikası- 2. Kitap*, 2.Baskı, İstanbul: Belge Yayınları, 1986, s. 106.

²⁷⁴ Dağlı ve Aktürk, s. 44.

** Bkz. Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, s. 167.

sermayeye yeni projeler yaratmak için – ki bu projeler içinde KİT projeleri de yer almaktadır- mevzuattaki kısıtlayıcı hükümler kaldırılarak, uygulamalardaki sürati ve standardizasyonu sağlamak amacıyla Devlet Planlama Teşkilatı'na (DPT) bağlı Yabancı Sermaye Başkanlığı kurulmuştur. Yabancı sermayeyi teşvik edecek olan bir başka unsur olan Serbest Bölge (SB) yasası çıkarılmış ve buna bağlı olarak SB Teşkilatı ve serbest bölgeler kurulmaya başlanmıştır. Yabancı sermaye konusundaki bir diğer uygulama, bankacılık sektörüne ilişkindir. Bankacılık sektörüne yönelik yabancı girişimlerin de söz konusu teşvik yasasına tabi olmasına karar verilmiştir. Yabancı yatırımlar için cazip bir ortamın yaratılması için tanınan bir hak da, yabancı şirketlerin Türkiye'de bulacakları petrolün % 35'ini ihraç etme hakkıdır²⁷⁵.

Aynı yıllarda, turizm sektörüne de yabancı sermayeyi çekmek üzere çeşitli teşvikler sağlanmıştır. Bu teşvikler, 16 Mart 1982'de Turizmi Teşvik Yasası çerçevesinde yasalaşarak, bu doğrultuda "Turizmi Geliştirme Fonu"nın ve ardından sektör faaliyetlerinin desteklemesi amacıyla Turizm Bankası'nın kurulmasına karar verilmiştir. Görüldüğü gibi, çıkan teşvik kanunları ile beraber kurumlaşma derhal sağlanarak; kanunlara bir fon, bir teşkilat ya da bir kurul aracılığıyla işlerlik kazandırılmaktadır.

Anlaşıldığı gibi, 1980'lerin ilk yarısındaki politikalar, 24 Ocak dönemeci ile ülke ekonomisinde kalıcı temellerin atıldığı ve bunların sonraki döneme de damgasını vuracağının açık göstergeleridir. Sözü edilen ilk iki aşama başarıyla uygulanmış, ekonomi finansal olarak liberalleşmeye hazır hale getirilmiştir. Ana eksen, sermayenin güçlü olanda birikerek merkezileşmesine yardımcı; yabancı sermayeyi teşvik edici; turizm, taşımacılık gibi döviz getiren hizmet faaliyetlerine yer veren politikalar güdülmesidir. Bu konuda uluslararası sözleşmeler de belirleyici olmuştur. 1986 itibarıyla başlayan Uruguay Turu'nda, hizmet sektörünün gelişmişliğinin, gelişmiş ekonomilerin ön koşullarından biri olarak yansıtılmasıyla, uluslararası hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik hukuki tedbirlerin alınacağına dikkat çekilmiştir²⁷⁶. Başlangıçta GOÜ'lerin çekimser kaldıkları karar, daha sonraları IMF ve DB'nin söz konusu ülkelere yapısal uyum programları uyarınca ihracata yönelik kalkınma stratejileri ve kambiyo rejimlerini serbestleştirerek yabancı sermayeye kapılarını olabildiğince açmaları yolundaki direktifleri sonucunda zaten kabul edilir hale gelmiştir. Yukarıda da belirtildiği gibi, Türkiye'de de 1980'lerin özellikle ikinci yarısı itibarıyla hizmet sektörü en önemli sektörlerden biri haline gelmiştir.

²⁷⁵ Sönmez, s. 140.

²⁷⁶ DPT, Hizmet Ticaretinin Serbestleştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara: DPT Yayınları, 2000, s. 8.

Şirket iflaslarının, birleşmelerinin, el değiştirmelerinin* hızla yaşandığı bu dönem, bazıları tarafından kaygı verici olarak nitelense de, bazıları tarafından çok olumlu karşılanmaktadır. Bu durumda, 1980'lerin ortalarında Ulusu Hükümeti'nin ekonomiden sorumlu başbakan yardımcısı T. Özal'ın henüz 25 Eylül 1980'de önerdiği banka birleşmelerinin dönem ortalarında başarıldığı ifade edilebilir**.

Bu dönemin en dikkat çekici oluşumlarından biri de tüm serbestleşme söylemlerine karşın, özel sektöre sağlanan ayrıcalıkların gerek kur garantisi, gerek kredi genişlemeleri, gerekse finansal risklerin devlet tarafından üstlenilmesi şeklinde devlet müdahaleleriyle sürdürülmesidir. Tüm uygulamalara bakıldığında, devletin ekonomideki varlığının, sermaye gruplarının girişimlerini destekleyen, zararlarının boyutunu azaltan ya da gideren politikalar güttüğü zaman kabul edilebilir olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Hükümetin yürüttüğü öyle uygulamalar vardır ki, aynı zamanda liberal ekonomik sistemin benimsendiği bir dönem olduğuna inanmak güçleşmektedir. Bu uygulamalardan bazıları şunlardır: Dövizle çevrilebilir mevduat hesaplarına, devlet borç ödeninceye kadar geçen süre için kur garantisi sağlamıştır. Ancak böylece dövizle ödeme riski devlette kalmıştır. İflas eden ya da iflasın eşiğine gelen bankalara faizsiz kredi ya da Merkez Bankası'ndan düşük faizli, orta vadeli kredi sağlanmıştır. Sağlanan bu teşvik ve destekler dışında birçok şirket iflastan KİT'lerin iştirakleriyle kurtarılmıştır. Doğaldır ki, bu kurtarma işlemleri "kurtarıcı" kurum ve kamu bankalarının iktisadi dengelerini bozarak, zarar etmelerine neden oldu. Bunların dışında, yukarıda sözü edilen ihracat yapan DTSS'lerini desteklemek adına yapılan devalüasyonların yükünü, yüksek oranlı enflasyonlar olarak sabit ücret alanlar, tarım çalışanları ve emekliler taşımıştır.

Bir yandan özel zararlar kamulaştırılırken²⁷⁷, diğer yandan da yarar sağlayan KİT'lerde de özelleştirmeler sürdürülmektedir. Görüldüğü gibi, özel sektörün hem zarardan bertaraf edilme, hem de yararı üstlenme gibi ayrıcalığı ön plandadır. O zaman, özelleştirmenin amaçlarından biri de "serbest piyasa ekonomisini güçlendirmek" iken, gereklerinden birinin de kamu müdahalesi olması gibi ilk bakışta çelişkili gibi görünen bir sonuç çıkmaktadır. Özel zararların kamulaştırılması olarak nitelendirilen bu gibi politikaları, liberal ekonomik sistemi benimseyen bir hükümetin neden kabul ettiği, ayrıca devletin

* Mesela, Hisarbank, Odibank, İstanbul Bankası, İşçi ve Kredi Bankası, Bağbank gibi bankalar iflas etmiş, bu bankaların dördü iştirakleriyle birlikte Ziraat Bankası'na, İşçi ve Kredi Bankası da İş Bankası'na devredilmiştir. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası ise İş Bankası iştiraki ile kurtarılmıştır. Bkz. Gülten Kazgan, **Tanzimattan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları (Genişletilmiş baskı), 2002, s. 228.

** T. Özal'ın 38 banka temsilcisi ile yaptığı görüşmede büyük bankalar, yüksek faiz uygulamasını kararlaştırmış olan bankalara karşı ekonomik müeyyide uygulanmasını, SSK primlerinin, Emekli Sandığı ve Bağ-Kur kesintilerinden oluşan kamu fonlarının, yüksek faizci bankalara gitmesinin önlenmesini istediler. Henüz bir karar alınamayan görüşmede, Özal "Türkiye'de çok sayıda banka olduğunu söyleyerek, onlara birleşmelerini" önerdi. Bkz. **Hürriyet**, 25 Eylül 1980, s. 17.

²⁷⁷ Gülten Kazgan, **Bir İktisatçının Tanıklıkları**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009, s. 144.

ekonomideki gücünün sınırlanmasını isteyen liberal ekonomik sistemin destekçisi özel kesimin bu uygulamalara neden ihtiyaç duyduğu sorularına cevap ise, devletin küresel rekabet ortamındaki gücünün güçlü girişimci ve dolayısıyla sermaye oluşumuna bağlı tutularak, bu anlamda iş ortakları gibi davranmalarında aranabilir.

B. 1989 ve Sonrası İktisat Politikaları

Serbestleşme hareketinin 80'lerle Türkiye'ye sıçramasıyla sermaye sahipleri, önceki dönemin kayırılan sektörü olan sanayiye tercih etmektense, devlet kaynaklı rant imkanlarının genişlediği finans, turizm, müteahhitlik, sigortacılık, taşımacılık gibi alanlara yönelmişlerdir. Hizmet sektörünün gelişmesinin, gelişmiş ekonominin bir göstergesi olarak kabul edildiği, kamunun altyapıyla, özel sektörün ise bu gibi alanlarla ilgilendiğinden ihracatın kaynağının büyümediği, bir gelir türü ve maliyet ögesi olarak faizin önem kazandığı, mevduat faizlerini büyük oranlarla aşan kredi faizlerinden dolayı kredilerin yatırımları finanse etmektense, işletme giderlerinin finansmanında kullanıldığı, yani bu gibi aracılık faaliyetleriyle banka kazançlarının çok arttığı bir ortam söz konusudur. Tabii ki, bu süreçte likit kaynak sıkıntısı çekmeyen ve kaynaklarını farklı alanlara kolayca dağıtma imkanına sahip, holdingleşebilmiş şirketlerin bu koşullara kolayca uyum sağlamaları ve bu ortamın koşullarında giderek rantileşmeleri çok normaldir.

1989'dan itibaren, 1984 - 1988 arasında ekonomideki olumlu olarak kabul edilen tablonun değişmeye başladığı görülmektedir. Bunun nedenleri arasında, öncelikle, bozulan gelir - bölüşüm ilişkilerinden ve on yıllık olumsuz konjonktürden zarar gören emekçi sınıfın, 1984'te grev ve toplu sözleşme hakkına yeniden sahip oluşuyla güçlenmeye başlaması yer almaktadır. İşçi hareketleri ve yerel seçimlerde alınan yenilgi, ANAP'ı popülist politikalar uygulamaya itecektir: İşçi ve memura zam yapılırken, destekleme alımlarına ayrılan pay artacaktır²⁷⁸. Bir diğer unsur, ihracata dayalı kalkınma modeli çerçevesinde ihracatı artırabilmek, ithalati serbestleştirerek kısabilmek için TL'nin sürekli devalüe edilmesi ve bunun da ülkedeki reel enflasyon oranlarını sürekli artımasıdır. 1989'da tablonun değişmeye başladığını gösteren diğer bir unsur, 1989'da, dış dünya ile Türkiye arasındaki sermaye

²⁷⁸ Boratav, *İktisat Tarihi (1981-1994)*, s. 176.

hareketlerinin bütünüyle serbest bırakılmasını öngören 32 Sayılı Karar'ın kabul edilmesidir. Böylelikle, sermaye hareketleri üzerindeki tüm engeller kaldırılarak, 24 Ocak Kararları'nın üçüncü aşaması olan TL'nin konvertibiliteye geçişi de tamalanacaktır. Bu aşama 90'larla beraber devletin küçülmesi baskılarını da gündeme taşıyarak, giderek artan sayıda KİT ve bağlı kuruluşların özelleştirilecek konuma getirilip Kamu Ortaklığı İdaresi'ne devredilmesine neden olacaktır. 1989 dönüşümü, devletin ulusal ekonomideki birikim ve bölüşüm süreçlerini artık dolaylı yoldan; yukarıda değinildiği gibi finansal araçlar ve faiz arbitrajı araçlarıyla etkilediği yeni bir döneme işaret etmektedir²⁷⁹.

Her yeni süreç, bu sürece eklemlenme aşamalarını da sisteme dahil ederek, bir ileri aşamaya geçilmesi koşullarını da yaratmaktadır. Bu aşamaların hiçbirisi birbirinden bağımsız olarak değerlendirilemez. Her bir aşama, 80'lerden itibaren sermayenin dışa açılma politikasının öngörülmüş ve kabul edilmiş etaplarıdır. Hatta bunların daha önceki bölümde görüldüğü üzere, 1950'lerden itibaren sermayenin birikim mantığına uygun olarak geliştiğini ifade etmek de yanlış olmaz. Her bir aşama kapitalizmin işleyiş biçimine denk şekilde bir üst aşamayı hazırlamakta ve sermayenin birikimine katkıda bulunmaktadır. Bu doğrultudan bakıldığında, küçük ya da büyük tüm krizler, kapitalist süreçte bayrak yarışlarında bayrak değiştirme zamanının geldiğini haber veren aşamalar şeklinde ele alınabilir. Tabii ki fark, her bayrak değişiminde yarışın kurallarının da değişmesinde ve sürece göre daha rekabetçi koşulları hazırlamasında ve bu nedenlerden ötürü ekonominin daha kırılgan bir yapıya bürünmesindedir.

Yeni aşama, yukarıda değinilen mal hareketlerindeki serbestleşmenin, 1992'den sonra bu kez uluslararası anlaşmalarla sağlama alınmaya başlamasıdır. GATT Uruguay Turu görüşmeleri ve Avrupa Topluluğu (AT) ile Gümrük Birliği (GB) Anlaşması süreci buna örneklerdir. 90'larla dış ticaret rejimindeki serbestleşme hareketi, giderek daha da fazla serbestleşme girişimine ön ayak olacak, mal akımlarından sonra, sermaye akımlarına da sirayet ederek, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin olası krizlere çok daha meyilli olmasına neden olacaktır. Nitekim Türkiye'deki 1994, 1998, 2001, 2008 krizleri bu açıklanan durumla gayet net şekilde örtüşmektedir. Hükümetler, ekonomideki olumsuz koşulları aşabilmek için 1950'lerden beri yeniden keşfedilen ve her seferinde yeni bir krizle noktalanan, kalıcı bir çözüm olmayan "kısa vadeli sermaye ithali" yöntemine başvurarak sadece yabancı sermayeyi değil dışarı kaçan yerli sermayeyi de çekmeye çalışmıştır²⁸⁰.

²⁷⁹ Erinç Yeldan, **Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi - Bölüşüm, Birikim ve Büyüme**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001, s. 55.

²⁸⁰ Kazgan, s. 184.

Bu süreçten sermaye çevrelerinin kendilerini nasıl koruyacağı hususu oldukça dikkat çekicidir. Çünkü, iktisat politikalarında liberal eğilimler arttıkça, devlet eliyle rant ve avanta yaratma mekanizmaları da, hem çeşitlenerek, hem nicel anlamda büyüyerek, hem de kişiselleşerek ilerlemektedir. Boratav, rant ve avanta mekanizmasını “devletin çeşitli uygulamalarla bireysel, endüstriyel veya sektörel olarak özel teşebbüsler lehine herhangi bir çıkar, avantaj yaratması, bu avantajın gerçekleştirilmesi ve paylaşımı” şeklinde tanımlar ve “rant veya avantanın oluşumu için, gözetilen veya kayırılan işadamlarının, iş çevrelerinin, sermaye gruplarının varolması gerektiğine” işaret eder²⁸¹. Örneğin; yüksek oranlı kredi faizlerinden yararlanma, kredi borcunu erteleme kolaylıkları, vergi teşvikinin bazı sektörlerle sınırlı kalması, Merkez Bankası’nın (MB) döviz alım ve satımı ve bankalar arası piyasa gecelik faiz işlemlerinin bu piyasalar girebilen bankalara çok büyük rantlar yaratması, ihale sistemi, imar izinleri, KİT’lerin işleyişi Türkiye’de 90’lardan itibaren serbest ekonominin yeni rant mekanizmaları haline gelmiştir²⁸². Bu işleyişte belirleyici olanın, 80’lerle merkezileşen siyasi otorite ile kurulan bireysel, yakın ilişkiler olduğu ifade edilebilir.

1990’dan itibaren, bu gelişmelerin sonuçları hızla görülmeye başlanmıştır. Serbest sermaye hareketlerine geçişle, uluslararası sermaye yönünü hızla GOÜ’lere çevirmiştir. 1990’lı yıllarda Türkiye’ye sıcak para girişi, 80’li yıllara göre 2,5 milyar dolardan 14,5 milyar dolara çıkmıştır²⁸³.

Sıcak paranın yönlendiği diğer gelişmekte olan piyasalar gibi, Türk finans piyasası, faiz oranları ve döviz kurları 90’larla 2000’ler arasındaki dönem boyunca, uluslararası sermaye akışlarına paralel olarak geniş aralıklarla dalgalanmalar göstermişlerdir²⁸⁴. Bu derecede artan sermaye girişleri, kamu açıklarının artmasına, TL’nin yabancı paralar karşısında değer kazanarak, faiz oranlarının yükselmesine, makro ekonomik dengenin bozulmasına ve yukarıda ifade edildiği gibi ekonominin kırılgan bir yapıya sahip olarak, olası krizlere meyilli hale gelmesini de beraberinde getirmektedir. İşte 90’lardan itibaren krizlerin dünya düzeyinde sıklaşmasının nedeni de finansal serbestliğin tüm aygıtlarıyla yayılmasıdır.

²⁸¹ Boratav, *İktisat Tarihi (1981-1994)*, s. 170.

²⁸² Boratav, *İktisat Tarihi (1981-1994)*, s. 170-171.

²⁸³ Nilgün Erdem, “Finansal Krizler: Türkiye, Meksika ve Güney Kore Deneyimleri”, Fuat Ercan ve Yüksel Akkaya (Haz.), **Kapitalizm ve Türkiye I – Kapitalizm, Tarih ve Ekonomi** içinde (269-293), Ankara: Dipnot Yayınları, 2005, s. 282.

²⁸⁴ Yılmaz Akyüz ve Korkut Boratav, “The Making of the Turkish Financial Crisis”, **UNCTAD Discussion Paper**, No. 158, (April 2002), s. 7

II. KÜLTÜR VE SANATTA 1980 SONRASI

Önceki bölümde ifade edildiği gibi, 1970'ler, gerek Kültür Bakanlığı'nın kurulması, gerek Plan'larda kültüre ayrı bir yer ayrılması, gerek söz edilen politikalarda devletin kültür ve sanat konusunda özel kesimle işbirliği talebinin çoğalması, gerekse 1973'te İstanbul'da uluslararası sanat festivalleri organizasyonları yapma amaçlı bir vakfın kurulması bakımlarından önemli gelişmelere tanık olunacağına sinyallerini vermişti. Ancak gelişmeler göstermiştir ki, 70'ler boyunca devlet kültür ve sanat alanında ihmalci davranmış ve bu ilgisizliği yazarların, sanatçıların, akademisyenlerin ve gazetecilerin tepkisiyle karşılaşmıştır*. 70'lerde kültür ve sanat alanlarında devletin özel kesimle işbirliği vurgusunu artırması, pek işbirliği olarak nitelendirilemese de, özel kesimin bu alanda daha çok varlık göstermeye başladığı da bir gerçektir. Sanatı – özellikle de plastik sanatları- destekleme işlevi sayıları giderek artan galeriler tarafından üstlenilmeye başlanmıştır²⁸⁵. Özel kesimin kültür ve sanat alanında daha çok söz ve yer sahibi olmaya başlamasının bu “ara” aşaması, süreci 1980'lere ve takip eden döneme hazırlamaktadır.

1980'ler Türkiye için birçok anlamda dönüm noktası olmuştur. İktisadi politikalarda serbestleşme hareketinin tam anlamıyla başlangıcı, yerleştirilmesi ve tüm toplumsal politikalara yayılımının askeri müdahale ve yasaklar dönemine “denk gelmiş” olması tam bir tezat oluşturuyor gibi görünse de aslında yukarıda sözü edildiği gibi, Türkiye'yi kalkındırma hedefi özelinde, özel kesime önemli avantajların sağlanması, özellikle büyük sanayici ve sermaye gruplarının özendirilmesi bakımından son derece tutarlı ve öngörülmüş bir durumdur. 1980 Anayasası'nı takip eden dönem yasaklarla, liberal söylemlerin bir arada yürütüldüğü bir dönemdir. Bu nedenle anlaşılması nispeten daha güç ve karmaşıktır. Bir yandan yasaklar, engeller ve müdahalelerle baskı altına alınan toplumsal hayat alanları, diğer yandan o zamana dek hiç görülmemişcesine – dışlanmış, bastırılmış, modern kültürün dışına itilmişlere dahi²⁸⁶- tanınan özgürlük alanları yer almaktadır. Bu ikilem sonucunda kültür ve sanat alanında ortaya çıkan ise sermayenin kültüre yönelmesi ve kültürün daha önce görülmemiş boyutta piyasalaşmasıdır.

* İçlerinde Türkkiye Ataöv, Korkut Boratav, İlber Ortaylı, Mehmet Selik, Uğur Mumcu gibi kişilerin olduğu bir grup sanatçı, gazeteci, akademisyen ve yazar “Devletin Sanatçıya İlgisine İlişkin Bildiri” yayınlarak, devletin bu ilgisizliğe son vermek adına, yüksek kültüre katkılarda bulunanlara en azından pâyeye vermesini istemişlerdir. Bkz. “Devletin Sanatçıya İlgisine İlişkin Bildiri”, **Sanat Çevresi**, Mart 1979, İstanbul, s. 5.

²⁸⁵ İpek Duben ve Esra Yıldız (Ed.), **Seksenlerde Türkiye'de Çağdaş Sanat: Yeni Açılımlar**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008, s. 20

²⁸⁶ Nurdan Gürbilek, **Vitrinde Yaşamak - 1980'lerin Kültürel İklimi**, İstanbul: Metis Yayınları, 1992, s. 112.

Sermayenin kültüre yönlenmesinin ve kültürün piyasalaşmasının göstergesi olarak reklamcılık, tanıtım ya da Baran ile Sweezy'nin genelleştirilmiş ifadeleriyle "satış çabaları" da bu dönemin en önemli aygıtlarından biri haline gelmiştir. Bir önceki bölümde söz edilen tekelci kapitalizm aşaması ile bütünlüklü olarak düşünüldüğünde ortaya çıkan durum şudur: Kapitalizmin tekelci aşamasının getirdiği holdingleşme dalgasından önce reklamcılık, ürünlerin dağıtım sürecinde ve tüketicilerin tutum ve alışkanlıklarını etkilemekte az bir rol oynarken, tekelci kapitalizmin olgunlaşmasıyla büyük özel işletmelerin önemli bir çoğunluğu için reklamcılık artık vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Böylelikle reklam faaliyetleri, şirketlerin kârlarını olabildiğince artırma politikalarının mutlak bir aracı ve aynı zamanda tekelci yapılarını koruyacak stratejik tamamlayıcıları olmuştur²⁸⁷.

Dolayısıyla 1973'te TÜSİAD'ın kuruluşuyla birlikte tüccarlıktan işadamlığına terfi eden ticari sermaye sahiplerinin temsil ettiği bireysel ve kurumsal kimlikler de yeniden düzenlenmelidir. Bu unsurlar, iktisadi politikaların tamamlayıcıları olarak, T. Özal tarafından da görülmüş olmalıdır ki tıpkı ABD'de uygulandığı gibi, işadamlarının kültüre ve sanata, sağlığa, spora, eğitime çevreye destek yoluyla, birer "filantropist" olarak anılması çabasına Türkiye'de de girilmiştir. Cumhuriyet'le beraber M. Kemal'in "Türkiye'yi muasır medeniyetler seviyesine çıkarmak" şeklinde ifade ettiği hedefi, T. Özal 1980'lerde yineleyecek ve bu hedef onu "Modern Türkiye'nin Mimarı" olarak adlandırmaya kadar götürecektir.

Diğer bölümlerde ayrıntılı bir şekilde tartışıldığı için, kısa bir geçişle yetinilecek olan "sosyal sermaye", "kurumların sosyal sorumlulukları" ya da "kurumsal sosyal sorumluluk" gibi kavramların da 1980'lerden itibaren iş dünyasında, özellikle ABD'de ve ardından Avrupa'da oldukça rağbet görmeye başlayan kavramlar olduğu unutulmamalıdır. Bu yeni eğilim Türkiye'deki iş çevresine de uymuş olmalıdır ki, sanayiciler, büyük sermaye sahipleri kendilerine dair 1970'lerde yerleşen olumsuz imajı yok etmek için sosyal sorumluluklarının bilincinde olduklarını vurguladıkları projelerde ve kampanyalarda yer almaya başlamışlardır. Bu süreç, işadamlarının bütünüyle yeni ve olumlu bir imaja sahip olmak adına, kendilerini temsil eden dernekleri de birer "sivil toplum kuruluşu" olarak²⁸⁸ sunmaya çalıştıkları bir süreç olarak önceki dönemlerden farklılaşmaktadır.

Özel sektörün, toplumun gözünde daha saygın, güvenilir ve sorumlu olarak görünme çabaları, özellikle 1980'lerle başlayan ve 1990'lardan itibaren oldukça yoğunlaşan bir olgudur. Zira işadamları, bilinirliklerini artırmanın tamamlayıcı unsurunun, sosyal alanlarda kurulan ilişkiler ağı olduğunun da bilincine varmışlardır. Bu ilişkiler ağının güçlenmesi, bu

²⁸⁷ Paul A. Baran ve Paul Sweezy, **Tekelci Kapitalizm**, Filiz Onaran (çev.), Ankara: Doğan Yayınevi, 1970, s. 144-145.

²⁸⁸ Rıfat N. Bali, **Tarz - 1 Hayat'tan Life Style'a - Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar**, 6. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004, s. 108.

firmaların ya da daha doğru bir ifadeyle firma sahiplerinin sosyal sermayelerinin de artması demektir. O halde, izlenmesi gereken, sosyal ilişkiler ağlarını güçlendirerek sosyal sermayeyi artırmak ve ardından - tıpkı ekonomik sermayede yaratılan artık değer gibi- sosyal sermayedeki artık değeri ilişkiler ağını daha da büyütecek şekilde devreye sokmaktır. Nitekim Türkiye’de gözlemlenen olgular da bu açıklanandan pek farklı olmamıştır. Sosyal sermayenin önemli bileşenlerinden biri de, işte bu ilişkiler ağının da bir sağlayıcısı olan güven unsurudur²⁸⁹. Özel sektörün 1980’lerden itibaren gerek dernekler ve vakıflar kurma yoluyla, gerekse kendi özel temsil biçimleriyle kamuoyundaki imajını olumluya çevirme ve güven telkin etme çabaları, yapılan bir araştırmaya göre, çabaların istedikleri ve planladıkları yönde cevap verdiğini göstermektedir. Araştırmaya göre, 1990 - 1997 yılları arasında en büyük güven sıçraması yapan kurum özel sektör olmuştur. Büyük şirketlere güvenenlerin toplam oranı 1990’dan 1997’e gelindiğinde % 28’den % 62’ye yükselmiştir²⁹⁰.

O halde bu dönemde, işadamlarının toplumsal statülerini yükseltmek adına - daha önce örneği görülmemiş biçimde- giriştikleri çabalar sonuçsuz kalmamıştır. Söz konusu dönem, iktisadi açıdan bir dönüm noktasına işaret ettiği gibi, toplumsal açıdan da, iktisadi büyüklüklere etki edecek niteliksel farklılıkları yaratmak bakımından dikkate değerdir. İşte, özel sektörün toplumsal statülerini yükseltmelerine yarayan filantropist hareket alanlarından biri de kültür ve sanat alanıdır. Özel sektörün 80’lerle bu yönünü keşfettiği, 90’larla da bu amaçla hızlı bir giriş yaptığı kültür ve sanat alanındaki faaliyetlerine girmeden önce devletin bu alandaki girişimlerine ve payına bakmak gereklidir.

A. Devletin Kültür ve Sanat Alanındaki Rolü

Bireyler, devletler ve kurumlar kültür ve sanatın biçimlendirici rolünün farkındadırlar. Bu farkındalıkla doğru orantılı olarak, kültür ve sanata biçilen pay da tarihsel olarak değişiklik gösterecektir. Devletin kültür ve sanat alanındaki rolünün Cumhuriyet’in kurulmasından 1980’lere, 1980’den de bugünlere gelindiğinde oldukça biçim değiştirdiği fark edilecektir. En başta belirtildiği gibi, 1930’ların içe kapanmış atmosferi içinde kültür ve sanata ayrılan rol, çağdaş Türkiye Cumhuriyeti için bütünleştirici, homojenleştirici olması ve eğitici tarafının özellikle vurgulanmasıdır. Burada “rol” derken, aslında şundan da söz etmek gereklidir: Devletin kültür ve sanat alanındaki rolünden söz edilebildiği gibi, kültür ve sanata da bu devletin birliğinin ve bütünlüğünün sağlanması ve hatta bu devletin modern bir devlet olarak

²⁸⁹ Robert D. Putnam, **Making Democracy Work - Civic Traditions in Modern Italy**, Princeton: Princeton University Press, 1993, s. 170.

²⁹⁰ Yılmaz Esmer, **Devrim, Evrim, Statüko: Türkiye’de Sosyal, Siyasal, Ekonomik Değerler**, İstanbul: TESEV Yayınları, 1999, s. 43.

inşa edilmesi süreçlerinde oldukça önemli bir rol verildiğinden de bahsedilebilir. Yani burada süreç, karşılıklı işlemektedir ve roller ve dolayısıyla beklentiler de karşılıklıdır.

1929'daki büyük dünya bunalımının ardından liberal politikaların uygulanamayacağı bir dönem olan 1930'lar Türkiye'de içe kapanmacı ve ulusalcı bir dönem olarak anılır. Bu dönem, "Türkiye'nin modernleşme sürecinde sadece temel bir eksen farklılaşması değil aynı zamanda bir "gecikme" doğuran önemli bir izlek değişimi" olarak yorumlanır²⁹¹. 1950'lerin Batı'yı nakleden modernizmi, 1960 sonrasında yerelliği öne süren yeni ulusalcı söylemi²⁹², 1970'lerde ise politik gündemle sürekli farklılaşan kültür politikaları Köksal'a göre Türkiye'nin modernleşmeyle hesaplaşmasını tamamlayamadığını göstermektedir. İşte tam da bu nedenle, Cumhuriyet'in kurulmasından bu yana, modern bir devlet olmanın, çağdaşlaşmanın ve hatta batılılaşmanın olmazsa olmaz unsurlarından biri olarak kabul edilen kültür ve sanat politikalarındaki muğlaklıklar da devam etmektedir. Bu politikaların kim tarafından yürütüleceği, özel sektörle nasıl ve ne ölçütle bir işbirliğine gidileceği, kültür ve sanata ne kadar kaynak aktarılacağı gibi birçok muğlaklık unsuru hala tartışma konusudur. Yani modernleşmeden ne anlaşıldığı hala net olmadığı için, modernleşmede katkısı olduğu düşünülen unsurların da ne oldukları, yetki alanlarının ya da sınırlarının ne olması gerektiği konuları muğlaklığını korumaktır.

Bu muğlaklık, devletin kültür ve sanat alanındaki rollerinin neler olduğu, nerede başlayıp, nerede bittiği ve nerede özel sektörle işbirliği yapması ve hatta alanı tamamen özel sektöre bırakıp bırakmaması gerektiği konularında değişik tartışmalara yol açmaktadır. Eğer 1980'lerin özellikle ikinci yarısından itibaren özel sektörün bu alanda "söz sahibi" olmaya başladığı kabul ediliyorsa, o halde öncelikle devletin Türkiye'de 1980 ile 2005 yılları arasında bütçe içinden kültüre tahsis ettiği paylara bakıp, bu rollerin değişimi gözlenmelidir. Bu rol değişimi, yeni aktörlerin devreye girişi hakkında yorum yapmaya olanak sağlayacaktır. Bunun için, bu yıllarda konsolide bütçe içinde Kültür Bakanlığı'na ayrılan miktarlar ve paylar, tablo 8'de gösterilmiştir.

Öncelikle şunu ifade etmek gerek ki, daha önceki bölümde de değinildiği gibi, Kültür Bakanlığı'nın farklı bakanlıklarla başından beri bir türlü kopamayan bir ilişkisi olmuştur. Kültür işlerinin, ayrı bir bakanlığa kavuşmadan önceleri Milli Eğitim Bakanlığı kapsamında ele alınıyor olması, "kültür işlerinin, sadece bu işlerden sorumlu, münferit bir bakanlıkla yürütülüp yürütülemeyeceği" sorusunu akıllara getirmiştir. Ancak 80'lerdeki gelişmeler karşısında başka bir soru da sorulmalıdır; o da şudur: Kültür Bakanlığı'nın Milli Eğitim Bakanlığı ile olan ilişkisinden Turizm Bakanlığı (bazen Turizm ve Tanıtma Bakanlığı) ile olan

²⁹¹ Aykut Köksal, **Anlamın Sınırı**, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 2009, s. 47-50.

²⁹² Ayşegül Sönmez, "Aykut Köksal ile Röportaj: Osmanlı Gelenekselinde Unutma Yok", **Radikal**, 22 Mart 2010, s. 28.

ilişkinine nasıl geçilmiştir? Bakanlığın bağımsızlığını sürekli olarak sürdürememesi bir yana, artık eğitime değil de turizme ve tanıtıma daha yakın görülüyor olması, tam da dönemin iktisadi politikalarının ve sistemin işleyiş mantığının bir göstergesi olarak yorumlanmalıdır. Bu ifade edilenlere paralel olarak, yirmi beş yıl içinde 1980,1981 ve 1990'dan 2003'e kadar - yani toplam on beş yıl- Kültür Bakanlığı münferit bir bakanlık olarak, diğer on yıl ise Kültür ve Turizm Bakanlığı adıyla düzenlenmiştir. Tablo dahilinde olmayan 2005'ten günümüze kadar geçen sürede de, ilgili bakanlığın adının aynı şekilde Kültür ve Turizm Bakanlığı olduğu hatırlatılmalıdır.

Tablo 8'de 1980'den 2005'e her senenin konsolide bütçesi ve Kültür Bakanlığı'nın söz konusu bütçeden aldığı miktarlar gösterilmektedir. Tabloda hem sayısal anlamda meblağlar, hem de oransal büyüklükler yer almaktadır. Oranlara bakıldığında da KBÖ'nün (Bütçe Kanunu'na göre belirlenen başlangıç ödeneğinden % 2 kesildikten sonraki kalan miktar), yıl sonu ödeneklerinin ve harcamaların konsolide bütçeye oranları olduğu farkedilecektir. Bu üç oranın seyrine bakıldığında şunlar farkedilmektedir:

Tablo 8:

Kültür Bakanlığı'nın Ödenek ve Harcamaları (1980-2005) (Milyon TL)*

		Başlangıç Ödenekleri		Yıl Sonu Ödenekleri (2)	Harcama (3)	Konsolide Bütçe (4) Payı		
		Bütçe Kanunu	KBö** (1)			1 / 4	2 / 4	3 / 4
1980	K.B.	4.286,7	4.201,0	5.544,6	4.420,4	0,55	0,40	0,39
	Kons. Bütçe	769.740,3	770.040,4	1.384.546,3	1.147.551,9	100,00	100,00	100,00
1981	K.B.	6.593,2	6.593,2	6.303,4	5.771,0	0,42	0,33	0,35
	Kons. Bütçe	1.558.723,1	1.558.723,1	1.931.259,5	1.632.962,3	100,00	100,00	100,00
1982	K.T.B.	15.920,6	15.920,6	17.448,4	12.552,4	0,88	0,81	0,71
	Kons. Bütçe	1.804.708,2	1.804.708,2	2.159.452,1	1.764.894,8	100,00	100,00	100,00
1983	K.T.B.	24.014,0	24.014,0	24.692,5	18.386,1	0,92	0,71	0,63
	Kons. Bütçe	2.600.000,0	2.600.000,0	3.459.423,3	2.914.818,2	100,00	100,00	100,00
1984	K.T.B.	25.997,9	25.997,9	27.332,5	21.715,0	0,79	0,57	0,53
	Kons. Bütçe	3.285.000,0	3.285.000,0	4.753.962,3	4.077.972,1	100,00	100,00	100,00
1985	K.T.B.	34.328,5	34.328,5	35.337,2	27.707,7	0,60	0,53	0,46
	Kons. Bütçe	5.542.182,0	5.542.182,0	6.717.041,9	5.987.381,2	100,00	100,00	100,00
1986	K.T.B.	45.912,5	42.239,5	45.939,8	41.351,3	0,6	0,5	0,5
	Kons. Bütçe	7.254.111,0	7.254.111,0	9.082.541,3	8.311.420,7	100,00	100,00	100,00
1987	K.T.B.	62.504	57.504	71.048	64.388	0,5	0,5	0,5
	Kons. Bütçe	11.050.686	11.050.686	13.480.634	12.778.719	100,00	100,00	100,00
1988	K.T.B.	117.314	110.249	119.780	105.674	0,53	0,52	0,49
	Kons. Bütçe	20.881.923	20.881.923	23.133.316	21.446.013	100,00	100,00	100,00
1989	K.T.B.	187.959	171.698	257.229	236.142	0,52	0,65	0,61
	Kons. Bütçe	32.933.446	32.933.446	39.860.011	38.871.230	100,00	100,00	100,00
1990	K.B.	440.288	400.230	531.711	500.709	0,62	0,77	0,73
	Kons. Bütçe	64.400.354	64.400.354	68.781.224	68.354.408	100,00	100,00	100,00
1991	K.B.	756.053	691.602	854.067	771.148	0,68	0,64	0,58
	Kons. Bütçe	105.987.150	101.265.180	133.950.402	132.400.881	100,00	100,00	100,00
1992	K.B.	1.559.700	1.553.203	1.588.523	1.524.409	0,75	0,72	0,68
	Kons. Bütçe	208.545.328	207.866.907	221.714.860	225.398.205	100,00	100,00	100,00
1993	K.B.	2.554.299	2.522.041	3.181.984	2.867.793	0,63	0,63	0,58
	Kons. Bütçe	400.710.000	397.179.542	507.887.512	490.437.973	100,00	100,00	100,00
	K.B.	4.661.540	4.582.938	4.908.794	4.135.060	0,56	0,51	0,46

1994								
	Kons. Bütçe	826.396.307	818.839.806	957.573.061	902.453.637	100,00	100,00	100,00
1995	K.B.	6.641.100	6.521.125	7.959.712	7.352.627	0,49	0,44	0,43
	Kons. Bütçe	1.341.978.053	1.330.919.681	1.808.464.844	1.724.193.850	100,00	100,00	100,00
1996	K.B.	12.919.000	12.666.150	15.308.423	13.797.769	0,36	0,37	0,35
	Kons. Bütçe	3.568.56.822	3.510.988.930	4.114.147.231	3.961.308.043	100,00	100,00	100,00
1997	K.B.	26.337.950	25.896.053	31.274.635	29.416.504	0,41	0,37	0,37
	Kons. Bütçe	6.361.685.500	6.284.950.926	8.364.229.688	8.050.252.190	100,00	100,00	100,00
1998	K.B.	47.301.500	47.301.500	52.459.472	51.004.387	0,32	0,32	0,33
	Kons. Bütçe	14.789.474.800	14.789.474.800	16.193.667.495	15.614.441.482	100,00	100,00	100,00
1999	K.B.	77.854.500	77.029.015	81.911.576	84.947.259	0,28	0,29	0,30
	Kons. Bütçe	27.266.600.000	27.143.467.194	28.667.597.685	28.084.684.793	100,00	100,00	100,00
2000	K.B.	120.939.800	120.265.342	137.327.722	132.240.269	0,26	0,28	0,28
	Kons. Bütçe	46.827.360.000	46.713.267.882	49.531.993.209	46.705.028.674	100,00	100,00	100,00
2001	K.B.	158.658.000	157.794.330	204.883.568	199.909.821	0,33	0,25	0,25
	Kons. Bütçe	48.519.490.000	48.360.005.958	82.821.821.114	80.579.064.758	100,00	100,00	100,00
2002	K.B.	278.000.000	278.000.000	301.448.941	288.724.017	0,28	0,25	0,25
	Kons. Bütçe	98.131.000.000	98.131.000.000	120.581.782.836	115.682.349.519	100,00	100,00	100,00
2003	K.T.B.	349.327.000	328.825.070	605.030.671	518.595.215	0,24	0,40	0,37
	Kons. Bütçe	146.996.389.000	137.554.686.373	147.134.899.004	140.454.842.223	100,00	100,00	100,00
2004	K.T.B.	587.925.000	533.563.511	612.978.532	515.733.568	0,35	0,39	0,37
	Kons. Bütçe	150.658.129.000	149.945.082.650	156.879.652.372	141.020.859.433	100,00	100,00	100,00
2005	K.T.B.	646.392.000	643.190.158	746.250.947	595.836.077	0,41	0,46	0,41
	Kons. Bütçe	156.088.874.910	155.627.544.403	162.065.265.536	146.097.674.179	100,00	100,00	100,00

Kaynak: T. C. Maliye Bakanlığı, Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, “Konsolide Bütçeye Dahil Kurumların Yıllar İtibariyle Ödenek ve Harcamaları”,

<http://www.bumko.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFA79D6F5E6C1B43FFA26CBFDF5F1B259F>

adresinden alınan 25 yıllık verilerin derlenmesiyle oluşturulmuştur. (28 Nisan 2010).

*Sadece 2005 yılı YTL üzerinden değerlendirilmiştir.

**29.2.1980 tarih ve 2298 Sayılı 1980 Mali Yılı Bütçe Kanununun 1/2 nci maddesi uyarınca Maliye Bakanlığı’nın bütçesinin yedek ödenek tertibine eklenmek üzere kuruluşların bütçelerinden % 2 oranında kesinti yapıldıktan sonra kalan tutarlardır. (K.B.: Kültür Bakanlığı’nı, K.T.B.: Kültür ve Turizm Bakanlığı’nı ifade etmek için kullanılmıştır. 1980, 1981 yıllarında ve 1990’dan 2003’e kadar Kültür Bakanlığı münferit bir bakanlık olup, onun dışındaki yıllarda Turizm Bakanlığı ile birleştirilmiştir.)

- Öncelikle, oranları yorumlarken, Kültür Bakanlığı ile Turizm Bakanlığı'nın yukarıda değinilen giriftleşen ilişkisi daha da önem kazanmaktadır. Kültür Bakanlığı'nın münferit bir bakanlık olduğu 1980, 1981 ve 1990 ile 2002 arasındaki yıllarda oranların, Turizm Bakanlığı ile birleştiği diğer yıllardan daha düşük seyretmesi olağandır.
- Bu anlamda, 1982'deki ani yükselişin yanıltıcı olduğu ifade edilmelidir. 1982'de Kültür ve Turizm Bakanlığı şeklinde yeniden düzenlenen bakanlığın bütçeden aldığı pay, tahmin edileceği gibi bir önceki yıla göre oldukça yüksek çıkacaktır. Oysa 1980 ve 1981'de Turizm Bakanlığı'nın aldığı paylar da eklenmiş olsa, yükselme bu denli büyük olmayacaktır. (Eklendiğinde oranlar sırasıyla 1980'de 0,9; 0,61; 0,55 ve 1981'de 0,84; 0,67; 0,61 olmaktadır.) O halde 1982'deki bu payların ani artışı iki bakanlığın birleştirilmesine bağlanabilir.
- 1987'ye kadar bütçeye göre başlangıç ödeneği oranının, yılsonu ödeneği ve harcama oranlarından yüksekte seyrettiği görülüyor. 1987'de üç oran da aynıdır. 1987'den sonra zaman zaman bütçeye göre yıl sonu ödeneği oranının başlangıç ödeneğine göre daha yukarda seyrettiği de görülüyor. 1998'den sonra harcamalar yönünde bir artış olduğu gözlemleniyor. Bütçeye göre harcama oranı, bazen başlangıç ve yıl sonu ödenekleri oranlarının ikisinin de üzerine çıkıyor, bazen de biriyle eş kalıp, diğerinin üstünde seyrediyor.
- Oranlara bakıldığında, ilk dip noktası üç oranın da eşit olduğu 1987 yılında yaşanıyor.
- 1988'de hafif bir yükselme trendi dikkat çekse de, esas yükseliş 1989 ile beraber yaşanıyor.
- 1990 yılı ise, Kültür Bakanlığı'nın yeniden Turizm Bakanlığı'ndan ayrılmasına rağmen tüm oranlarda artış yaşandığı bir yıl. 1992'ye kadar nispeten yukarıda seyreden oranlar, 1992 itibariyle düşme trendi içine giriyorlar. 1997'deki nispi artışın dışında, bu düşme trendi bozulmuyor.
- İkinci ve asıl dip noktası ise 2003'te meydana geliyor. Tabloya bakıldığında en düşük oranlar 2000 yılına aitmiş gibi görünse de, aslında 2003'tedir. Tekrar hatırlamakta fayda vardır; 2000'deki oran yalnızca Kültür Bakanlığı'na ilişkin verilerdir. Oysa 2003'teki veriler yeniden birleşen iki bakanlığın ödenekleri ve harcamaları oranlarıdır. Bu oranlardan Turizm Bakanlığı'nın ortalama oranları

ıkartılsa, Kültür Bakanlığı'nın oranları son derece düşük çıkacaktır ki, hatta ele alınan 25 yılın en düşük oranları olacaktır. Sonuç olarak, 2003'te yükselmekte gibi görünen oranlar, iki bakanlığın ve btlerinin de yeniden birleştirildiği hesaba katıldığında yanıtıcıdır.

Ayrıca “sosyal bt” üzerine yapılan bir araştırma sonuçları, bu bulguların devamı açısından benzer nitelik sergilemektedir. Sosyal güvenlik ve sosyal yardım, sağlık, eğitim, evre koruma, iskan ve toplum refahı hizmetleriyle diğer sosyal hizmetlerin yanında dinlenme, kültür ve din hizmetleri sosyal harcama kategorilerinden birini oluşturmaktadır. Merkezi yönetim btsi kapsamında yapılan sosyal hizmetlere bakıldığında 2004 - 2007 yıllarında, kültür harcamalarının yer aldığı dinlenme, kültür ve din hizmetlerinin GSYH'ye oranı yaklaşık % 0,4 düzeyinde süreklilik arz etmektedir²⁹³. Yine aynı yıllarda dinlenme, kültür ve din hizmetleri harcamalarının içindeki paylara bakılacak olursa, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın harcamalar içindeki payı dört sene (2004-2007) içinde % 18,46; %18,05; %17,22 ve % 17,22 şeklinde olmuştur. Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü payları sırasıyla % 3,86; % 3,45; % 3,18 ve % 2,93 iken Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü'nün payları şöyledir: % 3,25; % 2,91; % 2,68 ve % 2,45. Üç kurumun da paylarının yıllar itibariyle düşmekte olduğuna dikkat edilmelidir.

1982'de yapılan 1. Milli Kültür şurası'nda kültürün ulusal bütünleşmeyi sağlayacak en etkili araç olduğuna vurgu yapılarak²⁹⁴, kültür ve sanat alanında kurumlaşmayı sağlayacak ulusal müze; Türk kültürünü saptama, derleme ve araştırma kurumu; devlet sinema kurumu; devlet yayın, yayım ve tanıtma kurumu; devlet kültür, planlama, koordinasyon ve yatırım kurumu; devlet kültür ve sanat arşivi kurumu gibi kurumların kurulması için yasaların ivedilikle çıkarılması konusu çok önem kazanmasına ve “kültür işlerinin birinci derece devlet işleri olarak yeniden ele alınmalı”²⁹⁵ şeklinde kesin önerilere rağmen, yukarda ifade edildiği gibi durum bilakis kültür ve sanat alanında devletin üstlendiği payın giderek azalışı şeklinde tezahür etmiştir.

²⁹³ Ahmet Buldam (Ed.), **Türkiye'de Sosyal Bt - Nasıl Yapılır? Nasıl İzlenir?**, İstanbul: TESEV Yayınları, 2008, s. 78.

²⁹⁴ Yahya Aksoy, “Yasalar ve Kültür Hizmetlerinin Organizasyonu”, **1. Milli Kültür şurası Kurum Görüşü ve Kurum Temsilcisi Bildirileri**, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 23-27 Ekim 1982, s. 260.

²⁹⁵ Anıl een, “Kültürde Neredeyiz?”, ”, **1. Milli Kültür şurası Kurum Görüşü ve Kurum Temsilcisi Bildirileri**, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 23-27 Ekim 1982, s. 40.

B. Özel Sektörün Kültür ve Sanat Alanındaki Artan Görünürlüğü

1970'lerin ortalarından itibaren dünya ekonomisinin geçirdiği dönüşüm, neoliberal ekonomi politikalarını gündeme getirmiş, bu süreç de metalaşmayla birlikte özelleştirme politikalarını da dünya ekonomisi gündemine yerleştirmiştir. Sanayi sektöründense, hizmetler ve finans sektörleri en çok kâr elde edilen sektörler olmaya başlamıştır. Piyasa güçlerinin hakim olmaya başladığı çoğu ekonomide, olağandır ki sanat da “neoliberalizmin ajanı” gibi çalışarak, faydalı bir müttefik olarak özelleştirmeye ve metalaştırmanın sömürgeci gücüne hizmet etmiştir²⁹⁶.

Kültür ve sanat artık bireylere, kurumlara, kentlere ve hatta ülkelere ayrıcalıklı bir kimlik, meşrulaşmış bir şöhret, kuşkuya yer vermeyen bir güç ve büyük kârlar sunmaktadır. Dolayısıyla festival ve bienaller gibi, kültür ve sanat faaliyetlerinin uluslararasılaşp çeşitlendiği organizasyonlar, “küreselleşmenin ve ekonomik canlanmanın motorlarından biri” olarak görülür²⁹⁷ ve bu amaçla kullanılmaya başlanır.

Bu süreç heyecanla ve merakla izlenmesine rağmen, henüz bu alanda yeterli veri sistemlerinin oluşmamasından ve bu alanın sosyal bilimlerle olan ilişkisine dair araştırmaların son zamanlarda yapılıyor olmasından ötürü, Türkiye’de kültür ve sanat alanına ilişkin verileri elde etmek oldukça zordur. Ayrıca ifade edilmelidir ki, Türkiye’de özel sektörün kültür ve sanat alanını “prestijli” bir alan olarak değerlendirip, bir sektör olarak görmesi 1990'lara rastlamaktadır. Bu prestijli alanın ürünlerinin çeşitlendiği, görünürlüğün arttığı, başka aktörlerin devreye girdiği dönem ise 2000'lerdir. Oldukça yakın bir geçmişten söz edildiği için, gerek firmalar gerekse sanat kurumlarının bilgi paylaşımı konusunda tedirginlikleri ve kapalılıklarını engelleyecek bir mevzuat ve denetim mekanizması yoktur. Böylesi bir durumda, özel sektörün bu alandaki payını hesaplamak da bir hayli güçleşmektedir. Oldukça önemli bütçeler ayrılmasına karşın, ayrılan payların henüz kamuoyuyla eksiksiz paylaşılma alışkanlığının da henüz yerleşmemiş olması bu güçlüğü sürdürülmesine neden olmaktadır.

Burada çelişkili iki durumdan bahsedilebilir. Birincisi şudur; özel sektörde yer alan kuruluşların bazıları kültür ve sanata sağladıkları destekleri bir hayırseverlik örneği olarak göstermekte ve bunun bir vatandaşlık görevi olduğunu ifade etmektedirler. Öyle olduğu kabul edilirse, toplumsal bilinçle yapılan hayırseverliklerin – kelimenin tam anlamına sadık kalarak-

²⁹⁶ Julian Stallabrass, **Sanat A.Ş. – Çağdaş Sanat ve Bienaller**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s. 73.

²⁹⁷ Sibel Yardımcı, **Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2005, s. 12.

bir reklam aracı gibi kullanılması, amaca ilişkin bir çelişki yaratmamakta mıdır? İkinci çelişki de diğer gruba ilişkindir. Özel kuruluşların bazıları da kültür ve sanata yaptıkları yatırımları, öz faaliyetlerinin bir parçası olarak kabul etmekte ve sürdürülebilir büyüme için bu tür faaliyetlerde de bulunmalarının bir gereklilik olduğunu öne sürmektedirler. Böyle olduğu kabul edilirse, faaliyetlerinin bir parçası olan kültür ve sanat harcamalarının daha şeffaf olarak kamuoyuyla paylaşılması gerekmez mi? Sonuç olarak, bu girişimlerin Türkiye’de “yeni” sayılacak bir zaman diliminde parladıkları ve bu nedenle son zamanlarda dikkat çekmeye başladıkları düşünülürse, benzer güdülerle hareket edecek yeni aktörlerin artışıyla birlikte ekonomik, hukuki ve sosyal yaptırımlarıyla bir “sektör” oluşacağı varsayımına inanç artmaktadır. Bu araştırmanın bir amacı da bu gelişmelere dikkat çekmektir.

Bundan önceki bölümlerde ifade edildiği gibi, şöyle bir seyirden söz edilebilir: Bu alanda Türkiye’de özel girişim 1950’lerden önce neredeyse yok gibidir. 1950’lerde çok hafif bir hareketlenme olmuştur ancak yapılan birkaç girişim, devletin bu alandaki ağırlığını değiştirecek düzeyde değildir. İlk kez bir özel bankanın sanat galerisi bu yıllarda açılmıştır. 1960’larla özel galerilerin, sergilerin ve özel tiyatroların yoğunlaşmaya başladığı yıllar olmuştur. 1970’li yıllar ise ilk kez bu alanda hizmet vermeyi amaçlayan bir vakfın kurulması ve uluslararası festivaller düzenlemeye başlaması bakımından yeni bir sürecin göstergeleridir. 1970’lerde bu alanda özel girişimlerin yoğunluğunun artmaya başladığı bir gerçektir. Ancak özel sektör için bu alanın katma değer yanının keşfedilmesi 1980’lerden itibaren oluşmaya başlayacaktır. 80’lerle dünyada iktisadi politikalara neoliberal politikaların hakim olmaya başlamasıyla şirketlerin rekabet edebilirliğinde reklamın, tanıtımın, halkla ilişkilerin gücü kavranmaya başlanmıştır. Türkiye’de de kültür ve sanat faaliyetlerinin şirketler için itibar sağlayan bir tanıtım aracı haline gelmesi ise 1990’lardan itibaren gerçekleşecektir.

Bu ifade edilenler, tablo 8’den çıkan sonuçlarla da paralellik göstermektedir, çünkü 1990’lardan itibaren devletin, bütçeden ilgili bakanlığa ayrılan paylar - 1992 yılı hariç- düşüş eğilimindedir. Devletin kaynaklarından ayırdığı bu paydaki düşüş, tabii ki sadece özel sektörün kültür ve sanat alanındaki yatırım ve desteklerinin artmasına bağlanamaz. Ancak devletin kültür ve sanat alanında böylesi bir “politikasızlık” içinde olması aslında bir politika olarak yorumlanabilir. 1980’lerden itibaren, iktisat politikalarında “rekabetçilik” önemli bir değişken olduğundan, bireysel rekabette, kurumların rekabetinde ve ülkelerin rekabetinde üstünlük sağlayacak her türlü unsur değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Bu yönden bakıldığında, hem devlet, hem de özel sektör açısından öngörülmüş bir işbirliğinden söz edilebilir. Tıpkı iktisat politikalarında görüldüğü gibi devlet, büyük sermaye sahiplerinin ve sanayicilerin kültür ve sanat alanında yatırım ve desteklerinin artmasına olanak tanımış, bu alanda da serbest girişimcilerin varlığını özendirmiştir.

Bu yatırımların ve desteklerin organize edilmesi ve bir elden yürütülmesi bakımından vakıfların çok önemli olduğu bilinmektedir. Araştırmanın konusu, özel sektörün kültür ve sanat alanındaki filantropist eğilimleri ve bunların nedenleri olduğuna göre, Osmanlı Devleti'nden beri en büyük filantropi kurumları olan vakıflar kurumunun ne anlama geldiğine bakılmalıdır.

Osmanlı Devleti'nde 19. YY. Müslüman - Türk vakıflarının zayıfladığı bir dönemken, Hristiyan ve Yahudi cemaatleri için filantropi yüzyılı olarak kabul edilir. Böylesi bir süreçte, II. Abdülhamid'in filantropist eğilimleri oldukça dikkat çekmektedir. II. Abdülhamid, hayırseverlik adına finansal kaynak sağlamaktan öte, çağdaş ve fedakâr bir padişah imajı yaratmak için yardımları artırma amacıyla gayrimüslimleri de içine katan bağış kampanyaları düzenler. Bu bağışçıların içinde Zogrophos'lar, Comondo'lar, Zarifi'ler de yer almaktadır. Ünlü gayrimüslim aileleri de bu tanıtım kampanyasına katmaktaki amaç, bu alışkanlığı Müslüman elitlere de bulaştırmaktır ki, bunda başarılı olduğu da görülecektir²⁹⁸. Kapitalist sistemin sadece ekonomik değil, sanatsal ve kültürel üretim için de sınırsız kaynaklar yaratacağının algılanmasıyla, iktidar sahipleri ile burjuvalar işbirliği içine girmişlerdir. Bu durumda, -tıpkı yukarıdaki II. Abdülhamid örneğinden de fark edilebileceği gibi- yeni başarı kazanmış burjuvalar prenslerle [iktidar] birlikte, cömert sanat hamilerine dönüşmüşlerdir²⁹⁹.

Sanat için henüz kurumsallaşmış bir destek yapısı oluşmadığı ve sanata gelirin bireysel bağışçılardan sağlandığı dönemlerde, bağışçıların bireysel özellikleri de ortaklık gösterebilmektedir. Çoğu iyi eğitilmiş ve sanat organizasyonlarının devamından sanatsal, ailevi ya da sosyal çıkarları olan üst gelir grubuna mensup uzmanlardır³⁰⁰. Bir başka ortak yön ise, II. Abdülhamid'in bağış kampanyaları düzenlediği söz konusu burjuva ailelerde göze çarpmaktadır. Bu kişiler babalarından kalan ticari işlerini – genelde bankerlik- bırakarak ya da bu işlere ek olarak sanat koleksiyoncusu/hamisi haline gelmişlerdir. Sanat koleksiyonlarıyla “dünyevi” para işlerinden “estetik” dünyaya adım atmaktadırlar. Bu estetik dünyada gösterilen cömertlik ise bir statü sembolü olarak bir sınıf göstergesi olmaktadır. İşte sanat koleksiyonculuğuna/ hamiliğine soyunan söz konusu ünlü, elit burjuvaların kendi sınıfsal farklılıklarının bir göstergesi olarak kullandıkları ortak yöntem budur. Ortaya bu finansçı elitlerin kendilerine kural olarak benimsedikleri tablo ve sanat yapıtları biriktirmek, bunları bağışlamak şeklinde tezahür eden bir durum çıkmaktadır³⁰¹. Bankacıların ve finans kuruluşlarının kültür ve sanata yardım elini uzatması geleneği Rönesans Avrupa'sına kadar uzanır. Bu elit burjuvalar içinden genellikle bankacı ve tacirler, topluma fayda sağlamak

²⁹⁸ Nora Şeni, **Oryantalizm ve Hayırseverliğin İttifakı**, Elif Ertan (çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2009, s. 83-84.

²⁹⁹ Ernst Fischer, **Sanatın Gerekliği**, Cevat Çapan (çev.), 10. Baskı, İstanbul: Payel Yayınları, 2005, s. 51.

³⁰⁰ John Kreidler, “Leverage Lost: The Nonprofit Arts in Post-Ford Era”, **Journal of Arts Management, Law & Society**, Vol.26, No.2, (Yaz 1996), s. 84.

³⁰¹ Şeni, s. 97.

amacıyla hem kentlerine, hem de kendilerine prestij kazandırmak için kültür ve sanatı koruma altına almışlardır³⁰²

Peki, bu davranışlarının altında, yukarıda ifade edilen “sınıfsal farklılıkları” vurgulamanın dışında ne yatıyor olabilir? Daha sonra da ifade edileceği gibi, burada sanatın “dönüştürücü” görevinden bahsedilmelidir. Bu, sanatın [ve kültürün] toplumsal ilişkilerin aydınlatıcısı, insanların toplumsal gerçekleri anlayıp değiştirmelerine yardımcı olma görevinin³⁰³ algılanması ve “sanatın amacı güzelliği sergilemektir” olduğuna dayanan estetik kurama³⁰⁴ göre davranılmasıyla ilişkilendirilmelidir. Çünkü bu elit sınıfın, koleksiyon oluştururken, bunları sergilerken ya da bağışlarken – sınıfsal farkı vurgulamak dışında- yapmayı arzuladığı diğer bir unsur da bu güzelliğin sahibi/ mirasçısı/ taşıyıcısı olarak hafızalarda yer etmektir. Bu, aslında insanlığın en eski ve en temel arzularından biri olan ölümsüzleşerek sonsuzluğa erişme arzusu ile açıklanabilir. Bu arzunun aracı, anıt dikirmek, resim yaptırmak, bunların sergileneceği müzeler oluşturmak ve tüm faaliyetlerin organize edilebileceği vakıflar kurmak olabilir.

O halde bu işlevi gerçekleştirmek için hangi türde mekanizmalardan yararlanıldığını tanımak gereklidir; çünkü artık karşı karşıya kalınan olgu, filantropist eğilimlerdeki bireysel güdülerin kurumsallaşmaya ihtiyaç duyması halidir.

Bilindiği gibi, bireyler gerek kişi ve kurumlara bağış yaparak, gerek vakıf kurarak filantropist eğilimlerini yönlendirmektedirler. Doğal olarak, vakıfların, bireylerin cömertlikleriyle oluşturulduklarını söylemek yanlış olmayacaktır³⁰⁵. Ancak araştırma gereği olarak, bu gerçeği sermaye birikimi ile ilişkilendirerek, ardından filantropi mekanizmasının da kurumsallaşmasını görmek gereklidir. Başlangıç aşaması özel sektör girişimcilerine dayanmaktadır. Ardından firmalar ve daha sonra holdingler, filantropinin kurumsallaşmasında rol oynarlar.

Türkiye’de 1923’ten 1980’e olan süreçte ve ardından 1980’den sonraki süreçte yürütülmüş olan iktisat politikalarından özel girişimcilerin katettiği yol tanımlanmıştı. İşte bundan sonra yapılmaya çalışılacak olan ise, bu girişimcilerin filantropist eğilimlerini nasıl kurumsallaştırdıklarının ve bunların nedenlerinin anlaşılmasıdır. Kurumların filantropist faaliyetleri iki yönden gelişebilir: Birincisi vakıflar kanalıyla; diğeri ise firmalar kanalıyla. Vakıflar kanalıyla gerçekleşen faaliyetler holdingleşen firmaların kendilerinin vakıf kurmaları yoluyla ve/ veya diğer vakıflarla işbirlikleri yapmaları yoluyla olabilir. Firmalar yoluyla ise, sponsorluk faaliyetleriyle ya da kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle gerçekleşebilir.

³⁰² Metin And, **Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar**, Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları, 1981, s. 35.

³⁰³ Fischer, s. 15.

³⁰⁴ Lev Nikolayeviç Tolstoy, **Sanat Nedir?**, Kâbil Demirkıran (çev.), İstanbul: Şûle Yayınları, 2000, s. 191.

³⁰⁵ Michael E. Porter ve Mark R. Kramer, “Philanthropy’s New Agenda: Creating Value”, **Harvard Business Review**, Vol.77, No.6, (Kasım-Aralık 1999), s. 122.

1. Vakıflar Kanalıyla Filantropik Faaliyetler

Filantropi, yunancadaki “philos” ve “anthropos” kelimelerinden türetilmiş bir kelime olup, insan sevgisi anlamına gelmektedir. Sözlük anlamı ile filantrop ya da filantropist ise insansever, hayırsever ya da kendisinin değil başkalarının çıkarını düşünen kişiyi ifade etmektedir.

Sözlük anlamından öte, ne ifade ettiğine bakılacak olursa, filantropi, elitlerin yeni sosyal sorumluluğunun başında yer almaya başlayacak, modern ve laik bir yardımseverlik tarzını betimlemek için kullanılmaktadır³⁰⁶. Ayrıca filantropist olma ile varlıklı olma birbirlerinin karşılığıymış gibi kabul edilir, çünkü varlıklı kişi aynı zamanda filantropisttir³⁰⁷ ya da olma ihtiyacını hissetmektedir. Bu nedenle kavramın asıl anlamı insan sevgisi olsa da, filantropistlerin yani bu aracı kullanmaya muktedir olanların elindeki bir denetim aracına dönüşmesi eleştirilerinden kurtulamamıştır. Şeni'nin ifadesine göre, “filantropistler, 1970'lerde halk tabakalarına hükmetmenin, toplumsal kontrolün ve toplum ahlakına yeni normlar direktmenin ve özellikle üretime koşulmanın araçları olmakla itham edilmişlerdir”³⁰⁸.

Filantropi faaliyetlerin gelişiminde, - araştırma özelinde ise kültür ve sanat alanının desteklenmesi faaliyetlerinin gelişiminde- vakıf kurumu, bu faaliyetlerin kurumsallaşmasını sağlayan birimler olduklarından son derece önemli yere sahiptir. Doğal olarak, bu kurumsallığın sağladığı rekabet avantajı da vardır. O halde büyük bir vakıf olmak, kurumsal varlığın büyüklüğünün de alamet- i farikasıdır³⁰⁹. Vakıflar eğitime, kültür ve sanata, bilime, spora, sağlığa ve çevreye vb. olan katkılarıyla filantropist eğilimlerini bu alanlara yönlendirmektedirler.

Firmaların da bu amaçlarla vakıflarla işbirliklerine girdikleri ya da firma sahiplerinin vakıflar kurdukları bilinmektedir. Bu yönelişin nedenine tek bir cevap vermek zor olsa da, eleştirel bir bakışla firmaların sahip olduğu kötü ünü, meşru olduğu bilinen bilim, eğitim, kültür ve sanat, sağlık gibi alanlara yönelerek ya da bu alanlarda faaliyet veren vakıflarla işbirliği yaparak yok etmek sayılabilir. Yani, amaç bu faaliyetlerle firmalara yansıtacak olan bu “aydınlıktan faydalanmak”, dolayısıyla aydınlanmaktır.

Türkiye’de vakıflar kanalıyla yapılan filantropik faaliyetlere geçmeden önce, bunlara emsal teşkil eden ABD’deki öncülerine bakmakta fayda vardır. Burada Ford Vakfı dikkat

³⁰⁶ Şeni, s. 11.

³⁰⁷ Ferdinand Lundberg, *The Rich and Super Rich*, New York: Bantam Book Edition, 1968, s. 465.

³⁰⁸ Şeni, s. 71.

³⁰⁹ Lundberg, s. 519.

çekmektedir. Fordist öncesi dönemde kültürel filantropi, patronların - sanat tutkuları ya da vatandaş olarak görevleri doğrultusunda- bireysel olarak, diledikleri kâr amacı gütmeyen sanat organizasyonlarına sağladıkları hediyeler, bağışlar şeklindeyken, 1950'lerin sonunda bu anlayış değişmiştir. Yani bugün anlaşılan şekliyle sanat bağışı olgusunun Ford Vakfı tarafından 1950'lerin sonlarında keşfedildiği kabul edilir³¹⁰. Sanata destek için vakıflar yoluna başvurma ve bunun kurumsal finansmanı olguları, filantropinin bireysel olarak yürütülen hayır işleriyle tanımlandığı Fordist dönemden evvel nispeten küçüktür. Bu dönüşümle beraber, Ford'un bu girişiminin oldukça iltimaslı bir yatırım aracına dönüşmesinin kendisine sağladığı başarı ve itibardan etkilenen ABD'deki Carnegie, Rockefeller, Mellon gibi diğer vakıflar da benzer eğilimler içine girmişlerdir³¹¹. Öyle ki A. Carnegie, 1962'de yazdığı kitabında servetin artık değerinin insanların iyiliği için nasıl yönetileceğini sunmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda, serveti kullanma yöntemi olarak da filantropiyi önermiştir. Hatta filantropi için de en verimli alanı belirlemiştir³¹²: Üniversiteler; halka açık kütüphaneler; hastaneler, tıp okulları, laboratuvarlar; parklar; konserler, gösteriler, toplantı salonları; halka açık havuzlar ve kiliseler. Kendisi, filantropi faaliyetleriyle kalıcı ve gerçek iyiliklerde bulunmaktaki asıl amacını, rastgele ve/ veya liyakatli olduğu açıkça kanıtlanmamış şeyler için bağış yapma alışkanlığını durdurmak olarak açıklamaktadır³¹³. Amaç önemlidir; bağışın rastgele yapılmaması gereklidir. Ayrıca görüldüğü gibi bağışta da liyakat aranmaktadır. Yani, layık olacağı alenen belirlenmiş şeyler için – ki Carnegie bunun için uygun yedi alan belirlemiştir- bağış yapılması öngörülmektedir. Aslında Carnegie'nin kapitalizmin hükmündeki filantropiyi yönetmek için verdiği önerilerden iki temel ilke çıkmaktadır³¹⁴: Bunlardan birincisi, varlıklı bireylerin servetlerinin artık değerini kamuya yararlı amaçlarla dağıtması gibi etik zorunlulukları olduğudur. İkincisi ise, varlıklı bireylerin hayatları boyunca servetlerinin dağıtımını kendi kendilerine yürütmekle yükümlü olduklarıdır. Yani varlıklı bireylerin miras yoluyla devredemedikleri bu yükümlülükleri, onlara toplum için yararlı şeyler yapmak gibi başka bir yükümlülük de doğurmaktadır.

Aşağıda “verme ediminin halleri” başlığında açıklanacak olmakla beraber, burada şu eklemeyi yapmak faydalı olacaktır: Bu tür armağanların, toplumda filantropist bilinci doğurma amacıyla tasarlanması bir yana, “aynı zamanda, zaten “iyi” olarak tanımlanmış amaçları

³¹⁰ Kreidler, s. 85.

³¹¹ Kreidler, s. 87.

³¹² Andrew Carnegie, **The Gospel of Wealth**, Boston: Harvard University Press, 1962, s. 32-46.

³¹³ Carnegie, s. 31.

³¹⁴ Jonathan Riley, “Philanthropy under Capitalism”, Dwight F. Burlingame (Ed.), **The Responsibilities of Wealth** içinde (66-93), Indiana: Indiana University Press, 1992, s. 69.

yerine getirmek için belirleyici güç olan, [armağanı] verenin parasının otoritesinin ardına yerleşmiş bilince de yöneldikleri”³¹⁵ başka bir gerçekliktir.

Fordist dönemle birlikte, ABD’de, sanatın vakıflar kanalıyla finansmanının sanatçıların artışını ve sanat organizasyonlarının yayılımını teşvik etmenin dışında en önemli etkisi, yüksek sanat ve yüksek kültür üretiminin/ ürünlerinin organizasyonunun “kâr amacı gütmeyen” şekle bürünmesidir³¹⁶. Çünkü aynı zamanda bu kurumlar tür bu ürünlere erişim olanağı olmayan bir kesimi, yüksek kültür ve sanat ürünleriyle tanıştırmak ve bu süreci devam ettirmek gibi eğitsel bir işlevi de yerine getirmekle - adeta bir kamu kurumu gibikendilerini yükümlü görmeye başlamışlardır. Böylelikle, yani filantropist faaliyetleriyle toplum gözünde sosyal bir duruş sergileme fırsatını yakalamayı başaran vakıflar, son elli yıldır ABD’den başlayarak tüm dünyada bu inancın beslenmesini sağlamaktadırlar.

Vakıf kurumu, bu tür faaliyetlerin bir çatı altında toplanması ve bir birimden yönetilmesi bakımından önemli bir oluşuma işaret eder. Günümüzde, filantropik faaliyetlerin tabii ki sadece vakıflar kurumuna bağlanamayacağı açıktır, çünkü bu faaliyetleri, vakıf kurmaksızın yapan ticari kurumlar da mevcuttur. Ancak yine de amaç benzerdir: Yukarıda bahsedilen filantropi kavramının kökenindeki insanseverlik dönüşerek, kurumlara toplum sevgisi duyma, kurumsal vatandaş olma, sosyal sorumluluk hissetme gibi özellikler yüklemiştir. Bu özellikler ise vermek, bağışlamak, destek sağlamak gibi edimlerin *kurumsallaşması* sonucunu doğurmuştur. O halde, toplum gözünde ulvi bir mertebeye erişmiş ve böylece meşruluğunu ilan etmiş bu tür faaliyetlerin kapitalist sistemin gereklerinden bağımsızmış gibi görülüp, yansıtılamayacağı oldukça açıktır. Hatta tam tersine; Ford, Carnegie, Rockefeller gibi ABD’nin ünlü sanayicilerin filantropi anlayışları, kapitalist sistemin tamamlayıcıları; yardımcıları olarak tasarlanmıştır³¹⁷.

a. Armağandan Bağışa : Verme Edimi Halleri

Armağan sözcüğünün anlamına bakıldığında “birini sevindirmek için verilen şey, hediye/ ödül/ bağış” demek olduğu görülüyor. Bağışta ise, “bağışlanan şey, hibe/ kendinin olan bir malı ya da hakkı, yardım olsun diye ya da iyilik etmiş olmak için bir başkasına karşılıksız olarak vermek” karşılıkları bulunuyor*. Aralarındaki farka rağmen, bu farkı

³¹⁵ Barry D. Karl, “Andrew Carnegie and His Gospel of Philanthropy- A Study in The Ethics of Responsibility”, Dwight F. Burlingame (Ed.), *The Responsibilities of Wealth* içinde (32-50), Indiana: Indiana University Press, 1992, s. 43.

³¹⁶ Kreidler, s. 88.

³¹⁷ Karl, s. 42.

*Bkz. Ali Püsküllüoğlu, *Türkçe Sözlük*, 5. Baskı, İstanbul: Doğan Kitap, 2004, s. 212.

karşılaştırmak hiç de kolay değildir*. Ancak ilk etapta şu söylenebilir ki; armağanda karşı tarafı sevindirme amacı varken, bağışta karşı tarafa yardım ya da iyilik etme amacı gözetilmektedir. Burada amaç, armağanla bağış arasındaki ayrımın incelemesini yapmak değildir. Bilakis bunları, “verme” edimi halleri olarak ortaklaştırmaktır; çünkü bu verme edimleri ilkel toplumlardan modern topluma kadar, toplumsal ilişkileri düzenleyen türlü mekanizmalardır. Amaç, verme ediminin söz konusu hallerinden vakıf ya da vakfetme kavramlarına ulaşmaktır. O nedenle, bu kavramları ayırtıran faktörlerden çok, bu kavramların ortaklıklarına dikkat çekilmek istenmektedir.

Aslında bu kavramların kökeninde, ilkel toplumlarda “potlaç” adı verilen bir kutlamayı bulmak mümkündür. Bir Polinezya deyişi olan potlaç, kabile başkanlarının servetlerinin bir göstergesi olarak, çeşitli vesilelerle düzenlenen gösterişli ziyafetler, şölenler ya da ayinlerdir. Potlaç geleneğinin özünde ise, bütün cömertlik sistemlerinde bulunabilecek iki asıl fikir yer alır: İtibar ve şeref. Potlacın yapıma mantığını, edinilen serveti teşhir etmenin kabile başkanına sağladığı tatminin ve gösterilen cömertliğin kendisine sağladığı itibarın dışındaki bir başka unsur da açıklar: biriken aşırı servetin elde tutulabilmesi için, toplum vicdanını rahatsız etmemesi gerekliliği. Bu nedenle, tümünün elden gitmemesi için, rahatsız edici boyutlara ulaştığı hissedilen servetin zaman zaman dağıtılması gerekmektedir³¹⁸. Ayrıca, sosyal tabakanın en üst sınıfında bulunanların, servetlerini ve ihtiyaçlarını bazı durumlarda aşağı sınıflara taşıması, onları itaat altına almanın bir yolu olarak da kabul edilmektedir³¹⁹.

Aslında potlaç, iki farklı sınıfı bir araya getiren bir sözleşme başlangıcıdır. Potlaç başarı ile tamamlanırsa, potlacı veren, potlacı seyredenler (alanlar) karşısında bir süre daha üstünlüğünü garanti altına almış olmaktadır³²⁰. Bunun yanında kendisi ve hatta soyu için ailesinin itibarını tazelemiştir. Bu gelenek, şeref kazanımı için rekabet içinde, yani her ailenin bir öncekinin altında kalmayacak şekilde daha geniş bir potlaç vermesine neden olarak sürmüştür. Buradan anlaşılır ki, her potlaç, görünüşte hukuki - iktisadi bir ilişkiyle kurulsun da, gerçekte tüm sosyal müesseselerin karşılaşmasıdır³²¹. Çünkü hedef, ekonomik olarak üstünlüğü sergilemenin yanında – çünkü potlacı verebilmek için, biriktirmiş olmak gerekir- potlacın sonunda sosyal statü kazanmak ya da varolan statüyü yenilemektir. Ayrıca şu da unutulmamalıdır ki, ekonomik üstünlük sadece alt sınıfa karşı değil, rakiplere karşı da kurulmaya çalışılmaktadır. Rakiplere değerli armağanlar vermek, onlar için maliyetli şölenler

* Bu kavramlar arasındaki ilişkinin oldukça karışık olduğu türkçeye çevrilirken de ortaya çıkmaktadır. Marcel Mauss'un “The Gift” adlı eseri türkçeye “Hibe” adıyla çevrilmiştir ki bu deyiş yukarıda anlamları verilen armağan ve bağış kavramlarını eşanlamlı yapmaktadır. Bu nedenle, bu araştırma çerçevesinde bu ayrıma girmemekte fayda görülmektedir

³¹⁸ Erol Kazak, **Bir Sosyal Siyaset Müessesesi Olarak Vakıf**, Adapazarı: Sakarya Üniversitesi Yayınları, 1994, s. 44.

³¹⁹ Sabri Ülgener, **İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası**, 2. Baskı, İstanbul:Der Yayınevi, 1981, s. 125.

³²⁰ Hilmi Ziya Ülken, “Türkiye Tarihinde Sosyal Kuruluş ve Toprak Rejiminin Gelişmesi”, **Vakıflar Dergisi**, Sayı:10, (1973), s. 8.

³²¹ Ülken, s. 8.

ya da eğlenceler düzenlemek saygınlık açısından rekabeti pekiştiren bir unsurdur. Veblen'in dediği gibi³²²:

“Şöhret ve seçkincilik peşinde olan biri, düzenlediği şöenlere dostlarını ve rakiplerini çağırırdı. Onun en çok etkilemek zorunda olduğu insanlar bu kişilerdi. Bu kişilerin, kendisinin *üstün* durumu konusunda edinecekleri izlenimler herşeyden daha çok önemliydi. Böylece bu zengin kişinin konukları, farkında olmadan, evsahibinin kendisini onlardan daha üstün olduğunu kanıtlama çabasındaki birer araç konumundaydılar. Doğal olarak, bu konuklar da şöen ya da başka eğlenceler düzenlediklerinde kendi harcama *güçlerini* ona göstermiş olacaktı.”

İlkel toplumlardaki verme ilişkisini inceleyen Mauss da bu karmaşık ilişkiyi hem serbest, hem yükümlülük kavramlarını içeren paradoksal durum şeklinde açıklayarak, “...alınan armağanın yükümlülükle, karşılığında verilmesini gerektiren hukuk ve menfaat kaidesi nedir?” sorusuna cevap arar³²³. Çünkü kuramda gönüllük esaslı olarak kabul edilse de, gerçeklikte yükümlülükle verilir ve sonra “karşılığında verilir”. O halde armağanın sadece verilmesi de yeterli değildir; verilenin kabul edilmesi, alınması ve hatta karşılığında geri verilmesi de gerekmektedir. Aslında verilenin karşılığı alındığında, onu alanın yeniden aynı kişiyle ya da başkalarıyla maddi veya simgesel bir değişim ilişkisinde bulunacağını taraflar da bilmektedir. O halde armağan, kişiler arası sosyal ilişkiler sisteminin somutlaştırılmasından başka bir şey değildir³²⁴. Bu somutlaştırılan nesnenin yani armağanın da büyümesi ve gelişmesi gerekmektedir. Armağanın gelişmesi demek, karşılığında verilenin de büyümesi, artması demektir. O halde karşılığında daha fazlasını almak için vermek söz konusudur ki armağan, bu durumda dolaşıma sokulan sermayeden iyi bir faiz alma arzusunun ilk örneği olarak kabul edilebilir³²⁵.

Bunlara bağlı kalarak, bağışçının tamamen özgeci bir tutumla bağış yaptığı, bağış yaparken hiçbir yükümlülük altında olmadığı ve bundan herhangi bir karşılık beklemediği şeklindeki beyanatlarının hiç de gerçekçi olmadığı iddia edilebilir. Çünkü “[...] vermek, kendisini izleyeni yetkilendiren bir edimdir; kurucu bir edimdir ve kurduğu şey, sonradan ortaya çıkacak olan ticari değiş tokuş için gerekli olan **güvendir**³²⁶”. Değiş tokuşu yapılan şeylerle kurulan sosyal ilişkilerin karşılıklı olması durumu önemlidir. Burada malların, hizmetlerin ya da edimlerin bağların hizmetinde olduğu görülmelidir. O halde, değişim ve kullanım değerinin dışında, değiş tokuşu yapılan şeylerin bağlar dünyasında ve bağların

³²² Thorstein Veblen, *The Theory of The Leisure Class*, London: Unwin Books, 1970, s. 65.

³²³ Marcel Mauss, *Hibe: Arkaik Cemiyetlerde Mübadelenin Şekilleri ve Sebepleri*, Sabri Etem (çev.), İstanbul: Ahmet Siat Matbaası, 1934, s. 20.

³²⁴ Jacques Godbout, *Armağan Dünyası*, Dilek Hattatoğlu (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2003, s. 38.

³²⁵ Godbout, s. 192.

³²⁶ Godbout, s. 220.

pekiştirilmesinde taşıdığı değer olan “bağ yaratma değeri”nden söz edilebilir³²⁷. İşte bu bağ yaratma değeri sosyal sermayenin açıklanmaya çalışıldığı bölümle çok alakalıdır; çünkü sosyal sermaye, değeri artan bu bağlarla büyümektedir ve sosyal sermaye büyüdükçe de ilişkiler daha üst bir seviyeden kurulabilme imkanı bulmaktadır.

Kendisinin olan bir şeyi/ hakkı veren kişi, yani bir şekilde bu nesneden ve/ veya haktan fedakarlık yapan kişi, bunu istediği için yapmaz; kendisine ait olan bir şeyden vazgeçer çünkü ondan daha fazla olan bir şeyi/ hakkı elde etme beklentisi içindedir³²⁸. Bu beklenti onu kendinden olan nesneden, maldan ya da hizmetten fedakarlık yapmaya, servetini kendi sınıfından olmayanlarla ya da olanlarla (rakipleri) paylaşarak cömertliğini göstermeye iter ve aynı zamanda bunları yaparken gücünü ve hakimiyetini meşrulaştırmış da olur. Yukarıda da değinilen yaratılan bağ değeri aslında bir nevi sosyal kârdır ve kişiler sosyal kârlarını artırmak için de maddi yatırımlar yaparlar. Kâr zihniyeti geliştikçe, modern birey, armağan değiş tokuşunun kökeninde yatanın aslında özgecilik veya nezaket değil de, meta değiş tokuşunun kökenindeki maddi çıkar olduğunu öğrenmiştir³²⁹. Anlaşılacağı gibi, armağan hiç de bağımsız bir edim değildir, çünkü iki kişiyi birbirlerine bağlarken, yani zamanla bu değiş tokuş ilişkisinin somut karşılığına da dönüşmektedir³³⁰.

İktidarı ellerinde tutanların verme/ bağışlama halleri ya da iktidarı ellerine geçirmek ve korumak isteyenlerin vereceğini/ bağışlayacağını vaat etme halleri siyasetin bir parçası haline gelmiştir. O halde hem içinde bulunulan zaman için bir statü sembolü, hem de gelecek zaman için tahakküm aracı olarak kullanılmaktadır. Yani vermek, sadece bugünün değil geleceğin de kararlarını değiştirme gücüne sahip olmayı da içinde barındırmaktadır. N. Machiavelli, iktidara geçen yeni hükümdar Lorenzo Medici’ye ithafen yazdığı ve 1532 yılında ilk kez yayınlanan *Prens* adlı eserinde şunları ifade etmiştir³³¹:

“Büyük işlere girişmek ve az görülen örnek davranışlar [iyilik örnekleri] sunmak kadar hiçbir şey bir prens için itibar kazandırmaz...[B]ir prens yetenekli, becerikli kişilere karşı, onların dostu olduğunu göstermeli, bu özelliği olanları teşvik etmeli ve her uzmanlık dalının önde gelenlerini onurlandırmalıdır. Bundan başka bir prens ticaret, ister tarım, isterse başka çalışma alanlarında olsun rahatça çalışmaları için vatandaşlarını yüreklendirmelidir ki hiç kimse elinden alınır korkusuyla toprağını işleyip verimleştirmekten çekinmesin, hiç kimse vergi korkusundan yeni girişimlerden kaçınmasın; tersine prens, bu işleri yapmak isteyenlere kentinin ya da devletin şu ya da bu biçimde refahını artırmak isteyenlere ödüller vermelidir.”

³²⁷ Godbout, s. 250.

³²⁸ Helmuth Berking, *Sociology of Giving*, Patrick Camiller (çev.), London: Sage Publications, 1999, s. 72.

³²⁹ Godbout, s. 20-21.

³³⁰ Jean Baudrillard, *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, Oğuz Adanır ve Ali Bilgin (çev.), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2009, s. 58.

³³¹ Niccolo Machiavelli, *Prens*, Harun Mutluay (çev.), İstanbul: Bordo Siyah Klasik Yayınlar, 2005, s. 161-166.

Machiavelli'den alınan bu pasajdan vermenin güven kurucu bir edim olduğu anlaşılmaktadır. Peki güven nasıl kurulmaktadır? İktidarı elinde tutan kişi, iktidarı altında olanları, yaptıkları iş doğrultusunda çeşitli cömertlik örnekleriyle cesaretlendirdikçe, onların bağlılığını ve güvenini kazanacaktır. Bu güven kazanımı da ona iktidarının pekişmesi, gücünün artması şeklinde geri dönecektir; çünkü pasajdan da anlaşıldığı gibi, iktidardaki kişiye bağlılık arttıkça, kişiler yaptıkları işleri daha iyi, daha verimli yapmaya devam edeceklerdir. Böylelikle devletin refahı artacak, ülke ekonomisi büyüyecek ve güçlenecektir. Böylelikle iktidardaki kişi, devletin gücünü artırarak rakip ülkelere karşı da güçlenmiş olacaktır. Bu durum Mauss'un belirttiği gibi, verilen ve karşılığında verilenin giderek büyümesi anlamına gelmektedir. Verilen ve karşılığında verilenin büyümesinden iktidar sahibinin iktidarını güçlendirdiği anlaşılmalıdır, çünkü;

“En değerli karşı-bağış olan “tanınma”yı ancak karşılıksız gibi görüldüğünde elde edebilen bir bağış gibi sunarak, yatırımların ancak birer karşılıksız ödünç biçiminde işletilerek kazanç getirmesi savunulur ve gelecek karşı - bağışı gizleyerek, saf bir yüce gönüllülüğe dönüştüren kazancı gizler”³³².

Güvenin itibar yoluyla iktidar yaratma süreci, sosyal sermayeyle ilişkili bölümde ayrıntılı incelendiği için, bu bölümün konusu itibarıyla bu öze yetinilecektir. O halde şimdi bağışlama, hibe etme, armağan verme ya da destekte bulunma eylemlerinin kurumsallaşmasını sağlayan vakıf kurumunu biraz daha detaylı incelemek gerekmektedir.

b. Vakıf Geleneği ve İşlevleri

Yukarıda verme edimleri olarak ele alınan armağan ve bağışın neden verilmekte olduğuna, neyi sembolize etmekte olduğuna dikkat çekilmeye çalışıldı. Bu verme edimi halleriyle vakfetme arasında da bazı paralellikler bulmak mevcuttur. Çünkü vakıf, hem serveti teşhir etmenin meşrulaşmış bir yolu, hem de böylelikle parasal olarak örgütlenme sağlayan bir mal topluluğu* olduğu gibi, aynı zamanda vakfedene de “hayırsever”, “iyiliksever”, “filantropist” ya da günümüzün terimleriyle “sosyal sorumlu” gibi sıfatlar kazandırmaktadır.

³³² Bourdieu, *Sanatın Kuralları*, s. 237.

* Bkz. Türkiye Üçüncü Sektör II. Ulusal Konferansı, *Türkiye Üçüncü Sektör Ulusal Deklarasyonu*, Ankara, 24 Haziran 1999.

Türk filantropi geleneğinin tarihsel süreçte üç kökenden beslendiğine inanılır³³³. Bunlardan birincisi, Roma - Bizans geleneğidir. İkincisi İslam İlkeleri ve Hukuku ektisindeki Osmanlı'nın geleneğidir. Üçüncüsü ise, Aydınlanma Hareketi sonrasında Batı etkisidir. Burada tersten bir okuma yapılacak, yani tanımdan yola çıkılmayacak; tam tersine vakıf geleneğinden vakfın tanımına ulaşmaya çalışılacaktır. Bugünkü anlamıyla vakıf kurumunun oluşması için, yerleşmiş bir topluluk olması ve söz konusu toplulukta özel mülkiyetin – arazi, ev, menkul eşya vs. – tanınmış olması gerekir. Bu nedenledir ki İslamiyetten önce, göçebe olan Türk topluluklarında bu tür oluşumlara rastlamak pek mümkün değildir³³⁴. Böylelikle, yerleşik hayatla ve tabii ki mülkiyetle doğru orantılı olarak genişleyen vakıf kurumuna bakıldığında, mülkiyet arttıkça, vakfetme ihtiyacının da artacak olduğu çıkarımını yapmak mümkündür.

Osmanlı geleneğindeki “vakfetme” anlayışının baskın özelliğinin, gönüllü vakıf sisteminin yerini devlet tarafından sağlanan hizmetlerin alması olduğu söylenebilir³³⁵. Zekat, müslümanların kendiliklerinden gerçekleştirdikleri bir hayır işi; bir farz iken, zamanla temeli sağlamlaşan vevdevletin zorunlu tutmaya başladığı bir mecburiyet olmaya başlamıştır. Bağış yapanın menfaati kendinde saklı olmak üzere, hayırseverliği yerine getirme aracı olarak görülebilen vakıfların popülerliğinin artmasındaki bir unsur da, zekatın azalan getirisi olarak yorumlanabilir³³⁶. Vakıflar Osmanlı Devleti'nde, önemli boyutta mal varlığına sahip olan ve sosyal, kültürel ve ekonomik işlevleri yerine getiren kuruluşlar olmuşlardır. Bu işlevler önemlidir, çünkü hem varlıklı kesimi siyasi olarak korunmasına hem de hayırsever ünvanı alarak halk gözünde önemli bir mertebeye çıkmasını sağlar. Şöyle ki³³⁷:

“... Vakıf kurumları şehircilik bakımından birinci derecede rol oynamıştır. Fethedilmiş olan şehirlerin yenileştirilmesi ve bir Türk şehri haline getirilmesinde en çok vakıf kurumunun ve vakıf binalarının hizmeti olmuştur. Yeniden kurulan şehirlerde ise bu rol daha da büyüktür. Vakıf, hem kurulan binaların saldırıcı kuvvetlere karşı koruyucusu ve sigortası görevini görmüş, hem de kurucuların millet gözünde “gâsıb” gibi görülmelerine engel olduğu için sayısız servet sahiplerince rağbet kazanmıştır.”

³³³Murat Çizakça, “Osmanlı Dönemi Vakıflarının Tarihsel ve Ekonomik Boyutları”, Rana Zincir ve Filiz Bikmen (Ed.), **Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet** içinde (19-32), İstanbul: TÜSEV Yayınları, 2006, s. 21.

³³⁴ Hüseyin Hatemi, **Önceki ve Bugünkü Türk Hukuku’nda Vakıf Kurma Muamelesi**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1969, s. 12-13.

³³⁵ Çizakça, s. 22.

³³⁶ Amy Singer, **Osmanlı’da Hayırseverlik: Kudüs’te Bir Haseki Sultan İmareti**, Dilek Şendil (çev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2002, s. 31

³³⁷ Hilmi Ziya Ülken, “Vakıf Sistemi ve Türk Şehirciliği”, **Vakıflar Dergisi**, Sayı:9, (1971), s. 32.

Osmanlı vakıflarında üç temel unsur vardı: Bağış, gelir ve amaç. Kamu yararına gönüllü zenginlik transferi olarak nitelendirilebilecek vakfetme ihtiyacı, Osmanlı'da birçok etmenle gerekçelendirilebilir ki bu araştırma kapsamında şirket ya da vakıf yöneticileri ile olan görüşmelerde, benzer ifadelerin halen kullanılmakta olduğu da burada ifade edilmelidir. Şöyle ki, Osmanlı'nın varlıklı kesiminin vakıf kurmasında öncelikle dini bir güdü görülmektedir. Diğer bir etmen, vakıf yoluyla mülkiyet hakları, kişisel servetler korunmuş olmaktaydı. Bunların dışında, vakıf kurma yoluyla sosyal prestij kazanıldığıının farkındaydılar³³⁸. Modern anlamda mülkiyet haklarının yerleşmediği Osmanlı Devleti'nde varlıkların, varlıklarını korumalarının tek yolu mülklerini vakfederek, zorla el koymalara karşı korumalarıdır ki bu yolla aynı zamanda sosyal statülerini yükselterek, toplum gözünde prestijlerini de artırmaktadırlar. Ayrıca devletin vakıflara fırsat maliyeti yaratması ve vergi muafiyetleri tanınması da dönem vakıflarının avantajlarından. Vakıf kurmayı cazip kılan bir diğer etmen de, vakıfların farklı kültürel ortamlarda siyasal ve sosyal hedeflere ulaşmak için meşruiyet sağlamanın ve belli bir yer edinmenin makul bir aracı olarak görülmesidir³³⁹. O halde vakıf kurmak, varlıklı kişi ve sınıfların hem servetlerini sergilemelerinin makul karşılanan bir yolu, hem bu yolla sosyal prestijlerini artırmanın, kamuoyu tarafından onaylanma, takdir edilme ve kabul edilmelerinin bir aracı, hem de bunların yanında, kişilerin bireysel ya da ailelerinin servetlerini bağışlayarak korumalarının ve böylece nüfuzlarını idame ettirmelerinin bir biçimidir.

İşte serveti, mülkiyeti korumanın bir biçimi olarak vakıf kurma amacıyla kavramın tanımına da ulaşılmış olmaktadır. Vakıf, Arapça “durdurma, alıkoyma, hapsetme” anlamındaki vakf sözcüğünün karşılığıdır. Yani burada, bir sosyal fayda yaratmak için kişinin vakfa aktardığı taşınır ya da taşınmaz mallar üzerindeki tasarruf, alış ve satış, menfaat hakkının engellenmesi söz konusudur. O halde, vakıf yardım edilecek kişilere ya da kesimlere destek vermek için “vakfedilmiş” malların kapsamından oluşur.

Tüm bunlardan görüldüğü gibi, vakfetme ile diğer verme edimleri arasında benzerlikler söz konusudur. Varlıkların vakfedilmesi, bağışlanması ya da armağan edilmesi için öncelikle, birikmiş olmaları gerekir. Vakıf kurumu, birikim belli bir büyüklüğe geldiğinde, vakfeden gerek bu birikmiş servetin daha aşağı sınıfı rahatsız etmemesi için; gerekse eşdeğer sınıftaki rakiplerine karşın seçkincilikle servetini teşhir etmek için kurulur. Her durumda da serveti ve iktidarı korumanın ve idame ettirmenin meşru bir yolu olduğu ifade edilebilir. Vakıf ile hibenin farkı ise şöyle çizilmiştir³⁴⁰: Vakfetmek halk için, toplum için yapılırken; hibe belli bir veya birkaç gerçek veya tüzel kişiye yapılır. İkincisi de, vakıf tüzel

³³⁸ Çizakça, s. 24.

³³⁹ Singer, s. 32.

³⁴⁰ Şakir Berki, “Vakfın Mahiyeti”, **Vakıflar Dergisi**, Sayı: 8, (1970), s. 6.

kişiliğe sahip sürekli bir yardım iken; hibe bağımsız, süresiz ve tüzel kişiliğe izin vermeyen bir yardım şeklidir.

(1) Vakıflar Mevzuatı

Türk Vakıflar Mevzuatı oldukça karmaşıktır, çünkü bugüne kadar vakıflar konusunda çok sayıda tüzük, tebliğ, yönetmelik, kanun* çıkarılmıştır. Ayrıca eski vakıflarla yeni vakıfların yakın zamana dek ayrı mevzuatlara tabi olması da karışıklığın ayrı bir nedeni sayılır. Dolayısıyla Cumhuriyet'in kuruluşundan sonra da vakıflar mevzuatının düzenlenmesi pek kolay olmamıştır. Çünkü bahsedildiği gibi iki farklı yapı söz konusudur: Birincisi, Osmanlı'dan devralınan eski vakıflar, ikincisi ise yeni vakıflar. Sonunda çare, iki ayrı yapının iki ayrı mevzuata göre düzenlenmesinde bulunmuştur. Buna göre, Osmanlı'dan devralınan eski vakıflar için yeni vakıflar kanunu oluşturulacak, yeni dönem vakıfları ise, Türk Medeni Kanunu'nda (4 Ekim 1926) "Tesisler" adı altında yeniden düzenlenecektir³⁴¹. Bu gelişmeler doğrultusunda, 1935 yılında 2762 Sayılı Vakıflar Kanunu yasalaşarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun ardından vakıfları çeşitlendirmek de mümkün olmuştur.

Yukarıda değinildiği gibi, Cumhuriyet'ten önce kurulan vakıflar eski, sonra kurulanlar ise yeni vakıflar olarak tanımlanır. Eski vakıflar, Osmanlı Devleti'nden devralınan ve 2762 Sayılı Vakıflar Kanunu'na tabi olan vakıflardır. Bunlar mazbut, mülhak vakıflar ve azınlık vakıflarından oluşur:

- Mazbut Vakıflar: Kurucuları ve mütevellileri ölmüş olup, Vakıflar Genel Müdürlüğü (VGM) tarafından yönetilen vakıflardır. Tüzel kişi sayılırlar
- Mülhak Vakıflar: Kurucularının çocukları ve mütevelliler tarafından yönetilen, fakat VGM tarafından gözetilen ve denetlenen vakıflardır.
- Azınlık (Cemaat) Vakıfları: Azınlıklar tarafından yönetilen ve Mülhak Vakıflar gibi, VGM tarafından gözetilen ve denetlenen vakıflardır.

* 9 Mayıs 2005'te Vakıf Haftası dolayısıyla yapılan Vakıf Varlıklarının Sanatsal Yönü Sempozyumu'nda açılış konuşmasını yapan Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Mehmet Ali Şahin, o tarihe kadar toplam 10 kanun, 27 yönetmelik, 6 tebliğ, 6 tüzükten oluşan bir mevzuattan söz eder. (Bkz. VGM, **Vakıf Varlıklarının Sanatsal Yönü Sempozyumu**, Ankara: VGM, 2005, s. 8.)

³⁴¹ Davut Aydın, "Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi bir Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi", Rana Zincir ve Filiz Bikmen (Ed.), **Türkiye'de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet** içinde (33-58), İstanbul: TÜSEV Yayınları, 2006, s. 37.

Yeni vakıflar ise, 1926 - 1967 yılları arasında Medeni Kanun'da "Tesisler" adıyla kurulan "Cumhuriyet Dönemi" diye anılan vakıflardır. Bunlar ise kamu (Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı, Sosyal Yardımlaşma Vakfı, ve çevre koruma vakıfları gibi) ve özel vakıflardan oluşur (sosyal güvenlik vakıfları, özel kişiler vakıfları gibi)³⁴². 1967 yılında 903 sayılı kanun ile Medeni Kanun'da değişiklikler yapılmış ve bu değişikliklerden sonra vakıf tescilleri hızlanmıştır; çünkü özel kişiler tarafından kurulan özel kişi vakıfları da bu değişiklikle kabul edilmiştir. Yapılan bir araştırmaya göre 1926'dan 2003'e kadar toplamda 4895 vakıf tescil edilmişken; bu sayının 1877 adeti, 1967 ile 1985 arasında tescil edilmiştir. Ancak en büyük artış 1990'lı yıllarda meydana gelmiştir. 1990'lı yıllarda 2309 adet vakıf tescil edilmiştir³⁴³. Yani 1926'dan 2003'e kadar kurulan vakıfların yaklaşık % 51'i son on üç yıl içinde kurulmuştur.

Vakıflar mevzuatında en son dönemeç, 2008 yılında mazbut, mülhak ve yeni vakıflarla, cemaat ve esnaf vakıflarını ve Vakıflar Genel Müdürlüğü'nü kapsamı altına alan bütüncül bir Vakıflar Kanunu'nun ve ardından Vakıflar Yönetmeliği'nin çıkarılmasıdır*.

(2) Vakıflara Yönelik Vergi Muafiyetleri ve İstisnaları

1967 yılında çıkarılan 903 Sayılı Kanuna dayalı olarak "Türk Medeni Kanunu Hükümlerine Göre Kurulan Vakıflar Hakkında Tüzük"ün 37. Maddesinde, bahsi geçen "yeni" vakıflara vergi muafiyeti tanınması koşulları ve çerçevesi belirlenmiştir. Yani, Türk Vergi Kanunlarında muafiyeti düzenlemek için "vergiden muaf vakıflar" ve "kamu yararına çalışan dernekler" statüleri mevcuttur. Diğer yandan, 4692 Sayılı "Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Vakıflara Vergi Muafiyeti Tanınması Hakkında Kanun"un 20. Maddesine göre hükmü ile muafiyet unsurları yeniden tanımlanmıştır³⁴⁴:

"Gelirlerinin en az üçte ikisini nev'i itibarıyla genel, katma ve özel bütçeli idarelerin bütçeleri içinde yer alan bir hizmetin veya hizmetlerin yerine getirilmesi için kurulan vakıflara, Maliye Bakanlığı'nın önerisi üzerine Bakanlar Kurulu'nca vergi muafiyeti tanınabilir. Bunların vergi muafiyetinden yararlanması ve vergi muafiyetlerinin kaybedilmesine ilişkin şartlar, usul ve esaslar Maliye Bakanlığı'nca belirlenir."

³⁴² Davut Aydın ve diğerleri, **Kâr Amacı Gütmeyen Sektör Olarak Vakıflar**, Eskişehir: Eskişehir Ekonomik ve Sosyal Araştırma Merkezi Yayınları, 1999, s. 28-29.

³⁴³ Davut Aydın, *Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi bir Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi*, s. 40.

* 5737 Sayılı Vakıflar Kanunu için bkz. **Resmi Gazete**, Sayı:26800, 27.02.2008 ve Vakıflar Yönetmeliği için **Resmi Gazete**, Sayı: 27010, 27.09.2008.

³⁴⁴ **Resmi Gazete**, Sayı: 25192, 07.08.2003.

Bu hükümle beraber, Kurumlar Vergisi'nin ilgili hükmünün de yeniden düzenlenmesi gerekmiş ve bu çerçevede vakıflara vergi muafiyeti tanınması konusu, 2003'te yürürlüğe koyulan Kurumlar Vergisi Genel Tebliği³⁴⁵ ile belirlenmiştir. Çünkü her ne kadar vakıf ve dernekler tüzel kişilikleri nedeniyle Kurumlar Vergisi mükellefi olmasalar da, iktisadi işletmeleri olan vakıf ve dernekler Kurumlar Vergisi'ne tabidir.

Burada vakıflara vergi muafiyeti tanınmasının tüm koşullarını anmaya gerek yoktur, ancak araştırma çerçevesinde bazı şartları hatırlatmak faydalı olacaktır. Öncelikle muafiyet tanınacak vakıfların faaliyet konusuna ilişkin ayrımlar vardır. Bakanlar Kurulu'nca muafiyet tanınacak vakfın "sağlık, sosyal yardım, eğitim, bilimsel araştırma ve geliştirme, kültür ve çevre koruma ile ağaçlandırma konularında faaliyette bulunmayı amaç edinmiş olması" gerekmektedir. Faaliyet konusu birden fazla olabilir. Ancak burada belki asıl sayılması gereken koşul, vakfın bu faaliyetinin kamuya açık ve devletin kamu hizmeti yükünü azaltıcı etki yapacak düzeyde olmasıdır³⁴⁶. Muafiyet talebindeki vakfın mal varlığı ve gelirine ilişkin bir kıstas da önemlidir. Şöyle ki; vergi muafiyetinde bulunan vakıfların vergi muafiyeti talebinde bulundukları tarihte 505.000 YTL gelir getirici mal varlığına ve en az 49.000 YTL yıllık gelire sahip olmaları ve yıl içinde elde edilen brüt gelirlerin en az üçte ikisinin yukarıda söz edilen faaliyet alanları çerçevesinde kullanılması gerekmektedir*. Kanunda belirtildiği gibi, muafiyet almak için gerekli koşulların geçerliliği sonucunda, vakıflar "Bakanlar Kurulu'nca Vergi Muafiyeti Tanınan Vakıf" statüsünü elde etmektedirler. Türkiye'de halen hizmet gösteren sayıları binlerle ifade edilen vakıf bulunmasına rağmen, vergi muafiyeti tanınmış vakıf sayısı 238'tür**.

Vergi muafiyeti tanınmış vakıfların hangi vergilerden tam ya da kısmen muaf tutulduklarına ve ayrıca bu vakıflara bağış yapan tüzel ya da gerçek kişilere ne gibi avantajlar sunduklarına bakmak gerekmektedir.

- Kurumlar Vergisi Kanunu Düzenlemeleri: Vakıflar, tüzel kişiliğe sahip olmalarına rağmen kurumlar vergisi kapsamına zaten girmemektedirler. Bu nedenle vergiden muaf statüsü kazanan vakıfların, kurumlar vergisinden de muafiyetleri söz konusu

³⁴⁵ Resmi Gazete, "Kurumlar Vergisi Genel Tebliği Seri No: 83", Sayı: 25217, 02.09.2003.

³⁴⁶ Resmi Gazete, sayı: 25192.

* 30.07.2003 tarihli 4692 Sayılı Kanun'da mal varlığı 300.000.000.000 TL ve yıllık gelir 30.000.000.000 TL iken, 2007'de çıkarılan tebliğ ile oranlar değiştirilmiştir. Bkz. Resmi Gazete, "Vakıflara Vergi Muafiyeti Tanınması Konusunda Genel Tebliğ", Seri No.1, Sayı: 26482, 03.04.2007.

** Vehbi Koç Vakfı, Hacı Ömer Sabancı Vakfı, Borusan Asım Kocabıyık Vakfı, Aydın Doğan Vakfı, Nejat Eczacıbaşı Vakfı, Ayhan Şahenk Vakfı ve İKSV vergi muafiyeti olan vakıflar arasındadır. (Bkz. Gelir İdaresi Başkanlığı, "Vergi Muafiyeti Tanınmış Vakıfların Listesi", <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=406>, (3 Haziran 2010).

değildir³⁴⁷. Ancak iktisadi işletmesi bulunan vakıf ve dernekler, kurumlar vergisi mükellefidirler.

Vergi mevzuatında, tüzel kişilerin bu vakıflara olan bağış ve yardımları konusu da önemlidir ve bu konu Yeni Kurumlar Vergisi Kanunu'nda çözümlenmiştir. Kanunun 10. Maddesi (c) bendine göre “kurumlar vergisi matrahının tespitinde; kurumlar vergisi beyannamesi üzerinde ayrıca gösterilmek şartıyla, kurum kazancından indirimler yapılabilir”. Bu maddeye göre³⁴⁸;

“Genel ve özel bütçeli kamu idarelerine, il özel idarelerine, belediyelere ve köylere, Bakanlar Kurulu'nca vergi muafiyeti tanınan vakıflara ve kamu yararına çalışan dernekler ile bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetinde bulunan kurum ve kuruluşlara makbuz karşılığında yapılan bağış ve yardımların toplamının o yıla ait kurum kazancının % 5'ine kadar olan kısmı vergi matrahından düşebilmektedir.”

Bu oran, kalkınmakta olan bölgelerde % 10'a çıkabilmektedir. Bunun yanında, vergi muafiyeti tanınmamış olan dernek ve vakıflara yapılan bağış ve yardımlara istisna yoktur.

Bu araştırmanın konusu kapsamında anlamı daha artacak olan, bu konuyla ilgili diğer bir hüküm ise aynı kanunun ilgili maddesinin (d) bendinde ifade edilmektedir³⁴⁹:

“Genel ve özel bütçeli kamu idareleri, il özel idareleri, belediyeler ve köyler, Bakanlar Kurulu'nca vergi muafiyeti tanınan vakıflar ve kamu yararına çalışan dernekler ile bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetinde bulunan kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan veya Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca desteklenen ya da desteklenmesi uygun görülen;

- Kültür ve sanat faaliyetlerine ilişkin ticarî olmayan ulusal veya uluslararası organizasyonların gerçekleştirilmesine,
- Ülkemizin uygarlık birikiminin kültürü, sanatı, tarihi, edebiyatı, mimarîsi ve somut olmayan kültürel mirası ile ilgili veya ülke tanıtımına yönelik kitap, katalog, broşür, film, kaset, CD ve DVD gibi manyetik, elektronik ve bilişim teknolojisi yoluyla üretilenler de dahil olmak üzere görsel, işitsel veya basılı

³⁴⁷ Metin Konca, **Sivil Toplum Kuruluşları için Muhasebe, Finansman ve Vergi Uygulamalarına Giriş**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006, s. 81.

³⁴⁸ **Resmi Gazete**, “Yeni Kurumlar Vergisi Kanunu”, Sayı: 26205, 21.06.2005.

³⁴⁹ “Yeni Kurumlar Vergisi Kanunu”, Madde: 10.

materyallerin hazırlanması, bunlarla ilgili derleme ve araştırmaların yayınlanması, yurt içinde ve yurt dışında dağıtımı ve tanıtımının sağlanmasına,

- Yazma ve nadir eserlerin korunması ve elektronik ortama aktarılması ile bu eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığı koleksiyonuna kazandırılmasına,
- 21/7/1983 tarihli ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki taşınmaz kültür varlıklarının bakımı, onarımı, yaşatılması, rölöve, restorasyon, restitüsyon projeleri yapılması ve nakil işlerine,
- Kurtarma kazıları, bilimsel kazı çalışmaları ve yüzey araştırmalarına,
- Yurtdışındaki taşınmaz Türk kültür varlıklarının yerinde korunması veya ülkemize ait kültür varlıklarının Türkiye'ye getirilmesi çalışmalarına,
- Kültür envanterinin oluşturulması çalışmalarına,
- Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki taşınır kültür varlıkları ile güzel sanatlar, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki ürün ve eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığı koleksiyonuna kazandırılması ve güvenliklerinin sağlanmasına,
- Somut olmayan kültürel miras, güzel sanatlar, sinema, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki üretim ve faaliyetler ile bu alanlarda araştırma, eğitim veya uygulama merkezleri, atölye, stüdyo ve film platosu kurulması, bakım ve onarımı, her türlü araç ve teçhizatının tedariki ile film yapımına,
- Kütüphane, müze, sanat galerisi ve kültür merkezi ile sinema, tiyatro, opera, bale ve konser gibi kültür ve sanat faaliyetlerinin sergilendiği tesislerin yapımı, onarımı veya modernizasyon çalışmalarına ilişkin harcamalar ile makbuz karşılığı yapılan bağış ve yardımların % 100'ü vergi matrahından indirilebilmektedir. (Bakanlar Kurulu, bölgeler ve faaliyet türleri itibarıyla bu oranı, yarısına kadar indirmeye veya kanuni seviyesine kadar getirmeye yetkilidir)".

Bu uygulamalar dışında, 2004 yılında 5035 sayılı kanun çıkarılarak, vakıflarla ilgili bazı değişiklikler yapılması gündeme gelmiştir. Bu değişikliklerin kapsamında, kurumlar vergisi muafiyetine ilişkin eklemeleri de konu alan bir madde vardır. O da şudur³⁵⁰.

³⁵⁰ Resmi Gazete, "5035 Sayılı Kanunla Vakıflarla İlgili Değişiklikler", Sayı: 25334, 02.01.2004.

“Vakıflar Genel Müdürlüğünün idaresinde ve denetiminde bulunan mazbut vakıflar ile belediyeler dahil diğer kamu kurum ve kuruluşları adına kayıtlı olan, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu nezdinde eski eser tescilli abide eserlerin; bakımı, onarımı, restore edilmesi ve yaşatılması amacıyla abide eserin kayıtlı olduğu kurum ve kuruluşlara yapılan bağış ve yardımların tamamı kurum kazancının tespitinde gider kaydedilir.”

- Gelir Vergisi Kanunu Düzenlemeleri: Benzer şekilde ifade edileceği gibi, vakıflar ve dernekler tüzel kişiliğe sahip olduklarından, yani gerçek kişiliğe sahip olmadıklarından Gelir Vergisi mükellefi değillerdir. Gelir Vergisi Kanunu’nun 89. Maddesinde, gerçek kişilerin bağışları ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Buna göre yukarıda, Kurumlar Vergisi Kanunu’nda ilgili maddede belirtilen bağış ve yardımların vergi matrahından düşülmesi Gelir Vergisi Kanunu’nda da aynen gerekçelendirilmiştir³⁵¹. Yani;

“Genel bütçeye dahil dairelere, katma bütçeli idarelere, il özel idareleri ve belediyelere, köylere ve kamu menfaatine yararlı derneklere, Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınan vakıflara ve bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde bulunan kurum ve kuruluşlara, müzelere, sinema, tiyatro, opera, bale, klasik müzik, klasik Türk müziği ve plastik sanatlar alanındaki üretim ve etkinlikler ile bu alanlarda kurulacak özel araştırma, eğitim ve uygulama merkezlerine, Kültür Bakanlığı’nca da desteklenen veya desteklenmesi uygun görülen uluslararası sanatsal organizasyonlara özel ve tüzel kişiler tarafından makbuz karşılığında yapılan bağış ve yardımlar vergi matrahından düşülür. (Bir takvim yılı içinde yapılan bağış ve yardımların toplamı o yıla ait beyan edilecek gelirin % 5’ ini, kalkınmada öncelikli yöreler için % 10’unu aşarsa fazlası indirilmez).”

Görüldüğü gibi, vergi muafiyeti tanınmış olan vakıflara, gerçek kişilerin söz konusu amaçlar doğrultusunda yapılan bağış ve yardımları vergi matrahının bağış oranı kadar düşmesini sağlamaktadır. Böylelikle, gelir vergisi düzenlemelerinde Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteklenmesini uygun bulduğu, yukarıda Kurumlar Vergisi düzenlemelerinde değinilen on maddelik faaliyet alanına ilişkin yapılacak bağış, yardım ya da desteklerin % 100’ünün matrahtan düşülmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca, yine yukarıda değinilen 5035 Sayılı Kanun, gelir vergisi muafiyetine ilişkin kimi eklemeleri de konu almıştır. Şöyle ki³⁵²:

“VGM’nin idaresinde ve denetiminde bulunan mazbut vakıflar ile belediyeler dahil diğer kamu kurum ve kuruluşları adına kayıtlı olan, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu nezdinde eski eser tescilli abide eserlerin; bakımı, onarımı, restore edilmesi ve yaşatılması amacıyla abide eserin kayıtlı olduğu kurum ve kuruluşlara yapılan bağış ve yardımların tamamı yıllık beyanname ile bildirilen gelirden indirilir.”

³⁵¹ “193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu”, Madde: 89.

³⁵² **Resmi Gazete**, Sayı: 25334, 02.01.2004.

- *Diğer Vergi Kanunları Düzenlemeleri*: *Katma Değer Vergisi* (KDV), tanımı icabıyla üretim ve tüketim süreci içinde, üretimin en başından itibaren, yaratılan ve eklenen her değer vergilendirmesidir. O halde bu üretim ve tüketim konu olan safhaların muhatapları olan kişi ya da kurumlar, malların üretiminden ya da tüketimden dolayı olmak üzere KDV'yi ödemekle yükümlüdürler. Konu, vakıf ve derneklere gelince, yine yukarıda ifade edilene benzer bir sürecin geçerli olduğu görülecektir. Çünkü vakıflar ve dernekler, hukuki yapıları nedeniyle, - aslında KDV'ye tabi olan- ticari, sınai ve zirai faaliyetleri, iktisadi işletmeleri aracılığıyla yapabildiklerinden, doğal olarak mükellefiyet de söz konusu iktisadi işletmelere ait olacaktır. Ancak, araştırmanın konusu dahilinde bazı istisnalar ilgili kanunun 17. Maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre³⁵³, vergi muafiyeti tanınmış olan vakıfların “tiyatro, konser salonu, kütüphane, sergi, okuma ve konferans salonları ile spor tesisleri işletmek veya yönetmek suretiyle ifa ettikleri kültür ve eğitim faaliyetlerine ilişkin teslim ve hizmetler” katma değer vergisinden istisna tutulmuştur.

Bunun dışında, vergi muafiyeti tanınmış vakıf ve kamu yararı olan dernekler için 7338 Sayılı *Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu*'nun 4. Maddesine göre, bu vakıf ve derneklere kuruluşları için veya kurulduktan sonra tahsis olunan malların intikalinde veraset ve intikal vergisi istisnası³⁵⁴,

492 Sayılı *Harçlar Kanunu*'nun 59. Maddesine göre, bu vakıflar tarafından iktisap edilecek gayrimenkullerin ve sair aynı hakların tescilleri ve şerhi gerektiren işlemleri ile bunlara ait tesislerin ve bu tesislerin sonradan iktisap edecekleri gayrimenkullerin ve sair aynı hakların tescilleri ve şerhi gerektiren işlemleri ve bunların terkinlerinde harç istisnası³⁵⁵,

1319 Sayılı *Emlak Vergisi Kanunu*'nun 4. Maddesine göre, resmi senedinde yazılı amaçlara tahsis edilmek şartıyla vakfa ait binalar için emlak vergisi muafiyeti³⁵⁶ söz konusudur.

Vakıflar mevzuatı incelenirken vergi muafiyet ve indirimleriyle vakıflara yapılan bağış ve yardımların da gelirden düşürülmesi gibi istisnai durumlar dikkat çekilmiştir. Bu araştırmanın vakıfları incelemek gibi bir amacı olmamakla beraber, kültür ve sanat alanındaki

³⁵³ **Resmi Gazete**, “3065 No’lu Katma Değer Vergisi Kanunu”, Sayı:18563, 02.11.1984.

³⁵⁴ **Resmi Gazete**, “7338 No’lu Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu”, Sayı:10231, 15.06.1959.

³⁵⁵ **Resmi Gazete**, “492 No’lu Harçlar Vergisi Kanunu, Sayı:11756, 17.07.1964.

³⁵⁶ **Resmi Gazete**, “1319 No’lu Emlak Vergisi Kanunu, Sayı:13576, 11.08.1970.

yeni girişimcilere bakıldığında, holdinglerin bu tür faaliyetlerini vakıfları kanalıyla da yaptıkları görülmektedir. Bu nedenle vakıflara sağlanan ayrıcalıklar, konunun bir anlamda tamamlayıcısı olarak nitelendirilmektedir. Bu ayrıcalıklara özellikle dikkat çekilmesinin nedeni de budur.

Özetlenecek olursa, vergi muafiyeti almak için öncelikle vakfın kamu yararı gütmesi veya kamu görevini azaltıcı nitelikte faaliyetlerde bulunması gereklidir. Bu niteliğe uygun olarak hangi amaçların gerçekleştirilebileceği kanunda belirtilmiştir. Yani ilk aşama, vakıfların kamu görevini azaltmaya yardımcı olacak, vergi kanunlarında belirtilen amaçlarla varlıklarını sürdürdüklerini kanıtlamalarıdır. Kültür ve sanat alanına giren birçok faaliyet de, yukarıdaki maddelerde belirtildiği gibi, bu amaçlara dahildir. Diğer önemli bir gösterge, muafiyet almak için belli bir sermaye ve yıllık gelir göstermektir. Dolayısıyla büyük vakıfların öncelikli bir yeri olacağı gibi bir sonuca ulaşılmaktadır. Bunların ve diğer şartların tamamlanması halinde sağlanacak muafiyetin ardından, muafiyet almış vakıfların – vakıflara yapılan bağışlar anlamında- ayrıca teşvik edilmesi de önemli bir unsurdur; çünkü vergi muafiyeti tanınmış vakıflara belirtilen amaçlarla yapılan bağışların tamamı, bağışı yapan kişi ve kurumların gelirlerinden düşürülebilmektedir. Vergi muafiyeti tanınmamış vakıflara yönelik böyle bir uygulama yoktur.

O halde sermaye miktarı açısından bakıldığında vergi muafiyeti sağlamanın nispeten daha büyük vakıflara has bir ayrıcalık olduğu ifade edilebilir. Araştırmalara konu olan vakıf sayısı binlerle ifade edilse de*, muafiyet sağlamış vakıf sayısının 233 olması, bu durumun bir göstergesi olarak kabul edilmelidir. Muafiyet tanınmış vakıflara yapılan bağışların karşılığının gelirden düşürülüyor olması önemli bir konudur; çünkü bu unsur, vakıf kurumunun sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Yani hem belli hizmetlere uygun faaliyetler gösteren büyük vakıflara bazı ayrıcalıklar tanınırken, hem de söz konusu vakıf kurumunun varlığını sürdürmesi için gerekli gelir kaynaklarına da benzer ayrıcalıklar sağlanmaktadır. Nitekim bağış eğilimlerinin incelendiği araştırmada, bağış yapanların % 72,6'sı bağışların vergiden muaf tutuluyor olmasının bağış yapmak için gerekli olumlu ortamı yaratmada önemli olduğunu ifade etmektedirler³⁵⁷.

Bununla beraber, vergi muafiyeti sağlanmış vakıflarla yürütülen diğer bir araştırmada vakıfların 2000 - 2002 yıllarındaki gelir kaynaklarına bakılmış ve vakıfların ana gelir kaynağının bağışlar değil; faiz, repo, temettü, döviz gelirlerinden oluşan finansman

* Bkz. Ali Çarkoğlu, “Türkiye’de Bireysel Bağışlar ve Vakıf Uygulamalarında Eğilimler”, Rana Zincir ve Filiz Bikmen (Ed.), **Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet** içinde (82-160), İstanbul: TÜSEV Yayınları, 2006, s. 159.

³⁵⁷ Çarkoğlu, s. 96.

gelirleri olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmaya göre³⁵⁸, finansman gelirleri ortalaması % 58, bağış ile yardım gelirleri ortalaması % 22 civarlarındadır. Kira ve işletme gelirlerinin yer aldığı diğer faaliyet gelirlerinin ortalaması ise yaklaşık % 20'dir. Burada araştırmanın yapıldığı yıllar göz önüne alınarak bir sonuca varılmalıdır. Çünkü bağış gelirlerinin vakıf gelirleri içinde finansman gelirlerine göre nispeten daha az ağırlığının olması, yukarıda maddeler halinde belirtilmiş vakıflar mevzuatının ve buna ilişkin vergi muafiyetleri kapsamının son yıllarda geliştirilmiş ve genişletilmiş olmasıyla son derece yakından ilişkilidir. Takip edilecek olursa, özellikle 2004 - 2005 yıllarından itibaren, vakıflara yapılan bağışların vergi gelirlerinden düşürülmesi yönünde sağlanan kolaylık ve avantajlar sözü edilen araştırmanın sonuçlarıyla çelişmez, ancak bu gelişmelerden sonra bu oranların değişmiş olabileceği üzerine vurgu yapar. Ayrıca araştırmanın sonuçlarına söz konusu üç yılda aktif büyüklükler ve özkaynak büyüklükleri açısından bakıldığında, özel vakıflar ve kamu vakıfları arasındaki durum, özel vakıflar lehine değişme gösterdiği fark edilecektir³⁵⁹. Bir başka önemli sonuç ise aktifler, özkaynaklar ve gelirler açısından büyük vakıflarla küçük vakıflar arasındaki farkın çok ciddi oranda açılmakta olduğudur*.

Bu bilgilere değinmekteki kasıt, bu konuda son beş yılda çıkarılmış olan yeni kanunların ve yenilenen mevzuatın bu farkın daha da çarpıcı hale gelmesine neden olacağına işaret etmektir. Çünkü mevzuatla ilgili bölümde ayrıntılı bir biçimde ifade edildiği gibi, vergi muafiyetinin önemli bir koşulunun da vakfın gelirleriyle ve sermayesiyle ilgili olanıdır. Görülmektedir ki, sermayesi ve yıllık gelirleri giderek daha da gelişen büyük vakıflar, gerek muafiyet, gerekse diğer ayrıcalık ve avantajlara, küçük vakıflara göre daha kolay erişebilmektedirler. Bu unsur da, büyük ve küçük vakıflar arasındaki farkın, giderek daha da yerleşmesine ve belki de pek kapatılamayacak boyutlara erişmesine neden olacaktır.

2. Firmalar Kanalıyla Filantropi Faaliyetleri

Vakıfların gelişiminde ifade edildiği gibi, Türkiye'deki 1926'dan sonra kurulan vakıfların yarısından fazlası 1990'dan sonra tescil edilmiştir. Yani 1990'larda vakıflaşmada hızlanan bir eğilim görülmektedir. 1960'larda ABD'de hızlanan bu vakıflaşma hareketi yaklaşık otuz yıl sonra Türkiye'ye de yansımıştır. Özel sektörün filantropik faaliyetlerini belli bir çatı altında toplaması, böylelikle bu desteklerin daha büyük meblağlar oluşturmaları ve böylelikle yukarıda sözü edilen teşvikleri ve muafiyetleri almaya hak kazanması giderek daha

³⁵⁸ Aydın, *Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi bir Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi*, s. 43.

³⁵⁹ Aydın, *Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi bir Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi*, s. 52.

* İncelenen 135 vakıf (103 özel vakıf, 32 kamu vakfı) içinden 15 vakıf, toplam aktiflerin % 84'üne, toplam gelirlerin % 80'ine ve özkaynakların % 84'üne sahiptir. Bkz. Aydın, *Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi bir Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi*, s. 45-46.

da çok işlerlik sağlamaktadır. Kültür ve sanat alanına dair yapılan destek, yardım ve yatırımlar da filantropik faaliyetlere dahil edilmektedir. O halde vakıflar, özellikle 1990'dan sonra kültür ve sanat alanına olan desteklerin bir araya getirildiği ve bir elden yürütüldüğü birimler olarak kabul edilebilir.

Filantropi faaliyetlerinin ya da bir başka deyişle hayırseverlik faaliyetlerinin toplanmaya ve yine bir elden yürütülmeye başlandığı diğer bir birim ise özel firmalardır. Sanatın ve sanatçının korunması ve desteklenmesi olgusunun Rönesans'a kadar uzandığı bilinmektedir. Zamanında soyluların, bankerlerin, tüccarların yaptığı bireysel hamiliğin yerini 20. Yy.'da kurumlar almıştır. Daha da doğru ifade etmek gerekirse özel kurumlar, günümüzde kurumsal iletişim departmanları altında organize edilen kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle filantropi faaliyetlerini yürütmektedirler. Kurumlarca yürütülen filantropist faaliyetlere ayrıntılı olarak geçmeden önce, bu faaliyetlerin ve bu yolla gösterilen "iyi niyet"nin Machiavelli'nin *Prens*'inde ifade ettiklerinden farklı yorumlanmadığını belirtmek gerekir. Machiavelli bu iyi niyet gösterimleriyle iktidarın pekiştirileceğine dikkat çeker. Bunun bilincinde olan firmalar da kurumsal hedefleri doğrultusunda rakiplerine karşı rakabet güçlerini artırmak için iyi niyet göstermekten kaçınmazlar. Tüm bu iyi niyetli davranışların arkasında bireylerin ya da kurumların kaybetmekten en çok sakındıkları edinimleri – iktidar, sermaye, prestij v.s.- olduğu unutulmamalıdır. O halde bu faaliyetlere hem bu edinimleri kaybetmemeyi sağlayacak, hem de böylelikle içinde bulunulan sistemin de işlemlerini pekiştirecek, statükocu, güçlü ve meşru araçlar olarak bakılmalıdır.

Burada dünyada bu hareketin nasıl başladığı önem kazanmaktadır. Bilindiği gibi, 1980'lerle özellikle ABD'de Reagan yönetimi ve taraftarları kültür alanına hızla özel kurumların dahil edilmesi sürecini beslemiştir ki bu durum *kültüre kurumsal kontrol* olarak da nitelendirilebilmektedir. Bu olgunun bir sonucu olarak müzeler, sergi planlarının organizasyonlarında Phillip Morris, Exxon, Chase Manhattan Bank* gibi büyük şirketlerin yönetim kurulları için çekici görünmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Çünkü açıktır ki, dolaylı da olsa kurum kimliğine olumlu olarak yansımayaacağı düşünülen sanat gösterilerine ya da sergilere destek olmak kurum tarafından kabul edilmeyecektir³⁶⁰. O halde kurum kimliği ve çıkarıyla uyumlu faaliyetlere firmalar uzun zamandır katkı sağlamaktadırlar.

Karşılıklı bir çıkar ilişkisi, özel girişimi bu son derece prestijli alana girmesi yönünde çekmiştir. Sanat kurumlarının gösterilerin, sanatçıların, sergilerin desteklenmesi için özel kurumlara olan ihtiyacı artarken, özel kurumlar da özellikle 70'lerle zedelenen kurum kimliklerini onarmak için sanat, eğitim, spor ve daha sonra çevre ve sağlık gibi alanlarda

* Bankanın bugünkü adı JP Morgan Chase'tir.

³⁶⁰ Douglas Crimp, "Editorial", *October*, Vol. 30, (Güz 1984), s. 5-6.

kamuoyunun ilgisini çekmeye çalışmışlardır. Bu yolla bir yandan müzeler kurulabilmekte, ulusal ve hatta uluslararası sergiler düzenlenebilmekte, sanatçılar desteklenmekte ve uluslararası sanat alanında kendilerini gösterme fırsatı bulabilmekte, diğer yandan ise kurumlar bu yolla prestij kazanıp, kârlarını artırırken reklam, pazarlama, tanıtım, halkla ilişkiler maliyetlerini düşürebilme imkanına sahip olabilmektedirler.

ABD’de kurumların sanatı finanse etmeye başlamaları vakıfların filantropik faaliyetlerini takiben başlamıştır. Ancak burada daha önemli olan ve bütüncül olarak bakılması gereken; süreçtir. Süreç özel kurumları, tıpkı kamu kurumları gibi sosyal güdülerle davranmaya itmektedir. Firmalar, sanatı finanse etme konusunda kurumlar vakıflarla aynı seviyeye ulaşamamışlar ve konuyu ekseriyetle pazarlama gündemleri dahilinde ele almışlardır. Ancak yine de sanatın kurumsal finansmanının 1980’lerin başından itibaren sanata katkısı giderek artan bir kaynak olduğu kabul edilmektedir³⁶¹.

Örneğin, Chase Manhattan Bank’ın [JP Morgan Chase] “sanat danışmanı”nın ifadesine göre, bankanın bir şubesinin sanat koleksiyonunun sergilenmesine ayrılması ve sanatsever müşterilerine özel açılışlar düzenlemeye başlamasıyla banka, bankalar sıralamasında 185’ten 15’e yükselmiştir. Bu anlamda bankanın diğer şirketlere de ilham verdiğine dikkat çekilerek, bir başka örnek ise, The Equitable Trust Company adlı büyük bir emlak şirketinden verilmektedir. Şirket yöneticisinin beyanata, “sanatın bir *emlak* yatırımı” olduğu ve potansiyel alıcıları çekmek ve ellerinde tutmak için sanata yatırım yaptıkları” yönündedir³⁶².

Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ne ifade ettiğine ve neden kurumlar için önem kazandığına bakmakta fayda vardır; çünkü bu kavram da sosyal sermaye kavramı ile ilişkilidir.

a. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramının temeli, iş dünyasıyla toplumun münferit birimler olmaktansa, birbirlerine katılmış büyüklükler olduğuna ve bu nedenle toplumun işletmelerden bazı beklentileri olacağı fikrine dayanmaktadır. Bu beklentiler, genel olarak tüm işletmeler için, ekonomik birimler olarak sahip oldukları rollerden kaynaklanan beklentiler (kuruma ait), özellikle bazı firmalar için, yer aldıkları sektör ve yaptıkları işten kaynaklanan beklentiler (örgütsel) ve firma içindeki yöneticiler için, temsil ettikleri etik

³⁶¹ Kreidler, s. 88.

³⁶² Grace Glueck, “What Big Business Sees in Fine Art?”, *New York Times*, 26 Mayıs 1985, s. 1.

değerlerden kaynaklanan beklentiler (bireysel) olarak gruplandırılabilir³⁶³. Ayrıca, özellikle kimya ve enerji gibi “damgalanmış” sanayilerde faaliyet gösteren firmalar açısından, kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri, sosyal bilinç yaratma konusundaki önlemleri kamuoyunun eleştirilerini biraz olsun yumuşatması umulan teminat biçimleri olarak da kabul edilebilir³⁶⁴.

Bilindiği gibi, ekonomik sistem üç sektörden oluşmaktadır. Birincisi, kâr güdümlü özel sektördür. İkincisi ihtiyaçların ve hizmetlerin devlet tarafından düzenlendiği, kamu sektörüdür. Üçüncü sektör ise, kâr amacı gütmeyen, sosyal amaçlarla kurulan ve gönüllülük esasına dayanan sivil toplum kuruluşlarından oluşmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, özel sektörde yer alan bir firmanın sosyal firma gibi davranmasını içinde barındıran bir kavramdır. Yani birinci ve üçüncü sektörlerin bazı unsurlarda birleşmesini içerir. Ancak, firma aslında bir özel sektör kuruluşu iken (kâr güdümlü) sosyal amaçlarla faaliyetler gerçekleştiriyor olması (kâr amacı gütmeyen) nasıl yorumlanmalıdır? Eleştirel bir yorumla, aslında bu yöntemlerin yanı sıra etkisiyle firmanın tüm üretim faaliyetlerini meşrulaştırmasına yardımcı olan sosyal girişimler olarak ifade edilecektir. Toplumsal ilişkiler alanı, başkaları için sorumluluk ve dayanışma hissinin taşındığı, beklenti ve yükümlülüklerle bölünmüş, normatif yapılar olduğu için³⁶⁵, sorumluluk ve dayanışma amacı güden faaliyetlerin karşılığında “en azından” güven ilişkisi kurulmasının beklendiği faaliyetler olarak yorumlanmalıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve bu kavramla ilgili yazın, ABD’de doğmuştur. Kavramın hangi maksatla ve neden ABD’de doğmuş olduğuna ilişkin birçok görüş olması bir yana, genel kanı odur ki II. Dünya Savaşı’ndan sonra Amerikan sanayisinin hızla gelişmesi 1960’larla sosyo-ekonomik, temel hak ve özgürlükler, bölüşüm ve daha birçok alanda sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ekonominin istikrarını kaybettiği bu dönemde başlayan yoğun protestolar karşısında iş dünyası bir takım düzenlemeler yaparak, gösterilen bu tepkileri hafifletmek amacına girişmiştir. İşte bu dönemlerde ortaya atılan kurumların da tıpkı vatandaşlar gibi sorumlulukları olabileceğine dair görüşler “kurumsal sosyal sorumluluk” adı altında literatüre girmiştir. Kavramın bu dönemlerde parlayarak ortaya çıkmasının ardından, 1970’ler kavramın kapsamının genişlediği bir dönem olmuştur. 1980’lerdeki duraklamanın ardından ise 1990’lar ve 2000’ler kurumsal sosyal sorumluluk kavramının uluslararası anlaşmalarla daha da görünür kılındığı dönemlere denk gelmektedir. Özetle, ayrıntılı biçimde açıklamadan önce firmaların kurumsal sosyal sorumluluk programlarının genel anlamda üç kategoride incelenebileceği bilgisi verilebilir. Bu kategoriler; iyi vatandaş

³⁶³ Donna J. Wood, “Corporate Social Performance Revisited”, *The Academy of Management Review*, Vol. 16, No. 4, (October 1991), s. 695.

³⁶⁴ Michael E. Porter ve Mark R. Kramer “Strategy&Society, The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”, *Harvard Business Review*, Vol. 80, No. 1, (December 2006), s. 82.

³⁶⁵ Aynur Özügür, “Sosyal Sermaye: Kamunun Trajedisi ya da Emeğin Sömürgeleştirilmesinde Yeni Bir Eşik”, *Akdeniz IIBF Dergisi*, Vol. 12, (2006), s. 191.

olma arzusuyla sosyal kalkınma, refah ve eğitim amaçlı kuruluşların desteklenmesini içeren *kamusal yükümlülükler*; firmanın çalışanları, müşterileri ve yöneticileri tarafından onaylanan projeleri desteklemesini içeren *saygınlık oluşturma* ve diğer firmalar arasında rekabet avantajını geliştirmeye odaklı hayrüseverlik faaliyetlerini içeren *stratejik bağış* kategorileridir³⁶⁶.

(1) Kurumların Sosyal Sorumlulukları Var Mıdır?

Kurumların sosyal sorumlulukları olup olmadığı konusu birçok sosyal bilimci tarafından ele alınmıştır ancak bu görüşler arasında bir uzlaşma olduğu söylenemez. Kurumsal sosyal sorumluluk yazınına ilişkin en dikkat çekici görüşlerden biri, M. Friedman tarafından 1970’te ifade edilmiştir. O da şudur³⁶⁷:

“İşletmelerin tek sosyal sorumluluğu; oyunun kurallarına sadık kalarak - yani sahtekârlığa ya da hileye başvurmadan açık ve serbest rekabet kuralları içinde yer alarak- kaynaklarını kârlarını artıracak faaliyetlere yönlendirmek ve bu şekilde kullanmaktır.”

Bu düşünceler, yalnızca kurumsal sosyal sorumluluk kavramının bu denli popülerleştiği ve hatta uluslararası kurumlar tarafından anlaşmalarla meşrulaştırıldığı günümüz koşullarında değil, o günlerde de bazı kişi ve kesimler için haksız bir görüş olarak görülerek, itirazlara neden olmuştur. Ancak, kurumların sosyal sorumluluklarının da adeta bir rekabet unsuru olduğu bugünün koşullarında bu itirazlar çok daha fazla önem kazanmaktadır. Kurum yöneticileri, Friedman’ın söz konusu görüşünü bugün için geçerli görmemekte; eksik bulmaktadırlar. Yapılan görüşmelerde de görülmüştür ki, Türk işadamları da Friedman’ın görüşüne katılmamaktadırlar. Öyle ki, Türkiye’deki bir holdingin ikinci nesil başkanı, holdingin kurucusu babası tarafından söz konusu görüşlerin asla kabul edilebilir görüşler olarak görülmediğini ifade etmiştir*.

Oysa, Friedman’ın görüşlerinin ilerici ve gerçekçi yanları olduğu kabul edilebilir. Friedman görüşlerini “iş”lerin değil, kişilerin sorumlulukları olduğu savına dayandırmaktadır. Bu savını şöyle savunur: Kurumun yöneticisinin öncelikli sorumluluğu, o işin sahibine karşıdır ve bu da kârlılığı artırmaktır. Yani yönetici, iş sahibinin çıkarına uygun olmayan bir şekilde

³⁶⁶ Michael E. Porter ve Mark R. Kramer, “Kurumsal Sorumluluğun Sağladığı Rekabet Avantajı”, Murat Çetinbakış (çev.), **Şirketlerin Toplumsal Sorumluluğu (Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler)** içinde (35-70), İstanbul: MESS Yayınları, 2005, s. 61-62.

³⁶⁷ Milton Friedman, “The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits”, **The New York Times Magazine**, 13.09.1970, s. 405.

* Bkz. Ek 1, Bülent Eczacıbaşı – Eczacıbaşı Holding Başkanı- “Eczacıbaşı’nın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme, İstanbul: 31 Mart 2010. Kendisi Friedman’ın sözlerini etkileyici bulmakla beraber, babasının “bu görüş ABD gibi bir ülke için belki geçerli olabilir; ama biz öyle değiliz.” şeklindeki düşüncelerine dile getirerek, Türkiye’nin ABD gibi bir gelişmişliğe sahip olmadığı için sanayinin öncü kişilerinin bu konuda görevleri olduğu tezine sahip çıkmaktadır.

davranamayacaktır. Çünkü o yönetici, o görevde aynı zamanda çalışanları, paydaşları temsilen vardır. Yani bir şekilde başkalarının çıkarlarını temsil etmek için o göreve getirilmiştir. Yöneticinin temsilcisi olduğu paydaşları için tek sorumluluğu onlar için mümkün olduğunca çok kazanmaktır. O halde başkalarının çıkarlarını temsil eden bir yöneticinin, kurum adına sosyal sorumluluklar gerçekleştirmesi gerçekçi olamaz. Gerçekçi olmayacağı gibi, Friedman bu davranışların etik de olmadığını düşünmektedir. Yani yöneticiler, paydaşları için daha çok kâr elde etme zorunluluğundan uzaklaşmak pahasına sosyal hedeflere odaklanırken aslında etik olandan da uzaklaşmaktadırlar.

Kurumların değil de, kişilerin sosyal sorumlulukları olduğu görüşü içinde bulunulan kapitalist ekonomik sistemle çok yakından ilişkilidir. Çünkü Friedman'a göre, sosyal sorumluluk kuramı, alternatif kullanımlara yönelik kıt kaynakların tahsisini belirlemek için – piyasa mekanizmalarının değil de- politik mekanizmalarının uygun olduğu sosyalist bakışı kabulünü içerir³⁶⁸ ki bunun büyük bir ikilem olduğu açıktır. Zaten Friedman da bu ikilemi vurgulamak için bu yorumu yapmıştır. Bu ikilemin büyüklüğü, sistemi “kapitalist sosyalizm” ya da “sosyalist kapitalizm” şeklinde tanımlamaya kadar itmiştir³⁶⁹. Bunu bir adım daha ileri götürerek, firmaların sosyal sorumlulukları olduğu görüşünü makul karşılamının tek yolunun firmaların sosyal değerlerini paydaşlarının servetlerini maksimize etme araçları olarak kabul etmelerinde yattığı ifade edilebilir³⁷⁰.

Friedman'ın görüşleri bir yandan eleştirilse de, bir yandan da haklı tarafları bulunmuştur ki kurumsal filantropinin politik modeli, “iyi şirketleri” sorumluluklarını bilerek davranan vatandaşlar gibi ele alıp, böylece kurumlara bireysel özellikler vererek orta bir yol bulmuştur. İşletmelerin neden kurumsal filantropiye ihtiyaç duyduğunu açıklayan dört farklı boyuttan biri olan politik modelde, “kurumlar filantropiye firmanın - sorumlu bir vatandaş gibi davranması anlamında- iyi bir şirket olduğu imajını yansıtarak ekonomik güçlerini korumak için dahil olmakta” oldukları ifade edilmektedir³⁷¹.

(a) Klasik Sosyal Sorumluluk - Modern Sosyal Sorumluluk

Anlaşıldığı gibi, özel sektörün de sosyal sorumluluklarının olduğunu ifade eden birçok görüş de mevcuttur. Bu konuda bir görüş birliği olmadığı açıktır. Firmaların bireyler gibi sorumluluklarının olamayacağını ve kâr amacı güttükleri için sosyal amaçları ön plana alamayacakları şeklinde özetlenebilecek kurumsal sosyal sorumluluk karşıtı görüş, “klasik sosyal sorumluluk anlayışı” diye tanımlanan anlayışın özelliğidir. Özel kuruluşların da

³⁶⁸ Friedman, s. 406.

³⁶⁹ Lundberg, s. 518.

³⁷⁰ Joel Bakan, *Şirket – Kâr ve Güç Peşindeki Patolojik Kurum*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2007, s. 50.

³⁷¹ John O'Hagan ve Denice Harvey, “Why Do Companies Sponsor Arts Events? Some Evidence and a Proposed Classification”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 24, No. 3, (Ağustos 2000), s. 206-207.

kamuoyunu beklentilerini yerine getirmek için kaynaklarını sosyal sorunlara yönlendirip, sorumlu bir vatandaş gibi davranabileceklerini savunan kurumsal sosyal sorumluluk yandaşı görüş ise “modern sosyal sorumluluk anlayışı”nın görüşlerinin özetidir. Bu görüşlerin gerekçeleri tablo 9’da sınıflandırılmıştır.

Klasik sosyal sorumluluk anlayışı, firmaların kendi öz faaliyet amaçları dışında başka yükümlülükleri olmadığını savunan anlayıştır. Zaten verimli çalışarak, kârını artıran bir firma aynı zamanda sosyal sorumluluğunu da gerçekleştirmektedir. Bu nedenle ayrıca sosyal amaçlar edinerek projeler geliştirmesi gereksizdir. Hatta bunları yaptıkça asıl iş yaratan projelerde azalmalar ve tüketiciye yansıyan fiyatlarda artışlar olacaktır³⁷². Bunlar sosyal yatırım maliyetleridir. Anlaşıldığı gibi sosyal sorumluluğun klasik yaklaşımı, Friedman’ın bu konudaki savından temellenmiştir. Tablo 8’den takip edileceği gibi, firmaların sosyal değil ekonomik birimler olduğu fikrinden yola çıkarak, firmanın sosyal amaçlarla bir takım faaliyetler yürütmesinin kendi örgütsel faaliyetlerin azalmasına neden olacağına ve bunun firma yapısı için adaletsiz olduğuna işaret edilmektedir. Ayrıca sosyal amaçlar güden firmanın uluslararası düzeyde rekabetçi olamayacağı vurgulanır. Ancak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin 2000’lerin başından beri uluslararası anlaşmalarla yerleştirilmeye çalışılmasından beri, bu faaliyetlerin uluslararası düzey de kurumsal itibar kazanmak için birer rekabet unsuru olmaya başladığı açıktır*.

Sosyal sorumluluğa karşıt olan yaklaşımın başka gerekçeleri de vardır. Bu gerekçelerin bazıları kurum adına bu faaliyetleri yürüten “vekil” üzerinedir. Örneğin iş konusunda ehil olan bir yöneticinin, sosyal becerilerden yoksun bir kişi olma olasılığı da vardır. Sosyal meselelerde uzman bir yönetici olmaması, bu faaliyetlerin başarısız olma olasılığını yükseltir; çünkü hesap verebilir konumda olmadıkları alanlarda, onlara sorumluluk vermek rasyonel olmayacaktır³⁷³.

Klasik sosyal sorumluluk anlayışının tersine, firmaların farklı sosyal amaçlar doğrultusunda yüklenebilecekleri, örgütsel amaçlarının ötesinde gerçekleştirebilecekleri görevler de olabileceğini savunan, kurumsal sosyal sorumluluk yandaşı görüş ise “modern sosyal sorumluluk anlayışı” olarak formüle edilmiştir. Bu yaklaşımın temel gerekçesi, tablo 9’dan görüldüğü gibi, firmaların kâr maksimizasyonu ilkesi çerçevesinde neden oldukları zararın telafi edilebileceği düşüncesinin kabulüdür. Yani, geçmişte ve içinde bulunulan zamanda firmalar neden oldukları bu zararlardan dolayı tepkileri azaltmak ve kamuoyunda

³⁷² Adnan Çelik, “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, Coşkun Can Aktan (Ed.), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk** içinde (61-84), İstanbul: İGİAD Yayınları, 2007, s. 76.

* Bkz. UN, The Global Compact, 2004, <http://www.un.org/Depts/ptd/global.htm>, (28 Temmuz 2010), s. 1.

³⁷³ Keith Davis, “The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities”, Archie B. Carroll (Ed.), **Managing Corporate Social Responsibility**, (35-45), Toronto: Little, Brown and Company, 1977, s. 41-43.

“iyi” bir imaja sahip olmak için ekonomik girişimlerin yanında sosyal amaçlı girişimler de yürütebilirler. Kamuoyuna yansıyan imaj ayrıca firmanın uzun dönemdeki kârlılığıyla ilişkilidir. Sahip olunan olumlu imaj, daha çok müşteri, daha iyi elemanlar ve diğer kârları da beraberinde getirecektir. Bu faktör de dolayısıyla firmanın uzun dönemde devamlılığını sağlayacaktır. Toplum ihtiyaçlarına duyarlı faaliyetler yapmak, firmaların uzun dönemde ekonomik menfaatinedir. Çünkü firma toplum yararına girişimler yaptıkça, içinde olduğu toplum da iyileşecektir. Yani daha iyi bir toplumun, firma için, daha iyi bir çevre yaratacağı savunulmaktadır³⁷⁴.

Aslında sosyal sorumluluğun yandaşı olan modern görüşün gerekçeleri, tam da verme ediminin gerekçelerinin açıklandığı bölümle uyum içindedir. Karşılıksız ya da kâr amacı gütmeyerek yapıldığı ifade edilen birçok edim, menfaatini içinde barındırmaktadır. Zaten bu görüş de bunu kabul etmektedir. Aksi halde, bu yolla sorunların kâra dönüşebileceği kabul edilmezdi³⁷⁵. Firmalar sosyal sorumluluk faaliyetleri yürüterek, halihazırda mevcut kaynaklarını, - kendilerine karşı belirmesi muhtemel ancak henüz belirmemiş- sosyal sorunları engellemek için bir çeşit tedbir olarak kullanmayı yararlı bulmaktadırlar. Böylelikle bu sorunlar için sonra sosyal, hukuki ve ekonomik bedeller ödemekten kurtulmaktadırlar. Ayrıca bir unsur daha vardır ki, o da bu yola başvurarak, hükümetlerin devreye sokacağı regülasyonlar için ödemeleri gereken maliyetlerden kaçınma fırsatını ellerinde tutmalarıdır.

³⁷⁴ Davis, s. 36.

³⁷⁵ Davis, s. 40.

Tablo 9: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Karşıtı ve Yandaş Görüşlerin Gerekçeleri

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Karşıtı Görüşün Gerekçeleri	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yandaş Görüşün Gerekçeleri
- Firma sosyal değil, ekonomik bir oluşumdur. - Bir ekonomik birim olarak, kâr ile üretim hedeflerini göz önüne almalıdır. - Sosyal hedeflere erişme maliyetini firma organizasyonuna tahsis etmek adaletsizdir. - Sosyal hedeflere odaklanmış firmanın, uluslararası düzeyde rekabetçi olması beklenemez. - Sosyal sorumluluk faaliyetlerine girişmiş firmaların öz faaliyetleri eksilir. - Sosyal hedeflere uygun şekilde davranmak adına, yöneticiler sosyal becerilerinden; kuruluşlar da ahlaki ehliyetlerinden mahrum kalırlar. - Sosyal hedeflere ulaşırken firmaların sorumlu kabul edilebilmeleri için çok az mali mesuliyetleri vardır. - Genel bir norm olarak kurumsal sosyal sorumluluğun kabulü, kurumsal iktidarın çok yoğunlaşması halinde meydana gelirdi.	- Firmalar kâr arayışlarında çok yıkıma ve acıya sebep oldular; geçmiş zararlarını düzeltmeliler. - Firmalar arasında, iktidarın ve servetin yoğunlaşması kaynaklarını akıllıca; sosyal çıkarlar doğrultusunda kullanmalarını gerektirmektedir. - Firmaların performansları hakkında kamuoyunun beklentilerini karşılamaya ve doğru bir imaj edinmeye ihtiyaçları vardır. - Sosyal olarak sorumlu etkinlikler ilave regülasyonları geri çevirmenin iyi bir yoludur. - İyi vatandaşlık iyi bir iş de olabilir. - Kurumsal sosyal sorumluluk uzun dönemde sosyal olduğu kadar ekonomik faydalar da meydana getirir. - Sosyal maliyetleri doğmadan engellemek, onlar için sonra bedel ödemekten daha iyidir. - Hükümet sosyal ihtiyaçları karşılamayı denedi ve bunda başarılı olamadı; firmalar sosyal sorunları çözmeye teşebbüs etmelidir.

Kaynak: Donna J. Wood, **Business and Society**, Pittsburg: Harper Collins Publishers, 1990, s. 119.

Sosyal sorumluluğun bu modern versiyonu, “sosyo - ekonomik anlayış” olarak da nitelendirilir ve firmaları da sosyo-ekonomik kuruluşlar ele alır. Dolayısıyla sosyo-ekonomik firma olmanın yukarda sayılanlardan öte başka avantajları da vardır³⁷⁶:

- İyi bir sosyal çevre oluşturularak firmanın kamuoyunca benimsenmesi sağlanabilir. Yönetim, üretim ve pazarlama gibi işlevlerde toplumsal yapı ile uyum göstermek, olumlu bir imaja dönüşebilir. (Ortaklıklar için kârlılık→ yeni yatırım olanakları⇒ toplum için ise yeni iş olanakları demektir.)

³⁷⁶ Çelik, s. 77-78

- Maliyet gibi görünen kimi düzenlemelerin, kâr olarak geri dönmesi söz konusu olabilir.
- Toplumsal sorunların tartışılıp çözümlenmesinde görev alarak, toplumun önemli bir parçası haline gelinebilir.

Yukarıda sayılan ilk maddenin sosyal sermaye ile çok yakından ilişkili olduğu açıktır. Bunlar dışında firma imajına katkıda bulunmaktan, tanıtım maliyetlerini düşürmeye; çalışanların firmaya aidiyetini artırmaktan, bu yolla verimliliği artırmaya kadar daha birçok avantajı vardır. Tabii kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kötü kullanılması da tüm bu sayılan faktörlerin olumsuzluza dönmesi demektir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun, firmaya ve paydaşlara sağlayacağı faydalar Aktan ve Börü tarafından tablo haline getirilmiştir. Sosyal sermaye açısından ilişkili olduğu düşünüldüğünden tabloyu incelemek gereklidir. İşletmeye sağlayacağı faydalara bakıldığında, uygulanan bu faaliyetler kurumsal imaja ve kurumsal itibara katkı yaparak sembolik değer yarattığı gibi, potansiyel ilişkilerin gelişmesine yardımcı olarak ekonomik değer yaratmaktadır. Bunu hem yeni pazarlara girme kolaylığı sağlayarak, hem işbirliklerini geliştirerek, hem finansman kolaylıklarına erişme imkanı tanıyarak, hem verimliliği artırarak gerçekleştirmektedir. Ayrıca kurum içi ve kurum dışı paydaşlara sağlanan faydalar da – hükümetle iyi ilişkiler gibi- firmaya yine ekonomik menfaat yaratan unsurlardandır. Hatırlandığı gibi, sosyal sermaye kuramında vurgu, güven esaslı sosyal ağların ekonomik değeri olduğu yönündedir. Buna göre, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin hissedarlarla, müşterilerle, çalışanlarla ve hükümetle iyi ilişkiler kurmaya yönelik olduğu sonucundan, sosyal sermayeyi artıran faaliyetler olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 10: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Saylayacağı Faydalar

İşletmeye Sağlayacağı Faydalar	Paydaşlara Sağlayacağı Faydalar	
	Kurum İçi Paydaşlara	Kurum Dışı Paydaşlara
Hisse senetlerinde değer artışı Marka değeri oluşturma Etkin risk yönetimi İtibar sağlama Hassas yatırımcılara ve finansman kaynaklarına ulaşım Kurumsal imajın artması [iyileşmesi] Kârlılıkta artış Toplumsal saygınlık Nitelikli çalışanı cezbetme ve elde tutma Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık Müşteri sadakati Faaliyetlerde etkinlik Yeni pazarlara girme kolaylığı Verimlilik ve kalite artışı Rekabet avantajı İşbirliklerinin gelişimi	Yöneticilere -Onur ve gurur duyma -Motivasyon artışı - sağlayacak insan kaynakları (İK) politikaları -Etik konularda farkındalık -Etik eğilimlerde çalışana daha çok güven duyma -Trendlere uygun hareket etme -Çalışanların işletme amaçlarını benimsemesi ve içselleştirmesi -Yaratıcı düşünce ve uygulamaların ortaya çıkışı	Müşterilere -Dürüst fiyat ve kaliteli ürün -Satın alma sürecinde bilgi temini -Taleplerin tanımlanması ve yerine getirilmesi -Müşteri şikayetlerini dikkate alınması ve çözülmesi -Örgütlü hareket edebilme
	Hissedarlara -Bütün firma faaliyetlerini artması -Sosyal sorumluluk projelerine kolay fon temini -İşletme değerlerindeki artış -Sermaye temininde kolaylık - İşletmeyle ilgili bilgilerin açıkça paylaşımı -Sosyal performan ölçütü oluşturma	Rakiplere -Bilgilendirme ve kıyaslama örneği -Adil rekabet, dürüst reklam -Tedarikçilere fiyatlandırma ve ödeme koşullarında dürüstlük -Faaliyetlerine destek olacak tedarikçilere finansal destek
	Çalışanlara -Güvenli çalışma ortamı -Etkin İK politikaları -Daha iyi çalışma koşulları -İşgücü ilişkilerinde daha az anlaşmazlık -İstihdam maliyetlerinde azalma -Firma içi iletişimin ve verimliliğin artması -Fırsat eşitliği ve erişim hakları -İşçi standartlarında iyileşme	Topluma -İnsan haklarının geliştirilmesi -Eğitim, sağlık ve kültür alanlarına yatırım -Kadın, çocuk işgücünün sömürülmesine engel olma -Sürdürülebilirliğe katkı
		Hükümete -Yasalara bağlılık, yolsuzlukla mücadele -Kamusal alanlara yatırım, ekonomik ve sosyal sorunlara destek - İstihdam oluşturma
		Çevreye -Çevre kirliliğinin azaltılması -Kültürel mirasın korunması -Bitki örtüsünün, hayvan soyunun korunması -Daha temiz üretim süreçleri, enerji tasarrufu, geri dönüşüm -Eko-verimlilik -Çevresel teknoloji kullanımı

Kaynak: Coşkun Can Aktan ve Deniz Börü, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, Coşkun Can Aktan (Ed.), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk** içinde (11-36), İstanbul: İGİAD Yayınları, 2007, s. 30.

(b) Kurumsal Sosyal Sorumluluktan Kurumsal Vatandaşlığa

1990'larla beraber "kurumsal vatandaş" kavramının oluşturulmasını da yine Friedman'ın "işletmelerin kişiler gibi sorumlulukları yoktur; işletmelerin tek sorumluluğu kârlılığını artırmaktır" şeklinde özetlenebilecek görüşlerine karşılık olarak oluşturulduğu iddia edilebilir. *Kurumsal vatandaş* statüsü, "kurumsal olarak sosyal sorumlu" statüsünden farklı bir şey vaat etmemekle beraber, Friedman'ın dikkat çektiği noktaya isabet etmektedir. "Artık şirketler ilerlemek istiyorlarsa, vatandaşlıkla kurumsallıkları arasındaki bağlantıyı dünyadaki ünlü şirketlerin yaptığı gibi çeşitli kampanyalarla kurmalıdırlar"³⁷⁷ düşüncesi kuruma, kişisel nitelikler yükleyerek, içinde yaşadığı toplum, vatan için aidiyet hissetme halini meşrulaştırmaya çalışmaktadır. Kurumsal vatandaş, kurumsal sosyal sorumlu gibi sıfatları almaya hak kazanan kurumlar, "kâr amacı gütmeyen" vakıflar statüsü gibi, sosyal alanlarda faaliyet göstererek, sanki tüm ekonomik birimlerin amacı olan kâr maksimizasyonu ilkesinden taviz veriyorlarmış gibi görünmeyi tercih etmektedirler. Peki bir kurumun bunu tercih etmesinin nedeni ne olabilir? Bu sorunun cevabında yine "güven" yatmaktadır; çünkü, kâr amacı gütmeyen faaliyetlerde bulunan firmanın müşterileri, çalışanları ya da paydaşları korunduklarını hissetmektedirler ve dolayısıyla da girişimci, piyasada rekabet avantajına sahip olmaktadır³⁷⁸.

Ancak burada asıl dikkat çekici taraf, vatandaşlık kavramının tarihi ile ilgilidir. Çünkü, vatandaşlık kavramının oldukça uzun bir tarihinin olduğunun ve her ulusun kendine özgü vatandaşlık yasasının bulunduğu bilinmesine rağmen, kurumsal vatandaşlık gibi bir kavram üzerinde uluslararası düzeyde anlaşma ve uyum sağlanmıştır. Bu ittifakın diğer vatandaşlık haklarında değil de, söz konusu kurumlar olduğunda sağlanıyor olduğunu görmek çelişkili gibi dursa da, aslında modern işletme kuramlarının sisteme ayak uydurmasının gereğinden başka bir şey değildir.

Kurumsal vatandaşlığa dört cepheden bakılabilir: Ekonomik, hukuki, etik ve ihtiyari (filantropist) cephelerden³⁷⁹. Bunlar kurumsal sosyal sorumluluk piramiti gibi ele alınırsa, tabanda ekonomik sorumluluklar, onun üzerinde ise hukuki sorumluluklar gelir. Ardından etik sorumluluklar yer alır ve nihayet en üstte ihtiyari sorumluluk türü olan filantropist

³⁷⁷ Bradley K. Googins, Philip H. Mirvis ve Steven A. Rochlin, **Beyond Good Company - Next Generation Corporate Citizenship**, New York: Palgrave Macmillan, 2007, s. 75.

³⁷⁸ Edward L. Glaeser ve Andrei Shleifer, "Not-for-Profit Entrepreneurs", **Journal of Public Economics**, Vol. 81, 2001, s. 100.

³⁷⁹ Archie B. Carroll, "The Four Faces of Corporate Citizenship", **Business and Society Review**, Vol.100/101, (1998), s. 1.

sorumluluklar vardır³⁸⁰. Ekonomik cepheden kurumsal vatandaşlık, kurumun kendi büyüklüğünü ve ekonomik sorumluluklarını dikkate alarak kârlılığını sürdürmesi anlamına gelmektedir. Aynı zamanda rekabetçi konumunu koruyarak, verimliliği artırmanın yolunu aramalıdır. Bu sayılanların hepsinin sürdürülebilir olması en önemli unsurdur. Hukuken kurumsal vatandaşlık, hukuki sorumluluklarını yerine getirerek yasalara uymayı gerektirir. Hükümetin ve yasaların beklentilerine uygun faaliyetlerde bulunarak, en azından minimum düzeyde hukuki zorunlulukları yerine getirmek şarttır³⁸¹. Ekonomik ve hukuki sorumlulukları gerçekleştirmek artık kâfi değildir, bunun yanında kurumun etik anlamda da sorumlulukları vardır. İyi bir kurumsal vatandaş olmak, yöneticilerin iş etiği kurallarının – yasalaşmamış olsalar da- bilmelerini ve uygulamalarını gerektirmektedir. Aslında iş etiği konusu yeni değildir. İş etiği ile kurumsal sosyal politika konuları 1960'lardan beri pazarlama eğitimine içkin olmaya başlamışlardı. Ancak akademik yazında açık bir kimliğe sahip olmaları 1980'lerle sağlanmıştır. İş etiği alanı 1990'lardan sonra da globalleşmeyle, dini geleneklerle, dönüştürücü teknolojilerle ve yeni yönetim anlayışıyla şekillenmiştir³⁸².

Bunların dışında kurumsal vatandaşlığın dördüncü cephesi, isteğe bağlı olan cephedir. Diğer üç cepheden farklı olarak, keyfiyet söz konusudur. Filantropi faaliyetleri burada ele alınmaktadır. Bir filantropist olarak, kurumun “geri vermeyi” de bilmesi gerektiği anlaşılmalıdır. Burada Mauss'un her verme ediminin karşılığında geri verme edimini de kuran bir ilişki başlattığı şeklindeki önermesi tekrar hatırlamaya değerdir. Bu araştırma, konusu itibarıyla filantropist açıdan bakılan kurumsal vatandaşlık kapsamında değerlendirilmelidir. Filantropist olarak kurumların sorumlulukları, toplumun hayırseverlik beklentilerine karşılık vermek, güzel sanatları ve sahne sanatlarını desteklemek, kurum çalışanlarının bu destekleme faaliyetlerinde gönüllü olarak yer almasını sağlamak, özel ve devlet eğitim kurumlarına destek vermek ve toplumun “hayat kalitesi”ni yükseltecek projelerin artışıyla gönüllü olarak görev almak şeklinde sayılabilir³⁸³. Çalışanların gönüllülük esasına dayalı katılımının, yapılan görüşmelerin çoğunda özellikle vurgulanmış olduğu konusu dikkat çekicidir*.

Tablo 11'de ise kurumsal vatandaşlığın aşamaları gösterilmektedir. Beş aşamada tamamlanacak kurumsal vatandaşlık sürecinin liderlikten, sorun yönetimine, paydaşlarla ilişkilerden şeffaflığa birçok alanda nasıl geliştiği incelenmiştir. Görüldüğü gibi kurumun,

³⁸⁰ Archie B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders”, **Business Horizons**, Vol.34, No.4, (July-August 1991), s. 42.

³⁸¹ Archie B. Carroll, *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders*, s. 41-42.

³⁸² Edwin M. Epstein, “The Field of Business Ethics in the United States: Past, Present and Future”, **Journal of General Management**, Vol. 28, No. 2, (Winter 2002), s. 6-12.

³⁸³ Archie B. Carroll, *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders*, s. 41.

* Bkz. Ek 1 Kurumlarla Olan Görüşmeler.

filantropist faaliyetlerde bulunması, kurumsal vatandaşlığın henüz ikinci aşamasında yani sürece henüz dahil olduğunu göstermektedir. Aşamalar ilerledikçe, vatandaşlık kavramının kapsamı değişmektedir. Kurumsal vatandaşlığa yeterince entegre olunduğunun göstergesi, vatandaşlık kavramının artık sürdürülebilirlik ya da “Üçlü Bilanço Modeli”ne bağlılıkla ilişkisinin de algılanmasıdır. Üçlü Bilanço Modeli, adından anlaşıldığı gibi, kurumlara sürdürülebilir toplum hedefi üçlü bir yöntem önermektedir; çünkü sürdürülebilir bir toplum sadece *ekonomik* sürdürülebilirliğin değil, aynı zamanda *sosyal* ve *çevresel* sürdürülebilirliğin de sağlanmasıyla mümkün olabilir. Dolayısıyla kurumlar da sürdürülebilirlik adına, kârlarını olduğu kadar insanları, dünyayı düşünmek zorundadırlar. Bu nedenle de insanlar için sosyal sorumlu, dünya için çevresel olarak güvenilir ve kârları için de ekonomik olarak tutarlı olmak durumundadırlar³⁸⁴. Ancak bu üçlü devre tamamlandığında, sürdürülebilirlik sağlanacaktır. Buradan çıkan sonuca göre, sosyal sorumluluk, sürdürülebilirliğin sağlanması için sadece bir aşamadır.

Tablo 11: Kurumsal Vatandaşlığın Aşamaları

	1. Aşama Başlangıç	2. Aşama Dahil olma	3. Aşama Yenilikçilik	4. Aşama Entegre olma	5. Aşama Dönüştürücülük
Vatandaşlık Kavramı	Meslekler, kârlar, vargiler	Filantropi Çevre koruma	Paydaş yönetimi	Sürdürülebilirlik Ya da “3’lü Bilanço Modeli	Oyunu değiştirme
Stratejik Amaç	Yasal uyum	Çalışma Lisansı	İş konusu	Değer önermesi	Piyasa yaratımı ya da sosyal değişim
Liderlik	Sözde bağlılık, habersizlik	Taraftar, Haberdar	Vekalet Hakim	Şampiyon, Başta	Öngörülü, Takımın önünde
Yapı	Marjinal: personel güdümü	Funksiyonel mülkiyet	Görevler arası koordinasyon	Organizasyonel ayarlama	Ana görüş, iş güdümü
Sorun Yönetimi	Savunucu	Reaktif, Politikalar	Duyarlı, Programlar	Proaktif, Sistemler	Tanımlayıcı
Paydaşlarla İletişim	Tek taraflı	İnteraktif	Karşılıklı etki	Ortaklık, Anlaşma	Multi-organizasyon
Şeffaflık	Yan koruma	Halkla ilişkiler	Halka raporla bildirim	Güvence	Halka eksiksiz Beyanat

Kaynak: Googins, Mirvis ve Rochlin s. 78.

³⁸⁴ Adrian Henriques, “CSR, Sustainability and Triple Bottom Line”, Adrian Henriques ve Julie Richardson (Ed.), **The Triple Bottom Line: Does it All Add Up? - Assessing The Sustainability of Business and CSR** (26-33), Londra: Earthscan Publications, 2004, s. 27-30.

Liderin yenilikçilik aşamasındaki vekalet prensibi dikkat çekmektedir. Vekalet prensibi yine Friedman'ın "kuruluşların daha fazla kâr etmekten başka bir sorumluluğu yoktur" şeklindeki görüşüne karşı oluşturulmuş bir kavram olarak düşünülebilir. Çünkü bu görüş, üst düzey yöneticinin, kurum adına çalışan ancak içinde yaşadığı toplumun da çıkarlarını düşünen kişi yani bir vekil olduğu fikrini yansıtır³⁸⁵. Bu görüş, özel kurumlar da dahil tüm işletmelerin insanlık ve çevre için de faydalı faaliyetlerde bulunmaları gerektiğini savunur. Çünkü ancak, yukarıda bahsedilen üçlü bilanço modelini oluşturan üç unsur tamamlandığında sürdürülebilirlik sağlanacaktır. Eğer bu şekilde davranmazlarsa, firmalar kamuoyu tarafından ekonomik olarak bütünüyle verimli ya da sosyal olarak bütünüyle sorumlu bir firma gibi kabul edilmeyecektir³⁸⁶. Vekalet prensibi, işletme adına bu üç unsuru da düşünecek ve onların da çıkarına hizmet edecek yöneticiye yüklenen bir görevdir. Bu görüşe göre, böyle davranan yöneticiler de kamuoyunun güvenine sahip olmaktadır. Çünkü sadece paydaşlarına değil topluma karşı, toplum kaynaklarını iyi kullanmaktan sorumludurlar ve bu yolla firma liderleri ve yöneticileri toplum adına hareket eden birer vekile dönüşmektedirler³⁸⁷.

Farkedildiği gibi, kurumlara farklı yöntemlerle bireysel özellikler eklenerek, Friedman'ın söz konusu görüşündeki asıl itiraz ettiği nokta, sürekli düzeltilmeye çalışılmaktadır. Bunlar, kurumların da sorumluluk sahibi olabilmesi fikrinin meşrulaştırılmasına ve kamuoyu tarafından da benimsenmesine yönelik çabalar şeklinde yorumlanabilir.

(c) Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Filantropi

Bu kavramlar, oldukça ilişkili kavramlar olduğu için aralarındaki ayrımı yapmak kolay değildir. Bunun nedenlerinden biri, amaçların birbirlerine yaklaştırılmış olmasının yarattığı ikilemdir. Özel kuruluşların ekonomik olduğu kadar sosyal amaçlara da önem verme kaygısıyla hayır işlerine girişmiş olmaları, ekonomik anlamda beklentileri olmadığı anlamına gelmemektedir. Ancak durum *hayırseverlikle* (filantropi) ilgili olduğu için, işin ekonomik boyutunun ifade edilme alışkanlığı yoktur. Konu hayırseverlikle ilişkilendirilince, sözü edilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, firmaların tamamen örgütsel stratejilerinin bir

³⁸⁵ William C. Frederick, James E. Post ve Keith Davis, **Business and Society- Corporate Strategy, Public Policy, Ethics**, 7. Baskı, New York: Mc Graw-Hill, Inc., 1991, s. 35.

³⁸⁶ Frederick, Post ve Davis, s. 35.

³⁸⁷ Figen Dalyan, "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", Coşkun Can Aktan (Ed.), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk** içinde (45-60), İstanbul: İGİAD Yayınları, 2007, s. 47.

parçasını oluşturduğu gerçeğinin gözden kaçmasına izin verilmektedir. Bu nedenle de “iyi ve ahlaklı bir vatandaş” gibi tanımlanmanın çeşitli sorumluluklarını yerine getirmek için çaba gösteren firma, tüm bu faaliyetler için ayrıca bir açıklama yapma gereği duymamaktadır. Gerekliliğin dışında, bağışın herhangi bir karşılık beklenmeden yapıldığına inanıldığı için paylaşılmasının uygun olamayacağı düşüncesi de söz konusudur ki bu unsur, ekonomik boyutun gözardı edilmesine neden olmaktadır.

İşte bu nedenle, kavramların sınırlarının nerede başlayıp, nerede bittiği konuları netleşmemektedir. Şöyle bir durum vardır; kurumlar hayırseverlikle ilgili girişimlerde bulunmakta ve bundan gurur duymaktadırlar. Görüşmelerde de, kurum yöneticilerinin kurumları adına daha da filantropist faaliyetlerde bulunma arzusu duyduklarını yinelenerek, Türkiye’nin daha da çok filantropiste ihtiyacı olduğu vurgulanmıştır. Bu faaliyetler, kurumsal sosyal sorumluluk programları dahilinde yapılmaktadır. O halde, kurumsal sosyal sorumluluk ile kurumsal filantropi benzer amaçlara hizmet etmekteymiş gibi sayılmaktadır. Eğer böyleyse, yukarıda ifade edildiği gibi, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurum stratejisinin bir parçası olduğunun kabul edilmesi dolayısıyla da girişimlerin ekonomik boyutunun da kamuoyuyla açıkça paylaşılması gerekmez mi? Amaçların ayrıştırılmaması, daha doğru ifade etmek gerekirse, sosyal amaçlarla gerçekleştirilen faaliyetlerde sanki ekonomik bir beklenti yokmuş gibi davranılması, kavramların anlamlarını ve sınırlarını muğlaklaştırmaktadır.

Bu muğlaklık, aynı anlamlara gelen filantropi ve bağış kavramlarının kullanımlarına da yansımaktadır. Filantropi günümüzde hayırseverliğin karşılığı haline gelmiştir. Bağış da hayırseverlikle yapılan yardımlar anlamında olduğuna göre bu kavramlar, birbirleri yerine rahatlıkla geçebilirler. Ancak Türkiye’de, belki de filantropi kelimesinin henüz yaygın kullanıma sahip olmamasından ötürü, kurumlar filantropiyi kurumsal sosyal sorumlulukla bağdaştırabilirlerken, bağışı sosyal sorumluluktan ayrı tutmayı tercih edebilmektedirler ki bu da, sözü edilen ekonomik boyutun göz ardı edilmesindeki ayrı bir faktördür.

Daha önce açıklandığı üzere, tüm verme edimlerinin bir karşılık alma güdüsüyle yapıldığı öne sürülmüştür. Bu karşılık, ekonomik anlamda açıklanabileceği gibi sosyal menfaatler şeklinde de açıklanabilir. Yani saygı, itibar, güç kazanmak ya da yeni ilişkiler kurma imkanına sahip olmak gibi sosyal kârlardan da söz edilebilir ve sosyal kârların da ekonomik değerleri vardır. Verme ediminin, kendisinden daha büyük bir şeyi geri alma beklentisiyle yapıldığı daha önce açıklanmıştı. Armağan vermek, bağış yapmak yani bireyin kendisine ait bir şeyden (paradan, değerden, haktan, maldan vs.) fedakârlık etmesi, ondan daha fazlasını elde etme beklentisiyle yapılıyorsa, o halde kurumların verme güdüsünü şekillendiren filantropi ihtiyaçları ekonomik beklentiden bağımsız ele alınabilir mi?

Kurumsal sosyal sorumluluk programları, kurumun amacı doğrultusunda doğrudan kendisi tarafından yürütülebildiği gibi, gönüllü bir kuruluşla arasında stratejik işbirliği ile de uygulanabilir. Hangi yöntem kullanılırsa kullanılsın, kurumsal bağıştan (kurumsal filantropi, kurumsal hayırseverlik) farklı olduğu iddia edilir. Kurumsal sosyal sorumluluk programlarının bağış kampanyalarından bir farkı olup olmadığı sorusunun cevabı, yukarıda değinilen vakıf kurumları ile ilgilidir; çünkü bilindiği gibi, firmalar sosyal amaçlar için yapacakları bağışların yönlendirilmesi için vakıflara başvururlar. Burada söz konusu olan zorluk, vakfa verilen bağışın vakıf tarafından nasıl kullanılacağı ve kullanılırken de şirketin ana stratejisini yansıtıp yansıtmayacağı konularındadır³⁸⁸.

Kurumsal sosyal sorumluluk programlarının kurumsal bağış kampanyalarından çeşitli şekillerde farklılaştığı savunulmaktadır. Bunlardan birincisi, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde, firmanın sosyal amaca yönelik olan taahhüdünü, kendi tüketici kitlesi doğrultusunda hazırladığı tanıtım iletişiminin bir parçası olarak kullanmasıdır. Yani kurumsal sosyal sorumluluk programlarının tanıtımın bir parçası olarak kamuoyuna sunulması programın kendisinin tanıtımını yaparak, kamuoyunun bu konuda bilgilendirilmesi gerekmektedir. Böylelikle bu tür programların farkına varan bir toplum yaratılacaktır. Ardından, programların toplum üzerindeki etkisinin firmalara nasıl yansıtacağı önem kazanmaktadır. Yani firmanın örgütsel davranışlarının toplum üzerindeki etkisi, kurumsal sosyal sorumluluk programlarının özüdür. Oysa kurumsal filantropi ya da bağış için ise, aynı şey dolaylı öneme sahiptir³⁸⁹. Ayrıca yukarıda sözü edilen bağışın (miktar, kişi, kurum vs.) paylaşılmasının uygun olmadığı görüşü geçerli olabilmektedir.

Diğer ayırt edici özellik ise, bağış kampanyalarının içinde bulunulan süre için geçerli, geçici ve kısa vadeli çözümler aramasına karşılık, sosyal sorumluluk programlarının uzun erimli programlar olmasından kaynaklanmaktadır³⁹⁰. Artık marka bilinirliği, tanıtımı ve itibarı için sosyal sorumluluk programları yadsınamaz bir yere sahiptir. Sosyal bir amaca yönelik uzun erimli taahhüde olan bağlılık, tüketici tarafından onaylanıp uygun bulunursa, kamuoyunun olumsuz tepkisi azaltılmış olacaktır. Hatta olumsuz tepkileri azaltmak bir yana, çoğu firma birçok olumlu eleştiri aldığı ifade etmiştir*. Görüldüğü gibi, bu ilişkinin kurumun tanıtımına doğrudan katkı yaptığı, kurum yöneticileri tarafından da kabul edilmektedir.

³⁸⁸ Hamish Pringle ve Marjorie Thompson, **Marka Ruhu – Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ile Marka Yaratmak**, Zeynep Yelçe ve Canan Feyyat (çev.), İstanbul: Scala Yayıncılık, 2000, s. 98.

³⁸⁹ UNCTAD, **The Social Responsibility of Transnational Corporations**, New York and Geneva: United Nations, 1999, s. 4.

³⁹⁰ Pringle ve Thompson, s. 102.

* Örneğin, bir banka genel müdür yardımcısı ile olan görüşmede, kurumun Avrupa Basketbol Şampiyonası'nı destekledikleri için, çok sayıda telefon aldıklarını ve birçok kişinin sadece bu nedenle hesaplarını başka bankalardan söz konusu bankaya taşıdıkları ifade edilmiştir. (Bkz. Ek 1, "Garanti Bankası'nın Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme.)

Halbuki, bağışın böyle bir işlevi yoktur, bir süreliğine ve hatta bir kereliğine de yapılabilir; dolayısıyla bağışlar kısa vadeli ve çabuk çözümler için uygundur.

Yukarıda değinildiği gibi, kurumsal filantropinin altında hiçbir ekonomik güdü olmadığı varsayımı bu iki kavramın farklarını muğlaklaştırmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk; maliyet, zorunluluk ve hatta hayırseverlik göstergesi olmaktan çok fırsat, yenilik ve rekabet avantajı kaynağı olarak görülmelidir³⁹¹. Yani daha çok, firmanın örgütsel davranışlarını belirleyen stratejik bir araçtır. Günümüzde kurumsal filantropinin de sürdürülebilirliğe katkısı olacağı görüşü önem kazanmıştır. Türkiye’de de firmalar kurumsal filantropik faaliyetlerini kurumsal sosyal sorumluluk programları dahilinde gerçekleştirmektedirler. O halde aralarında teoride bazı farklar görülmesine karşın, pratikte karşılaşılan durumlar, özellikle Türkiye’deki örneklerde, kavramların birbirleri yerine rahatlıkla kullanılabildiğini göstermektedir. Çünkü kabul edilmesi gereken bir unsur da, bugünlerde büyük ölçekli firma olmanın, işin kendisine ve topluma yarar sağlayacak, büyük miktarlarda bağışlar yapmakla özdeşleştirilmesidir. O halde kurumsal filantropi rahatlıkla, bir pazarlama ve imaj geliştirme aracı olarak da kullanılabilmektedir³⁹².

(d) Küresel İlkeler Sözleşmesi Kapsamında Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ortaya atıldığı dönemlerden bugüne kadar değişen süreç, kurumlara kurum itibarının ne kadar önemli olduğunu gösterdiği içindir ki, kurumlar olağanca güçleriyle - kendi öz faaliyetleri dışında- toplum için gerçekleştirdikleri girişimlerinden ve bunları “sürdürülebilir” kılma mücadelelerinden söz etmektedirler. Özellikle 1990’ların sonlarından beri artan rekabet ortamında büyümek ve büyümeyi sürdürülebilir kılmak amacıyla iş dünyasının sosyal sorumluluklar alması ve bu girişimlerin uluslararası sözleşmelerle sahiplenilmesi gündeme yerleşmiştir*. Bu küresel hareket gereği, firmalar uzun dönem kârlarının artışı, bağış ya da sosyal sorumluluk programlarıyla teminat altına almanın çeşitli yollarını aramaktadırlar. Artık dünya ekonomisini küresel firmalar yönlendiriyorsa, filantropist girişimlerini de uluslararası düzeyde sürdürmek ve bu küresel

³⁹¹ Porter ve Kramer, *Strategy & Society, The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, s.80.

³⁹² Timothy S. Mescon ve Donn J. Tilson, “Corporate Philanthropy: A Strategic Approach to the Bottom Line”, **California Management Review**, Vol. 29, No. 2, (Winter 1987), s. 59.

* Örneğin, OECD Kurumsal Yönetim İlkelerini 1999’da yürürlüğe koymuştur. (bkz. OECD,” Principles of Corporate Governance”, France, 2004,s. 3.)

piyasada söz konusu girişimlerinden de diğer firmalara karşı rekabet güçlerini geliştirmek zorundadırlar³⁹³.

1999 Dünya Ekonomik Forumu sırasında Birleşmiş Milletler (BM) Genel Sekreteri Kofi Annan tarafından dile getirilen Küresel İlkeler Sözleşmesi, 26 Temmuz 2000 tarihinde dokuz maddelik bir sözleşme ile yürürlüğe girmiştir ve sözleşmeye 2004 yılında bir maddenin daha eklenmesiyle madde sayısı ona yükselmiştir. Genel anlamda insan hakları, çalışma koşulları, çevre ve yolsuzlukla mücadele sorunlarına dikkat çeken Küresel İlkeler Sözleşmesi (KİS) şu maddelerden oluşur³⁹⁴:

- İnsan Hakları

İlke 1: İş dünyası ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli ve bu haklara saygı duymalıdır.

İlke 2: İş dünyası, insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalıdır.

- Çalışma Koşulları

İlke 3: İş dünyası çalışanların sendikalaşma ve toplu müzakere özgürlüğünü desteklemelidir.

İlke 4: Her türlü zorla ve zorunlu çalıştırmaya son verilmelidir.

İlke 5: Her türlü çocuk işçiliğe son verilmelidir.

İlke 6: İşe alma ve çalışma süreçlerinde ayrımcılığa son verilmelidir.

- Çevre

İlke 7: İş dünyası çevre sorunlarına karşı ihtiyati yaklaşımları desteklemelidir.

İlke 8: İş dünyası çevreye yönelik sorumluluğu artıracak her türlü faaliyete ve oluşuma destek vermelidir.

İlke 9: Çevre dostu teknolojilerin gelişmesi ve yaygınlaştırılması özendirilmelidir.

- Yolsuzlukla Mücadele

İlke 10: İş dünyası rüşvet ve haraç dahil her türlü yolsuzlukla mücadele etmelidir.

³⁹³ John A. Koten, "The Strategic Uses of Corporate Philanthropy", Clark L. Caywood (Ed.), **The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications** içinde (149-172), New York: Mc Graw – Hill, 1997, s. 171.

³⁹⁴ <http://www.un.org/Depts/ptd/global.htm>.

KİS dünyanın en büyük gönüllü kurumsal vatandaşlık girişimi olarak tanıtılmaktadır. Yasal olarak bağlayıcı olmadığı, kurumun davranışlarını ve ilgili konulara uyumunu denetlemekle yükümlü olmadığı, düzenleyici bir yapıya sahip olmadığı, bir halkla ilişkiler yolu olmadığı gibi, bir standart ya da bir yönetmelik de olmadığına vurgu yapılır³⁹⁵. KİS'e katılım, kurumların sayılan bu on ilkeye açıkça taahhütte bulunmalarını gerektirmektedir. KİS'e katılımın dolaylı ve doğrudan etkilerine dikkat çekilmektedir. Doğrudan etkilerinin şunlar olduğu ifade edilmiştir³⁹⁶:

- Kritik konularla ilgili diğer şirketler, sivil toplum kuruluşları, işçi örgütleri ve hükümetlerle işbirliği yaparak *iletişim kurmak için küresel ve yerel fırsatlar*,
- Güç sorunlarla karşılaşıldığında pratik çözümler ve stratejiler için ilham verici *doğru uygulamaların ve deneyimlerin paylaşılması*,
- BM'nin gelişmeyle ilgili konularda geniş *bilgi ağ*ından hangi firmaların faydalanabileceği ile ilgili bir başlangıç noktası bulunması,
- BM'nin devletler, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları ve diğer paydaşlarla *bir araya gelebilme ve onlara ulaşabilme* gücüdür.

Farkedileceği gibi, KİS'in bir halkla ilişkiler yöntemi olmadığının altının çizilmesine karşın, iletişim ağının kuvvetlendirilmesine fayda sağlayacağı sık sık vurgulanmaktadır. Yani, bir BM organizasyonu ve girişimi olması sebebiyle, KİS'e katılan firmalar, birçok konuda – özellikle kritik ya da güç durumlarda- aynı ağ içinde yer aldıklarından çeşitli işbirliklerinden yararlanma fırsatını yakalayacaklardır. Bu işbirlikleri gerek hükümetlerle, gerek sivil toplum kuruluşlarıyla, gerekse diğer firmalarla kurulabilmektedir. O halde anlaşılmaktadır ki, bu ağ içinde yer almak, firmaların sosyal sermayelerini büyütecektir. Zaten vurgu tam da bunun üzerindedir; artan sosyal sermayenin ekonomik getirileri olacağı çok açıktır. Bunlar ise dolaylı etkilerde takip edilebilir³⁹⁷:

- Kurumsal uygulamalar evrensel değerler baz alınarak gerçekleştirildiği için özellikle GOÜ'lerde *artan operasyon yetkisi ve yasalılık*,
- Özellikle toplumsal beklentilerin değişen kapsamı göz önüne alındığında tüketicilerin ve yatırımcıların gözünde *artan marka değeri ve yükselen itibar*,

³⁹⁵ United Nations Global Compact Network, **İmzadan Sonra – Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne Katılım Rehberi**, Ayşegül Hatay (çev.), New York: UN, 2007, s. 6.

³⁹⁶ United Nations Global Compact Network, s. 7.

³⁹⁷ United Nations Global Compact Network, s. 7.

- Çalışanların *motivasyonunun ve veriminin artması ve kaliteli istihdamın kurumsal bağlılığı sağlanırken yenilerinin ilgisini çekebilme şansı*,
- Hammaddenin daha iyi kullanımı ve atık yönetimi gibi yollarla *operasyon maliyetlerinin düşürülerek, üretimin daha verimli hale getirilmesi*,
- Halka açık ilerleme iletişimi uygulamaları aracılığıyla *hesapverebilirliğin ve şeffaflığın temin edilmesidir*.

Açıklanan KİS'in doğrudan ve dolaylı etkilerine bakıldığında gerçek göze çarpmaktadır: Kurumlar, daha geniş ve daha istikrarlı küresel bir pazar yaratmak için sosyal çıkarları ve değerleri korumak ve geliştirmek zorundadırlar, çünkü kurumlar artık söz konusu çıkarları ve değerleri korumanın, sadece paydaşlar ya da toplum için değil, kendileri için de uzun vadede giderek artan kazançlar sağlayacağını farkındadırlar. Çevreyi korumak, ırksal eşitsizlikleri azaltmak ya da sayılan diğer ilkeler, toplumun kapitalizme olan güvenini tazelemenin itiraf edilmeyen ölçütleridir. O halde, özelleştirme süreciyle firmaların esasen kamusal olduğu düşünülen alanlara da girmiş olduğu gerçeği, bu alanların denetimini de özel sektöre vermiştir³⁹⁸. Böylelikle, özel alan genişlemiştir. Bu durum, yukarıda da ifade edilen pazarın - gerek yerel, gerek ulusal, gerekse uluslararası standardizasyon ilkeleriyle uyumu sağlanarak – büyütülmesi demektir.

Öyle ki, KİS'e katılımın beş genel alanda "daha da ileri düzeyde" katılımı pekiştirilmeye çalışılması da bunu göstermektedir. Bu beş alan; ortaklıklar, yerel ağlar, desteklerin ve farkındalığın artırılması, politika diyalogları ve öğrenme ile ortak eylemdir³⁹⁹. Yani, aynı zamanda BM'nin diğer yaygın hedeflerini destekleyen projelere katılımı özendirilerek, KİS ve ilkelerinin yaygınlaştırılması amacıyla yönetim yapıları oluşturulmaktadır. Ayrıca KİS'e katılan kurumların tanıtımı yapılarak, desteklenmeleri sağlanacak; KİS ile ilgili etkinlikler düzenlenip ve bu anlamda politik bir diyalog sürdürülerek, diğer kurumlarla ortak eylemler gerçekleştirilecektir. Böylece KİS'e katılımın sayıca artırılmasına ve yapının güçlendirilmesine çalışılacaktır. Bu alanlar önemlidir, çünkü firmaların sosyal yatırım ve hayırseverlik çalışmalarına destek vermesi, etik standartları uygulaması gibi kurumsal sosyal sorumluluk ya da kurumsal sosyal vatandaşlıkta dikkat çekilen faktörlerin nasıl uluslararası sözleşmelerle garanti altına alınmaya çalışıldığının göstergeleridir.

KİS katılımcıları firmalar, sivil toplum kuruluşları, akademik birimler, BM ajansları, konfederasyonlar, kamu ya da yerel yönetimler olabilmektedir. 2009 verilerine göre, KİS'in

³⁹⁸ Bakan, s. 140.

³⁹⁹ United Nations Global Compact Network, s. 19.

dünya çapında yüz otuz ülkeden 5300'ü iş dünyasından olmak üzere toplam 7700 katılımcısı bulunmaktadır ve Türkiye'den iki yüz katılımcı mevcuttur⁴⁰⁰.

KİS'in yönetimi için ülkelerde yürütme kurulları oluşturulmuştur. Türkiye'deki Yürütme Kurulu'nda BM örgütlerinden UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı), UNIDO (Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı) ve ILO (Uluslararası Emek Örgütü); ayrıca Dünya Bankası, AFD (Fransız Kalkınma Ajansı), ve IFC (Uluslararası Finans Kurumu); özel sektörden Koç Grubu, Eczacıbaşı Grubu, Aviva Sigorta ve Coca-Cola; kamu sektöründen Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, konfederasyonlardan TİSK (Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu) ve TÜRK-İŞ'in (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu) yanı sıra sivil toplum örgütlerinden TKYD (Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği), KSSD (Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği) ve KALDER (Türkiye Kalite Derneği) bulunmaktadır⁴⁰¹. Örneğin AFD temelde bankacılık sektörü ile ortaklık kurma yolunu tercih ederek, kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerinin uygulanması koşuluyla 2005'te TSKB'ya 20 Milyon Euro, Halkbank'a 50 Milyon Euro kredi hibe etmiştir⁴⁰².

KİS, Türkiye'de 2002 yılında başlatılmıştır. UNDP'nin İstanbul Proje Ofisi'nin 2005'te açılışı KİS sürecini hızlandırmıştır. 2002'de 70 üyesi olan KİS'in 2007'deki üye sayısı 109⁴⁰³, bugünkü sayısı ise 200'dür*. KİS'e üye olan Türkiye'deki katılımcıların profiline bakıldığında, 200 katılımcının 54'ünün firma, 85'inin KOBİ, 2'sinin mikro girişimci, 9'unun akademik birim, 15'inin sektörel dernekler (yerel), 3'ünün yerel yönetim birimleri, 2'sinin vakıf, 2'sinin küresel sivil toplum örgütü, 28'inin yerel sivil toplum örgütü olduğu görülür⁴⁰⁴. Bu araştırma kapsamında görüşülen kuruluşlardan ise, üye olma tarihlerine göre Koç Holding'in, Eczacıbaşı Holding'in, Borusan Holding'in, Doğuş Grubu'nun**, Sabancı Holding'in, Turkcell'in ve Akbank'ın KİS katılımcıları arasında olduklarını hatırlatmakta fayda vardır***.

Ayrıca Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından 2003'te yayımlanan "Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin KİS'e katılım sürecini hızlandırdığı ifade edilebilir. SPK, bu ilkeler aracılığıyla paydaş politikaları ve dolayısıyla kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları

⁴⁰⁰ United Nations, UN Global Compact Participants & Stakeholders, 2009, <http://www.unglobalcompact.org/ParticipantsAndStakeholders/index.html> (28 Temmuz 2010), s. 1.

⁴⁰¹ Mahmood Ayub, "Bir Ülke Zincire Benzer, En Zayıf Noktasında Olduğu Kadar Güçlüdür", *İşveren Dergisi*, (Kasım 2006), s. 8.

⁴⁰² Ceyhan Göcenoğlu ve Işıl Onan, "Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk", *Değerlendirme Raporu*, Ankara, 2008, s. 20.

⁴⁰³ Göcenoğlu ve Onan, s. 20.

* Bu rakamlara, gelişimin hızını göstermeleri bakımından önemli oldukları için yer verilmiştir. 2002'den 2007'e geçen beş sene içinde katılımcı sayısı yaklaşık % 50 artarken, son üç senedeki artış yaklaşık % 100'dür.

⁴⁰⁴ <http://www.unglobalcompact.org/ParticipantsAndStakeholders/index.html>

** Araştırmada Garanti Bankası ile görüşülmüştür.

*** Yine araştırma kapsamında görüşülen İş Bankası, Doğan Grubu, Ülker ve EfesPilsen firmaları henüz KİS katılımcıları arasında değildir. Şunu da belirtmek gerekir ki bazı holdingler tüm firmaları adına KİS'i imzalamışken (örneğin Koç Holding), bazıları firmalardan bağımsız davranmıştır. (Örneğin Akbank - 11 Ocak 2008'de- ve Sabancı Holding - 18 Aralık 2007'de- birbirlerinden ayrı olarak KİS katılımcısı olmuşlardır.)

hakkında farkındalık yaratmayı amaçlamıştır⁴⁰⁵. SPK'nın ilkelerini belirlerken OECD'nin 1999'da belirlediği “Kurumsal Yönetim İlkeleri”nden yararlandığı çok açıktır. Genel olarak; pay sahipleri, kamuyu aydınlatma ve şeffaflık, menfaat sahipleri ve yönetim kurulu olmak üzere dört ana bölümden oluşan ilkeler, aslen halka açık anonim şirketler için hazırlanmış olsa da, diğer anonim şirketler ve kuruluşlar tarafından da benimsenmesi önerilmektedir. Menfaat sahipleri bölümünde *sosyal sorumluluk*la ilgili şu açıklamaya yer verilmektedir⁴⁰⁶: “Şirket, sosyal sorumluluklarına karşı duyarlı olur; çevreye, tüketiciye, kamu sağlığına ilişkin düzenlemeler ile etik kurallara uyar ve bu konulardaki politikalarını kamuya açıklar”.

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili gelişmelere özetle bakmak gerekirse, II. Dünya Savaşı'ndan sonra öncelikle Amerikan sanayisinde yaşanan ivme, ürün boykotları, tüketici haklarını koruma eylemleri, çevreci hareketlerine neden olmuş; bu gelişmelerin sonucunda da temel hak ve özgürlükler, çalışanların hakları, topluma karşı sorumluluklar gibi önemli konuları iş dünyasının gündemine yerleştirmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tarihi daha gerilere gitse de 70'li yıllar kurumsal sosyal sorumluluğun çok daha fazla telafuz edildiği yıllar olmuştur. Tabii ki bunda Friedman'ın yukarıda açıklanmış olan “firmaların kârlarını artırmaktan başka sorumlulukları yoktur” şeklinde özetlenebilecek görüşünün de büyük payı olmuştur; çünkü bu görüş, kurumların – insanlar gibi- sorumlulukları olup olmadığı konusunda tartışma yaratarak bu konudaki fikirlerin ayrılışını gözler önüne sermiştir. 1980'lerde ABD ve İngiltere odaklı başlayan neoliberal yaklaşım ve özelleştirme politikaları, tüm dünya ekonomik politikalarını etkilemiştir. Dünya ekonomik politikalarını regüle etmek için uluslararası örgütler kurulmuş, sermayenin dolaşımını engelleyen mekanizmalar bu üst kurullarla bertaraf edilmeye çalışılmıştır. Çok uluslu şirketlerin (ÇUŞ'lar) yaygınlaşması da bu sürecin bir göstergesidir.

ÇUŞ'ların yayılması ile, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı da artık “yerel” ya da “ulusal” düzeyde yürütülecek faaliyetler olarak ifade edilmemeye başlar, çünkü firmalar artık sadece ulusal sözleşmelerle değil, uluslararası sözleşmelerle bağlı bulunmaktadır. Ayrıca ÇUŞ'ların ülkedeki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını olumlu yönde etkilediği bilinmektedir⁴⁰⁷. 1980'lerle birlikte gelişen süreçte, kurumsal sosyal sorumluluğa, kurumların zedelenmiş olan itibarını tazeleyecek, geri kazandıracak bir kavram olarak uluslararası ölçekte sahip çıkıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda önemli girişimler mevcuttur: 1995'te Avrupa Kurumsal Sosyal Sorumluluk (CSR Europe) Ağı oluşturulmuştur*. 1999'da OECD'nin yayımladığı “Kurumsal Yönetim İlkeleri”, ardından 2000'de BM tarafından yürürlüğe konan

⁴⁰⁵ Göcenoğlu ve Onan, s. 3.

⁴⁰⁶ SPK, **Kurumsal Yönetim İlkeleri**, 2.baskı, İstanbul, 2005, s. 36.

⁴⁰⁷ Göcenoğlu ve Onan, s. 2.

* Bugün üyeleri 75 ÇUŞ ve 27 ulusal ortak örgütten oluşan Avrupa İş Ağı'dır. (bkz. “About Us”, http://www.csreurope.org/pages/en/about_us.html, (2 Ağustos 2010)

“Küresel İlkeler Sözleşmesi” ve bu oluşumları sürdürülebilir kılma mücadeleleri kurumsal sosyal sorumluluğun aslında “gönüllülük” esasına göre yapıldığı ifade edilse de, durumun gönüllülük boyutunu çoktan aştığını göstermektedir*. Zira, ülkeler bu sözleşmelere uyumu taahhüt altına almak adına, ulusal ölçekte sözleşmeler gerçekleştirmektedirler.

Türkiye’de SPK’nın “Küresel Yönetim İlkeleri” üzerinde yürüttüğü çalışmalar da, sözü edilen gelişmelerle uyum içindedir. Ayrıca CSR Europe’a ortak örgüt olarak Türkiye’de de 2005’te “Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği” (KSSD) kurulmuştur. TKYD ve Türkiye Etik Değerler Merkezi (TEDMER) de yine kurumsal sosyal sorumluluğun çeşitli alanlarında faaliyet veren diğer sivil toplum örgütleridir. Çalışmalarını doğrudan kurumsal sosyal sorumluluğa yönlendirmemekle birlikte, kurumsal sosyal sorumluluğu teşvik eden diğer sivil toplum örgütleri de, Özel Sektör Gönüllüleri Derneği (ÖSGD), Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV), Türkiye Kalite Derneği (KALDER) ve TUSİAD’dır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının tanımına ilişkin karmaşa, uygulamaların çerçevesine de yansımıştır. Firmaların toplumu geliştirebilmek amacıyla yürüttükleri sponsorlukları da bu çerçevede ele aldıkları görülmektedir. Ancak sponsorluktaki amacın ticari olduğunun açıkça beyan ediliyor olması, sponsorluğu kurumsal sosyal sorumluluktan farklılaştırmaktadır. Bu nedenle sponsorluk ayrı bir başlık altında incelenecektir.

3. Kurumların Sponsorluk Faaliyetleri

Sponsorluk kavramının tarihine bakıldığında, Antik Çağ’dan beri iktidarda bulunanların hükümdarın, kraliyet ailesine mensup olanlar ile onlara yakın olan kişilerin ya da soyluların, yeteneklerine güvendikleri sanatçı ya da fikir adamlarının - özellikle sanatsal ve bilimsel çalışmalarını desteklemek amacı ile- koruyucuları olmalarını açıklayan “mesen” kelimesine dek gidilmektedir. Mesen, sanat ve bilim adamlarını koruyan kimse olarak tanımlanmaktadır*.

Mesenlik kavramı, Antik Çağ’da Roma İmparatoru Augustus danışmanı, yakın arkadaşı, şair, yazar, politikacı olan Gaius Cilnius Maecenas’a dayanır. Maecenas’ın adı daha sonraları, kültür ve sanat ile bilim adamlarını koruma işi olan “himayecilik ya da

* Örneğin, AB’e üyelik tartışmaları da Türkiye’de yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını etkilemiştir. Çevresel zararların önlenmesinden kamu ihalelerine, tüketici haklarından çalışanların güvenlik haklarına kadar kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin birçok konu AB’e uyum müktesebatı çerçevesinde değerlendirilmektedir. (bkz. Göcenoğlu ve Onan, s. 13-14.)

* Bkz. TDK, “Mesen”, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=mesen&ayn=tam> (3 Nisan 2010).

patronaj” ile özdeşleşmiş ve mesenlik adını almıştır. O halde sermayenin kültür ve sanat dünyasına girişinin Antik Çağ’a kadar uzandığı ifade edilebilir⁴⁰⁸.

Sanatçı ile kamuoyu, hatta yaratıcı ile eseri arasında kültürel bir aracı olarak nitelendirilebilen mesenin⁴⁰⁹ günümüzdeki karşılığına bakıldığında bireysel bir güdüden kurumsal bir işleyişe doğru gelişen bir süreç görülmektedir. Maecenas’tan Medici’lere, Halil Şerif Paşa**’dan Calouste Gulbenkian***’a birçok sanat hamisi, tarihte çok farklı zamanlarda, dünyanın çok farklı yerlerinde, farklı biçimlerde kültür ve sanat patronajında önemli yerler kazanmışlardır. Geleneksel olarak soylu aileler tarafından yapılan mesenlik günümüzde fimalar ve vakıflar tarafından yapılmaktadır. Çoğunlukla bu firma ve vakıfların da “aile kurumları” olduğu dikkat çekmektedir. Bu ünlü aileler, filantropist güdülerle sanatın ve bilimin koruyuculuğunu üstlenmişlerdir. Ne var ki mesenlik kavramı günümüzde yerini, sosyal sorumlulukla bağı kurulan sponsorluk kavramına bırakmıştır.

Ancak modern çağın yeni korumacılık ya da himaye biçimi olarak da nitelendirilebilecek sponsorlukta durum biraz farklıdır, çünkü sponsorluk öncelikle kişiler tarafından değil, istisnaları olmakla beraber genelde ticari kuruluşlarca gerçekleştirilmektedir. Ayrıca insan sevgisi, toplum yararı ya da hayırseverlik amaçlarından çok, sponsorlukta söz konusu kuruluşun sponsoru olduğu iş ya da faaliyetten ticari beklentisi vardır. Bu nedenle filantropist faaliyetler başlığı altında ele alınmamaktadır. Tablo 12’de sponsorlukla mesenlik arasındaki temel farklar belirlenmiştir.

⁴⁰⁸ Annie Hérítier, “De Mécène à Mécénat”, Jean-Pierre Allinne et Renaud Carrier (Ed.), **La Culture Au Risque du Marché – Le Mécénat Face à Ses Acteurs** içinde (85-105), Paris: L’Harmattan, 2010, s. 86.

⁴⁰⁹ Hérítier, s. 94.

** Halil Şerif Paşa (1831 - 1879) Kavalalı Mehmet Ali Paşa’nın yakını Mısır Prensi Büyük Şerif Paşa’nın oğludur. Hıdiv Abbas Paşa’nın ikici sekreterliğine atanarak, çeşitli yöneticiliklerde bulunmuştur. 1855 Uluslararası Sergisi’nin komiseri sıfatıyla Paris’e gönderilmiş, sergiden sonra uzun bir süre Paris’te kalarak Osmanlı kordiplamatigine katılmıştır. En önemli özelliği İslam dünyasının, Avrupa resminin çok önemli yapıtlarının yer aldığı bir özel koleksiyon oluşturan ilk aydınlardan biri olarak kabul edilmesidir. Ulusal ve uluslararası sergiler düzenlemekten koleksiyonunun müzayedelerini yapmaya kadar geniş bir alanda söz sahibi olan Halil Şerif Paşa, 1860’lardaki sanat ticareti işleyişi hakkında örnekler sunmaktadır. Ayrıca 1873’te Namık Kemal’in bir piyesine de destek olduğu bilinmektedir. (bkz. Michèle Haddad, **Halil Şerif Paşa – Bir İnsan, Bir Koleksiyon**, Elif Gökteke (çev.), İstanbul: P Kitaplığı, 2001.)

*** Calouste Sarkis Gulbenkian (1869 - 1955) uluslararası petrol sanayisinin doğmasında ve gelişmesinde önemli rol oynamış olan Türkiye’de doğmuş bir ermenidir. 1930’lardan itibaren sanat koleksiyonculuğuyla yakından ilgilenmiştir. Bugün 6000 parçaya ulaştığı söylenen koleksiyonu, Lizbon’daki Calouste Gulbenkian Müzesi’ndedir. 1956’da eğitici, kültürel, bilimsel ve sosyal hedefler doğrultusunda kurulan Gulbenkian Vakfı bugün, Avrupa’nın en büyük üç ya da dört vakfından biridir. (Bkz. Robert Hewison ve John Holden, **Experience and Experiment – The UK Branch of The Calouste Gulbenkian Foundation**, Londra: Calouste Gulbenkian Foundation, 2006, s. 9.) 2009 faaliyet raporuna göre vakıf büyüklüğü 3,162,444 sterlindir. Ayrıca 2009’da 2,081,315 sterlin olan toplam bağışların dağılımına bakıldığında, sanata ayrılan pay % 23; meblağ 479,150 sterlindir. 68 bağışın 17’si yani % 25’i sanata yönlendirilmiştir.

Tablo 12: Sponsorluk ve Mesenlik Arasındaki Farklar

	Sponsorluk	Mesenlik
Motivasyon	Satış yapma	Sosyal olarak değerlendirme
Hedef	Marka ile faaliyet arasında bağ yaratmak	Kurum bazında kimlik arayışı
Mesaj	Pazarlama	Saf kurumsal
Kitle	Tüketiciler	Toplum
Kendi çıkarına kullanma	Doğrudan, görünür ve kalıcı bir şekilde	Gizli bir şekilde, “manevi” olarak
Zaman ölçütü	Kısa ve orta vadede	Orta ve uzun vadede

Kaynak: Caroline Phillips, “Le Mécénat et Le Chef d’Entreprise”, Jean-Pierre Allinne et Renaud Carrier (Ed.), **La Culture au Risque du Marché- Le Mécénat Face à Ses Acteurs** içinde (193-195), Paris: L’Harmattan, 2010, s. 194.

Tablodan da görülebileceği gibi, aralarındaki en önemli fark; mesenlik daha genel bir çerçeveden, tüm toplum için kurum ya da kişi imajına gönderme yaparken; sponsorlukta markanın alıcı kitlesiyle faaliyetler arasında ilişki kurma çabası söz konusudur. Dolayısıyla sponsorluk bu çabayı doğrudan göstererek çıkar elde eder, mesenlikte ise söz konusu çıkar daha dolaylı yollardan ve maddi değilmişçesine ifade edilir. Tabloda sponsorluğun kısa ve orta vadeler, mesenliğin ise orta ve uzun vadeler için kullanıldığı ifade edilmişse de, günümüzde sponsorluk sürelerinin de giderek uzamakta olduğu hatırlatılmalıdır⁴¹⁰.

a. Sponsorluk ile Diğer İletişim Araçlarının İlişkisi

Genelde kuruluşlar, imajlarına olumlu katkı sağlamak, kamuoyunda “iyi” bir kuruluş olarak bilinmek, kurum kimliklerini sağlamlaştırmak, içinde bulundukları topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmek ve de ayrıca kuruluşun tanıtımını yapmak için sponsorluk faaliyetlerine girişmektedirler⁴¹¹. Farkedileceği gibi bu amaçlar içindeki, kamuoyu tarafından “iyi” bir kuruluş olarak algılanmak amacı, kurumsal sosyal sorumluluktaki vatandaşlık prensibiyle örtüşmektedir. Ancak sponsorlukta, kurumsal sosyal sorumluluktan farklı olarak, faaliyet sonunda ticari kazanç beklendiği açıkça ifade edilmektedir. O halde fark, sponsorlukta bu amacın “maddi” beklentiyle ifade edilmesinde bir sakınca görülmemesidir.

⁴¹⁰ Örneğin Koç Holding, Uluslararası İstanbul Bienali’nin sponsorluğunu 10 sene için üstlenmiştir. Keza Borusan Holding de Uluslararası İstanbul Müzik Festivali’nin 10 senelik sponsorudur.

⁴¹¹ Ayla Okay ve Aydemir Okay, **Halkla İlişkiler - Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, İstanbul: Der Yayınları, 2001, s. 575.

Yoksa, kabul edilmelidir ki sponsorluk dahil tüm reklamcılık faaliyetlerinin amacı kârlılığı artırmaktır⁴¹². O halde sponsorluk, - bazen özgeci sebeplerle olsa da- genellikle reklamcılık, halkla ilişkiler ya da pazarlama avantajı sağlaması karşılığında yararlanana (kişi, kurum, vs.) nakdi ve aynî destekler şeklinde tanımlanabilir⁴¹³. Yani sponsor olunan yani desteklenen firma aynî ve/ veya nakdî destek görürken, sponsor firma reklam, halkla ilişkiler ve pazarlama faaliyetlerini yürüterek; buradaki hedeflerine ulaşmaktadır.

Reklamcılık amaçları açısından kullanılmasının en önemli nedeni reklamcılıkta bazı üretim dallarına konan kısıtlama ve yasaklardır. Örneğin alkollü içecek ve tütün firmalarının reklamlarına getirilen kısıtlamalar, bu firmaları çeşitli sponsorluklar yapmaya yöneltmektedir*. Bu amaçlarla yapılan sponsorluklarla firmanın imajına sağlanan katkı çoğu kez gerçeklerle tezat oluştursa da, doğrudan reklam yerine geçmektedir*. Pazarlama amaçları açısından sponsorluk, firmanın ürünü için hedef kitlesinin belirlemesinde, yeni bir ürünü piyasaya sürmesinde, uluslararası pazarlamada ya da belli ürünlerin kullanımlarını teşvik edilmesinde yardımcı olmaktadır⁴¹⁴. Halkla ilişkiler ile ilgili olan amaçlara bakıldığında ise, firmanın manevi değerlerine, kurumsal kimliğine ve kurum imajına katkı yapan, kurumsal sosyal sorumlulukta da ayrıntılı olarak açıklanan ve daha çok sosyal amaçlarla nitelendirilebilecek amaçlarla ilişkilendirilebilir. Ancak bu üç alandan hangisine hizmet edilirse edilsin, sponsorlukta temel amaç *karşılıklı fayda* elde etmek⁴¹⁵ ve bu amacı açıkça beyan etmektir.

Bu amaçlar doğrultusunda denilebilir ki, sponsorluk halkla ilişkiler, pazarlama ya da reklam amaçlı olarak kullanılabilir. Yani amaçlar bakımından, geniş bir kullanım avantajı söz konusur. Ancak amaçların ortaklığı, sponsorluğun reklamcılık ya da halkla ilişkiler ile aynı anlama geldiğini ifade etmez; çünkü aralarında farklar mevcuttur. Bu farkların birleştiği nokta ise, sponsorluğun kamuoyunda yaratacağı olumlu izlenimlerin paylaşılmasındadır.

⁴¹² Sergio Zyman, **The End of Advertising As We Know**, New Jersey: John Wiley&Sons, 2002, s. 149.

⁴¹³ Frank Jefkins, **Advertising**, 2. Baskı, London: Pitman Publishing, 1991, s. 129.

* Bu durum, halen Türkiye’de devam etmektedir. Örneğin Efes Pilsen hem kültür ve sanatta, hem de sporda çeşitli sponsorluklar yürütmektedir. Ancak, çok yakın bir zamanda TAPDK (Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu) tarafından hazırlanan yönetmelik taslağı hatırlanmaya değerdir. Eğer taslak öngörülen biçimde yürürlüğe girerse, “Alkollü içki markaları ile her türlü sportif faaliyet şirket şeklinde yapılanmalar da dahil olmak üzere spor kulüpleri veya spor kulübü taraftarları arasında bağ kurulmasına neden olacak uygulamalar yapılamaz” maddesinden ötürü, Efes Pilsen Spor Kulübü’nün kapanması gündemdedir. (Bkz. “Alkollü İçki Üreten Spor Kulübüne İsmi Veremeyecek, Sigara Rafta Dik Duramayacak”, **Radikal**, 17 Nisan 2010, s. 7) Kulübün kapanması durumunda ise spora yılda 35 Milyon TL, kültür ve sanata ise 15 Milyon Dolar harcayan Efes Pilsen’in bu yatırımları duracaktır. (Bkz. Necle Dalan, “Efes’in 58 Milyon TL’lik Sponsorluğu Bitecek, 15 Bin Genç Okulsuz Kalacak”, **Vatan**, 13 Mayıs 2010, s.8.)

* Burada ünlü sigara firması Phillip Morris’in sanat sponsorluğuna dikkat çekilmiştir. Hatta firmanın “Firmayı mükemmelleştirmek için sanat yeter” sloganı sponsorluğa bakış açısını gayet iyi şekilde açıklamaktadır. Bkz. Herbert I Schiller, “Corporate Sponsorship – Institutionalized Censorship of The Cultural Realm”, **Art Journal**, Vol. 50, No. 3, (Fall, 1991), s.57 ve Hans Haacke, “In The Vice”, **Art Journal**, Vol. 50, No. 3, (Fall, 1991), s. 49. Başka bir örnek ise kültür alanıyla ilgilidir. İstanbul 2010 Kültür Başkenti Tanıtım Toplantısı Hizmet Sponsoru Yeni Rakı’dır. Bkz. “Hizmet Sponsorlarımız”, <http://www.istanbul2010.org/ORTAKLIK/VE SPONSORLUK/Sponsor/index.htm>, (30 Temmuz 2010).

⁴¹⁴ Jefkins, s. 137-139.

⁴¹⁵ Okay ve Okay, s. 575.

Şöyle ki, sponsorluk reklam değildir; çünkü reklamda, söz konusu firmanın ürünü pazarlanarak, kâr etme amacı ön planda yer alır. Halbuki, sponsorlukta kâr elde etme amacı reklamda olduğu kadar doğrudan bir amaç olarak görülmemektedir. Yani ekonomik çıkarların dolaysızca ana amaç olduğu reklam aracındansa, ekonomik çıkarların, sosyal çıkarlar dolayısıyla ekonomik çıkarlara yansıtacağı sponsorluk aracı kamuoyu tarafından daha makul karşılanabilecek bir iletişim aracıdır. Ayrıca sponsorluk, sponsorluk alan tarafın nakdi ihtiyaçları dışındaki ihtiyaçları (araç, gereç, hizmet vb.) için de destek vereceği edimini konu alan bir anlaşma olabilmektedir. Halbuki reklamda, reklam süresinde veya sonrasında, reklamcının reklamı yapılan tarafın herhangi bir başka ihtiyacını karşılamak gibi sorumluluğu yoktur⁴¹⁶.

Bir başka ayrım ise, hedeflenen kitle ile ilgilidir. Şöyle ki, reklamda hedef kitle, mevcut ve potansiyel müşteriler iken, sponsorlukta, sponsorun ürünleriyle hiç ilgisi olmayan kişilerin bile söz konusu faaliyetten yararlanabilmesi söz konusudur*. Biraz önce ifade edildiği gibi, ortada, amaçların dolaylı ya da doğrudan yansıtılması şeklinde bir fark belirmektedir.

Reklam ya da sponsorluk haberlerinin basında nasıl yer aldığına gelince, reklamın basına yansması için ek olarak ve büyük meblağlarda ücretler ödenirken, sponsorlukta, sponsorluk haberlerinin basının arzusu veya görev icabı ve kural gereği ücret alınmadan basına yansıdığı bilinmektedir⁴¹⁷. Bu faktör de yine dolaylı olarak bir kazanım şeklinde kabul edilebilir.

İletişim araçlarından bir diğeri olan halkla ilişkilerle sponsorluğun ilişkisine bakıldığında ise hedef ve muhatap ilişkisi yönünden bir farklılık bulunmaktadır. Çünkü halkla ilişkilerde hedef ve muhatap bakımından bir birliktelik vardır. O da kamuoyudur. Yani halkla ilişkiler faaliyetleri çerçevesinde, firma kamuoyunu hedef ve muhatap alarak hareket etmektedir. Oysa sponsorlukta hedef kamuoyu olsa da, muhatap sponsorluk sözleşmesinin diğer tarafıdır. Yani sponsor firmanın muhatapı desteklenendir⁴¹⁸.

Bunlardan başka promosyonlu satış kampanyaları, sürüm artırıcı faaliyetler, ürün sergilemeleri gibi başka iletişim araçları da vardır. Ancak burada sayılabilecek tüm araçlarla aynı şey ifade edilecektir. Sponsorluk bağlamında reklam, sürüm artırıcı faaliyetler ve halkla ilişkiler ile ilgili amaçların tümünü gerçekleştirmek mümkün olacaktır⁴¹⁹. Örneğin, bir

⁴¹⁶ Gülçin Elçin Grassinger, **Sponsorluk Sözleşmesi**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003, s. 39.

* Örneğin, Koç Holding'in sponsoru olduğu Uluslararası İstanbul Bienali'ne katılanların, holding firmalarının ürünlerinden kullanıp kullanmadığı sponsorluk faaliyetinin kapsamına girmez. Ya da örneğin benzer şekilde, Eczacıbaşı'nın öncü sponsoru olduğu İKSV'nin katkılarıyla düzenlenen İstanbul Caz Festivali katılımcılarının da Eczacıbaşı'nın mevcut ya da potansiyel müşterilerinden olmaları gerekmemektedir.

⁴¹⁷ Grassinger, s. 41.

⁴¹⁸ Grassinger, s. 42.

⁴¹⁹ Selma Hülya İmamoglu, **Sponsorluk Sözleşmesi**, Ankara: Yetkin Yayınları, 2003, s. 78.

basketbol takımına uluslararası bir şampiyona için sponsor olan bir firma, hedef kitlesine yönelik ayrıca bir reklam kampanyası yürütmek için de sponsor olduğu takımdan faydalanabilir**.

O halde, sponsorluk faaliyetlerinin diğer iletişim araçlarına göre tek bir faaliyeti değil daha kapsamlı faaliyetler bütünü oluşturabilen dolayısıyla daha uzun vadeli, faaliyetler dahilinde diğer iletişim araçlarından da yararlanılabilen, karşılıklı bir çıkar ilişkisine dayanan ancak bu çıkar ilişkisindeki ekonomik çıkarın kamuoyu gözünde yaratacağı olumlu intiba ile sosyal fayda yaratmak suretiyle - yani doğrudan değil de dolaylı olarak- gerçekleşeceği iletişim faaliyetleri olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır.

b. Faaliyetin Konusuna Göre Sponsorluk Türleri

Sponsorluk faaliyetlerinin türleri incelendiğinde, oldukça geniş bir alan göze çarpmaktadır. Sponsorluk faaliyetleri genel anlamda spor, kültür ve sanat, eğitim sponsorlukları⁴²⁰ şeklinde gruplandırılabilir iken, o kadar geniş bir faaliyet alanına ulaşmıştır ki, bu üç kullanım alanı, tüm faaliyet alanlarını belirlemek için yetersiz görülebilir. Günümüzde yayıncılık, sergi, gösteri, festival, fuar, yarış, yarışma, tarih, seyahat sponsorlukları ve hatta sosyal sponsorluklar⁴²¹ firmaların kullandıkları sponsorluk türleridir. Bunlardan başka turnelerde ya da bilimsel toplantılarda da sponsorluğun kullanıldığı bilinmektedir. Bu türlerin ayrı ayrı belirlenmesindeki bir faktör de alanların birbirleriyle olan ilişkisidir. Örneğin sergi, gösteri, festival, yayıncılık sponsorlukları kültür ve sanat sponsorluklarına dahil edilebileceği gibi, eğitim sponsorluklarının da parçası olabilir. Bu nedenle, önceleri belli sınıflandırmalar içinde yer alan sponsorlukların, günümüzde organizasyon özelinde adlandırılmaya başlaması doğal bir olgu olarak görülmelidir.

Bu araştırma kapsamında sponsorluk türlerini üç bölümde incelemek anlamlı bulunmuştur: Spor sponsorluğu, sosyal sponsorluk ve karşılıklı yarar odaklı sponsorluk ile kültür ve sanat sponsorluğu. Dünyada en çok kullanılan sponsorluk türü olması ve bu nedenle en çok gelir sağlayan sponsorluk olması nedeniyle spor sponsorluğu ele alınacaktır. Sosyal sponsorluk ve karşılıklı yarar odaklı sponsorluk, tıpkı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde incelendiği gibi firmaların toplumsal fayda gözeterek yaptıklarını ifade ettikleri sponsorluk türü olduğu için dikkate değer bulunmuştur. Kültür ve sanat sponsorluğu ise bu

** Avrupa Basketbol Şampiyonası için Garanti Bankası'nın sponsorluğunu üstlendiği Türk Milli Basketbol Takımı için bkz. "12 Dev Adam Reklam Yıldızı Oldu", **Akşam**, 28.08.2009, s. 6.

⁴²⁰ Okay ve Okay, s. 586-597.

⁴²¹ Jefkins, s. 130.

araştırmanın bizzat konusuna işaret ettiği için türler arasında gösterilmesi uygun bulunmuştur.

(1) Spor Sponsorluğu

Spor sponsorluğu en eski ve en geniş kullanım alanına sahip sponsorluk türüdür⁴²². Zira, bu yolla daha yaygın bir tüketici kitlesine ulaşma imkanı söz konusudur*. Spor, kamuoyunda daha büyük bir ilgi ve merak uyandırdığı ve dolayısıyla da medya, sportif faaliyetlere daha çok yer ayırdığı için bu tür sponsorluğu kullanmak, firmalara daha avantajlı bir konum sunmaktadır.

Spor faaliyetlerine, - tek başlarına ya da takım halinde- sporculara, spor kulüplerine sponsor olunabilmektedir*. Sponsorluklar içinde spor sponsorluğu dünyada en fazla yatırım yapılan sponsorluk türüdür. Gerek kitlelere ulaşma kapasitesinin diğer sponsorluk türlerine göre genişliğinden, gerekse medyanın bu nedenle sportif faaliyetlere daha çok ilgi göstermesinden ötürü spor sponsorluğu firmaların odağı haline gelmiştir. Spor sponsorluğunun bu şekilde hızlı gelişmesi, spor sponsorluklarına yapılan yatırımların da hızla artmasına neden olmaktadır. Öyle ki, bir danışmanlık firmanın 2013 yılı projeksiyonlu bir araştırmasına göre, uluslararası krizin etkisiyle 2008'e göre % 5,4'lük bir düşüşle 2009'da 114 Milyar Dolar olan global spor harcamaları, 2010'da 122; 2011'de 121; 2012'de 131 ve 2013'te 133 milyar dolara ulaşacaktır⁴²³. Spor endüstrisi içinde sponsorluğun en hızlı gelişecek sektör olacağı vurgusuyla sponsorluk gelirleri de yıllar itibariyle artan bir seyir göstercektir. Dünya çapında 2009'da yaklaşık 29,4 milyar dolar olan sponsorluk gelirleri 2013'te 35,2 Milyar Dolara ulaşacaktır⁴²⁴. Bunların yanında, yayın geliri hakları, gişe gelirleri, lisanslı ürün satışlarında da büyümeler beklenmektedir.

⁴²² Grassinger, s. 53.

* Örneğin 2010 Dünya Kupası'nın toplam izleyici sayısının 3.178.880 olduğu beyan edilmiştir. (bkz. **Radikal**, "Rakamlarla Dünya Kupası", 13 Temmuz 2010, s. 19.

* Spor organizasyonları sponsorluğuna örnek vermek gerekirse, Budweiser, Castrol, Continental, Mc Donald's firmaları 2010 Dünya Kupası sponsorları arasında yer almaktadır. (bkz. *2010 FIFA World Cup South Africa*, <http://www.fifa.com/worldcup/index.html> (9Temmuz 2010). Aynı organizasyon dahilinde, spor takımı sponsorluğuna örnek olarak ise, İspanya Milli Takımı sponsoru Adidas verilebilir. Türk firmalarının yurtdışı sponsorluklarında da spor kulüpleri olduğu bilinmektedir. Örneğin THY, Barcelona ve Manchester United kulüplerine üç yıl için yaklaşık 19 milyon Euro sponsorluk bedeli ödeyecek. (bkz. **Hürriyet**, "Türk Şirketleri Avrupa'da Finale Gidiyor, THY Messi Keyfi Yaşıyor", 10 Nisan 2010, s. 8.

⁴²³ Pricewaterhouse Coopers, **The Outlook for The Global Sport Market to 2013**, United Kingdom, 2010, s. 26.

⁴²⁴ *The Outlook for The Global Sport Market to 2013*, s.7.

(2) Sosyal Sponsorluk ve Karşılıklı Yarar Odaklı Sponsorluk

Burada dikkat çekici bir ayrım “sosyal sponsorluk” ya da “karşılıklı yarar odaklı sponsorluk” türlerine ilişkindir^{**}. Dikkat çekicidir çünkü hayırseverlikle ya da bağışla karıştırılmaya müsaittir. Oysa yukarıda ifade edildiği gibi, sponsorluk faaliyetleri, firmaların halkla ilişkiler, pazarlama ya da reklam bölümleri stratejileri içinde yer almaktadır. Dolayısıyla sponsorluğun kullanılmasındaki asıl amaç, topluma katkı sağlayarak, firmaya olan kamuoyu algısını değiştirmektir⁴²⁵. Sosyal sponsorlukların kâr amacına yönelik olmadığı iddia edildiği için diğer sponsorluklardan farklılaştığı vurgulanır. Oysa, tüm sponsorlukların “karşılıklılık” üzerine kurulduğu gayet açıktır. Çünkü sponsorlukta, sponsorluk veren ve alan - iki tarafında çıkarlarının karşılıklı olarak gözetileceği sponsorluk sözleşmesi dahilinde açıkça belirlenmiştir. Bununla beraber, firmalar da uzun dönemde sosyal sponsorlukların kurum imajlarına, marka değerlerine ve sosyal prestijlerine katkı sağlayacağını kabul etmektedirler.

O halde sosyal sponsorluklarda kâr amacı yokmuş gibi davranılması sorunlu bir tutum olacaktır. Dünyada sosyal sponsorluklar içinde en yaygın örnekler kansere, AIDS’e ve diğer hastalıklara, alkol ve madde bağımlılığına veya açlığa karşı, çevreyi ve doğal yaşamı koruma amaçlı ya da kültür ve sanatı geliştirme amaçlı organizasyonların desteklenmesi şeklinde görülmektedir. Örneğin American Express sanatın “patronu” olarak anılmaya başlamıştır. Firma, bu kurumsal destek anlayışını sosyal pazarlama içine yerleştirmekte ve başkalarına yardım etmenin “iyi bir iş” olabileceğinin örneğini vermektedir⁴²⁶.

Firmaların sponsorluk faaliyetlerinin filantropist güdülerle açıklanamayacağını kabul edilmesi durumunda, söz konusu firmaların neden sosyal amaçlarla da sponsorluklar yürüttükleri nasıl açıklanacaktır? Çünkü yukarıda sponsorluk türlerinde bahsedildiği gibi, firmalar sosyal sponsorluklara da başvurmaktadırlar. Firmaların sosyal sponsorluklar yürütmesi, imajlarına katkı sağlamak bir yana, faaliyette bulundukları toplumun bir parçası olmaları sebebiyle sosyal sorumluluk bilincini kanıtlamak amacını taşımaktadır⁴²⁷. Görüldüğü gibi, bu amaç kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde değinilen amaçlarla özdeşlik içindedir. Ortaklıklar içeren bir başka kavram da “karşılıklı yarar odaklı sponsorluk” kavramıdır. Karşılıklı yarar odaklı sponsorluk kavramı 1980’lerden itibaren ABD’de

^{**} Bu tür sponsorluklar, “Cause Related Marketing” ya da “Cause Marketing” olarak anılan, kurumu ya da markayı önemli bir sosyal neden ya da konuya bağlayan stratejik bir konumlandırma ve sosyal pazarlama yöntemi içinde yer alırlar. (bkz. Pelin Hürmeriç, “Sosyal Pazarlama Yöntemi Olarak Karşılıklı Yarar Odaklı Sponsorluk (Neden İlişkili Pazarlama) Uygulamalarının Tutumlar Üzerine Etkisi”, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi, SBE, 2009.)

⁴²⁵ O’Hagan ve Harvey, s. 208.

⁴²⁶ Mescon ve Tilson, s. 56-57.

⁴²⁷ Okay ve Okay, s. 596.

kullanılmaya başlanan ve temelini hayırseverlik ve sosyal sorumluluk kavramlarından alan bir kavramdır⁴²⁸.

Bu durumda sosyal sponsorluk ve karşılıklı yarar odaklı sponsorluk kavramları aynı amaca hizmet etmekte ve tıpkı kurumsal sosyal sorumlulukta değinildiği gibi özünde filantropist geleneği taşımaktadır. Sosyal sponsorluk, sponsorluğun kapsamına giren faaliyetlerin niteliğiyle ilgiliyken; karşılıklı yarar odaklı sponsorluk, faaliyetler sonucunda tarafların elde edeceği faydanın ortaklığına vurgu yapmaktadır. Yani; aslında ortak çıkar yaratmaya yönelik bir işbirliği şeklinde ifade edilebilen karşılıklı yarar odaklı sponsorluk, bu işbirliğinin karşılıklı “sosyal” bir fayda yarattığını ifade eden sosyal sponsorlukla aynı amaca hizmet etmektedirler.

Biraz önceki soruya geri dönülecek olursa, firmalar sponsorluğu pazarlama, reklam ya da halka ilişkiler amaçları çerçevesinde başvurdukları etkili ve stratejik bir yöntem olarak kabul edip, sağladıkları bu destek karşılığında markaya ve firmaya yönelik kamuoyu algısının değişmesini beklerken, filantropist gelenekten temel kazanan sosyal sponsorluğu nasıl açıklamaktadırlar? Sorunun daha basit bir şekilde sorulması gerekirse, neden sosyal sponsorluk diye bir alan yaratılmıştır? Bu sorunun cevabı, bu araştırmanın da özünü oluşturan, her “verme” ediminin, karşılığında geri verileni büyütmesi amacıyla gerçekleştirildiği önermesine dayanmaktadır. Tıpkı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde de gösterildiği gibi, bu faaliyetlerin aslında markaya bazen ekonomik (reklam, halkla ilişkiler, pazarlama giderlerinin azaltılması, vergi kolaylıkları, rekabet avantajı gibi) faydalar sağlaması yanında; ekonomik olmayan (itibar, kamuoyunun markaya ve firmaya yönelik pozitif algısı gibi) faydalar da sağladığının kabul edilmesi gerekmektedir.

Zyman, sponsorluk ve sponsor kavramlarının demode pazarlama anlayışına gönderme yaptığını savunarak, bu kavramların maddi beklentiyle özdeşleşmesinin sakıncalarını şu şekilde ifade etmektedir⁴²⁹:

“Kendinizi “sponsor” olarak tanımlamak, ortada finansal bir alışveriş olduğunu insanlara anlatacaktır. Bu noktada dürüstlüğünüzü sorgulayabilirler. Gençler için durum daha da kötüdür. Bu onlara, sizin kurumsal bir birim olduğunuzu ve sizi ilgilendiren tek şeyin para olduğunu ifade eder. Bu da, vermek istediğiniz mesajı tamamen ilgisiz kılar. O halde, sponsorluk kelimesini dağarcığınızdan çıkarın ve hatta daha da önemlisi sponsorluk felsefesini reklam ve pazarlama harcamalarınızdan da çıkarın. Bu kelime yerine “mülkiyet kullanımı pazarlaması” deyin.”

⁴²⁸ Hürmeriç, s. 50.

⁴²⁹ Zyman, s. 149-150.

O halde, yukarıda Zyman'ın "sponsorluk kavramı, ortada finansal bir alışveriş olduğunu tüketicilere anlatacaktır" şeklinde ifade ettiği görüşüne istinaden ve ayrıca "tüketicilerden ve çevre örgütlerinden gelecek olası eleştirileri dengelemek için firmaların pozitif bir imaj yaratmaya ihtiyaçları olduğu"⁴³⁰ görüşüne sadık kalarak, firmaların sosyal sponsorluk kavramını icat ettikleri kabul edilebilir. Ayrıca, sistemin işlemlerini devamlı kılacak her türlü üretim genişlemesini tanımlayan büyüme, her ne şekilde olursa olsun makul kabul edildiği içindir ki, sponsorluğun sistemin beklentileri tarafından finanse edildiği söylenebilir⁴³¹; çünkü sponsorluk yürüten firmalar, bundan yarar sağladıkça üretimlerini artırarak, sistemin işlemlerini devamlı kılacaklardır.

(3) Kültür ve Sanat Sponsorluğu

Kültür kavramının sanattan çok daha geniş bir anlamı ifade ettiğine daha önce değinilmişti. Sanat kadar bilim, tarih ya da sosyal olaylar da kültürün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Özellikle sosyal bilimler alanında, disiplinler arasındaki bu geçişkenlik çok daha fazla görülmektedir.

Bu tür sponsorluğa sadece sanat sponsorluğu demeyi tercihe edenler de vardır. Bu araştırmada sponsorluk türünün sanat sponsorluğu değil de, kültür ve sanat sponsorluğu şeklinde adlandırılmasındaki kasıt, sanata yapılan sponsorluklar dışında, kültürün gelişmesi için faydalı olan bilimsel, sosyal vb. faaliyetlere de yapılabilecek sponsorluklara dikkat çekmektir. Kültür ve sanat kavramlarının hep birlikte kullanılıyor olması, anlamlarının eş olmasından değil, birbirlerini anlam bakımından bütünleyen kavramlar olmasındandır; çünkü bilinmektedir ki, sanat kültüre içkindir. Gramsci'nin ifadesiyle⁴³² "her yeni kültür, yeni bir sanat yaratacaktır". Dolayısıyla yeni bir sanattan değil, yeni bir kültürden söz edilmesi gerektiğini savunan düşünür, kültürün gelişmesiyle sanatın da farklılaşacağını vurgular. O halde kültür denilen kavram içinde sanat olmayan; sanat ile açıklanmayan şeylerin de varolduğu açıktır. Bu kısa hatırlatmanın sebebi, bazen tam anlamıyla sanat tanımı içinde ele alınamayacak gelişmelerin kültüre hizmet edebileceği olgusuna dikkat çekmektir*. Dolayısıyla kültür ve sanat sponsorluğu başlığı ile sanat sponsorluğunun dışında, kültürün gelişmesine katkıda bulunacak diğer alanlara da vurgu yapıldığı anlaşılmaktadır.

⁴³⁰ Haacke, s. 49.

⁴³¹ Schiller, s. 59.

⁴³² Antonio Gramsci, **Aydınlar ve Toplum**, Vedat Günyol, Ferit Edgü, Bülent Onaran (çev.), İstanbul: Çan Yayınları, 1967, s. 81.

* Örneğin, İstanbul'un Avrupa 2010 Kültür Başkenti sıfatını alması sebebiyle düzenlenen aktivitelere bakıldığında, kültürel anlamda okur-yazar buluşmalarından moda sergilerine, gençler için düzenlenen spor yarışlarından rehberli kazı turlarına kadar birçok farklı alandan faydalandığı görülecektir. (bkz. "Etkinlikler", <http://www.istanbul2010.org>, 30.Ağustos 2010).

(a) Kültür ve Sanatta Sponsorluk Kavramının Tarihine İlişkin Gelişmeler

Mesenlikte ifade edildiği gibi, sanat eskiden beri soylular tarafından desteklenmektedir. Tarihin neredeyse tüm dönemlerinde, siyasi kurumla sanat arasında - sanatı ve sanatçıyı himaye etme, destekleme şekillerinde- yakın bir etkileşim olduğu gözlemlenebilir⁴³³. Dünyadan örnek olarak, en parlak dönemini XIV. Louis zamanında geçiren Fransa'dan verilebilir. Louis müziğe, baleye tutkundur; sarayında bulundurduğu ve desteklediği italyan asıllı müzisyenlerden Lully fransız opera - bale stiline öncüsü olmuştur. Bir başka örnek ise müzik merakı herkes tarafından bilinen, flüt çalan, Bach ve oğullarını destekleyen Prusya kralı büyük Frederich'tir. İtalya'da ise Rönesans'ın doğuşu ve parlak ürünlerini verdiği dönem Floransalı banker ailesi Medici'lerin egemen olduğu zamanlara rastlamaktadır⁴³⁴. Bu gerçek, Batı'da Rönesans İtalya'sında servet kaynağının toprak ve tarım yerine ticaret ve sanayi alanlarına kayması ve yeni zengin burjuva sınıfının feodal-patrimonyal efendilerin yerini almaya başlamasıyla açıklanabilir⁴³⁵.

Belli bir toplumda bilim adamı ve sanatçı, kendini egemen sosyal ilişkiler ve belli bir kültür çevresinde ifade eder. Osmanlı toplumu gibi patrimonyal yapısı giderek güçlenmiş ve sosyal onur, statü ve mertebelerin mutlak egemen bir hükümdar tarafından belirlendiği bir toplumda ise bu olgu daha da belirgindir⁴³⁶. Bu nedenle Batı'da Rönesans'ta karşılaşılan örneklerden temel bazı farklılıklar gösterse de – çünkü Rönesans Avrupasında servet kaynağı toprak ve tarımdan ticaret ve sanayiye geçtiğinden, feodal patrimonyal yapının yerini zengin burjuvalar almaya başlamıştı- yukarıda değinilen parlak dönemlere denk gelen sanat sevgisi ve korumacılığı Osmanlı hükümdarlarında da belirgindir. Tabii ki burada, özellikle 18. Yy. toplum yapısının değişmesiyle birlikte batının bazı sanat akımları ve anlayışlarının Osmanlı'nın sanat anlayışını da etkilemiş olduğu gerçeğini de gözden kaçırmamak gerekir. Bu etkileşim Fatih Sultan Mehmet döneminde başlamış, sosyal ve entelektüel yenileşme hareketi olan Lale Devri ile hızlanarak sürmüştür⁴³⁷. Edebiyattan müziğe, tiyatrodan resime bir çok sanat dalında yaşanan bu gelişmelere bazı örnekler verilebilir. Fatih Sultan Mehmet döneminde resim oldukça gelişmiştir. Fatih, yurtdışından ressamı getirterek, onları bir süre

⁴³³ M. Demet Ulusoy, **Sanatın Sosyal Sınırları**, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005, s. 17.

⁴³⁴ Filiz Ali, "Atatürk'ten İnönü'den Yaşadığımız Günlere", **Milliyet Sanat Dergisi**, No. 210 (Şubat 1989), s. 7.

⁴³⁵ Halil İncalcık, **Şair ve Patron: Patrimonyal Devlet ve Sanat Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme**, 2. Baskı, Ankara: Doğu Batı, 2005, s. 13.

⁴³⁶ İncalcık, s. 9.

⁴³⁷ Fethiye Erbay ve Mutlu Erbay, **Cumhuriyet Dönemi (1923-1938) Atatürk'ün Sanat Politikası**, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2005, s. 15.

sarayda tutmuş ve çok sayıda portre ve tablo yaptırmıştır. I. Mahmut ve III. Selim gibi kendileri de müzikle ilgilenen padişahlar, sarayda müzik çalışmalarını desteklemişlerdir⁴³⁸.

Tarihteki tüm bu örneklerden de görüleceği gibi, sanat yapıtları koleksiyonu yapmak, bu yapıtların değerini tanıtmak ve bunları sergilemek geleneksel olarak aristokratların işi olmuştur⁴³⁹. Bunun nedeni, sanatın, sanatı icra edenden çok, sanatın ve sanatçının himayecisi konumundakine statü sağlayıcı rolünün keşfedilmesinde aranmalıdır. Bu keşif önemlidir, zira sanatın statü sağlayıcı rolü, kültürün dönüştürücülüğünü de doğurabilir. Bu da toplumun değişmesi ve dönüşmesi demektir. O halde sanatın sadece eğlendirici ve keyif verici olarak nitelenmesindense, bu önemli işlevselliğinin anlaşılması gerekmektedir. Şeni'nin fade ettiği gibi⁴⁴⁰;

“Statü sembolü olan davranışları edinmek, sonra da bu davranışların sosyal bir sınıfın göstergeli markası olarak kabul edilmesini sağlamak: Rothschild'ler ya da Camondo'lar gibi zenginlerin kendi sınıfsal kesitleri için yeni yaşam tarzları oluştururken izledikleri yol budur. Elitler hem kentsel, mekansal yerleşimleri sırasında, hem de iyilikseverlik standartları oluştururken bu yoldan şaşmazlar.”

Bu pasaj, yukarıda değinilen sanatın işlevselliğinin, 1800'lerin ikinci yarısında sözü edilen bankerler tarafından keşfedildiğinin kanıtıdır. Dikkat edileceği gibi, hem bir sınıf göstergesi olma işlevi, hem de yeni yaşam tarzları oluşturulmasına yardımcı olma işevinden söz edilmektedir. Bu biraz önce söz edilen statü sağlama rolünden, toplumu dönüştürme rolüne giden süreci ifade etmektedir. Bu çıkarım, Gramsci'nin⁴⁴¹ işaret ettiği “kapitalist işletme sahibi, kendisiyle birlikte, endüstri teknisyenini, ekonomi bilginini yaratırken, aynı zamanda yeni bir kültürün, yeni bir hukukun vb. örgütleyicisi olmaktadır” ifadesi ile tam olarak örtüşmektedir.

Sanatın, kültürü ve dolayısıyla toplumu dönüştürmeye vardiran işlevselliği çeşitli zamanlarda iktidar ve sermaye sahipleri tarafından keşfedilmiştir ve dolayısıyla sanat hamiliği bu kişilerin hayatlarında hep yer almıştır. Dolayısıyla kapitalist üretim sürecinde bir yandan üretim birimi işletilirken, bir yandan da sanata çeşitli yollarla destekleri sürdürerek bu yolla yeni bir kültür anlayışının da düzenleyicisi olma girişimi yani günümüz tabiriyle kültür ve sanat faaliyetlerine “sponsor” olmak, son zamanlarda kapitalist üretim birimlerini kültürün ve sanatın “hami”si konumuna yerleştirmiştir. O halde kurumsal patronajı yönlendiren ana etkenin “prestij” olduğu ifade edilebilir⁴⁴². Bu kurumsal mesenler, firmaların bulunduğu yere,

⁴³⁸ Erbay ve Erbay, s. 20-37.

⁴³⁹ Şeni, s. 95.

⁴⁴⁰ Şeni, s. 95.

⁴⁴¹ Gramsci, s. 17.

⁴⁴² Richard Carless ve Patricia Brewster, **Patronage and The Arts**, Londra: The Conservative Political Center Publication, 1959, s. 56.

yaşına, müşteri kitlesine, milli kültürel miraslarına ve kendi kurumsal kültürlerine bağlı olarak, sanat hamiliğinin onlara sağlayacağı sosyal statünün farkında olarak sanatı finanse etmeye başlamışlardır⁴⁴³.

Günümüzde sponsorluk, firmaların oldukça etkin olarak kullandıkları bir iletişim aracıdır. Özellikle spor ile kültür ve sanat sponsorluğu firmaların pazarlama çabalarını desteklemede giderek daha da önemli olmaktadır. Firmaların sponsorluk ya da diğer destek kampanyalarında giderek daha agresif bir tutumla rekabet güçlerini artırmakta ve böylece “sağduyulu firma” olarak adlandırılarak bir çeşit “ödül” kazanmaktadırlar⁴⁴⁴. Bazı firmalar, spor sponsorluğunu tercih ederlerken, bazıları ise yüzünü kültür ve sanat sponsorluklarına dönmüşlerdir.

Kültür ve sanat sponsorluğunda müzik (genellikle klasik müzik ve caz), tiyatro, opera ve bale, dans, resim, fotoğraf, sahne sanatları, edebiyat, sergi ve müze gibi alanların desteklendiği ya da bu alanlarda çalışan vakıflarla işbirliği yaptıkları görülmektedir. Hatta arkeolojik kazıların desteklenmesi, sanatçılara eğitim ve burs imkanları tanınması, ödül törenleri düzenlenmesi, kütüphaneler kurulması ve/ veya onarılması gibi faaliyetler de bu sponsorluklar içine girmektedir. Son zamanlarda ise, kurumların – özellikle bankalar ve finans kurumları- çağdaş sanat koleksiyonları oluşturma çabaları dikkat çekici biçimde büyümektedir.

ABD’de sponsorluğun sektörleri yönlendirici bir güç olarak kullanılmaya başlamasından beri, birçok yönetici kültür ve sanat sponsorluğunu kurumsal olarak “iyi” davranıyor olmanın ve kamuoyunun genel kanısını düzeltmenin göreceli ucuz yolu olarak kabul etmişlerdir⁴⁴⁵. Herşeyden önce, kültür ve sanat organizasyonlarına katılım, firmalara belirli demografik grupları hedeflemeleri ve bu gruplarla iletişime geçmeleri konusunda olanak sağlamaktadır⁴⁴⁶ ki bu, aslında spor değil de kültür ve sanat sponsorluğunu tercih etmenin de nedenini açıklamaktadır. Çünkü, spor sponsorluğu yoluyla ulaşılan mevcut ve potansiyel tüketici kitlesinin niceliksel olarak daha fazla olduğunun bilinmesine rağmen, kültür ve sanat sponsorluğu ile ulaşılan kitlenin de nispeten entelektüel, kültürel ve estetik duyarlılıklara daha yatkın nitelikte olduğu kabul edilir. Dolayısıyla bu olgu, bu tür sponsorlukla doğacak ilişkilerin de daha “saygın” olarak nitelendirilmesini sağlayacaktır⁴⁴⁷.

⁴⁴³ Roseanne Martorella, “Art Business: An International Approach on Sponsorship”, Roseanne Martorella (Ed.), **Art and Business – An International Perspective on Sponsorship** içinde (3-14), USA: Praeger Publishers, 1996, s. 3.

⁴⁴⁴ Mescon ve Tilson, s. 59.

⁴⁴⁵ Schiller, s. 58.

⁴⁴⁶ Mescon ve Tilson, s. 52.

⁴⁴⁷ Jack Nickson, “Arts Sponsorship- An Unholy Alliance?”, **The Musical Times**, Vol. 132, No. 1779, (May 1991), s. 238.

İngiltere’de ise durum biraz daha farklıdır; çünkü sanatın destekçileri çeşitli birimlerle organize edilmektedir. Ülkenin kültür ve sanattaki gelişimi için, devletin ve özel sektörün patronajını özendirmek adına birçok girişimde bulunan J. M. Keynes ve onun sanat anlayışı oldukça çarpıcıdır. Sanatsal faaliyetlere devlet fonlarının tahsisi için iki birim vardır; birincisi “Arts Council” (Sanat Konseyi), ikincisi ise; “the British Council” (İngiliz Konseyi). Sanat Konseyi, parlamentodan aldığı yıllık ödeneği sanatı teşvik etmek ve yaymak için harcayan resmi bir kuruluştur. Sanat Konseyi, 1945’te Keynes’in talebi ve ısrarı üzerine daha önce adı Müziği ve Sanatı Teşvik Konseyi (Council for the Encouragement of Music and the Arts – CEMA) olan birimin yerine geçmiştir. 1939’da ABD merkezli özel bir kuruluş olan Pilgrim Trust’ın sağladığı 25 bin sterlinlik bir bağış ile kurulan Müziği ve Sanatı Teşvik Konseyi’ne ayrıca “II. Dünya Savaşı sırasında hayatı tehlikeye giren sanatçı, aktör ve müzisyenlere finansal destek sağlamak” üzere Eğitim Konseyi’nden de bağış gelmiştir⁴⁴⁸.

Müziği ve Sanatı Teşvik Konseyi’nin Sanat Konseyi’ne doğru gelişmesinde Keynes’in “sanatçıyı bir iktisatçıdan ya da bir politikacıdan daha önemli gören” kişisel felsefesinin olduğu⁴⁴⁹ ve sanatsal kaliteyi ve standartları savaş sonrası dönemde de sürdürme düşüncesinin hakim olduğu söylenebilir. Bizzat kendisi de bir koleksiyoner* olan Keynes’in, Ulusal Galeri (National Gallery) için resim satın alma konularında Maliye Bakanı’na tavsiyeler vermiş olduğu bilinmektedir⁴⁵⁰. İngiliz sanatının geliştirilerek “ihraç edilmesini” sağlamaya yarayan diğer kamu resmi kuruluşu ise British Council adlı konseydir⁴⁵¹.

Devletin kültür ve sanat patronajı dışında, devlet dışı sektörler de kültür ve sanat patronajında yer almaktadırlar. Bu aktörler yerel yönetimler, iş dünyası, kilise, radyo - televizyon ve kişiler olarak gruplandırılabilir. İngiliz firmalarının kültür ve sanata olan sponsorluklarının uzun yıllardır devam ettiği görülmektedir**. İngiltere’de Thatcher dönemiyle beraber, daha önce devlet tarafından finanse edilen sanat kurumlarının da izlenen liberal politikalar dahilinde piyasa mekanizmasına göre işletilmeye başlandığı bilinmektedir.

⁴⁴⁸ Mary Glasgow, “The Concept of The Arts Council”, Milo Keynes (Ed.), **Essays on John Maynard Keynes** içinde (260-271), Great Britain: Cambridge University Press, 1976, s. 261.

⁴⁴⁹ Glasgow, s. 268.

* Keynes’in teşvikçi bir patronaj anlayışının ötesinde, özellikle Fransız ve İngiliz ekolleri ressamlarından iyi bir koleksiyonu olduğu bilinmektedir. Cézanne, Delacroix, Matisse, Picasso, Sickert vb. bunlardan bazılarıdır. Bkz. Richard Shone ve Duncan Grant, “The Picture Collector”, Milo Keynes (Ed.), **Essays on John Maynard Keynes** içinde (280-288), Great Britain: Cambridge University Press, 1976, s. 288.

⁴⁵⁰ David Throsby “Keynes’s Vision for Investment in Culture and Creativity for Tough Times”, **The Australian**, 19 Aralık 2008, s. 13.

⁴⁵¹ Carless ve Brewster, s. 25-34.

** Örneğin, Rolls Royce firması Arts & Business ile ortaklık içinde olduğunu açıklamıştır. Bu amaçla, “Arts & Business South East Awards 2010” için düzenlenen prestijli törenin ana sponsoru olmuştur. bkz. “Rolls Royce Announces Partnership with Arts & Business”, http://www.rolls-roycemotorcars.com/#/the_company/latest_news/artbusiness/ (26 Temmuz 2010). Shell firması da uzun yıllardır kültür ve sanat alanının destekçilerindendir. 43 yıldan beri Filipinler’de Ulusal Sanat Öğrencileri Yarışması düzenlemektedir. bkz. “The 43rd Shell Naitonal Students Art Competition”, http://www-static.shell.com/static/phl/downloads/nsac/2010_nsac_entry_form.pdf (26 Temmuz 2010). Unilever 2007’de 2012’ye dek Tate Modern’de The Unilever Series adıyla düzenlenen serginin sponsoru olacağını açıklamıştır. Bkz. “Unilever Extends Tate Modern Sponsorship”, **Financial Times**, 17 Temmuz 2007, s. 16.

Thatcher Hükümeti, özelleştirme politikaları çerçevesinde özel sektörün genel anlamda hayır işlerine bağış yapmasını, özelde de sanatı desteklemesini teşvik etmek amacıyla sponsorluk ve vergi mekanizmalarını kullanmıştır. 1984'te hükümet, Özel Sektör Sponsorluğunu Teşvik Projesi adıyla, sanat sponsorluğunda bulunmak isteyen özel sektöre nakit teşvikler dağıtma projesi geliştirmiştir. Amerikan bağış mekanizması örnek alınarak geliştirilen proje, özel sektöre vergi mükelleflerinin ödediği parayı da kullanma yetkisi vermesi bakımından Amerikan modelinden farklılaşmaktadır⁴⁵². Yani, firmalara halkın parasını kullanarak kendi tanıtım kampanyalarını yapma hakkı vermektedir. Hem Thatcher döneminde çıkan maliye yasaları, hem de 1990'da başbakan seçilen J. Major döneminde çıkan maliye yasalarında sanata olan desteklere vergi bağışlıklarında tedrici genişlemeler görülmekte, bağışlara yapılan yardımların artışının önü açılmaktadır⁴⁵³. Sonuç olarak Thatcher döneminin başında firmalar sanat sponsorluğu konusunda hiç de ön planda değilken, dönem sonunda sanat dünyasına hakimiyetin özel sektör sponsorluğundan geçtiği gerçeği Thatcher politikaları sayesinde firmaların sanat sponsorluğu konusunda ne kadar yol katettiklerini açıklamaktadır⁴⁵⁴.

(b) Kültür ve Sanat Sponsorluğunun Avantajları

Sosyal sermayeyle olan ilişkisinde ayrıntılı olarak açıklandığı üzere, burada bazı temel avantajlardan söz edilecek, özellikle ülkenin uluslararası konjonktürel durumuyla ilgili bağlantısı vurgulanmaya çalışılacaktır. Sponsor firma açısından bakıldığında elit bir alıcı kitlesine hitap etmesi avantajı dışında, sanatı prestijli bir iletişim aracı olarak kullanmak aynı zamanda, sanat piyasasının geçirdiği dönüşümden de kaynaklanmaktadır. Zira sanat piyasasının küreselleşmesiyle sanat artık bir "meta" haline gelmiştir⁴⁵⁵. Dolayısıyla sanat, kurumların ve kurumlar vasıtasıyla da ülkelerin uluslararası düzeyde de rekabet edebilirliğine katkı yapan bir araç haline gelmiştir*. Nitekim, örneğin Uluslararası İstanbul Bienali'nin "Türk

⁴⁵² Chin-tao Wu, **Kültürün Özelleştirilmesi – 1980'ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi**, Ersin Soğancılar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2005, s. 107-108.

⁴⁵³ Wu, s. 106-107.

⁴⁵⁴ Victoria D. Alexander, "State Support of Artists: The Case of The United Kingdom in New Labour Environment and Beyond", **Journal of Arts and Management, Law, and Society**, Vol. 29, No. 1, (Güz 2007), s. 3-4.

⁴⁵⁵ Danièle Granet ve Catherine Lamour, **Grands et Petits Secrets du Monde de l'Art**, France: Librairie Arthème Fayard, 2010, s. 212.

* Ülkelerin uluslararası ilişkilerine kültür ve sanat etkinliklerinin yaptığı katkılar konusunda birçok örnek görülmektedir. Türkiye'den bazı örnekler bakılacak olursa: Filiz Eczacıbaşı Sarper'in "İzmir Kültür ve Sanat Vakfı Helsinki Zirvesi ile Türkiye'nin AB'ye aday olduğu bir dönemde caz günlerini son derece bilinçli bir örtüşmeyle 1. Avrupa Caz Festivali'ne dönüştürdü" ifadesi kültürel etkinliklerin ülkenin politik konjonktürüne uygun olarak nasıl uluslararasılaşabildiğini göstermektedir. Kurumlar uluslararası rekabet avantajını ellerinde tutmak için kültür ve sanatın doğasından gelen niteliklerini kullanmaktadırlar. Bu "saygın" nitelikler ise hem kurum imajına, hem de ülke tanıtımına katkıda bulunmaktadır. (Bkz. Filiz Eczacıbaşı Sarper, "Açılış Konuşması" **II. Kültür Kongresi: Barış Kültürü**, 2. Baskı, İstanbul: İKSV Yayınları, 16-18 Ekim 2000, s. 7.) Başka bir örnek ise yine bu "saygın" faaliyetlerin ülke tanıtımına yaptığı katkıya gönderme yapmaktır. "20 yıl önce kurulan İstanbul Bienali hem iç kültürel gelişme, hem de uluslararası statü arayışındaki Türkiye'nin modernleşme

Hükümeti'nin, üyeliğin gerektirdiği seküler ve neoliberal standartlara güçlü uyum sağlandığı konusunda Avrupa Birliği'ne güvence verme çabasının bir parçası⁴⁵⁶ olduğu yorumları bu savunulan görüşü destekleyen bir görüştür.

Olağandır ki, bu saygın aracın keşfi, kültür ve sanat sponsorluğu alanının çok büyümesine ve çeşitlenmesine neden olmuştur. Bunun bir yansıması olarak da müzelerin ya da diğer sanat kurumlarının firmaların çalışma modellerini içselleştirdikleri görülmektedir ki bu da etkinliklerin giderek daha ticari bir veçhe kazanmasına yol açmaktadır⁴⁵⁷. O halde burada, kültür ve sanat gibi değerlerinin maddesel olmaktan çok manevi olarak ifade edileceği iddia edilen kavramların ticari olarak nasıl bir karşılıklı bağımlılık ilişkisi yarattığı ortaya çıkmaktadır.

Buraya kadar anlatılanların ışığında, kültür ve sanatı desteklemek işinin nasıl bir araç olduğu konusunda dikkat çekilmek istenen noktalar vardır: Öncelikle kültür ve sanatı desteklemek yukarıda değinildiği gibi, destekleyen kişilere/ kurumlara kültürü ve dolayısıyla toplumu dönüştürebilme yetkisi de verebilen *etkin* bir araçtır. İkincisi, kamuoyuna yansıtılan birincil ve öncelikli amacın “topluma fayda” olmasından ötürü, kamuoyunda da *meşrulaşmış* bir araçtır. Üçüncüsü, rafine zevklere hitap ettiği için destekleyene *ayrıcılık* bir konum sunar. En nihayetinde, bütün bu işlevlerin birleşmesiyle, karşı tarafı (desteklenen) *bağımlı* kılan bir ilişki ortaya çıkmaktadır.

Bu bağımlılık ilişkisi, söz konusu destekleme faaliyetleri sonucunda sanatçıların, sanat kurumlarının da firmalara olan yaklaşım tarzlarını nasıl belirlediklerinden anlaşılmaktadır. Süreç içinde sanat kurumlarının yaklaşımları neredeyse sadece bağışçıların ve firmaların halkla ilişkiler bölümlerinin konu üzerindeki kılavuzluklarını aramaya alışmaları yönünde gelişmiştir⁴⁵⁸. Anlaşıldığı gibi sonuç karşı tarafın da yani desteklenenin de, giderek daha çok destek almak için rekabet etmesi olmuştur. Birçok prestijli müze, kurumsal destek almaktadırlar. Bu olgu, sergileri izleyenler çoğaldıkça, sponsor firmaları memnun kılacak ticari kritere uyum sağlamanın bir göstergesidir⁴⁵⁹. Sanat kurumlarının ticari beklentilere uyum sağlar hale gelmesi bir yana, iş dünyasının örneğin müzelere olan desteklerinin müzelerin işletmelerine ve sergilerini düzenleme biçimlerine ne yönde etki yaptığı konusunda da endişeler mevcuttur⁴⁶⁰. Zira, söz konusu desteği verecek

projesinin bir parçası olarak anlaşılmalıdır”. (Bkz. Hou Hanru, **10. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu**, İstanbul: İKSV, 2007, s. 16.) İki örnekten de görüleceği gibi, kültürel ve sanatsal faaliyetler Türkiye'nin modern yüzünün göstergeleri olarak araçsallaştırılmaktadır.

⁴⁵⁶ Julian Stallabrass, **Sanat A.Ş. – Çağdaş Sanat ve Bienaller**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s. 43.

⁴⁵⁷ Stallabrass, s. 22-23.

⁴⁵⁸ Haacke, s. 49.

⁴⁵⁹ Schiller, s. 57.

⁴⁶⁰ Cathleen McGuigan “A Word From Our Sponsor”, **Newsweek**, 25 Kasım 1985, s. 96.

olan kurumlar olduğuna göre, kurum “imajı”na uymayan kültürel faaliyetlerin ya da sanat etkinliklerinin sansüre uğrayabilme ihtimali vardır.

(c) Türkiye’deki Kültür ve Sanat Sponsorluğu Mevzuatına İlişkin Gelişmeler ve Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu

Sponsorluk mevzuatının ülkelere ve türlerine göre değişiklik göstereceği çok açıktır. Daha önce nedenleriyle açıklandığı gibi, sponsorluk türleri içinde en çok bilinen ve en çok başvuru alan tür spor sponsorluğudur. Bunun bir yansıması olarak da, yakın zamana kadar, Türkiye’de de sponsorluk mevzuatı da sadece spor sponsorluğu ile sınırlı tutulmaktaydı. Sadece Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü’nün “sponsorluk yönetmeliği” bulunduğu için, araştırmacılar da sponsor tanımını sanki sadece spor faaliyetlerinde sponsorluk söz konusuymuş gibi “Gençlik ve spor tesisleri ile organizasyonlarına, federasyonlara, gençlik ve spor kulüplerine, sporculara aynı ve/veya nakdi desteklerle sponsorluk yapan gerçek ve tüzel kişiler” olarak kabul etmişti⁴⁶¹. Oysa ki bu tanım spor sponsorluğunu tanımlamaktadır.

Hatta kültür ve sanatla ilgili akademisyenler bile Türkiye’de kültür ve sanat girişimcisi özendirilecek bir mevzuat olmamasından yakınmaktadır⁴⁶². Görüşülen birçok holding yöneticisi de böyle bir mevzuatı bilmediklerini ifade etmiştir. Halbuki, farklı sponsorluk türleri artık Türkiye’de de tanımlanmıştır ve sponsorluk mevzuatı sadece sporla kısıtlı değildir. 2004’te yürürlüğe giren ve kültür ve sanat sponsorluğu olarak bilinen kanunun çok tanınmıyor oluşu, aradan geçen altı yıla rağmen hala yanlış anlaşılmalara neden olmaktadır.

Asıl adı “5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu” olan ve pratikte “kültür ve sanatta sponsorluk kanunu” olarak bilinen kanunun amacı aşağıda belirtilmiştir⁴⁶³:

“Bireyin ve toplumun kültürel gereksinimlerinin karşılanması; kültür varlıkları ile somut olmayan kültürel mirasın korunmasını ve sürdürülebilir kültürün birer ögesi haline getirilmesini; kültürel iletişim ve etkileşim ortamının etkinleştirilmesini; sanatsal ve kültürel değerlerin üretilmesi, toplumun bu değerlere ulaşım olanaklarının yaratılması ve geliştirilmesini; ülkemizin kültür varlıklarının yaşatılması ve ülke ekonomisine katkı yaratan bir unsur olarak değerlendirilmesi, kullanılması ile kültür merkezlerinin yapımı ve işletilmesine yönelik kültür yatırımı ve kültür girişimlerinin teşvik edilmesini sağlamaktır.”

⁴⁶¹ Yüksel Duman, “Sponsorluk ve Sponsorluk Harcamalarının Beyanname İndirimi”, **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı: 246, (Mart 2009), s. 141.

⁴⁶² Gülay Göktürk (Yapımcı), Olmasa Olmaz mı? [Televizyon Programı], İstanbul: Bugün, (19 Temmuz 2010).

⁴⁶³ “5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu”, **Resmi Gazete**, Sayı: 25529, 21.07.2004.

Teşvik kanununun amaçları o halde şöyle maddeleştirilebilir;

- Bireyin ve toplumun kültürel ihtiyaçlarını göz önüne alan,
- Kültürel varlıklar ile mirasın korunarak, “sürdürülebilir” bir kültüre katkıda bulunmasını sağlayan,
- Kültürel iletişim ve etkileşimi daha da etkinleştiren,
- Sanatsal ve kültürel ortamın gelişmesini ve toplumun da bu ortama daha kolay olarak ulaşımını sağlayan imkanlar üreten,
- Ülkenin kültür varlıklarını ülke ekonomisi için bir kaynak olarak görerek, bu anlayışa uygun olarak davranan ve
- Kültür merkezlerinin yapılması ve işletilmesi konusunda yatırım yapan ve girişimlerde bulunan tüzel kişilikler teşvik edilecektir.

Kanunun adında yer alan “kültür yatırımı” ifadesi, belirtilen amaç doğrultusunda gerçekleştirilecek,

“kültür merkezleri ile her türlü kültürel ve sanatsal faaliyetlerin üretildiği, sergilendiği, eğitim ve öğretimi ile bunlarla ilgili bilimsel çalışmaların yapıldığı alan, yapı ve mekânların yapımına, teknolojik alt yapıların kurulmasına veya donatılmasına yönelik yatırım faaliyetleri”,

“kültür girişi” ifadesi ise,

“kültür merkezlerinin işletilmesi veya her türlü kültürel ve sanatsal faaliyetlerin üretilmesi, sergilenmesi, eğitim ve öğretimi ile bunlara ilişkin bilimsel çalışmaların yapılması faaliyetleri ile bu faaliyetlerin yapıldığı alan, yapı veya mekânların işletilmesini”

tanımlamaktadır⁴⁶⁴. Dolayısıyla, kanunun amacına uygun faaliyetleri yapanlara kültür yatırımcısı ve kültür girişimcisi belgeleri verilmektedir.

Kanun çerçevesinde dikkat çekilmesi gereken diğer unsurlar da teşvik konuları ve unsurlarıdır. Teşvik konuları, kanunda belirtilen kültür yatırımı ve girişi kapsamında teşvik sağlanacak ya da indirim tabi tutulacak faaliyetleri belirlemektedir. Buna göre⁴⁶⁵,

⁴⁶⁴ 5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu, Madde: 3.

- Kültür merkezlerinin yapımı, onarımı ve işletilmesi,
- Kütüphane, arşiv, müze, sanat galerisi, sanat atölyesi, film platosu, sanatsal tasarım  nitesi, sanat stüdyosu ile sinema, tiyatro, opera, bale, konser ve benzeri kültürel ve sanatsal etkinliklerin ya da ürünlerin yapıldığı, üretildiğı veya sergilendiğı mekânlar ile kültürel ve sanatsal alanlara yönelik özel araştırma, eğitim veya uygulama merkezlerinin yapımı, onarımı veya işletilmesi,
- 2863 Sayılı Kanun kapsamındaki taşınmaz kültür varlıklarının, bu kanunun amacı doğrultusunda kullanılması,
- Kültür varlıkları ile somut olmayan kültürel mirasın araştırılması, derlenmesi, belgelendirilmesi, arşivlenmesi, yayınlanması, eğitimi,  ğretimi ve tanıtılması faaliyetleri teşvik konularını oluşturur.

Kanun kapsamında kültür yatırımcıları ve girişimcilerine sağlanacak teşvikler ise Madde 5'te belirtilmiştir. Buna göre teşvik unsurları taşınmaz mal tahsisi, gelir vergisi stopajı indirimi, sigorta primi işveren paylarında indirim, su bedeli indirimi ve enerji desteği, yabancı uzman personel ve sanatçı çalıştırabilme imkanı ve haftasonu ile resmi tatillerde faaliyette bulunabilme olanakları şeklinde belirtilmektedir⁴⁶⁵. Maddeler halinde belirtmek gerekirse;

- 5225 s. Kanun md. 5/a: *Taşınmaz Mal Tahsisi*

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, bu kanun kapsamında kültür yatırımı ve girişimleri için taşınmaz mal tahsisi yapma yetkisi bulunmaktadır.

- 5225 s. Kanun md. 5/b: *Gelir Vergisi Stopajı İndirimi*

Bu kanun uyarınca belge almış kurumlar vergisi mükellefi yatırımcı veya girişimcilerin, ilgili idareye verecekleri aylık sigorta prim bordrolarında bildirdikleri, münhasıran belgeli yatırım ve girişimde çalıştıracakları işçilerin ücretleri üzerinden hesaplanan gelir vergisinin, yatırım aşamasında üç yılı aşmamak kaydıyla % 50'si, işletme aşamasında ise yedi yılı aşmamak kaydıyla % 25'i, verilecek muhtasar beyanname üzerinden tahakkuk eden vergiden terkin edilmektedir.

- 5225 s. Kanun md. 5/c: *Sigorta Primi İşveren Paylarında İndirim*

⁴⁶⁵ 5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu, Madde: 4.

⁴⁶⁶ 5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu, Madde: 5.

Bu kanun uyarınca belgelendirilmiş kurumlar vergisi mükellefi yatırımcı veya girişimcilerin, ilgili idareye verecekleri aylık sigorta prim bordrolarında bildirdikleri, münhasıran belgeli yatırım veya girişimde çalıştıracakları işçilerin, 506 Sayılı Sosyal Sigortalar Kanunu'nun 72 ve 73. Maddeleri uyarınca prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin işveren hissesinin, yatırım aşamasında üç yılı aşmamak şartıyla % 50'si, işletme aşamasında ise yedi yılı aşmamak şartıyla % 25'i Hazine tarafından karşılanır.

- 5225 s. Kanun md. 5/d: *Su Bedeli İndirimi ve Enerji Desteği*

Kültür yatırımı ve girişimleri, su ücretlerini yatırım ve girişimin bulunduğu yörede uygulanan tarifelerden en düşüğü üzerinden öderler. Bu yatırım veya girişimin elektrik enerjisi ve doğal gaz giderlerinin % 20'si beş yıl süreyle Hazine tarafından karşılanır.

- 5225 s. Kanun md. 5/e: *Yabancı Uzman Personel ve Sanatçı Çalıştırabilme*

Belgeli yatırım veya girişimlerde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ve İçişleri Bakanlığı'nın görüşü alınarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nca verilen izinle toplam personel sayısının % 10'unu aşmamak üzere yabancı uzman personel ve sanatçı çalıştırılabilir.

- 5225 s. Kanun md. 5/f: *Hafta Sonu ve Resmi Tatillerde Faaliyette Bulunabilme*

Belgeli girişimler ile belge kapsamındaki diğer birimler, belgede belirlenen çalışma süresi içinde hafta sonu ve resmi tatillerde de faaliyetlerine devam edebilirler.

Görüldüğü gibi, kültür ve sanat girişimciliğini özendirmek ve bu yolla kültür ve sanat alanının gelişmesini sağlamak amacıyla çıkarılan kanun, söz konusu yatırımcı ve girişimcilere büyük avantajlar sunmaktadır. Bu kanundan hangi kuruluşların yararlandıkları konusu ise oldukça karmaşıktır. Zira, hem kuruluşlar, hem de Kültür Bakanlığı tarafında açıkça paylaşılmayan bilgiler mevcuttur. Görüşme yapılan kuruluşların yetkilileri arasında bu kanundan yararlanıp yararlanmadıkları sorusuna, kanunu bilmediklerini, kanundan yararlanamadıklarını, yararlanmanın mümkün olmadığını ifade edenler olduğu gibi, bu kanundan "tüm şirketler yararlanıyordur" şeklinde cevap veren* de olmuştur. Yatırımcı ya da girişimci belgesi vererek, söz konusu kuruluşlara teşvik sağlama yetkisi elinde olan Kültür Bakanlığı yetkilileri de, bu konunun paylaşılamayacağını belirtmişlerdir⁴⁶⁷.

* Bkz. Ek 1, "Akbank'ın Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme.

⁴⁶⁷ Yasemin Köse - Kültür Varlıkları ve Müzeler Şube Müdürü - "5225 Sayılı Kanun'dan Yararlanan Kuruluşlar" konulu görüşme, Ankara: 24 Mayıs 2010.

Görüşülen kuruluşlardan kanundan yararlanma hakkı olup da yararlanmayanların en sık ifade ettikleri neden söz konusu kanunun bilinmemesidir. İkincisi ise, bu kanundan yararlanmak için girilecek işin zahmetli bulunmasıdır. Görüşmeler sırasında daha çok spor sponsorluğuna dair olan mevzuata hâkim olduğuna da tanık olunmuştur. Ancak bunların aksine, bu kanunu kültür ve sanat alanındaki girişimleri için adeta bir “mihenk taşı” olarak adlandıran yöneticiler de vardır^{**}. Tüm bunların ışığında şunlar ifade edilebilir:

- “Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu” hakkında ciddi bir bilgi noksanlığı vardır.
- Bu bilgi noksanlığında, kanunu iyi tanıtmak ve sonuçlarını açıkça paylaşmak bağlamlarında Kültür Bakanlığı’nın ihmalleri vardır.
- Kültür Bakanlığı’nın ihmalleri yanında, kanunla ilgilenen ya da ilgilenmesi muhtemel kuruluşların da konuya kayıtsız kaldıkları ya da öyle göründükleri fark edilmiştir. Bu kayıtsızlığın altında, bu tür faaliyetlerin hayırseverlikle bağdaştırılarak sunulmasının payı olduğu düşünülmektedir. Halbuki gerek vakıflar mevzuatından gerekse teşvik kanunundan görülmüştür ki, bu faaliyetleri yürütmek firmalara ya da vakıflara vergi muafiyetleri ve diğer indirimlerden yararlanma fırsatı sunmaktadır. Yani hayırseverlikle bağdaşmayacak kadar “maddi” kazanımlar mevcuttur.
- Her iki tarafın da sonuçlar konusunda daha duyarlı davranarak hesap verebilirliklerini geliştirmeleri ve sonuçları kamuoyuyla paylaşmaları daha sağlıklı olacaktır.
- Aksi halde, yukarıda ifade edildiği gibi, hem akademisyenler, hem yöneticiler aynı yanılgıya düşerek, kültür ve sanat girişimlerinin özendirilmediğini düşünerek, Türkiye’deki sponsorluk mevzuatını yalnızca spor odaklı görmeye devam edeceklerdir.

^{**} Bkz. Ek 1, “Garanti Bankası’nın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme,

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KÜLTÜR VE SANATA YATIRIM YAPAN BAŞLICA ÖZEL KURUMLARLA YAPILAN GÖRÜŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın bu bölümünde, Türkiye’de kültür ve sanata yatırım yapan başlıca özel kurumlar içinden seçilmiş olanlarla yapılan görüşmelerin değerlendirmelerine yer verilecektir. Daha önceki bölümlerde açıklandığı üzere, kültür ve sanat alanına destekler sağlamak, kültür ve sanat danışmanlıkları vermek, kültür ve sanat vakıflarıyla işbirliği yapmak ya da kültür ve sanat kurumları oluşturmak gibi çok çeşitli alanlara yayılmış özel sektör girişimcilikleri genel anlamda “kültür ve sanat yatırımları” olarak kabul edilecektir. Bu şekilde anılmasının nedeni, 1. Bölümde açıklandığı üzere, sembolik değeri olan kültür ve sanat ürünlerine yatırım yapılması sonucu, sermaye birikimine katkıda bulunuyor olmasıdır. Bu nedenle – kimi girişimciler kabul etmeseler de- tüm bu girişimleri yatırım olarak ele almak daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Yeni bir yatırım alanı olarak kültür ve sanat alanı, dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de oldukça ayrıcalıklı bir konumdadır. 1980’lerle neoliberal yaklaşım çerçevesinde özelleştirme politikalarının hakimiyetiyle, tüm dünyada özel sektör girişimciliği özendirilmeye başlanmıştır. Özel firmaların artan faaliyetleri ve kârlılık oranları, gelir bölüşümünde olduğu gibi, çevre, kaynakların etkin kullanılması, ücret politikaları gibi birçok konuda tepkilere yol açmıştır. Bu tepkiler, sürdürülebilirlik için mücadele eden firmaları yeni çözümler bulmaya itmiştir. Kurumsal sosyal sorumlu firmaların ortaya çıkışı da böyle bir sürecin sonucu olarak değerlendirilmelidir.

Eğitim, sağlık, spor, çevre gibi kültür ve sanat alanlarında yatırımlar yapmaya başlayan özel sektör girişimcileri, “sosyal girişimciler” olarak tanınıyor olmanın faydalarını anlamış olacaklar ki, bu alanlardaki yatırımlarını giderek artırmaya devam etmektedirler. kültür ve sanat alanında, dünyada 1980’lerle hızlanan yatırımlar, Türkiye’ye özellikle 1990’ların sonunda yansımaya başlamıştır. 2000’ler ise bu girişimlerin son derece ivme kazandığı yıllardır.

Türkiye'nin kültür ve sanat alanının özel girişimcileri, birbirleriyle rekabet halinde birçok alanda söz sahibi olmanın yollarını aramaktadırlar. Bu alan yeniliklere açık ve çok dinamik bir alan olduğu için özel kurumlar hem yurtdışındaki gelişmeleri takip ederek, hem de bunların yurtiçindeki öncüleri olma yolunda adımlar atarak kültür ve sanat alanını yönlendirmeye çalışmaktadırlar. 1990'ların sonundan beri, kurumlar özel müzeler kurmakta; özel koleksiyonlar oluşturmakta; müzelere, sanat merkezlerine, tiyatrolara, konserlere, festivallere, bienallere, arkeolojik kazılara sponsor olmakta; orkestralar kurmakta; bu alanlarda hizmet yapan vakıflarla işbirliklerine girmekte, sanat ödülleri, bursları dağıtmakta, sanatçıları desteklemekte ve hatta sanat yatırım danışmanlıkları vermektedir. Türkiye'de bu girişimleri yürüten başlıca aktörlere bakıldığında, birkaç oluşum dikkatleri çekmektedir. Öncelikle, bu faaliyetleri Cumhuriyet'in kuruluşundan kısa zaman sonra kurulmuş, 60'larda holdingleşmiş, 70'lerde vakıflaşmış firmaların ikinci ya da üçüncü nesil başkanları yürütmektedir. Bu oluşum önemlidir; çünkü ekonomik sermayenin dışında önemli miktarlarda sembolik sermaye, kültürel sermaye ve sosyal sermaye birikimleri de söz konusudur ve kültür ve sanat yatırımları ile tüm bu birikimlerin değerlendirilmesi imkanı belirmiştir.

I. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Holding yapısı içinde vakıflar ve/ veya firmalar tarafından yürütülen bu girişimler dışında, holdingleşmemiş firmaların da devam ettirdiği girişimler de mevcuttur. Bu amaçla bu alanda on adet öncü yatırımcı belirlenmiştir: Koç Holding, Sabancı Holding, Eczacıbaşı Holding, Borusan Holding, Yıldız Holding, Doğan Holding, Doğuş Grubu, Anadolu Grubu, İş Bankası ve Turkcell. Ancak bu belirlenen holdinglerden bazıları kültür ve sanat alanındaki faaliyetlerini sadece grup firmaları tarafından yürütmektedirler: Doğuş Grubu - Garanti Bankası; Anadolu Grubu - Efes Pilsen; Yıldız Holding - Ülker. Bazıları hem vakıf, hem de grup firmaları yolunu kullanmaktadırlar: Sabancı Holding - Hacı Ömer Sabancı Vakfı - Akbank; Teknosa vs. ve Koç Holding - Vehbi Koç Vakfı - Yapı Kredi Bankası (Yapı Kredi Sanat A.Ş.) Opet, Aygaz vs. Diğer bir kısım ise, vakfın ve holdingin adıyla faaliyetlerini yürütmektedirler: Eczacıbaşı Holding - İKSV; Borusan Holding - Asım Kocabıyık Vakfı; Doğan Holding - Aydın Doğan Vakfı.

Bu farklı yapılar içinden Koç Vakfı, Yapı Kredi Bankası, Sabancı Holding, Akbank, Garanti Bankası, Efes Pilsen, Ülker, Eczacıbaşı Holding, İKSV, Borusan Holding, Doğan

Holding, İş Bankası ve Turkcell'in yetkilileri ile görüşülmüştür*. Borusan, Efes Pilsen ve Turkcell dışında görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşülen kişiler, genellikle kurumların en üst düzey yöneticileri ya da başkanları olsa da, bazılarında yöneticiler kurumsal iletişim müdürleri kanalıyla görüşmeleri yürütmek istemişlerdir.

Tüm bu yöneticilere Ek 2'deki sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar, bu kurumların kültür sanat alanında yürüttükleri faaliyetlerin tarihsel ve nedensel gelişimleri ile birlikte yorumlanmaya çalışılacaktır. (Görüşme metinleri için bkz. Ek 1) Bu yorumlama sırasında, aynı zamanda sosyal sermaye kuramı çerçevesinde açıklanmış olan "sosyal iletişim ağlarının da ekonomik bir değeri olduğu" vurgusuna bağlı kalınacaktır.

II. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Görüşmelerde, kurum yöneticilerine yöneltilmiş olan on yedi soru, genel konular itibariyle kültür ve sanat faaliyetlerine başlama zamanı, bu tarihte başlamada etkili olan neden, kültür ve sanat harcamalarına bütçede ayrılan pay ve bu payı belirlemedeki ölçüt, harcamaların finansmanı, kültür ve sanatın yatırım yapılan alanları, teşvik kanunu, bu yatırımların nasıl algılandığına dair bulgular, rakip kurumların benzer girişimleri hakkındaki düşünceler, dünyada takip edilen/ örnek alınan kurumlar, kurumsal sosyal sorumluluğun diğer alanlarındaki yatırımlar, krizle bu yatırımların ilişkisi ve yeni yatırım hedeflerine dair başlıklar halinde incelenecektir.

A. Kültür ve Sanat Alanına Giriş ve Alanda Yoğunlaşma Zamanı

Tablo görülen kurumların kültür ve sanat alanına girişleri farklı biçimlerde. Kimi koleksiyon oluşturarak bu alana dahil olduğunu ifade etmiştir; kimi ise sponsorluklarla başlamıştır. Bu nedenle biçimler hakkında ortak bir şey ifade etmek güçleşmektedir. Ancak şu denebilir ki; holdinglerin vakıflar kurmaları birçok alandaki faaliyetlerin bir elden yönetilmesini sağlayarak, bu faaliyetleri ve dolayısıyla holdingleri görünür kılmıştır. Ancak bunun bir dezavantajı da şudur; vakıflaşan kurumlar, kültür ve sanat yatırımlarına başlangıç zamanlarını vakfın kuruluşuyla eş tuttukları için, daha önceki girişimlerine pek

* İlk etapta belirlenen on kurum içindeki bazı holdingler bazen hem vakıfları aracılığıyla, hem de grup firmaları aracılığıyla kültür ve sanat alanına yatırım yaptıkları, bazen ise ikisinden biriyle yatırımlarını gerçekleştirdikleri için on üç kurumla görüşülmüştür.

değinememektedirler. Holding vakıflarının kimi durumlarda, bazı firmalardan sonra kültür ve sanat alanına dahil olmuş gibi görünmelerinin nedeni budur.

Tablo 13: Kurumların Kültür ve Sanat Yatırımlarının Başlangıç ve Yoğunlaşma Dönemleri

	İş Bankası	YKB	Eczacıbaşı Holding**	VKV***	Akbank	Doğan Holding	Borusan Holding	Efes Pilsen	VAKSA****	Garanti Bankası	Ülker	Turkcell
Baş. Tar.	1940'lar	1944	1952	1969	1970	1972	1973	1973	1974	1990	1995	1998
Yoğ. Dön.	-	-	1972-1973 2004	1980 2007	1990 2005	-	1993	-	2000'ler	2000 2004	2000'ler	-

Tabloda kültür ve sanat girişimlerine başlama tarihine göre sıralanan kurumlardan bazıları, yoğunlaştıkları dönemler için ayrıca bir zaman dilimi belirleyememişlerdir. Bunun nedenini, başlangıçtan beri aynı yoğunlukta sürdürmelerine bağlamaktadırlar. Tablodan takip edileceği gibi, bazı kurumlar da yoğunlaşma dönemleri için iki ayrı aşama belirlemişlerdir. Bunun nedeni, belirledikleri ikinci aşamada kültür ve sanat girişimlerinin tür, kapsam ya da olanaklar açısından genişlemesidir⁴⁶⁸.

İş Bankası, Yapı Kredi Bankası ve Eczacıbaşı Holding'in kültür ve sanat girişimleri kurumların kuruluş tarihlerine denk gelmektedir⁴⁶⁹. Borusan ve Efes Pilsen, kültür ve sanat

* Yapı Kredi Bankası.

** Eczacıbaşı Grubu'nun kültür ve sanat vakfı olan İKSV, bu tablolara dahil edilmemiştir. Bunu nedeni, İKSV'nin tüm bu kurumların işbirliği yaptığı ortak bir zemin olmasıdır. İKSV, bu kurumların kültür ve sanatın çeşitli dallarına sponsor oldukları faaliyetleri organize eden bir kurumdur. Tüm faaliyet alanının kültür ve sanat olması sebebiyle, bu kurumların bağlı oldukları kültür ve sanat ağının temsilcisi gibidir. Burada yer alan çoğu kurum zaten İKSV'ye destek verdiğini beyan etmektedir. Bu nedenle İKSV'nin yorumlamalarda kullanılması daha sağlıklı olacaktır.

*** Vehbi Koç Vakfı.

**** Sabancı Vakfı.

⁴⁶⁸ Örneğin, Eczacıbaşı 1973'ü İKSV'nin kurulması, 2004'ü ise İstanbul Modern'in açılmasıyla ("Eczacıbaşı'nın Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme); VKV 1980'i Sadberk Hanım Müzesi'nin açılması, 2007'yi ise Uluslararası İstanbul Bienali'nin Sponsoru olmalarıyla (Erdal Yıldırım – VKV Başkanı- "Koç Vakfı'nın Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme, İstanbul: 5 Temmuz 2010); Garanti ve Akbank ise 2004 – 2005 dönemini Teşvik Kanunu'nun çıkmasıyla ilişkilendirmişlerdir. ("Garanti Bankası'nın Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme ve "Akbank'ın Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme.) (Bkz.Ek 1)

⁴⁶⁹ Bu üç kurum içinde İş Bankası, kültür ve sanat faaliyetlerine 1940'larda başlamalarını, Atatürk ve Cumhuriyet anlayışına bağlamaktadır. Bu anlayışa göre, Cumhuriyet'le beraber, ülkede bankacılık yapılabildiğinin ispat edilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda sermaye bir yerde toplandıktan sonra da, bu sermayenin toplumun kalkınmasında kullanılması gerekir. Yani, sosyal kalkınma "bankanın DNA'sına kodlanmıştır". (Bkz. Ek 1'de Suat Sözen - İş Bankası Kurumsal İletişim Müdürü- "İş Bankası'nın Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme, İstanbul: 3 Mart 2010.) Yapı Kredi Bankası'nın durumu ise

yatırımlarına İKSV'nin 1973'te kurulmasıyla yöneldiklerini belirtmişlerdir. Tabloda Turkcell hariç, tüm kurumlar kültür ve sanat alanındaki yatırımlarına devam etmektedir; Turkcell ise 2010'da bu yatırımlarını durdurduğunu ve eğitime yönlendirdiğini beyan etmiştir.

B. Bu Alanda Yatırım Yapma Kararında Belirleyeci Olan Etmenler

Görüşme yapılan kurumların kültür ve sanat alanına giriş nedenleri birbirinden farklıdır. Bu kurumların cevaplarını yorumlamadan önce, bir noktayı vurgulamak gerekli görülmektedir: 3. Bölümde açıklandığı üzere, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, kurumların geliştikten ve belli bir büyüme hızını sağladıktan sonra, toplumun ihtiyaçları doğrultusunda yürüttükleri projelere işaret etmekteydi. Yani, kendi öz faaliyetleri dışında, topluma karşı görevlerini yerine getirebilecekleri, bir anlamda “topluma geri verecekleri” girişimlerdi. Görüşmelerde, bazı kurum yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumluluk ifadesinden kaçınarak; onun yerine “topluma katkı”, “sosyal işler”, “toplumsal görev”, “toplumsal katkı” ya da “toplum ihtiyaçlarını karşılama” gibi ifadeler kullandıkları farkedilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk ifadesini kullanmaktan neden kaçındıklarına şimdilik değinmeden, tüm bu ifadelerin araştırma çerçevesinde sosyal sorumluluk ile benzer anlama geldiği göz önüne alınarak, aynı sınıflandırmaya dahil edileceklerdir. Çünkü zaten (kurumsal) sosyal sorumluluk ifadesi, tüm bu farklı terimlerin kullanılışını engellemek için geliştirilmiştir.

Bu açıklamayla beraber, birden fazla neden belirleyebilen kurumların cevaplarına bakıldığında şu sonuç çıkmaktadır: Kurumlar için bu alana dahil olmadaki en belirgin iki neden % 58,8 paya sahip olan sosyal prestij ve sosyal sorumluluktur. Bundan sonra gelen unsur, bu tür faaliyetlerin marka bilinirliğine/ kurum imajına yaptığı olumlu katkıdır. Bu faktörün oranı % 33,3'tür. Ardından % 8,3 ile diğer kurumların benzer davranışları ve firma kültürünü farklılaştırmak gelmektedir.

tamamen kurucusu Kazım Taşkent'in vizyonuyla açıklanmaktadır. Kazım Taşkent, bankanın kuruluşunda iki tür görevleri olduğunu; birincisinin bankacılık faaliyetleri, ikincisinin ise; topluma karşı görevleri olduğunu vurgulayarak, YKB'nin kültür ve sanat bankası olduğunu ifade etmiştir. (Faik Açıkalın – YKB Genel Müdürü- “YKB'nin Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme, İstanbul: 2 Nisan 2010 Eczacıbaşı'ndaki faaliyetlerin başlangıcı da, firmanın kuruluşuyla gerçekleşmiştir. Nejat Eczacıbaşı'nın kişisel eğilimleriyle ilişkilendirilmektedir. (“Eczacıbaşı'nın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme.)

C. Kültür ve Sanat Yatırımlarına Btgede Ayrılan Pay ve Bu Payın Belirlenmesindeki ltler

Bu konu belki de yorumlanması en güç konulardan biridir; çünkü kurumlar bu tür bilgileri paylaşmakta pek cömert davranmamaktadırlar. Birinci muğlaklık, bu tür yatırımların hangi btçe kalemi altında göründüğüne dairdir. Kurumsal iletişim btçesi, sosyal sorumluluk projeleri btçesi; sosyal sorumluluk ve sponsorluk btçesi; reklam, tanıtım ve sponsorluk btçesi gibi ayrımlar mevcuttur. Diğەر muğlaklık, btçe rakamlarını aıklamamanın yarattığı muğlaklıktır.

Bazı kurumlar btçe kalemini ifade edip, kültür ve sanata ayırdıkları payı paylaşmamışlardır. Bazı kurumlar, ayrılan payı yüzdesel olarak ifade etmiş; bazıları ise toplam miktar olarak belirtmişlerdir. Bazıları ise, bteyle ilgili hiçbir bilgiyi paylaşmamamış ya da bilmediklerini ifade etmişlerdir*.

Tablo 14: Kurumların Kültür ve Sanat Yatırımlarının Btçe Değەرleri

	Btçe Kalemi	Oran	Miktar (yıllık)
Akbank	İletişim Giderleri	X	15 Milyon \$
Borusan H.	X	X	8 – 10 Milyon \$*
Eczacıbaşı H.	X	X	X
Efes Pilsen	Sosyal Sorumluluk Harcamaları	% 10'dan fazla	15 Milyon \$**
Doğın H.	X	X	X
Garanti Bankası	Sosyal Sorumluluk Harcamaları	% 5 – 6	X
İş Bankası	Kurumsal İletişim Giderleri	% 30	X
Trkcll	Sosyal Sorumluluk ve Sponsorluklar	X	X
lker	Kurumsal İletişim Giderleri	% 1 – 2	X
VAKSA	Vakıf Btçesi	X	10 – 12 Milyon TL
VKV	Vakıf Btçesi	X	X
Yapı Kredi Bankası	X	X	X

* Bu bte rakamı eğitim harcamalarını da kapsamaktadır.

** Bu soruya ‘‘miktar’’ olarak cevap verilmemiştir, ancak 3. Bölümde de belirtildiği gibi, Efes Pilsen'in kültür ve sanat faaliyetleri için yılda 15 Milyon Dolar ayırdığı gazetelerde beyan edilmiştir. (Bkz. Dalan, s. 8)

* Her ne kadar bu kurumlar bte değerlerini paylaşmayı pek tercih etmeseler de, İKSV'nin 2010 yılı gider btçesinin 25 Milyon TL olduğunu hatırlatmak, piyasanın büyüklüğüne dair fikir vermektedir. (Bkz. Ek 1, İKSV Genel Müdürü Grgn Taner ile görüşme)

Bütçede kültür ve sanat yatırımlarına ayrılan miktarı ya da oranı belirlerlerken neleri ölçüt olarak kabul ettikleri sorusuna verilen cevaplara bakıldığında, en çok kullanılan ölçütün, % 50'lik ibr oranla “bir önceki yıl kültür ve sanata ayrılan pay” olduğu anlaşılmıştır. Bunun ardından iki ölçüt aynı oranları almıştır: Katılımcıların % 33,3'ü için ekonomik konjonktür bu yatırımların belirleyicileri arasındadır. Aynı şekilde yine kurum yöneticilerinin % 33,3'ü için yatırım projesinin öncelik sıralaması, büyüklüğü ve hedefinin ne olduğu önemlidir. Toplam tanıtım bütçesinin miktarı ve onun içindeki diğer kuruluşların ihtiyaçları ve payları da önemli bir ölçüttür. Katılımcılar açısından bunun değerine bakıldığında % 25'lik bir oranla karşılaşılmaktadır. Bir önceki yıl yapılan yatırımların geri dönüşlerini göz önüne alarak, cari yılın kültür ve sanat yatırımlarına karar verdiklerini ifade edenlerin oranı ise, % 16,6'dır. Rakip kurumların benzer davranışlarını hesaba katanların oranı da % 8,3 olarak sonuçlara yansımaktadır.

D. Kültür ve Sanatın Yatırım Yapılan Alanları

Daha önceki bölümlerde değinildiği gibi, “kutsanmış sembolik sermaye” olan kültür ve sanat ürünlerinin hem sanatçılar (üreticiler), hem izleyiciler ve/ veya satın alanlar (tüketiciler), hem de bu ürünlere ve alanlara yatırım yapanlar açısından değerleri vardır. Bu alana yatırım yapanlar bu sembolik değerın paylaşılmasına da imkan verdikleri için, yani bu yolla tanınmış olmanın sembolik sermayesini de elde edecekleri için, yatırımdan kazançlı çıkan taraf olacaklardır.

Bunun alanın kazanç sağlarken meşruiyet de kazandırması, yatırımcıların kültür ve sanat alanını tercih etmelerinin bir nedeni olarak kabul edilmelidir. Aşağıda görülecek tablo da, Türkiye'deki kültür ve sanat alanına yatırım yapmakta olan başlıca firmaların, bu alandaki yatırım kanallarının çeşitliliğini anlamlandırmak bakımından önemlidir.

Tablo 15'ten farkedileceği gibi, kurumlar için en çok kullanılan yöntem, etkinlik sponsorluğu yapmaktır. Tüm kurum yöneticileri etkinlik sponsorlukları yürüttüklerini beyan etmişlerdir. Etkinlik organizasyonunda ana aktör olan İKSV'yle olan işbirlikleriyle birlikte düşünüldüğünde, sonuçlar paralel gitmektedir⁴⁷⁰.

⁴⁷⁰ Burada İKSV ile işbirliği yapmadığını belirten iki firma göze çarpmaktadır: Birincisi, Efes Pilsen: Kendi adlarıyla yürüttükleri festivalleri vardır. İkincisi ise, Turkcell. 2010'a kadar İKSV'nin “resmi iletişim sponsoru” iken, 2010'da işbirliğinin bittiğini bildirmiştir. (Bkz. Ek 1'de “Efes Pilsen'in Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme)

Koleksiyon oluşturmak, özellikle son yıllarda kurumların kùltùr ve sanat yatırımlarının en önemli gündem maddelerindendir. Türkiye’de özellikle sanayi ve finans sektörleri girişimcilerinin koleksiyon yapmaya olan büyük ilgisinin ardında, 1. Bölümde açıklanmış olan sembolik sermayenin kutsayan ve meşrulaştıran özelliğinin hem ekonomik, hem de sosyal sermayeyi geliştirmesi unsuru bulunmaktadır. Ayrıca tüm diğerk dallar bir yana, sanat eserleri ve hatta yağlıboya resim toplamının başka bir niteliğı de vardır: Bir anlamda “neye sahipsen, o’sun ilkesinden türediğı için, herşeyden önce resim özel mülkiyetin bir kutlaması”⁴⁷¹ gibi görülür. Bu görüşü doğrular nitelikte, Türkiye’de iş dünyası giderek artan bir heves ve girişkenlikle koleksiyon yapmaya devam etmektedir.

⁴⁷¹ John Berger, **Ways of Seeing**, London: Penguin Books, 1977, s. 139.

Tablo 15: Kültür ve Sanatta Yatırım Alanları

	Akbank	Borusan	Ecz.	Efes	Doğ�n	Garanti	İş B.	Turkcell	�lker	VAKSA	VKV	YKB
Yayıncılık yapmak/destek	+	+	+		+		+		+		+	+
Kütüphane/ arşiv kurmak	+				+	+			+		+	+
Müze-sanat galerisi kurmak	+		+			+	+			+	+	+
Müzelere Sponsor Olmak	+				+	+	+		+	+	+	+
Etkinlik* sponsorluğu yapmak	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Kurum adıyla kültür ve sanat mrk./atölyesi Kurmak	+	+					+			+	+	+
Sanat yatırım danışmanlığu hizmeti sunmak**	(+)											+
Arkeolojiye restorasyona destek vermek		+		+	+	+					+	+
Kurum adına sanatçılara ödül/burs dağıtmak		+	+	+	+						+	+
Koleksiyon oluşturmak***		+	+	+		+	+			+	+	+
Orkestra/ koro kurmak	+	+										
Bu alanlarda hizmet veren vakıflarla işbirliğu yapmak	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+
Yurtdışındaki etkinliklere/ kurumlara sponsorluk	+	+				+				+	+	+
Diğer	�ocuk ve Gençlik Tiyatrosu				Y.dışı sergi							

*Bienal, festival, konser, tiyatro, sinema, konser, gösteri sponsorluklarını kapsamaktadır.

** Sanat yatırım danışmanlığu hizmeti,YKB’de kendi adıyla anılan bir birimde verilmekteyken, Akbank’ta bu hizmetin “Private Banking” müşterilerine verilen ek bir hizmet olduğu ifade edilmiştir. Bu nedenle (+) olarak gösterilmiştir. İş Bankası’nda ise restorasyon laboratuvarı kurulduktan sonra, böyle bir hizmetin süreç içinde doğal olarak oluşacağu sinyalleri verilmiştir. Ancak görüşmelerde bu konuda dikkat çeken bir diğer unsur da banka yöneticilerinin bu hizmetin bir bankacılık hizmeti olduğu ve sosyal sorumluluk kapsamında ele alınamayacağu konusundaki teredd tleridir.

*** Koleksiyon konusunda da bazı ayrıntılar eklenmelidir. Örneğin  lker’de, kendilerinin değil ancak Yıldız Holding’in koleksiyon oluşturduğunu belirtilmiştir. Akbank’ta ise, 1970’lerden beri oluşturulan koleksiyon işinden “ ok zahmetli olduğu ve sosyal fayda yaratmadığu” gerekçeleriyle çekildikleri beyan edilmiştir.

Tablo 16: Kurumların Kültür ve Sanat Alanında Yeni Yatırım Hedefleri*

	Akbank	Borusan	Ecz.	Efes	Doğan	Garanti	İş B.	Turkcell	Ülker	VAKSA	VKV	YKB
Yayıncılık yapmak/destek	+	+	+		+	□	+		+		+	+
Kütüphane/ arşiv kurmak	+				+	+			+		+	+
Müze-sanat galerisi kurmak**	+	□	+			+	+		□	+	+	+
Müzelere sponsor olmak	+				+	+	+		+	+	+	+
Etkinlik sponsorluğu yapmak	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Kurum adıyla kültür ve sanat mrk./atölyesi kurmak	+	+				□	+			+	+	+
Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti sunmak	(+)					□	□					+
Arkeolojiye restorasyona destek vermek		+		+	+	+					+	+
Kurum adına sanatçılara ödül/burs dağıtmak		+	+	+	+			□			+	+
Koleksiyon oluşturmak		+	+	+		+	+			+	+	+
Orkestra/ koro kurmak	+	+										
Bu alanlarda hizmet veren vakıflarla işbirliği yapmak	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+
Yurtdışındaki etkinliklere/ kurumlara sponsorluk	+	+				+				+	+	+
Diğer	Çocuk ve Gençlik Tiyatrosu		<i>Tasarım Bienali</i> ***		Y.dışı sergi		<i>Rest lab.</i> ****		<i>Çocuk ve sanat projesi</i>	<i>UA. özel müze birliği</i>		

* Tüm yatırım alanlarını göstermek amacıyla mevcut yatırımları gösteren +’lar korunmuştur. Yeni tablo, tablo 15’e üzerine

□ ile eklemeler yapılarak oluşturulmuştur. (Diğer bölümünde ise yeni yatırım alanları **koyu** ve *italik* olarak belirtilmiştir.)

** VKV yeni yatırım planlarında belirlediği müze projesinin, müze kurma projesi olmadığını “müze taşıma projesi” olduğunu ifade etmiştir. Sadberk Hanım Müzesi’nin taşınması gündemdedir.

*** İKSV’nin düzenleyeceği Uluslararası Tasarım Bienali’nin 2012’de başlaması planlanmaktadır. Yapılan görüşmede, “sanayiyle ekonomiye açılan bir alan olduğu için, çok farklı destekçi kitlesi ve ilgili grubu olacağının beklendiği” ifade edilmiştir. (“Eczacıbaşı’nın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme.)

****Restorasyon Laboratuvarı. Mimar Sinan Üniversitesi’yle birlikte yürütülmesi hedeflenen bir projedir.

Özellikle 2000’lerle açılması hızlanan özel müzeler bu konuyla ilişkilendirilebilir. Koleksiyon oluşturmadığını ifade eden dört kurum vardır ancak bunlardan ikisinin bağlı oldukları gruplar koleksiyon oluşturmaktadır. Bunlar da değerlendirmeye katılırsa, koleksiyon oluşturan tüm kurumların hali hazırda ya müzeleri bulunmaktadır ya da gelecek hedefleri arasında müze kurmak vardır. (Bkz. Tablo 16.)

Hatta, araştırma kapsamında görüşülmemiş birçok başka sanayicinin de bu doğrultuda, oluşturdukları koleksiyonları ziyaret açmak için müze projeleri olduğu bilinmektedir. Özel sektörün koleksiyonları öyle bir boyuta gelmiştir ki, sahip oldukları eserlerle yaklaşık yirmi özel müze açılabileceği dahi düşünülmektedir⁴⁷². Tablo 17, sanayicilerin sahip oldukları eser sayılarını göstermektedir. Bu tabloda bankaların koleksiyonları yer almamaktadır. Türkiye'nin en büyük koleksiyonuna sahip olduğu ifade edilen İş Bankası'nın iki binin üzerinde fazla eseri vardır. İş Bankası dışında Ziraat Bankası'nın da iki binden fazla, Akbank'ın 1900, Yapı Kredi Bankası'nın 1253, Şekerbank'ın 340'a yakın eserleri olduğu ifade edilmektedir⁴⁷³. Ayrıca koleksiyonları olduğu bilinen diğer bankalardan Garanti Bankası'nın, TC Merkez Bankası'nın koleksiyonları da eklenirse, sayının çok daha büyüyeceği açıktır.

Tablo 17: Türkiye'deki Koleksiyonerler ve Sahip Oldukları Eser Sayıları

Koleksiyonerler	Eser Sayısı
Yunus Büyükkuşoğlu	1500
Salih Tatlıcı	1200
Sema-Barbaros Çağa	1000
Mustafa Taviloğlu	1000
Öner Kocabeyoğlu	800
Tatlıcı Ailesi	800
Lucien Arkas	780
Demet Sabancı	750
Sabancı Ailesi	600
Çetin Nuhoğlu	600
Ahmet Kocabıyık	600
Suna-Inan Kıraç	500
Hakan Çarmıklı	500
Kemal Bilginsoy	500
Numan Ceylan	460
Sevda-Can Elgiz	400
Erdoğan Demirören	400
Yılmaz Ulusoy	350
Ünal Göğüş	300
Cefi Kamhi	300
Nezih Barut	200
Erol Bilecik	200
Can Has	180
Asım Kibar	150
Aynur-Süreyya Bektaş	150
Ender Mermerci	Tam bilinmiyor
Bülent Eczacıbaşı	Tam bilinmiyor
Rahmi Koç	Tam bilinmiyor

Kaynak: Bkz. Elçin Cirik, “Yenileri Geliyor”, **Capital Dergisi**, Sayı: 2010/1, (Ocak 2010), s. 109 ve Hülya Güler, “Bu Özel Koleksiyonlarla 20 Özel Müze Açılabilir”, **Ekonomist**, Sayı: 2008/39, (Eylül – Ekim 2008), s. 45'ten alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

⁴⁷² Hülya Güler, s. 46.

⁴⁷³ Nena Çalidis, “Hangi Sanatçı Hangi Bankanın Koleksiyonunda?”, **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı: 609, (Aralık 2009), s. 42-43.

E. Yatırımların Finansmanı ve Teşvik Kanunu Hakkında

Bu konuda da, görüşülen kurumların farklı yapıları göz önüne alınarak bir ayırım yapılabilir. Kültür ve sanata yatırım yapma konusunda vakıf, holding ve firma üçlü yapısı geçerli olduğu ve görüşmelerde de bu üç yapının hepsinden örnekler olduğu hesaba katılarak yorum yapılırsa; görüşülen firmalar kârlarından pay ayırarak, bu yatırımların finansmanını yaptıklarını ifade etmişlerdir. Holdingler de paralel şekilde, grup kârından pay ayırdıklarını ve grup kuruluşlarından da katkı aldıklarını dile getirmişlerdir. Vakıflar ise, kendi bütçelerinin tamamını bu faaliyetlere ayırdıkları için, finansmanı vakıf bütçesiyle karşılamaktadırlar.

Finansman konusunda, bu kurumların dışında İKSV'nin durumuna da bakılmalıdır. Tüm bu kurumların İKSV'nin destekçisi oldukları da dikkate alınırsa, İKSV'nin burada ayırıcı bir özelliği vardır. İKSV, finansmanını özel sponsorlarından, bilet gelirlerinden, yabancı kültür sanat kurumlarından yani yurtdışı kaynaklardan, Kültür Bakanlığı ve Başbakanlık Tanıtma Fonu'ndan, Avrupa Kültür Başkenti Fonu'ndan (2009 – 2010) sağlamaktadır⁴⁷⁴.

Bilindiği gibi, 5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu 3. Bölümün konusuydu. Bu kanundan yararlanmak için bu alanda faaliyet gösterecek bir firma kurarak, kurumlar vergisi mükellefi olmak; kültür yatırımcısı ve/ veya kültür girişimcisi belgeleri almak gereklidir. Ancak bu konuda bilgi yetersizliği vardır; çoğu kurum yöneticisinin kanundan yararlanma konusunda kafaları karışıktır. Bu karışıklığı yaratan diğer nedenler de bürokratik engeller, prosedür çokluğu ya da teşvik kanununun yeterince tanıtılmaması, uygulamanın nasıl olacağının tam olarak bilinmemesi⁴⁷⁵ olarak ifade edilmiştir. Dolayısıyla bu yorumlar, alınan cevaplara da yansımıştır: Görüşmelerde alınan cevapların % 50'si kanundan yararlanmadıklarını ifade etmişlerdir.

Teşvik Kanunu'ndan yararlanmadıklarını belirten kurumlar içinde vakıfların olması anlaşılırdır; çünkü yukarıda ifade edildiği gibi bunun için kurumlar vergisi mükellefi olmak gereklidir. Ancak, çok belirleyici faaliyetlerde olmasa da kanundan yararlandığını ifade eden vakıf yöneticisi de vardır. Bu durum, yorumlamayı güçleştirirse de, teşvik kanununa grup firmaları kanalıyla başvurulduğu varsayımı yapılmaktadır.

Görüşme yapılan kurumlar arasında kanundan yararlandıklarını belirten kurumların oranı % 25'tir. Bu olumlu cevap verenlerin yorumları oldukça ilginçtir; çünkü bu kanunun kültür ve sanat alanındaki yatırımları çerçevesinde kurum açısından bir "mihenk taşı" olduğu

⁴⁷⁴ Bkz. Ek 1'de Görgün Taner - İKSV Genel Müdürü- "İKSV'nin Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme, İstanbul: 5 Mart 2010.

⁴⁷⁵ "İKSV'nin Kültür ve Sanat Yatırımları" konulu görüşme.

ifade eden⁴⁷⁶ olduğu gibi, “bu faaliyetler, bağış hariç bankanın ya da ticari kuruluşun faaliyetini sürdürmekle ilgili olmasıyla zaten gider mahiyetindedir” şeklinde durumu ifade eden⁴⁷⁷ de vardır. İki kurumun bu kanunu bilmediklerini; bir kurum ise bu bilgiyi paylaşamadıklarını beyan ettiği de ilave edilmelidir.

F. Yatırımların Geri Dönüşleri

Kültür ve sanat yatırımlarının nasıl algılandığına dair geri dönüşlerin kurumlara nasıl yansıdığı sorusuna gelince, görüşülen kurum yöneticilerinin % 91,6’sı itibarı artırdığını belirtmişlerdir*. Hem itibarlarını artırdığını, hem de markaya (kurum imajı) olumlu katkı yaptığını belirtmiş olanların oranı % 81,1’i bulmaktadır. İtibarları artırmak ve markaya da olumlu katkı yapmanın yanısıra, kuruma ve kurum ürünlerine yönelik güveni de artırdığını ifade edenlerin oranı ise % 45,4’tür.

⁴⁷⁶ “Garanti Bankası’nın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme. (Bkz Ek 1)

⁴⁷⁷ “Akbank’ın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme. (Bkz Ek 1)

* Yalnızca bir kurum, bunun ancak uzun vadede ölçülebileceğini ifade ederek, hiçbir seçeneği seçememiştir.

Tablo 18: Kültür ve Sanat Yatırımlarının Etkileri

	İtibara katkı	Markaya katkı	Güvene katkı	Diğ er
Akbank	+	+	+	
Borusan H.	+			Çalışanların memnuniyeti ve kuruma bağıllığı arttı.
Eczacıbaşı H.	+	+		
Efes Pilsen	+	+		
Doğ an H.				
Garanti B.	+	+	+	
İş Bankası	+		+	
Turkcell	+	+		
lker	+	+	+	
VAKSA	+	+		
VKV	+	+		
YKB	+	+	+	

Bu cevaplar, yatırım kararının alınmasını etkileyen faktörlerle beraber ele alındığında, amaçlarla sonuçların uyum içinde olduğu görülecektir. Orada da görülmüştü ki, bu yatırımların alınması kararını en ç ok etkileyen faktör sosyal prestij (itibar) ve ardından marka bilinirliğine ve kurum imajına yapması beklenen katkılardı.

G. Kültür ve Sanat Alanına Yatırım Yapan Diğ er Kurumlar Hakkındaki Yorumlar

Görüşülen kurum yöneticilerinin % 100' diğ er kurumların benzer yatırımlarını ç ok olumlu karşıladıklarını ifade etmişlerdir. Kültür ve sanat alanının toplumun gelişmişlik düzeyini artıracağına vurgu yapılarak, bu girişimcilerin adeta bir "kültür" yarattıklarına dikkat çekilmiştir ki bu unsur, 1. Bölümde ifade edilmiş olan "kültürü dönüştürme erkini ellerinde tutanlar" olarak belirlenen sınıf için gayet tutarlı bir yorumdur. Burada ç ok önemli bir işlevden söz edilmektedir. Sonuçlardan görülmektedir ki, kültürü dönüştürme erkine sahip olanlar da bu gücün farkındadırlar. Birbirleriyle bu alanda rekabetin, kendi gelişimleri için de son derece iyi olduğunu savunan bu girişimcilerin birçoğu bu alanda "nc" olduklarını

vurgulamaktadırlar. “Oyunda ne kadar oyuncu olursa, oyunun o kadar iyi olacağı”⁴⁷⁸ güdüsüyle birbirlerinin farklı kulvarlarda da olsa, benzer girişimleri çoğunlukla “ilk kez” yapıyor olmanın gururunu yaşadıklarını ifade etmektedirler. Ayrıca, çoğu kurum yöneticisi kurumların bu konuda daha fazla teşvik edilmesini, devlete bu konuda çok daha fazla iş düştüğünü belirtmişlerdir. Bir başka unsur da yerel yönetimlerle ilgili olarak vurgulanmıştır. Çoğu kez İstanbul odaklı olarak yapılan bu kültür ve sanat yatırımlarının, sonuç olarak İstanbul ekonomisine yaptığı/ yapacağı katkılar da göz önüne alınarak, İstanbulluların menfaatlerini temsil eden hukuki, siyasi kuruluş olan belediyelerden daha çok destek alması gerektiği ifade edilmiştir⁴⁷⁹.

Kurumlar, benzer faaliyetleri yurtdışında yürüten aktörleri, kurumları da takip etmekte idiler. % 25’i “kendi yapılarına uygun bir kurum bulunmadığını” ifade etmiş olsa da, geri kalanlar için üç ayrı yapı takip edilmektedir. Vakıf anlamında Ford Vakfı ve Rockefeller Vakfı; müze anlamında Tate Modern, The Metropolitan Museum ve The Museum of Modern Art (MoMA); banka anlamında ise Deutsche Bank, Caixa ve Société Générale kurum yöneticileri tarafından telafuz edilmektedir.

H. Diğer Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları ve Öncelik Sıralamaları

Bilindiği gibi, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri temel olarak beş alanda yürütülmektedir: Eğitim, kültür ve sanat, spor, sağlık ve çevre. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de kurumlar “kurumsal sosyal sorumlu” sayılabilmek, bir anlamda “topluma borç ödemek” için kendi öz faaliyetlerinin yanısıra bu faaliyetleri de yürütme çabasındadırlar. Küresel İlkeler Sözleşmesi gereği, kurumların söz konusu maddelere uyumu uluslararası bir anlaşmayla taahhüt altına alınmıştır.

Kurumlar, toplumda kendi konumlarını yerleştirmek için bu tür faaliyetlere ağırlık vermektedirler. Friedman’ın “kurumların kârlarını artırmaktan başka sorumluluğu yoktur” şeklindeki görüşü bir yana, kurumlar artık kârlarını da “sürdürülebilir” kılmak için hissedarlarını, çalışanlarını, müşterilerini, içinde bulundukları toplumun bireylerini yani tüm paydaşlarını da hesaba katarak davranmak gereği içindedirler.

Görüşülen kurumlar açısından bu faaliyetlerin ne anlam ifade ettiğini anlamak ve tercihlerini görmek için tablo 19 hazırlanmıştır. Tablo 19’a bakıldığında, görüşülen kurumların

⁴⁷⁸ “VKV’nin “Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme. (Bkz. Ekz 1)

⁴⁷⁹ “Akbank’ın “Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme. (Bkz Ek 1)

yatırım yaptıkları alanların + ile gösterildiği farkedilecektir. Yöneticilere kurumsal sosyal sorumluluk alanları içindeki tercihleri de sorulmuştur. Buna göre tümünden cevap alınamasa da, çoğundan alınmıştır*. Tüm alanlarda yatırım yapan sadece bir kurum bulunmaktadır. Yatırım yapmayı seçtikleri alanlar içinde, eş paylara sahip alanlar için aynı rakam kullanılmıştır**. Bunlara göre, tercih bildiren kurumlar içinde eğitime öncelik veren kurumların oranı % 50; kültür ve sanata öncelik verenlerin oranı % 40 ve spora öncelik verenlerin oranı % 20'dir. Sağlık ve çevreyi tercih edenleri oranlamak sağlıklı sonuçlar vermeyecektir; çünkü tablodan da görüleceği gibi sağlık ve çevre hiçbir kurumun ilk önceliği değildir.

Tüm bu alanlara ayrılan paylar da bilinmediği için, kurumları birbirlerine göre konumlandırmanın çok imkanı yoktur. Ancak ifade edilebilecek en önemli nokta belki de şunlardır: Paylar ve öncelikler görece olarak farklı olsa da, görüşülen kurumların % 100'ü eğitime kaynak aktarmaktadırlar. Kültür ve sanata % 91,6'sı; çevreye % 50'si; spora % 41,6'sı ve sağlığa yalnızca % 8,3'ü yatırım yapmaktadır***.

* En çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru 1'den başlayarak numaralandırmaları istenmiştir.

** Örneğin Garanti Bankası için eğitimle kültür ve sanata (1) aynı derecede pay ayrılmaktadır; ancak bu pay yine aynı derecede pay ayrılan spor ve çevreye (2) göre, görece olarak daha büyüktür.

*** Kültür ve sanata tek yatırım yapmayan kurum olan Turkcell'in, 2010 itibarıyla kültür ve sanat yatırımlarını bıraktığı tekrar hatırlatılmalıdır. Tablo 19'dan da görüleceği gibi, yatırımlarını söz konusu alandan eğitim ve spora kaydırmıştır.

Tablo 19: Kurumların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları ve Öncelikleri

	Eğitim	Kültür Sanat	Spor	Sağlık	Çevre
Akbank	+	+			+
Borusan H.	+	+			
Eczacıbaşı H.	+(3)	+(1)	+(2)	+(4)	+(5)
Efes Pilsen	+(3)	+(2)	+(1)		
Doğan H.	+(2)	+(1)			
Garanti B.	+(1)	+(1)	+(2)		+(2)
İş Bankası	+(1)	+(2)			+(2)
Turkcell	+(1)		+(2)		
Ülker	+(2)	+(3)	+(1)		+(4)
VAKSA	+(1)	+(2)			
VKV	+(1)	+(2)		+(2)	
YKB	+(2)	+(1)			+(2)

İ. Ekonomik Krizle Kültür ve Sanat Yatırımlarının İlişkisi

2008 yılında başlayıp 2009 yılında derinleşen ekonomik krizden, bir kurum hariç hiçbir kurum etkilenmediklerini, kültür ve sanat yatırımlarının aynı kaldığını ifade etmişlerdir*. Ancak yöneticilerin bu etkiyi kümülatif olarak değerlendirdikleri farkedilmiştir. Holding yöneticileri son krizle birlikte kültür ve sanata ayırdıkları payı değiştirmediklerini, grup kuruluşlarından zarar edip de kültür ve sanat alanından çekilen olduğunda, bunun kendi içlerinde telafi ettiklerini ifade etmişlerdir.

Yakın tarihte görülen diğer krizlerle karşılaştırılması istendiğinde, ortak cevap 2001 krizinden çok daha fazla etkilenildiği yönündedir. Doğrudan (zararla beraber bütçelerin daralması, kaynak aktarmada zorluklar gibi) ya da dolaylı olarak (sponsorların zarar ederek sponsorluklardan çekilmeleri gibi) 2001 krizinden daha ağır şekilde etkilenilmiştir.

* Hatta öyle ki bazı kurumlar, kriz döneminde bazı maliyet avantajları da yakalayarak, bunları fırsata çevirdiklerini beyan etmişlerdir. “İş Bankası’nın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme. (Bkz. Ek 1)

J. Kurumların Kültür ve Sanata Yatırımlar Konusunda 2010 Yılı ve Uzun Vadeli Hedefleri

Görüşmelerden, kurumların bu alana yaptıkları yatırımlarının hem kısa, hem de uzun vadede bütün hızıyla süreceği anlaşılmaktadır. Tablo 20’den de görülebileceği gibi, bir kurum dışında tüm kurumlar, kültür ve sanat alanında sürdürdükleri düzeyleri korumakta, hatta bazı faktörlerde artışlar öngörmektedirler. (Artışlar ↑ ile, aynı kalacak durumlar — ile gösterilmiştir).

Tablo 20: Kültür ve Sanat Alanında 2010 Hedefleri

	Bütçeden Ayrılan Pay	Faaliyet Alanları	Yurtdışı Bağlantıları
Akbank	↑	—	—
Borusan H.	↑	—	↑
Eczacıbaşı H.	—	—	—
Efes Pilsen	—	—	↑
Doğan H.	—	—	—
Garanti B.	—	—	—
İş Bankası	↑	—	—
Turkcell			
Ülker	—	—	
VAKSA	—	—	↑
VKV	↑	↑	—
YKB	—	—	↑

Daha uzun vadeli hedeflere bakıldığında ise, tüm kurumların ortak noktası bu faaliyetlerin artarak sürdürüleceği konusudur; çünkü kültür ve sanat yatırımlarının öncelikle kurumsal prestije ve dolayısıyla markaya yaptığı katkı kabul edilmektedir. Diğer bir nedense;

kurum çalışanlarının bu yatırımlardan duydukları gururun, kuruma bağlılıklarını artırmasıdır. Bu gururun, filantropi faaliyetlerine gönüllü olarak katılımı artırması beklenmektedir.

Yeni müzeler açılması gündemdedir: Müzeleri olan kurumlar için yeni müzeler kurma, varolan müzelerini taşıma ya da varolan müze, galeri, sanat merkezlerini tek bir birim altında toplama projeleri söz konusudur. Müzesi olmayan kurumlar için de müzecilik çok uzun olmayan vadede gerçekleştirilecek bir yatırım hedefidir. Son zamanlarda artan koleksiyonculuk faaliyetlerinin boyutu, müzecilik hedefiyle uyum göstermektedir.

Hepsi birer sembolik sermaye olan sanat eserlerinin toplandığı yer olarak müzeler de başlı başına bir sembolik sermaye; aynı zamanda belli bir kültür birikimini de ifade ettiği için bir kültürel sermayedir. Çünkü, öncelikle “müze” adı verilen mekanlar, modern ulusal bir kimliğin göstergeleri olarak, devletlerin kültürel anlamda belli bir gelişmişlik düzeyine eriştiklerini kanıtlamalarının uygun ve saygın yöntemi olarak kullanılmaktadır. Müze mekanının uluslararası düzeyde önemli olan bu işlevi; kamu müzelerini olduğu kadar özel müzeleri de ilgilendirmektedir. Bu nedenle yukarıda kurum yöneticilerinin cevapları yorumlanırken, özel sektörün bu konudaki farkındalığına özellikle dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Özel müzelerin de sahiplerine olduğu kadar, müze destekçilerine ve hatta izleyicilerine itibar sağlayıcı bir işlevi olduğu kabul edilmelidir. Müzeler artık ülkenin, kentin ya da kurumun bir simgesi olarak kullanılmaktadır. Ancak şu önemli bir noktadır ki; bir kurum simgesi olan müze, aynı zamanda hem ülkenin, hem de kentin de simgesi olmayı barındırmaktadır. Bu nedenle, müzeyi ülkeye ve bir kente “bahşeden” kurum, hem ülkeye sağladığı değerden, hem söz konusu kente olan katkısından çıkar sağlayacaktır.

Bu çıkar, “kültürel mirasın rantabilitesini güvenceye alma ve tam da bu işe yaradığı gerçeğini gizleyerek bu mirasın aktarılmasını meşrulaştırma işlevi”⁴⁸⁰ olan müzeye sahip olmaktan sağlanır. Bourdieu’nün bu ifadesi çok önemlidir. Ekonomik, sembolik ve kültürel sermaye bütünü olan müze sayesinde kurumun ekonomik sermayesi, bir itibar nesnesine sahip olmaktan ileri gelen sembolik sermaye, kültür birikimi yaratmaktan ileri gelen kültürel sermaye sayesinde artacaktır. Bu aktarımı sağlayacak olan ise sosyal sermayedir. 1. Bölümde açıklandığı gibi, sosyal sermaye kavramı sahip olunan iletişim ağlarına yatırım yapılabileceği olgusuna dayanmaktaydı; yani sosyal ağların da değeri olmasıyla ilişkilendirilmekteydi.

Kültür ve sanat faaliyetleriyle sosyal sermaye ilişkisi için, kurumların ilişkisi bir yana, Türkiye ile ABD ilişkilerinde önemli bir gelişmeyi de yansıtan güncel bir örneğe de bakılabilir:

⁴⁸⁰ Pierre Bourdieu, “Sanat Aşkı”, Ufuk Kılıç (çev.), Ali Artun (Ed.), **Müze ve Eleştirel Düşünce - Tarih Sahneleri – Sanat Müzeleri II** içinde (225-234), İstanbul: İletişim Yayınları, 2006, s. 230.

“Koç Vakfı’nın imzaladığı yetmiş beş yıllık anlaşmaya göre, New York’taki Metropolitan Müzesi’ndeki İslam Eserleri bölümünde 2011’de açılacak iki ayrı Osmanlı salonuna Koç Ailesi’nin adı verilecektir”⁴⁸¹. Birincisi; ekonomik sermayenin sosyal sermaye ediniminde nasıl önemli rol oynadığının, ikincisi; sosyal sermayenin ekonomik sermayenin kullanım kanallarını nasıl şekillendirdiğinin ve bu kanallardan sağlanacak ekonomik sermayeyi nasıl büyüttüğünün ve üçüncüsü; ilişkilere konu olan sembolik ve kültürel sermayeni nasıl ekonomik sermayeye dönüştüğünün görüldüğü makalede şu bilgiler mevcuttur:

- Rahmi Koç, teklifin eski müze müdürü ve eski arkadaşı olan Philippe de Montebello tarafından geldiğini açıklamıştır*.
- Metropolitan Müzesi, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi Koç’u, Metropolitan Müzesi Mütevelli Heyeti şeref üyeliğine seçmiştir.
- Rahmi Koç, bu ünvandan dolayı şahsı ve ülkesi adına onur duyduğunu belirtmiştir.
- Metropolitan Müzesi Başkanı Emily Rafferty, Koç Ailesi’ne müteşekkirdiğini belirterek, “sayelerinde uluslararası düzeyde ziyaretçi portföyüne ulaşılacak yeni galerilerle kavuşacaklarını” beyan etmiştir.
- Anlaşma bedeli olarak on milyon dolar istenmiş, ancak Koç Ailesi bunu birden ödemektense, on yıl boyunca bir milyon dolarlık taksitler halinde ödemeyi kabul etmiştir.

Bu örnekten görüldüğü gibi bireyler, aileler, firmalar, müzeler ve ülkeler bu ilişkilerden dolayı çıkar sağlamaktadır. Söz konusu çıkarları ölçmek oldukça güçtür; çünkü “karşılığında verilen” şeyler ödüller, ünvanlar, cömertlik örnekleri, bazı ayrıcalıklar ya da kolaylıklardır. Bu gibi unsurlar, Bourdieu’nün dediği gibi, gerçeği gizlemekte ve gizlediği ölçüde de aktarımı meşrulaştırmaktadır.

Ayrıca, yukardaki örnek kültür ve sanatın ekonomiyle iç içe olduğu bu dönemde, kültürün “hem küresel finans anlayışında hem de ticaretin ve ticaret ortaklarının

⁴⁸¹ “Koç Metropolitan’da, Osmanlı New York’ta”, **Milliyet**, 7 Kasım 2009, s. 5.

* “Yunanistan’ın Yunan - Roma Galerileri var. Koç Holding olarak siz de bir şey yapmak ister misiniz?” şeklinde gelen teklif, bunun bir sanat sponsorluğunun ötesinde, firmaların ülkeleri temsil ettiği stratejik bir rekabet unsuru olduğunu göstermektedir.

değerlendirilmesinde⁴⁸² ne kadar önemli bir rol oynadığının göstergesi olarak da değerlendirilmelidir.

Bu örnek, sadece bir kuruma has bir örnek olarak değil, genel bir eğilim olarak görülmelidir; çünkü ifade edildiği gibi, Türkiye’de koleksiyonculuğun ve ardından müzeciliğin özel sektörün gündemine hızla yerleşmesinin ardından gerçekleşecek olan, uluslararası müzeler birliklerine üyeliklerdir*. Yani sosyal sermaye, bir aktarım mekanizması olma işlevini asla bırakmayacak, hatta kendine yeni kanallar açacaktır. Bu gelişmeler, kültür ve sanat alanında uluslararası anlamda müze sahipleri, vakıflar, filantropistler arasında işbirlikleri görüleceğinin de işaretleri olarak yorumlanmaktadır.

Türkiye’de artan koleksiyonculuk girişimlerine paralel olarak hızlanan özel müzecilik faaliyetleri, sembolik ve kültürel sermaye birikiminin “görünür” olduğu ve bu nedenle de, kuruma en fazla prestij sağlayan alanlardan biridir. Bu faaliyetlere öncülük eden ve faaliyetleri yürüten girişimcilerinin Türkiye’nin en büyük sanayi gruplarından olması tesadüf değildir. Bu girişimciler, Türkiye’nin hem üretim alanının en önemli temsilcileri, hem de kültür ve sanatı yönlendiren “kültür dönüştürücüleridir”. Daha önce elit kapitalistler olarak adlandırılan bu girişimciler, sahip oldukları ekonomik sermaye dışında sembolik ve kültürel sermayeleriyle, Türk iş hayatının dışında Türk kültür ve sanat hayatının en önemli aktörleridir**. Bu durum göz önünde alındığında, sosyal sermayelerinin de gelişmiş olduğu açıktır. Hem Türkiye’de gerek hükümetle, gerek birbirleriyle, gerek medyayla, gerekse sanatçılarla olan gelişmiş iletişim bağlarının, hem de uluslararası düzeyde yabancı hükümetlerle, iş adamlarıyla, yabancı basınla ve kültür ve sanat adamlarıyla aralarındaki bağların birer yatırım aracı olduğu kabulüne dayalı olan sosyal sermaye ağının, böylelikle ne kadar geniş olduğu açıktır. Öyle ki artık, Türk sanayicilerinin sahip oldukları müze ve sanat merkezleri, yabancı basın tarafından da övgüyle karşılanır ve takdir edilir olmuştur. Bu gibi takdir, ödül, nişan ve ünvanlar, “16. Yy. Floransa’sının gurur duyacağı patronlar”⁴⁸³ olarak tanımlandığı bu girişimcilerin sanat aracılığıyla küreselleşen finans piyasasında da öncelikli bir yer edineceğinin işaretleri olarak algılanmalıdır.

⁴⁸² Wallis, 275.

* Sabancı Müzesi için de böyle bir gelişme gündemdedir. “Sabancı Vakfı’nın Kültür ve Sanat Yatırımları” konulu görüşme. (Bkz. Ek 1)

** İKSV’nin yönetim kuruluna bakıldığında, - Eczacıbaşı’nın dışında- Garanti Bankası, Sabancı Holding, Borusan Holding başkan ve yöneticilerinin de olduğu görülmektedir. İstanbul Modern’in yönetim kurulunda ise Doğan Holding’in Başkanı Arzuhan Doğan yer almaktadır. Ayrıca İş Bankası koleksiyonunun bir kısmı da müzede sergilenmektedir. Buradan, bu birey ve kurumların birbirlerinin kültür ve sanat faaliyetlerine de yatırım yaparak, birbirlerinin sosyal sermayelerinden de yararlandıkları sonucu ortaya çıkmaktadır. Bir yandan TÜSİAD üyesi olan bu birey ve kurumlar, bir yandan kültür ve sanat alanında da sanki aynı ağın bir parçasıymış gibi davranmaktadırlar. Bu sonuç, birbirlerinin bu alandaki faaliyetlerini çok olumlu karşıladıkları yönünde verdikleri beyanlarla da tutarlılık içindedir.

⁴⁸³ Fiachra Gibbons, “Istanbul Diary: Golden Horn’s Oligarchs Return Turkey to Crossroads of Culture”, *Guardian Weekly*, 31 Ağustos 2010, <http://www.guardian.co.uk/world/2010/aug/31/turkey-museums-art-pamuk-gibbons> (3 Eylül 2010).

Ulusal ve uluslararası iletişim ağlarının, sosyal sermaye olarak, bu mekanizmaya yarar sağladığı kültür ve sanat alanı tabii ki sadece müzecilik değildir. Son zamanlarda çok hızlanan ve çeşitliliğe kavuşan alanlardan biri de festivallerdir. Çağdaş sanat, kent seçkinlerinin ilgi odağı haline gelirken, festivaller kenti, tıpkı müzeler gibi birer “marka” halinde getirmektedirler. Festivaller, uluslararası kültür ve sanat alanında etkileşimlerin yoğunlaştığı mecralar olarak uluslar için hem tanıtım ve prestij kaynağı, hem uluslararası bir rekabet ölçütü olarak görülmelidir. Diğer uluslarla bu anlamda kurulan ilişkilerin, sosyal sermaye açısından bir değeri olduğu çok açıktır.

Türkiye’de uluslararası festivallerin başlangıcı İKSV’nin kuruluşuyla eş zamanlıdır. İKSV öncülüğünde yürütölmeye başlanan bu festivaller otuz sekiz yıldır sürmektedir. Ancak burada bir noktaya işaret etmek gerekir ki o da bu festivallerin İstanbul merkezli olmasıdır. Bu unsur, yukarıda ifade edilen kentin markalaştırılmasına dayanan görüşe bağlı olarak açıklanmaktadır. Kırk yıla yakın bir süredir devam eden uluslararası İstanbul festivalleri, bu süreçte çeşitlenmiştir. Bu anlamda, başlangıcı İstanbul Festivali adıyla, klasik müzikten baleye, cazdan operaya, film ve tiyatrodan dansa kadar birçok alanda örnekler verilen İstanbul Müzik Festivali (1973) oluşturmaktadır. Daha sonra caz, film, tiyatro ve bienal adıyla ayrı festivallerin gerçekleştirilmesiyle İstanbul festivallerinin canlandığı görülür. Uluslararası İstanbul Film Festivali (1982), Uluslararası İstanbul Caz Festivali (1986), Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali (1989), Uluslararası İstanbul Bienali (1987) ve 2012’de başlayacak olan Uluslararası İstanbul Tasarım Bienali kentin sanatla şekillenen yüzünün çeşitli ifadeleridir.

Sosyal sermaye açısından bağlantısına bakıldığında; festivaller hem kurumsal, hem bürokratik, hem ulusal, hem de uluslararası bağlar kurmaktadır. İKSV örneğine bakılacak olursa, bir yandan hükümetle, bir yandan yerel yönetimlerle, bir yandan da özel kurumlarla kurulan özel bir ilişki farkedilecektir. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi, oluşumun kamu otoriteleri tarafını oluşturmaktadır. Festivaller aracılığıyla kentin bir marka haline gelişinin, kentin ve ülkenin tanıtılmasına katkı sağlayacağı kamu otoritelerince de kabul edilmiş olmalıdır ki, bu işbirliği artarak sürmektedir. Özellikle dikkat çekilmek istenen nokta şudur ki, bu festivaller aracılığıyla kurulan bu işbirlikleri daha önce de ifade edildiği gibi, ekonomik olanın saklanması ve saklandığı ölçüde meşrulaşmasına yardım etmektedir. Kenti bir kültür ve sanat kenti olarak tanıtmak, herşeyden önce sosyal bir fayda sağlamaktır. Ancak bu sosyal faydaya içkin olan ve ekonomik açıdan ifade edilebilecek getiriler de görölmeldir: Kenti sahip olduğu kültür ve sanat ürünleriyle, sanatçılarıyla ve ev sahipliği yaptığı kültürel ve sanatsal faaliyetleriyle “görünür” kılmak, küresel ekonomi piyasalarında büyük bir rekabet avantajı yaratacaktır.

Özel girişimler tarafına bakıldığında ise, görüşme yorumlarının yapıldığı bölümlerde de ifade edildiği gibi, birçok özel kurumun – kendi sanat girişimleri olsa da- İKSV'ye sponsor olduğu bilinmektedir. Bu farklı ve özel işbirliği kurum yöneticileri tarafından da özellikle söylenmektedir. Bu anlamda kamu otoriteleri ve özel girişimler taraflarının bu alandaki yakınlaşmaları, İstanbul'u küresel ekonomiye eklemlenmenin bir aracı olarak kabul etmelerindeki ortaklıkla açıklanabilir. Türk çağdaş sanatını uluslararası çağdaş sanata eklemlenmenin mükemmel bir formülü olan Uluslararası İstanbul Bienali de bu anlamda, “kamusallığı aşınmakta olan bu kentte, farklı kentli grupları biraraya getirmenin bir aracı, bu gruplar arasındaki iletişimi yeniden canlandırmanın mecrası”⁴⁸⁴ olarak yorumlanabilir.

Kurumların kültür ve sanat girişimlerini yorumlarken, gözden kaçırılmaması gereken noktalar vardır: Sosyal prestij kaynağı olan bu girişimler, ulusal ve uluslararası alanlarda ilişkilerin daha gelişmiş bir düzeyden kurulmasına hizmet ederek, kurumun, kentin ve ülkenin gelişmişliğine etki eder. Kurumun daha “sorumlu”, kentin ve ülkenin daha “çağdaş” görünmesi için vazgeçilmez olan bu girişimler, temelde kurumu, kenti ve ülkeyi sahip olduklarıyla farklı kıldığı ölçüde daha zengin kılmaktadır. O halde süreç, kültür ve sanata içkin olan sembolik ve kültürel değer, mevcut ve potansiyel ilişkiler ağı aracılığıyla ekonomik kazanca dönüşmesi sürecidir. Olağan gibi görülen bu işleyişte, farklılığı yaratan ilişkiye konu olan kültürün ve sanatın niteliğinden kaynaklanmaktadır: Kültüre ve sanata hizmet etmek ya da kültür ve sanat girişimcisi olmak, dünyevi olandan; maddi olandan ya da kârlı olandan uzak görünmekte ve böyle görüldüğü sürece de, bu girişimlerin altındaki ekonomik nedenleri gizlemektedir.

⁴⁸⁴ Yardımcı, s. 167.

SONUÇ

“Sosyal sermaye kuramı çerçevesinde Türkiye’de özel sektörün kültür ve sanat yatırımları” adlı araştırma, iktisat bilimi ile kültür ve sanat alanının sosyal sermaye kuramı çerçevesinde ortak bir yorumunu yapma amacını taşımakla beraber, kültür ve sanat yatırımlarını iktisadi bir bakış açısıyla yorumlama amacına da sahiptir. İktisat bilimi bir sosyal bilim olduğuna göre, özünde yer alan toplumu anlama ve anlamlandırma amacına yönelik her türlü katkı, daha tutarlı ve doğru yorumlamalarda bulunmayı sağlayacaktır. Tüm sosyal bilimler için geçerli olan bu olguyu bertaraf etme kaygısı dışında, kültür ve sanat ile iktisat biliminin ilişkisini inceleyen bu araştırma şuna da varmıştır: Kültüre özgü olarak kabul edilmiş bütün alanların maddi üretim sürecine giderek daha fazla girmiş olduğu ve giderek maddi üretim sürecinde ifade bulduğu gerçeği artık yadsınamaz bir gerçektir. O halde kültür ve sanat üretimi, kapitalist iktisat düzeninin bir parçasıdır; kültür ve sanat bu düzenden bağımsız olarak ele alınamaz.

Bu araştırma, iktisat ile kültür ve sanat arasındaki ilişkinin varlığını kabul etmenin ötesinde, ilişkiyi niteliksel olarak değerlendirmekte ve sosyal sermaye kuramına dayanarak açıklamaktadır. Bunu yaparken, kültür ve sanata özgü özelliklerden faydalanılmış ve bu özelliklerin iki durumu açıklaması istenmiştir: Birincisi; politika yapıcıların, doğrudan kendi kararlarında ya da dolaylı olarak iktisadi birimlerin karar alışlarında kültür ve sanat politikalarını nasıl kullandıkları ile ilgilidir. İkincisi ise, yine kültür ve sanata özgü özelliklerin, hangi karar alıcı tarafından kullanılırsa kullanılsın, sosyal sermayeyi hareketlendirme mekanizması ile ilgilidir.

Birinci durum, araştırma özelinde Türkiye’de Cumhuriyet’in kuruluşu ve devamı sürecinde devlet tarafından kullanılan kültürün ve sanatın işlevlerinin, 1980 itibarıyla özel sektöre tedrici olarak devredilmesinin nedenleri ve sonuçlarını ilgilendirmektedir. İkinci durum ise, kültür ve sanata içkin olan işlevlerin sosyal sermaye yaratma kaynağına ve yaratılan sosyal sermayenin ekonomik değeri olduğu fikriyle ilişkilendirilmektedir. Bundan sonra açıklanacak tüm gelişmeler, bu iki bağlam çerçevesinde değerlendirilmelidir.

Gerek T.C.’nin kurulmasından itibaren devletin izlediği politikalar içinde kültür ve sanatın rolleri, gerekse 1980’lerden itibaren özel sektörün bu alana girişini belirleyen etmenler incelendiğinde, öncelikle şu ifade edilmelidir ki tüm bu aygıtların kültür ve sanatı kullanma biçimlerinde araçsal bir rasyonellik sezilmektedir. Yolları ve amaçları farklı olsa da, hem devlet, hem de özel sektör, kültür ve sanatın işlevselliğinden yararlanmışlardır.

Yeni kurulan bir devlet için, kültür ve sanatta, tıpkı iktisat politikalarından da takip edilebileceği gibi, bir yandan “milli” ve “yerli” olana vurgu yapılırken, bir yandan da Batı’nın gelişmişliği ve çağdaşlığı örnek gösterilmektedir. Amaç bellidir: Milli burjuvazi ve homojen yapıda bir toplum yaratılacaktır. Kapitalist iktisat düzeni ekseninde çizilecek olan sanayileşme hareketiyle modern bir devlet ve modern bir toplum inşa edilecektir. Bu amaçta sınıfsal bir anlayışın da etkili olduğu görülmelidir: Osmanlı Devleti’nden miras kalan ve çoğunluğu gayrimüslimlerden oluşan ticari burjuvazi de bu yolla tasfiye edilecektir. O halde milli ve yerliden kasıt, Müslüman – Türk girişimcisidir. Modern piyasa ekonomisini işlemesini mümkün kılacak kurumsallaşmalar sağlanacak, yabancı sermayeye uzak durulmayacaktır.

Devletin özel sektörü tedirgin etmekten sakınan duruşu, hükümet politikalarına da yansiyacaktır. Öyle ki, sanayileşme hareketiyle gelişen milli girişimciler yaratma hedefi güdülürken, 1930’ların başında daha da güçsüzleşen özel sektörle karşılaşan devlet, bu sefer iktisat politikasını devletçilik olarak belirlemiştir. Ancak devletçilik politikası da sermaye birikimi için özel girişimcilerin teşvik ve himaye edilmesi üzerine kuruludur; yani başka hiçbir amaç bu asıl amacın önüne geçmeyecektir. O halde oluşturulmaya çalışılan sanayi sermayesi birikim sürecine geçişin, devlet kapitalizmi mantığıyla işlemiş olduğu ifade edilebilir.

Türkiye’de tam bir sanayi burjuvazisinin oluşması 1950’lerde başlayacaktır. 1930’lardan 1940’ların ikinci yarısına dek süren korumacı, devletçi, içe kapalı iktisat politikaları, 1946’da çok partili düzene geçilmesiyle yerini liberal ekonomik bir sisteme bırakmaya hazırlanmaktadır. O halde 1950’ye kadar geçen bu kısa süre, liberal ekonomik sisteme hazırlık aşaması olarak nitelendirilebilir. 1950’de DP’nin iktidara gelişiyle güçlenen ticari burjuvazi, 1960’lardan sonra sanayi yatırımlarına giden birikimlerin oluşmaya başlaması bakımından önemli işlevlere sahiptir. Hatta günümüzde faaliyette olan çoğu sanayi işletmesi, bu dönemlerde kurulmuştur. 1950’lerde sanayi politikalarında iki akımdan söz edilebilir: Liberalizasyon ve yabancı sermayeyi teşvik. Devlet, yasal tekeller dışında tüm alanları özel sektöre bırakmakta ve dolayısıyla devletin sanayideki payı düşmektedir. Yabancı sermayeyi teşvik için ise, karşılığında DB’nin özel sanayiye finanse etmesi pahasına kanunlar çıkarılmaktadır.

1950’lerin ikinci yarısından itibaren sanayi burjuvazisi güçlenmeye başlayacaktır. Güçlenmeye başlayan sanayi burjuvazisinin 1960 askeri müdahalesini hazırlayan süreçte sınıfın çıkarlarını savunmaya başlamasının da payı olduğu düşünülmektedir. 1960’lı yıllar “planlı” yıllardır. DPT, 1963’te 1. BYKP’yi yürürlüğe sokar. Özel sektör, devletçilik politikalarına tereddütte yaklaştığı gibi, Plan’lara da tepkili yaklaşır. Ancak bu tepki de yersizdir; 1. ve 2. Plan’larının uygulandığı yıllar olan 1960’lar, Cumhuriyet’in kuruluşundan

beri beklenen sanayi burjuvazisinin nihayet gerçekleştiği yıllar olacaktır. Bu dönemin iktisat politikası, ithal ikameci sanayi politikasına göre belirlenecektir. Kısıtlanan ithalat nedeniyle, yasaklanan malların yurtiçindeki üretimi çok kârlı hale gelmiş; imalat sanayisinde üretim yapan Türk sanayiciler için bir rant mekanizması yaratılmıştır. Önemli olan bir sonuç da imalata konu olan malların niteliğiyle ilgilidir. İthal ikameci sanayileşme sürecindeki bu rant mekanizmasından yararlanan sanayiciler, yüksek teknoloji gerektiren sanayileşmeye geçiş yapmışlardır.

Bu yıllarda sanayicilerin büyük kârlar elde etmelerini sağlayan bir başka mekanizma da yabancı sermaye ile ilgilidir. Yüksek gümrük tarifeleri ve ithalat yasaklarıyla hızlanan yabancı sermaye akımı yerli kapitalistleri, yabancı firmalarla işbirliği yapmaya itmiştir. Yabancı firma mümessillikleri alan yerli sanayiciler, yabancı firmayla ortaklıklar kurarak ya da tek başlarına işletmeler kurarak; ardından ise bu işletmelerin satıcılıklarını üstlenerek, bu yıllarda büyük kârlar sağlamışlardır.

Tüm bu nedenlerle, 1960'lı yıllar Türk sanayisinin “altın yılları” olarak kabul edilir. Böylelikle, sermayenin tekelleşmesi süreci de başlamaktadır: Böylelikle pek yakın gelecekte görülecek olan holdingleşmelerin hukuki zemini hazırlanmaktadır. 1970'li yıllar yeni bir askeri müdahale ile başlamış ve 1961 Anayasası'nın izin verdiği temel hak ve özgürlüklerin ve işçi hareketlerinin önüne bir set çekilmek istenmiştir. Müdahalenin akabinde kurulan TÜSİAD'ın “politik olmadığına” dikkat çekilen öncelikli konuları arasında da işçi hareketlerinin ve grevlerin sona erdirilmesinin olması dikkat çekicidir.

1970'lerin ortasına kadar, sanayiciler için tablo olumludur. Geniş kredi imkanları ve vergi muafiyetleri yollarıyla sağlanan teşvikler, sanayiciler için memnuniyet vericidir. Yani, holdingleşmelerin de bu dönemde artmış olması, tesadüf değildir. Ancak 1970'lerin ikinci yarısında hem dünyada, hem de Türkiye'de olumsuz ekonomik konjonktür geçerli olmaya başlayınca, İthal ikameci modelin sınırları görülmeye başlanmıştır. Yapısı gereği yabancı sermayeye bağlı olan ve bu nedenle de dünyadaki dalgalanmalara karşı savunmasız olan model, genişleyen piyasa dinamikleriyle, sağlanan düşük faizli kredilerle, ucuz petrolle sürdürülmeye elverişli ortam bulmuştur. Dünya ekonomisinde bu elverişli şartların değişmeye başlaması, modeli de işlersiz kılmıştır.

Tüm bu gelişmeler, 1980 sonrasında deneyimlenecek olan özelleştirme uygulamalarının hazırlık aşamalarını göstermek bakımından önemlidir. Çünkü ithal ikamesi modelinin işlerliğini kaybetmesi üzerine, dünyada oluşan liberal ekonomik düzene uygun politikalarda ısrar eden özel sektör, nihayet 24 Ocak 1980'de yürürlüğe giren “24 Ocak Kararları” ile istediğini elde etmiştir. Ülkeye daha fazla döviz girişini temin etmenin yeni

yollarının aranacağı, bazı sanayi dallarına özel teşebbüsün girmesi için yasal düzenlemelerin yapılacağı belirtilen programı yürütmek üzere, Turgut Özal ekonomi sahasına getirilmiştir.

Özelleştirme uygulamalarının iktisadi politikalara hakimiyetinin tedricen olduğu ifade edilebilir. Bunun en önemli ayağını, kararları takiben yapılan yeni bir askeri müdahale oluşturur. 12 Eylül Askeri Müdahalesi'nin hemen ardından Türkiye'nin uygulamakta olduğu ekonomik istikrar paketinin uluslararası finans kuruluşları tarafından desteklenmesinin sağlanacağı bildirilmiştir. Böylelikle ordu, iktidar ve sanayiciler arasında büyük bir işbirliği gözlemlenmeye başlanmıştır. Sürecin ikinci ayağını 1982 Anayasası oluşturmaktadır. "Muhalefet yapacak örgütleri susturma ve sendikaları etkisizleştirme" maddesine sadık kalarak, özelleştirme süreci karşısında işgücü piyasası emek aleyhine dönüştürülmüştür. Bundan sonraki ayağı ise, uygulanmaya başlanan ekonomik program oluşturur. İhracata yönelik kalkınma modelinin benimsendiği, ithalatta liberal eğilimlerin hakim olduğu, içlerinde Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu'nun da yer aldığı birçok teşvik kanunun çıkarılmasına imkanlar tanıyan bir ekonomik anlayış söz konusudur. Bu gelişmelerin yaşandığı süreç, ekonomiyi finansal olarak da liberalleştirmeye hazırlama girişimleri olarak yorumlanabilir.

Ayrıca bir önemli nokta da, bu dönemde hizmet sektörünün gelişmesine imkan tanındığıdır. Hizmet sektörünün gelişmişliğinin, gelişmiş ekonomilerin ön koşullarından biri olarak sunulmasından Türkiye de payını almıştır. Önceki dönemin kayırılan sektörü olan sanayi yerine, 1980'lerden itibaren devlet kaynaklı rant imkanlarının genişlediği finans, turizm, taşımacılık, inşaat, sigortacılık gibi alanlar ön plana çıkartılmıştır. Böylelikle uluslararası hizmet ticaretinin de önündeki engeller kaldırılmıştır. Dış ticaret rejiminin serbestleştirilmesinin, yani mal akımlarının ardından sermaye akımlarının serbestleşmesine varan serbestleşme eğilimi, Türkiye ekonomisini giderek daha kırılgan, krizlere daha meyilli bir hale getirmiştir.

Cumhuriyet'in kuruluşundan beri incelenen iktisat politikalarında görülmüştür ki modern ve kapitalist iktisat düzenine uygun bir sanayi birikim süreci yaratılmak istenmiştir. 1960'larda sanayi burjuvazisinin güçlenmesi, onları taleplerini dile getirmenin ve taleplerinde ısrarcı olmanın farklı yollarına kavuşturmuştur. 1980'deki dönüşümle, yani dünyada ve Türkiye'de liberal eğilimlerin artmasıyla birlikte özelleştirme uygulamaları ve uygulamaların kullanıldığı alanlar genişlemiştir. Liberal eğilimlerin artmasıyla, devlet eliyle bireysel, endüstriyel veya sektörel olarak özel girişimi kayıran, özel sektör lehine bazı çıkar ve avantajlar sağlayan uygulamalar da ortaya çıkmaktadır. 1980'lerden sonra siyasi iktidarla kurulan yakın bireysel ilişkilerin çok belirleyici olduğunu ifade etmek gerekir. Bu avantajlar, ilişkiler kapsamında ele alınacak olursa, sosyal sermaye ile bağlantısı çok net görülecektir.

Araştırma açısından Türkiye’de devlet kapitalizmiyle oluşturulmaya çalışılan sanayi burjuvazisinin kültür ve sanat alanına nasıl ve ne zaman girdiklerini görmek önemli olmuştur. Çünkü bu alana da girişi belirleyen ana unsur, sermayenin kendine yeni alanlar yaratarak birikimi mantığıdır. Dolayısıyla maddi sermaye birikimi, sembolik sermayeden de faydalanarak kendine daha meşru bir yol bulmuştur.

Türkiye’de Cumhuriyet’ten bugüne, kültür ve sanat girişimcilerinin dönüşmesi sürecinden bahsedilebilir. Burada bazı dönemlendirmeler önemlidir, ayrıca iktisadi politikalarla bazı paralellikler de gözlemlenebilir. Öncelikle ifade edilebilir ki, Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte kültür ve sanat politikaları işlevsel devlet politikaları olmuştur. Yukarıda da açıklanan homojen bir toplum yapısının ve milli burjuvazinin oluşturulma aşamasında kültür ve sanatın farklı kimliği bütünleştirmek için kullanılmıştır. Hızlı bir toplumsal dönüşüm hedeflendiği içindir ki, devlet himayesi ve denetiminde kitlelere sanatın benimsetilmesi amacı ön plandadır. İktisat politikaları ile birlikte ele alındığında Batı yönlü, çağdaş bir devlet için bütüncül politikalardan vazgeçilmediği gözlemlenir.

Bu görüşlerin altında çok iddialı bir yönetim stratejisi olduğu ifade edilebilir: Öncelikle, Cumhuriyet düzenine geçmiş Türkiye’nin, çağdaş bir millet olduğunun dünyaya tanıtılması gerekmektedir; çünkü, iktisadi ilişkiler ancak, ülkeler arasından böyle bir güven ortamı yaratıldıktan sonra gelişecektir. Eski toplum yapısından sıyrılmaya çalışan genç bir Cumhuriyet için, kültür ve sanat, toplumun yeni ve değişen yüzünün dış güçlere tanıtılmasının en güzel yollarından biridir. Yani, tıpkı iktisat politikalarında olduğu gibi devlet eliyle, bir “kültürlendirme” sürecinden söz edilebilir. Yine benzer şekilde, “milli” olana vurgu ön plandadır. Milli sanatçılar yetiştirilecektir, milli operaya, tiyatroya, müzelere; milli kültür kurumlarına ve milli sanata sahip olunacaktır.

Bu amaçlar doğrultusunda halk bilinçlendirilmelidir. Gerek aydınların ve sanatçıların halka götürülmesi için kurulan önce Halkevleri; sonra Köy Enstitüleri yoluyla, gerek yabancı uzmanlar getirerek Türk sanatçı adayların eğitilmesiyle, gerekse Türk sanatçıların burslu olarak Avrupa’ya gönderilmesiyle toplumun kültür yapısı canlandırılacaktır. Bu gelişmelere paralel olarak, 1940’larla “milli” olma konusu bir bakıma anlam değiştirerek, saf millilik anlayışı, Batı toplumlarına, medeniyetlerine daha açık bir anlayışa dönüşmüştür.

1939 yılında düzenlenen 1. Neşriyat (Yayın) Kongresi devlet tarafından düzenlenmiş olsa da, özel girişimin bu alana girmesi isteği dile getirilmiş, devlet ile özel kuruluşlar arasında kurulacak işbirliğine çağrı yapılmıştır. Çok geçmeden bu çağrıya cevap alınacaktır: 1945 yılı Yapı Kredi Bankası, Yapı Kredi Yayınları’nı kurarak Doğan Kardeş Dergisi’ni çıkarmaya başlamıştır. Bu gelişme, devletten gelen işbirliği çağrısının altı yıl sonra hayata

geçirilmesi olarak da yorumlanabilir. Bu gelişme, daha sonraları çok sık görülecek olan burjuva, kurum ve entelektüel birlikteliğinin ilk örneği olması bakımından ayrıca önem taşımaktadır. Aynı yıl, İsmail Hakkı Oygur tarafından ilk özel resim galerisi açılır. Dikkat edildiği gibi 1945'te başlayan bu kırılma, korumacı – devletçi ekonomi yaklaşımından daha liberal ekonomi yaklaşımına geçildiği dönemde meydana gelmiştir. Bu bakımdan bundan sonraki sürecin de habercisi gibi yorumlanabilir.

1950'den sonra kültür ve sanat politikalarının kamu politikaları olarak algılanışı sona erecektir. Devlet özel girişimin bu tür faaliyetlerinin önündeki engelleri kaldırmak bir yana, aynı zamanda özel girişimin bu faaliyetleri yürütmesini teşvik de edecektir. 1980'e kadar geçen dönem, 1980 sonrası gelişmeleri hazırlar niteliktedir: 1951'de Yapı Kredi Bankası tarafından ilk özel tiyatro olan "Küçük Sahne" kurulur ve bir anlamda özel tiyatroların kuruluşuna öncülük eder. Nitekim 1960'lı yıllar özel tiyatroların birbiri ardına kurulduğu dönemdir ve Türk Tiyatrosu'nun altın yılları olarak nitelendirilir. Tiyatrolarda özel girişimlerin dışında, 1957'de Nejat Eczacıbaşı Seramik Fabrikası El Sanatları Bölümü'nde seramik sanat atölyeleri çalışmaya başlar. 1964'te Yapı Kredi Bankası Kazım Taşkent Sanat Galerisi açılır. 1973'te ise, günümüzde hala bu alanda çok etkili olan İKSV kurulur. Cumhuriyet'in 50. Yılı'na denk getirilen vakfın açılışından hemen sonra başlayan 1. İstanbul Festivali, bu alanda artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını da sinyallerini vermektedir.

1980'den başlayarak, Türk kültür ve sanat alanına özel sektör etkin olmaya başlamıştır. Sermayenin kültüre yönelmesiyle, kültür daha önce görülmemiş boyutta piyasa dinamiklerinin etkisi altına girmeye başlamıştır. Çarpıcı olan, daha önceleri kullanılan kültür ve sanatın toplumu bütünleştirici, homojenleştirici yönünün artık özel kurumları "farklı kılmak" ya da "farklılaştırmak" için kullanılmaya başlamasıdır. Değişen sanat değil, söylemdir.

Bunun altında yatan dinamikler görülmelidir. 1970'ler tüm dünyada ve dolayısıyla Türkiye'de ekonomik konjonktürün olumsuzla döndüğü dönüşüm yıllarıdır. Emek aleyhine bozulan dengeler, işçi hareketlerini artırmıştır. Büyük sermaye gruplarının gelirin adaletsiz bölüşümüne yaptığı negatif dışsallıklar artık görmezden gelinememektedir. Büyük ve "öngörülü" kurumlar insan, işgücü, çevre hakları için sınıf mücadelelerinin verildiği bu dönemdeki tepkileri ve üzerlerine yerleşen bu olumsuz imajı fırsata çevirmenin yollarını aramalıdır; çünkü maddi yeniden üretim süreci kesintiye uğramamalı, sermaye birikim süreci engellenmemelidir. O halde, bazı "yeni" stratejiler üretilmelidir ve bu stratejilerin sermaye birikim sürecini değiştirmeyecek olması güvence altına alınmalıdır. Aslında bu, bir tür kılık değiştirme mekanizması gibi görülebilir. Yani kurumlar, birşeyleri değiştirdiklerini gösterirken, hiçbir şeyin değişmeyeceğini güvence altına almış olmaktadır.

Özel sektörün kültür ve sanat alanındaki payının artışına ve bunu gerçekleştirme dinamiklerine geçmeden önce, devletin kültür ve sanat alanındaki payının azalışı sürecine de bakmak gerekir. Çünkü özel sektörün bu alandaki faaliyetlerinin artmasıyla, devletin bu alandaki varlığının zayıflaması birbirlerini besleyen süreçlerdir. Devletin kültür ve sanat alanında, 1950'lere kadar sürdürdüğü kurucu, denetimci, yönlendirici tavrı 1960'larda yumuşamış; 1970'lerde ise ihmalcilik boyutuna varmış ve birçok tepkiyle karşılaşmıştır. Çağdaş ve homojen bir toplum yapısını hedefleyen devletin kültür politikaları, 1965'e kadar MEB bünyesinde ve eğitim politikaları çerçevesinde şekillenmekteydi. 1965'te yine MEB bünyesinde Kültür Müsteşarlığı adı altında farklı bir oluşum dikkatleri çekmektedir. 1971'de ise ilk kez Kültür Bakanlığı adıyla ilgili bakanlık oluşturulmuştur. 1970'lerin sonlarına dek KB ve MEB arasında yine birleşmeler ve ayrılmalar yaşanmıştır. Konu çerçevesinde asıl önemli dönüşüm 1980'lerden itibaren yaşanacaktır; çünkü KB'nin artık farklı bir bakanlıkla birlikteliği söz konusudur. Kültür ve sanat politikalarının da şekilleneceği bakanlık artık Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır. Dönemin iktisadi politikalarıyla son derece uyumlu bir açıdan gerçekleştirilen bu dönüşümle, kültür ve sanat politikalarında nasıl bir tavır sergileneceğinin de göstergeleri verilmiş olur.

Bakanlık, 1980'den bu yana geçen süre içinde çeşitli aralıklarla toplam on beş yıl, münferit olarak KB adıyla da görev yapmışsa da, mantık artık kültürün, sanatın, kültür ve sanat ürünlerinin ya da miraslarının birer tanıtım nesnesi olmalarından ibarettir. Bu geçen sürede devletin kültür harcamaları da bunları doğrular niteliktedir. 1990'ların başı kültür harcamalarının konsolide bütçe içindeki payının en fazla olduğu zamana işaret eder. Daha sonra bu paylar düşme eğilimine girse de, asıl düşüş 2003'te meydana gelmektedir. Bu düşüş, 2000'lerin ilk yıllarında özel girişimin bu alandaki hızlanan ve çeşitlenen faaliyetlerini açıklar niteliktedir.

Özel sektörün bu alandaki görünürlüğünün artmasının 1970'lerdeki ekonomik daralma ve dönüşümle beraber neoliberal politikaların tüm dünya ekonomi politikalarına egemen olmaya başlamasının bir uzantısı olduğu ifade edilebilir. Yukarıda ifade edildiği gibi, maddi üretim süreci ve sermayenin yeniden üretimi kesintiye uğratılmamalıdır. Bunun kültür ve sanat için ne ifade ettiğine bakılacak olursa, şu görülür: Artık geçerli olan kültür endüstrisidir; o halde kültür ve sanat, kültür endüstrisi koşullarına uyum sağlamak durumundaki metallerdir.

Bir yandan kendilerine yönelik tepkileri azaltmanın bir yolunu bulan, diğer yandan da "topluma katkı" sağlayarak kurumlarının tanıtımını da yapan kapitalist üretim birimleri için kültür ve sanat son derece meşrulaştırıcı ve ayrıcalıklı bir işleve sahiptir. İşte daha önce, -devlet politikalarında da yararlanılan- söz edilen araçsal rasyonellik buradadır. Nasıl ki yeni

kurulan Cumhuriyet için kültür ve sanat, toplumu bütünleştirici, homojenleştirici ve eğitici bir rol üstlenmişti; 1980'lerden itibaren kültür ve sanat faaliyetleri, özel sektör girişimcileri için de ortadaki kâr amacını görünmez kılan, kurum faaliyetlerinin meşruiyetini sağlayan ve kurumları "sorumlu", sahiplerini "filantropist ya da hayırsever" yapan bir işlevselliğe kavuşturulmuştur.

Kapitalist sistemin sadece ekonomik değil, kültürel ve sanatsal üretim için sınırsız kaynaklar üretebileceğinin algılanmasıyla kurumlar, yeni kültür ve sanat hamileri haline gelmiştir. Kurumsal filantropist olmak için farklı yollar mevcuttur. Bu yollar, kurumun niteliğiyle ilgilidir. Eğer vakıflaşan bir kurumdan söz ediliyorsa, bunun yolu bağış mekanizmasından geçmektedir. Söz konusu olan bir firma yapısı ise, firmalar bu faaliyetlerini "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" (KSS) programları çerçevesinde ya da sponsorluklar yoluyla gerçekleştirmektedirler.

Vakıf kurumunun kuruluş mantığında, varlıklı bireylerin servetlerinin artık değerini toplum için, topluma faydalı işlerde kullanma gereği yatmaktadır. Bir tür topluma karşı "borç ödeme" şeklinde de nitelendirilebilecek olan bu oluşum, aynı zamanda liyakatli olduğu açıkça kanıtlanmış şeyler için bağışı kurumsallaştırır. Yani bağış, rastgele değil, bilinçli bir tercihin sonucu yapılmalıdır. Kültür ve sanata yapılan bağışın, iltimaslı bir yatırım aracına dönüşmesinin vakıflara sağladığı başarı ve itibar etkileyicidir ve ABD'de başlayan bu hareket, dünyada ve Türkiye'deki vakıflara yansımıştır.

Özel kurumların kültür ve sanata olan yatırımları da vakıfları takiben başlamıştır. Süreç, firmaları da tıpkı kamu kurumları gibi, sosyal güdülerle davranmaya itmiştir. Özel kurumlar, 1970'lerle zedelenen kurum imajlarını onarmak için kültür ve sanat, eğitim, sağlık, çevre ve spora yatırımlar yapmaya başlamışlardır. Kurumsal olarak sorumlu olduklarını iddia eden firmaların KSS faaliyetleri, sorumluluk ve dayanışma hissi taşıdıklarının bir kanıtı olarak toplum ile aralarında bir güven ilişkisi kurucu niteliktedir ki, "güven" ilişkisinin sosyal sermaye için büyük bir anlam taşıdığı bir gerçektir.

Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımı, firmaların kendi öz faaliyetleri dışında, bireyler gibi sorumluluklarının olmadığını savunan görüştür. Buna göre, verimli çalışan ve kârlarını artıran firma birincil sorumluluğunu yerine getirmektedir; bunun dışında yapacağı her türlü girişim maliyetleri artıracaktır ve asıl o zaman sorumluluk ortadan kaybolacaktır. Ayrıca uluslararası düzeyde de rekabetçi olunamayacağını savunur ki, görülen deneyimler kurumların artık sosyal sorumluluk faaliyetlerini dahi birer rekabet unsuru olarak kullandıklarını gösterir. Tersine; modern sosyal sorumluluk yaklaşımı ise, firmaların kâr maksimizasyonu ilkesi çerçevesinde neden oldukları zararların KSS faaliyetleriyle telafi

edilebileceği görüşüne dayanır. Ayrıca bu yaklaşıma göre, bu faaliyetlerin sosyal, hukuki, ekonomik olarak yansıyabilecek olası sorunlara karşı tedbir olarak kullanılması rasyonel olacaktır.

KSS faaliyetleri kurumsal kimlik ve kurumsal itibara katkı yaparak sembolik değer yarattığı gibi, potansiyel ilişkilerin de gelişmesine yardımcı olarak ekonomik değer de yaratmaktadır. Çünkü bu yolla, yeni pazarlara girme kolaylığı, gelişen işbirlikleri, hükümetle yürütülen iyi ilişkiler, toplumsal saygınlık, markada değer artışı, müşteri ve çalışanların bağlılığı gibi ekonomik pozitif dışsallıklar sağlanacağı çok açıktır.

Firmaların filantropi faaliyetlerinin düzenlenmesinde ikinci yol, sponsorluklardır. Destekleyenle desteklenen arasındaki ilişkinin ticari bir sözleşmenin konusu olması sebebiyle, sponsorluğun sonunda ticari bir kazanç beklendiği gizlenmemektedir. Ancak sponsorluğun “sosyal” ya da “karşılıklı yarar odaklı” olan türleri, aradaki kâr beklentisinin saklanmasına yöneliktir ve bu bakımdan KSS programlarına yakın durmaktadır.

Tüm bu faaliyetlerin sistemin beklentileri tarafından finanse edildiği söylenebilir. Bu faaliyetlerden – ister sponsorluklar olsun, ister KSS programları olsun ya da bunlar yerine icat edilebilecek olan her türlü girişimden- yarar sağlandıkça, firmalar üretimlerine devam edeceklerdir; böylece yukarıda ifade edilen sistemin işlemlerini engelleyen her türlü mekanizma bertaraf edilmiş olacaktır.

Filantropi adı altında toplanabilecek her türlü girişim, yani desteklemekle, başışlamakla, vermekle ilişkilendirilebilecek her türlü “gönüllü” girişim, taraflar arasındaki “karşılıklılık” ilişkisini saklamaktadır. Bunun nedeni, ekonomik olanın daima yadsınması gerekliliğidir. Yapılan yatırımlar altruizm örnekleri ya da cömertlik göstergeleri gibi sunuldukça, ekonomik olan saklanırken, kurumlar sembolik etkiyi finanse etmeye devam edeceklerdir. Bu araştırmada da, bunları “yatırım” olarak sınıflandırmanın da sebebi budur.

Kültür ve sanat yatırımları özelinde şekillenen bu araştırmanın varmak istediği nokta da bununla ilişkilidir. Tüm dünyada örnekleri görüldüğü gibi, Türkiye’de Cumhuriyet’in kuruluşundan beri gelişim süreci açıklanmış sanayi burjuvazisi artık sadece “üretici” ya da “sanayici” değil de, “sanat dostu”, “filantropist”, “kültür elçisi” gibi ünvanlarla anılıyorsa ve anılmak istiyorsa, bu ekonomik olandan bağımsız olarak ele alınamaz. Cumhuriyet’ten beri belli amaçlar doğrultusunda teşvik edilmiş, öne çıkarılmış ve hatta Türk toplumunun modernleşmesi kendilerine mal edilmiş bir sınıf olarak, yurtiçindeki ve yurtdışındaki ilişki ağlarının görece olarak diğer sınıflardan geniş olduğu çok açıktır. Bu ilişki ağlarının da ekonomik değerleri olduğu görüşüyle temellenen sosyal sermaye, tüm faaliyetleri belirleyen ekonomik sermayenin göz önünde olmamasını sağlamaktadır.

Sosyal sermaye, karşılıklılık ve güven ilişkileriyle belli bir amaç ya da amaçlar doğrultusunda oluşmuş bağlantı ağlarına; bu ağlar içinde yer alanların birbirine olan karşılıklı güvenini güvence altına alan normlara ve bu normların düzensizleşmesi durumunda yeniden işlemelerini mümkün kılacak yaptırımlara – ödül ve ceza gibi- işaret etmektedir. Aslında tüm diğer sermaye türlerinin kökeninde ekonomik sermaye olduğu fikrine dayanarak, ekonomik olmayan tüm sermaye türlerinin onun kılık değiştirmiş biçimleri olduğu ifade edilebilir. O halde sosyal sermayenin buradaki işlevi nedir?

Sosyal sermaye, ekonomik olanla ilişkilendirilebilecek her türlü mübadele ilişkisini gizleyen ancak mevcut ve potansiyel tüm ilişkileri kullanarak ekonomik sermayeyi büyüten bir çarpan mekanizması gibi işlemektedir. Bunu yaparken, normlar ve yaptırımlarla söz konusu ağın – demek, örgüt, firma, kulüp, üyeliler, vs.- devamlılığını da sağlamaktadır. Bu devamlılık, ağın diğer ağlarla ilişkisi bakımından son derece önemlidir; çünkü farklı sosyal ağlar arasında kurulacak güven ve karşılıklılık ilişkileri, potansiyel işbirlikleri yaratacaktır. Bu nedenle bu ağın devamlılığı, ağın içinde yer alan ya da bu ağ ile ilişki kuran herkesin menfaatinidir. Bu menfaatler, tanınmış olmanın sermayesi olan sembolik sermayeyi ekonomik kazanca dönüştürme işleyişinde bulunur. Ünvanlar, ödüller, nişanlar aracılığıyla tanınmış olduğu belgelenen kurum, sembolik sermayeyi ekonomik sermayeye çevirmiş olacaktır. Zaten ekonomik sermaye, ancak sembolik sermayeye dönüştüğünde, ekonomik kâr söz konusu olabilir. Bu yollarla “tanınma” ise karşılıksız gibi görüldüğünden en değerli karşı-bağıştır. Yani sosyal sermaye aracılığıyla, tanınmış olmanın sermayesi olan sembolik sermayeye sahip olan kurum (ya da birey), bunu ekonomik sermayesine yansıtabilecektir. Ancak daha da mühim olan, tüm bu işleyişte edinilen sembolik sermaye ya da sosyal sermayenin karşılıksız gibi gözükmesidir. Ekonomik olan yadsındığı için, çok daha değerlidir. Bu önemli unsur, kurumların, filantropi faaliyetlerinin ekonomik olandan bağımsızmış gibi sunulması, bu faaliyetlere altruist güdüler yükleme durumuyla da uyum içindedir.

Araştırmanın düğüm noktası burada bulunmaktadır. Söz konusu yatırım aracı, çok yüksek sembolik değere sahip olan sanat eserleri ya da olaylarıdır. Bu yüksek sembolik değerlerin ilişkiler ağıyla (sosyal sermaye) “pazarlanabilir” hale gelmesi, halihazırda ekonomik ve kültürel sermayesi görece yüksek sahiplerine, hem yeni ilişki ağları (sosyal sermaye), hem tanınmış olmanın sermayesi (sembolik sermaye) ve dolayısıyla ekonomik sermaye kazandırmaktadır.

Araştırma özelinde yapılan görüşmelerde de farkedilmiştir ki, kültür ve sanat yatırımcılarının çoğunluğu, kendilerini “yatırımcı değil filantropist” olarak tanımlamakta, bu işlerin “ekonomik kâr için değil toplum için” yapıldığını savunmakta, bu yatırımlara başlamalarını “kendilerinin doğasında olan güdüyle” açıklamaktadırlar. Şöyle bir çelişki vardır:

Vakıflar kanalıyla yapılan bu alandaki bağışlar, vakıf geleneğinde yapılan yardımların pek fazla dile getirilme alışkanlığı olmadığı için, genelde açıklanmamaktadır. Firmalar kanalıyla yapılan yatırımlar ise, açıkça “kurumsal iletişim”, “sponsorluk”, “tanıtım” faaliyetleri altında yer alsalar da, yani firmaların faaliyet giderlerine girse de, yöneticiler yine bunları konuşmayı pek tercih etmemektedirler. Şu sorular sorulmalıdır: Toplum için yapıldığı iddia edilen bağış, eğer gerçekten “karşılıksız” bir edim olsa, bu bağışları yapan kurumlar neden isimlerini, markalarını beyan etme yoluna gitmektedir? Ya da eğer bu yatırımlar kurumsal strateji gereği yapılmaktaysa, o halde ekonomik kâr neden inkar edilmektedir?

Destekleme, bağışlama, sunma gibi verme edimlerinin hiçbirinin karşılıksız olarak yapılmayacağı ifadesiyle, bu soruların cevabı verilebilir. İşte bu nedenle, bu araştırma amacına varmaktadır. Sanat gibi, estetik değerlere hitap eden, değerli, soylu, saygın, itibarlı ve liyakatli olan bir araç, tüm bu değerleri onu icra edenden daha çok ona sahip olana bahşetmektedir. Sanat eserine sahip olup teşhir etmek ya da onu takdir edecek olanlara onu izleme, dinleme, o sanat olayına katılma imkanı vermek ise çok daha değerlidir.

Burada üretilen kârdan da öte bir şeydir. Bu yollarla üretilen, bir egemenlik biçimidir. Kültürü dönüştürme gücünün elde tutulmasıdır ki bu güç, zaten ekonomik gücü içinde barındırdığından, ondan da öte bir şeydir. Ekonomik gücün bu denli meşrulaştığı bir alan yoktur. Tekellerin varlığını örtbas etmek için çok geçerli bir mekanizma bulunmuştur, sanat artık metalaşmıştır, kültür artık kapitalizmin ayrılmaz bir parçasıdır.

EKLER

EK 1 KURUMLARLA OLAN GÖRÜŞMELER*

1) AKBANK GENEL MÜDÜR YARDIMCISI HAYRİ ÇULHACI İLE GÖRÜŞME (19.02.2010)

Akbank olarak ne zamandan beri kültür ve sanat faaliyetlerini yürütüyorsunuz ve de ayrıca kültür ve sanat faaliyetlerinizin yoğunlaştığı dönem sizce hangi dönemdir? Müzenin kuruluşuyla mı? Akbank Sanata paralel olarak mı? Ne dersiniz?

Resmi tarihimize girişi 1970. Daha önce var mıydı bilmiyorum yani. Daha öncesinde çok detaylı bir araştırmasını yapmış değiliz ama 1970'te böyle bir departmanın kurulması, bu konuyla ilgili insanların çalıştırılması, istihdam edilmesi, bir şeylerin çıkması 1970'ten beri...

Yoğunlaştığı dönem peki 90'lara gelişle mi yoksa baştan beri mi?

İlk başı çok yoğundur. 70'li yıllar çok yoğundur. Hep yoğun olmuştur. Yoğunlaştığı ikinci bir dönem 90'lı yıllar. Biraz yoğunlaşmıştır. Ama denilebilir ki hep yoğun oldu. Ama böyle iki tane şey olduğu, ama bu iniş-çıkış gibi değil. 70'te çok güçlü başlamıştır. Sonra 90'larda ikinci bir faza çıkmıştır. 2005'ten bu yana da kültür, sanat olarak değil de farklı şekilde biçim değiştirdi.

O zaman 70'ler için konuşalım, bu tarihlerde başlamanızın belli bir nedeni var mıydı? Holdingleşmenin etkisi var mıydı mesela?

Şimdi biz Akbank için konuşuyoruz. Her ne kadar Sabancı Holding, Akbank'ın ana hissedarı ise de, bankalarla ve de holding şirketler arasında hukuki yapıda da bir farklılık, ayrılık vardır. Çok içiçe geçemiyorlar. Onun için Akbank farklı bir marka, farklı bir kimlik. Hep öyle olmuştur. Dolayısıyla ikisini birbirine karıştırmamak lazım. Birbirimize dokunduğumuz, birbirimizle zaman zaman sinerji yarattığımız yerler olmuştur. Peki Akbank niye 70'li yıllarda böyle bir şeye girdi? Burada biraz bankacılık tarihine bakmak lazım tabii. 70'li yıllarda bankalarda ne oldu ki, sadece Akbank değil Yapı Kredi ve İş Bankası o tarihlerde, özellikle de Yapı Kredi, Kazım Taşkent zamanında 60'lı yıllarda yapmıştır. Ona bakmak lazım ama ben ancak size bir hipotez söyleyebilirim. Belirli bir büyüklüğe ulaşmış olmaları, kendilerinde bir sosyal sorumluluk görmeleri bugünün tabiriyle. O gün belki bu tabir kullanılmıyordu. Farklı bir ifadeyle, bu ülkenin insanlarından aldıklarını tekrar bir öncü sıfatıyla tekrar geri vermek. Nitekim bu bankanın kurucusu Sabancı Ailesinin de özünde olan bir şeydir. Ve de bir marketing tarafı vardır efendim yani. Hedef kitleye ulaşabilmek, onlarla bir ortak payda yaratabilmek, onların sadece bir müşteri ilişkisi değil yakın bağ kurabilmek bu nedenlerden olabilir.

* Görüşmeler alfabetik sıraya göre dizilmiştir. Bölümlerde ifade edildiği gibi, üç kurumun yöneticisi ya da başkanı yüz yüze görüşmeyi kabul etmeyerek, soruları kendileri cevaplayarak göndermişlerdir. Bununla, üç firmanın cevapları, soru formunun üzerinde olduğu için, diğerlerinden farklı formattadır.

Zaten bu dediklerinizle örtüşür bundan sonraki soru da. Neden bu kararı aldınız? 70'te çıkışını kastediyorum. Aşağıda da benim sıraladığım bazı şıklar var. Şu anki tabirle kurumsal sosyal sorumluluk mesela şıklar arasında var...

Şimdi bakın, Küresel İlkeler Sözleşmesini biz daha 2 sene önce hatta belki geçen sene imzaladık. Kültür ve sanatın kırk senelik geçmişi var. Küresel İlkeler Sözleşmesi iki senelik. Grupların benzer davranışları olabilir. Belki Yapı Kredi'den etkilenmiş olabiliriz. Dünya ölçeğinde yoktu efendim, o tarihlerde. Çok azdır. Yani sadece Akbank demeyelim ama Türkiye'deki bu konuda bazı kurumlar öncüdür. Yine farklı bir kulvarda Sabancı Grubu'nun da bazı girişimleri vardır. Vakfın kurulması, onların okullar açması. Yani bir nevi bugünkü tabiriyle filantropi denebilir. Filantropi aslında kurumsal sosyal sorumluluğun bir alt birimidir. Ama filantropi daha doğru bir tanımdır. Çok daha eski, Rönesans'tan beri gelen, Türk adetlerine baktığımız zaman vakıf düzenlerinden, hayır işlerinden Osmanlı zamanından gelen bir şeydir. Dolayısıyla bizim kültürümüze de yabancı bir hadise değildir. Sosyal prestiji artırmak? Muhakkak.

Tanıtımla bu ikisi zaten sizin dediğiniz marketing'e giriyor. Peki, kültür ve sanat harcamalarınız gider bütçenizin hangi kaleminde yer alıyor?

İletişim giderlerimizin altında.

Sponsorluk anlamında Holdingle paslaştığınız yerler oluyor mu?

Tamamen ayrı bütçeler, ayrı mekanizmalar. Neticede iki tarafın müşterek fayda görmesi hususu. Bir birliktelikle girdiğimiz projeler vardır. Sabancı müzesindeki üç tane sergimiz oldu. Dali, Rodin...

Picasso?

Picasso'da biz para vermedik. Yani Sabancı ile bunun dışında bir şeyimiz yok. Bazı eğitim projelerinde Sabancı Üniversitesi ile var. Ama Koç Üniversitesi ile de var, Boğaziçi ile de var.

Peki üniversiteye mesela Akbank gibi, diğer grup şirketleri de pay ayırıyor mu? Böyle bir kural, kaide var mı?

Kural-kaide yok. Sabancı Holding'in bir projesi var, bize getirir. İşimize geliyorsa gireriz, gelmiyorsa girmeyiz.

Yani, bir projede gidelim bütün grup şirketlerinden biraz destek alalım diye bir söz birliğinden bahsedemeyiz.

Hayır. Vakfın kendi kaynakları vardır zaten. Yani şeyin özü Hacı Ömer Sabancı Vakfıdır. Vakfın vakfedenleri vardır. Üniversiteye giden para da vakıftan gider.

Gazetelerde veya internette sizin beyanatlarınızda zaten "kültür ve sanata yıllık 15 milyon \$ harcıyoruz" şeklinde açıklamalarınız var.

Evet, doğru.

Doğru mudur?

Bir parça artmış olabilir.

Bir parça artmış olabilir... Peki bu payı belirlerken, burada sayılanlardan hangilerini ölçüt alıyorsunuz? Tabii ki genel ekonomik koşullar etkilidir ama hangisi

daha fazla etkilidir? Böyle bir değerlendirme yapabilir misiniz? Orada yer almıyor ama Citigroup'un yaklaşımı ne kadar etkilidir mesela?

Hiç alakamız yok. Bir önceki yıl ayrılan pay, tahmin ediyorum bütün bütçeleme sürecinde etkili. Her bütçe hazırlanışında bu önemli bir şey. Geçen senenin bütçesi neydi diye hep bakarız. Genel ekonomik koşullar, genel bütçenin hazırlanmasında etkili. Yani genel ekonomik koşullardan başlarız gelecek sene ne olacak diye. Milli gelir büyümesi ne olacak? Enflasyon ne olacak? Bankacılık sektörü ne olacak? Bizim pazar payımız ne olacak? Ondan sonra ne kadar büyüyeceğiz? Ne kadar kâr edeceğiz? Peki burada gelelim gider bütçelerine. Yani bütçe mantığı böyle işliyor. Ondan sonra biz kültür ve sanat faaliyetlerimize ne kadar bütçe ayırabiliriz? O zaman iki-üç parametre daha giriyor devreye. Geçen sene ne koymuştuk, ona bakıyoruz. Geçen sene yaptıklarımızdan memnun muyuz? Bu sene ne yapmayı planlıyoruz? Bu sene 2010 yılı diyoruz, biraz daha farklı düşünüyoruz... Bu, böyle bir süreç.

Kültür ve sanatın hangi alanlarında yer almaktasınız? Bundan sonraki soruyla da bağlantılı, o da bu alanlardan değiştirmek istedikleriniz var mı? Ya da artırmak istediğiniz? Girmek istediğiniz?

Tabii bazıları daha yoğun. Yayıncılık...Yapıyoruz ama Yapı Kredi değiliz, İş Bankası değiliz. Senede bir ya da iki kitap basıyoruz. Çağdaş hatta kavramsal sanatla ilgili. Yani oradaki literatürü kuvvetlendirmek amacıyla. Adeta bizim Akbank Kültür-Sanat'ın destekleyicisi, yan ürünümüştü gibi. Kütüphanemiz, arşivimiz var orada; gayet güzel. Daha da geliştirmek istiyoruz. Sanat galerimiz var. İKSV'nin Bienal'e iki senede bir gireriz. Caz festivalimiz var. Müzik festivaline gireriz. Film festivalinin ana sponsoruyuz. Bir oda orkestramız var. Bunun dışındaki konserlere ad hoc bazen sponsor oluyoruz. İki tane tiyatromuz var. Biri çocuk, diğeri gençlik tiyatrosu. Ayrıca bir tane dans kumpanyamız var. Şenlik, gösteri... Biliyorsunuz işte, hatta biraz gereğinden fazla giriyoruz. Kurumunuz adına sanat danışmanlığı hizmeti vermek? Bunu bir bankacılık hizmeti olarak "private banking" adıyla yapıyoruz. Ama private banking'i biz bir tür sosyal sorumluluk olarak görmek istemiyoruz. O bankacılığın bir uzantısı. Ama bir geri dönüşü, bir sanata katkısı da dolaylı yoldan oluyor. Mesela Contemporary İstanbul'a sponsor olduğunuz zaman bu muhakkak Türkiye'deki sanat faaliyetlerine, sanatçıların teşvik edilmesine muhakkak katkısı oluyor. Ama diğer taraftan bizim ana saikimiz private banking müşterilerimize sanat konusunda hizmet sunabilmek. Arkeoloji ve restorasyon? Şu anda yok. Daha önce oldu. Burası zor bir alan. Gerçekten çok zor bir alandır. Burada biz geride durmayı tercih ediyoruz. Yurtdışındaki sergilere tabii ki sponsor oluyoruz. Dubai'deki sergimiz bitmedi, devam ediyor. Mart'ın ilk haftası bitecek. Dubai'de bir çağdaş sanat sergisi. Şu anda Washington D.C.'de bir sergimiz devam ediyor. 12 Şubatta açtık. Türk kadın sanatçıların. 11 tane çağdaş kadın sanatçıyı götürdük. Çok güzel bir sergi.

Ama Citigroupla hiç alakası yok

Hiç alakamız yok.

Söz konusu alanlarda sanatçılara ödül dağıtmak, burs olanağı sağlamak?

Yok. Yok. Senede bir defa Genç Sanatçılar Sergisi açarız. Ufak tefek hediyeler veririz. Onları teşvik ederiz. O kadar. Çok daha fazla bir şey değildir... Koleksiyon oluşturmak? Değil. Koleksiyon oluşturduk. 1970'ten itibaren geniş bir koleksiyon oluşturduk fakat koleksiyon işinden çekildik çünkü bir mali kuruluşun ana saiki bir koleksiyon oluştururken bunu aktif bir değer olarak görmesidir. Bundan kazanacağını düşünmesidir. Ve bunu adeta diğer aktifler gibi trade etmesidir. Alıp satmasıdır. Bizim işimiz o değil. Bizim işimiz sosyal fayda yaratmak. Koleksiyon oluşturmayı da bununla çok doğrudan ilgili göremedik çünkü koleksiyon oluşturduğunuz zaman bunun bakımı, izleyiciyle paylaşılması. Ve bizim gene burada şirketimizin vakfı ya da üniversitesi var. Sakıp Sabancı Müzesi var. Müzenin geniş bir koleksiyonu var. Onlar da (bizimkiler) orada duruyor.

Aşağıdaki de, bunlara ek olarak “şunu da yapmak istiyoruz” diyeceklerinizle ilgili

Şimdi, “şunu da yapmak istiyoruz” diyeceğimiz bir şey yok. Hatta biraz fazla yapıyoruz dedim ama şu anda. “Şuradan çıkıyoruz” diyebileceğim bir şey de yok.

Finansmanını nasıl sağlıyorsunuz bu yatırımların?

Bankanın kârından pay ayırıyoruz.

Bu aşağıdaki sponsorluk kanunu biliyorsunuzdur. 5225 Sayılı. Yararlanıyorsunuz?

Özel olarak şurada yararlandım diyebileceğim bir şey yok ama zaten yapılan bütün bu faaliyetler, bağış hariç, bankanın ya da ticari kuruluşun faaliyetini sürdürmekle ilgili olmasıyla zaten gider mahiyetindedir.

Peki, kesinlikle yararlanmıyoruz diyebilir misiniz?

Hayır. Bunu hiçbir şirket diyemez. Hepsi yararlanıyordur.

10. soruda bu yatırımlarınızın nasıl algılandığına dair geri dönüşleri nasıl ölçüyorsunuz?

İlk üç tanesi mesela muhakkak vardır. İlk üçü birden vardır. (Marka daha çok sahiplenildi/ Şirketin itibarı arttı/ Şirket ürünlerine-hizmetlerine güven arttı.) Ayrıca bunlardan başka, diğerleri de bu saydığınız ilk üçün içinde kabul edilebilir.

Türkiye'deki şirketlerin tümünün bu tür faaliyetlerine baktığınızda, ne düşünüyorsunuz?

Tabii ki olumlu buluyorum. Son yıllarda özellikle bu arttı. Mali idarelerin ve Devletin bu konularda özel sektöre yardımcı olması, teşvik etmesi, önünü açması gerektiğini düşünüyorum. Hangi anlamda? Vergi anlamında falan değil. Onun da katkıda bulunmak suretiyle bir film festivali yapılıyorsa İstanbul'da, bundan herkes faydalandığı gibi, en çok İstanbullular faydalaniyor. İstanbulluların menfaatini temsil eden hukuki, siyasi kuruluş

Belediyedir. Çünkü Belediye İstanbulluların oylarıyla orada. Dolayısıyla İstanbulluların ortak iradesine paralel olarak da İstanbul'a yaratılan bu faydada Belediyenin de bir katkıda bulunması gerekir. Bu festivallerin canlanması İstanbul ekonomisine katkıda bulunacaktır. İstanbul'un dünyadaki duruşunu değiştirecektir. Bunun için mahalli idarelerin kenarda değil ya da engel değil, destek olması gerekir. Benim söyleyeceğim budur. Bütün dünyadaki uygulama budur. Türkiye'de bu yoktur. Yeterli değildir. Destek değil zaman zaman köstek de olur. İstanbul Belediyesi için söylemiyorum ama bir x belediyesi, y belediyesi için böyledir. Zihniyetle ilgili bir hadisedir.

Sizin kişisel olarak ya da kurum olarak, Akbank olarak, dünyada bu alanlarda örnek aldığınız kişi ya da kurumlar var mıdır?

Tabii biz bankalara bakıyoruz. Dünyada bu işi çok güzel yapan bankalar var. Birçoğu böyle. Deutsche Bank var, Société Générale var. İspanya'da Caixa var. Şu anda aklıma gelenler bunlar. Ama aşağı yukarı bütün bu bankaların – dünyanın önde gelen yüz bankasının internet sayfalarına baktığınız zaman, sekseninin bu konuda girişimleri vardır.

Siz o zaman özellikle bankaların bu tür girişimlerini takip ediyorsunuz?

Ama tarihi olarak baktığınız zaman, 1970'te şu karşılaştırmayı yapsanız, inanın çok fazla yoktur. Yani Türk bankaları bu konuda öncüdür. Türkiye'de de öncüdür. Cumhuriyet geleneğiyle de ilgisi olabilir.

Akbank'ın benzer şekillerde eğitime, sağlığa ya da spora da yatırımları var mı?

Eğitime var. Eğitimde bazı projelerimiz var. Onu da anlatayım size. Meseleye şu şekilde bakmak lazım: Kültür-sanata destek ya da spora, eğitime destek fikrinde değil - son zamanlarda bu biraz moda tabiriyle oldu ama felsefesini anlayınca, x,y,z olsun, farketmiyor- "kurumsal sürdürülebilirlik" dediğimiz hadise... Çünkü eskiden bankanın hissedarı vardı. Bankanın en önemli paydaşı hissedarıydı. Şirket para kazanırdı çünkü hissedarına pay yaratmaya çalışırdı. Kapitalizmin özü, kökeni de bu. Fakat şimdi, gittikçe çok denklemlili bir şeye dönüştüğü için sadece hissedarınıza pay yaratmanız yeterli değil. Yani, o kısa vadeli olur. Uzun vadeli olmak istiyorsanız, bütün paydaşlarınıza belirli bir dengede, ahenk içinde pay yaratmanız gerekir. Orada da gerçekçi olmak lazım. Esas bir sürü paydaşı vardır bir şirketin ama en önemli paydaşlarını sayacak olursak, gene önem sırasına göre söylüyorum – hissedarı hiçbir zaman göz ardı etmeden- Hissedarları, çalışanları, müşterileri, içerisinde bulunduğu toplumun bireyleri... Kamu önemli bir paydaştır. Kanun yapıcılar, uygulayıcılar... Yani tüm bunlara ve bunların dışındaki daha birçok şeyler vardır. Şimdi, yarattığınız değeri bir şekilde bunlarla paylaşmanız gereklidir. Hem bugünkü kuşakla paylaşmanız lazım, hem de gelecek kuşakla. Yani daha iktisadi terimlerle konuşacak olursak, ben bu seneki kârımın tamamını temettü olarak dağıtabilirim. Hatta geçmiş yıllardan biriken de. Bu seneki ortaklarımın hepsi çok mutlu olur. Ama gelecek sene? 2012, 2022, 2030'da? Onun için bunun dengede olması gerek. Keza, evet, kültür-sanata destek olalım, eğitime destek olalım. Ama nereye kadar destek olalım? Bütün kârımızı, bütün varlığımızı oraya mı koyalım? Yoksa belirli

bir denge içerisinde mi koyalım? Kârımızı yani bankanın esas birinci sorumluluğu aslında iktisadi varlığını sürdürülebilir bir şekilde devam ettirmesidir. Ama bunu yaparken de kârını, bütün paydaşlarına eşit, dengeli bir şekilde dağıtmasıdır. Sürdürülebilirliğin altına bunları yerleştirdiğimiz zaman bu filantropi ama onun da altında bu vardır.

Bizim sorumluluklarımız çok daha farklıdır. Çevre önemli bir sorun haline geliyor. Bu da sürdürülebilirliğin bir parçasıdır. Sadece sponsorluk adına değil, kendi yaşam tarzına, kültürüne, iş yapış biçimine katarak yapmak. Nüfus hızla artıyor. Kaynaklar sınırlı. Dünyada tüketmeyen ya da dünya refahından pay almayan kesimler artık haklı olarak almak istiyorlar. Demek ki bizim kaynakları daha etkin kullanmamız gerekiyor. Bunun için de öncelikle bunu yaşam tarzımıza, iş yapış biçimimize yansıtmamız lazım. Bun önemli bir hadise.

Aslında bu eğitimle de birleşiyor herhalde?

Eğitimle de birleşiyor. Aslında bunların hepsi birleşiyor, sürdürülebilirlik üzerinde kilitleniyor. Bu bankanın bakış tarzını değiştirdi tarihi olarak. Hadise, bir sanat desteği olmaktan çok daha farklı bir boyuta uzandı. Şimdi bu ray üzerinde yürümeye ve kalıcı olmaya devam edilmeli. Bunun için de kurumların kendilerine dönüp, “neyi nasıl daha iyi yapabilirim?”e bakmaları gerek. Çünkü gerçekten bu felsefeyi daha iyi özümseyen kuruluşlar daha ilerdeki yıllara daha hazırlıklı olacaklar. Birçok sebepten. Paydaşlarınıza saygılı olmayı, tıpkı bir aile gibi. (Çalıp çırpın, ortak değerleri olmayan bir aile ile saygılı, paylaşıma açık, ortak değerleri olan aileler karşılaştırması gibi bu. Ve tabii ki ikinci aile kuşaklar boyu kalıcı.) Bu nedenle satış müdürü ya da insan kaynakları müdürü ya da kredi müdürü de bir ölçüde bu tip değerleri benimsiyor olmalı. Şimdi bazı şeylerin ismi yeni konu. Ama bu eskiden de vardı. Şimdi biz bunları daha güzel, daha analitik olarak hazırlayabiliyoruz. Akbank'ın başarısı da bu tip değerleri benimsemiş olmasındandır. Bu değerler de hissedarlardan, çalışanlardan, yöneticilerden gelmiş ama bir sentez oluşmuş zaman içinde.

Sıradaki krizle ilgili soru. 2009'da derinleşen krizle yatırımlarınızda bir değişiklik oldu mu?

Olmadı. 2009'da biraz, bir parça şey oldu. 2010'da yeniden toparlandı.

Peki 1994 ve 2001 krizlerinde?

Olmadı. Olmadı.

Ya 2010 hedefleriniz? Bütçeden ayrılan pay?

Artacak. Diğerleri aynı kalır.

Uzun erimli hedefler?

Söz ettim size. Kültür- sanat dışındaki alanlarda da heyecanla devam etmek. Kurum içinde de çok benimsenmesi çok memnun edici. Yirmi sene önce bu tip haracamalara bir gider olarak bakılırken ya da bakanların sayısı daha fazla iken, şimdi öyle bakanların sayısı giderek

azalmakta. Hem yönetici kesim (yönetim kurulu) hem çalışanlar talep ediyorlar. Mesela sosyal sorumluluk projelerinde çalışanlarımızdan gönüllü bazında katılımı sağlamak konusunda daha iyileştirme yapmamız gerek. Katılımcılığı sağlamak önemli. Türkiye’de bizim gibi kuruluşların yapması gereken, filantropi, destekte bulunmanın kıvancını sadece kendimize mal etmemek, bunu kitlelerle paylaşabilecek platformu yaratmak. O zaman çünkü çalışanlar da gurur duyacak. Tabii Türkiye’de genel bir güvensizlik var. Bu da toplumun gelişimiyle ilgili. Bu da normal. Olacak. O halde güvenin üzerine kuralım. Kurumlara güveniyor. Bugün bir araştırma yapın Akbank’a herkes güvenir. Ama ben de bir şeyi imzalıyorsam benim de ona güvenmem gerek.

**2) BORUSAN HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI AHMET KOCABIYIK'IN
CEVAPLARI (08.02.2010)**

1. a) Ne zamandan beri kültür ve sanatı destekleme faaliyetlerini yürütüyorsunuz? Bu faaliyetlerin yoğunlaştığı dönem hangisidir?

37 yıldır destekliyoruz. 1993 te oda orkestrası ile faaliyetimiz yoğunlaştı.

b) Vakıf ne zaman kuruldu?1992

2. Bu tarihte başlamanızın belli bir nedeni var mı?

IKSV'nin kuruculuğu ile birlikte denilebilir.

3. Kültür ve sanatı neden destekleme kararı aldınız? Kararınızda aşağıdakilerden hangileri etkili oldu?

-“Küresel İlkeler Sözleşmesi” gereği dünyadaki konjonktüre uyum sağlamak	☐
-Diğer grupların benzer davranışları	☐
-Dünya ölçeğinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) projelerinin önemini artması	☒
-Sosyal prestiji artırmak	☐
-Şirket(ler)in tanıtımını yapmak	☐
-Markanın değerini ve bilinirliğini artırmak	☐
-Diğer.....Şirket kültürünü farklılaştırmak	☒

4. a) Kültür ve sanat harcamaları gider bütçenizin hangi kalemi içinde yer alıyor?

b) Ne kadarlık bir bölümünü bu faaliyetlere ayırıyorsunuz?

% 1'den daha az	☐
%1-%2	☐
%2-%5	☐
%5-%10	☐
%10'dan daha fazla	☐

Cevap: 8-10 milyon dolar / yıl (bütçe rakamı eğitimi de içeriyor).

5.Bu payı belirlerken aşağıdakilerden hangilerini ölçüt alıyorsunuz?

-Genel ekonomik koşullar	☐
-Diğer grupların yaklaşımları	☐
-Bir önceki yıl ayrılan pay	☒
-Toplam tanıtım bütçesi	☐
-Belli bir oranda yapılması karşılığında devletten sağlanacak yatırım teşvikleri, vergi indirim ve/veya muafiyetleri	☐
-Bir önceki yılda bu alanda yapılan yatırımların geri dönüşleri	☐
-Diğer..... ihtiyaçları	☒

6. Kültür ve sanatın hangi alan(lar)ında yer almaktasınız?

-Yayıncılık yapmak	☒
-Kütüphane/arşiv oluşturmak	☐
-Müze/sanat galerisi kurmak	☐
-Müzelere sponsor olmak	☐
-Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak	☒
-Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak	☒
-Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek	☐
-Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek	☒
-Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak	☒
-Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak	☒
-Koleksiyon oluşturmak	☒
-Orkestra/ koro kurmak	☒
-Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu ☐) işbirliği yapmak	☒
-Diğer	

7. Sponsorluk ya da yatırım kararınızlarınızda kültür ve sanat alanları arasında herhangi bir önceliğiniz var mı? Varsa, sıralamanız nasıl olurdu? (En çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru 1'den başlayarak rakam verilebilir)

-Yayıncılık yapmak	☐
-Kütüphane/arşiv oluşturmak	☐
-Müze/sanat galerisi kurmak	X
-Müzelere sponsor olmak	☐
-Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak	☐
-Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak	☐
-Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek	☐
-Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek	☐
-Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak	☐
-Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak	☐
-Koleksiyon oluşturmak	☐
-Orkestra/ koro kurmak	☐
-Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu ☐) işbirliği yapmak	☐
-Diğer	

8.Kültür ve sanat yatırımlarınızın finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

-Vakıflarınızdan	☐
-Ortaklarınızdan	☐
-AB Hibe Programları'ndan	☐
-Yurtdışındaki iştiraklerinizden	☐
-Şirket/Grup yöneticilerinin şahsi paylarından	☐
-Başka şirketlerden/sponsorlardan alınan katkılardan	☐
-Diğer..... Holding ve Grup Şirketlerinden	X

9. 2004'te çıkan, Sponsorluk Kanunu olarak da bilinen 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu'ndan ya da bu alanlardaki yatırım teşviklerinden, vergi muafiyetlerinden/indirimlerinden yararlanıyor musunuz?

Evet ise, türleri nelerdir? Aldığınız teşvik, muafiyet ya da indirimlere örnek verir misiniz?

Hayır ise sizce nedenleri ne olabilir?

- Bürokratik engeller/kaynaklara erişimde zorluklar ☐
- Bu konudaki bilgilendirmenin tatmin edici olmaması ☐
- Diğer..... Böyle bir imkan yok. ☒

10. Bu yatırımlarınızın/sponsorluklarınızın nasıl algılandığına dair geri dönüşleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Markaya daha çok sahiplenildi. ☐
- Şirketin itibarı arttı. ☒
- Şirket ürünlerine/hizmetlerine güven arttı. ☐
- Herhangi bir değişiklik olmadı. ☐
- Diğer..... Şirkette çalışanlar daha mutlu oluyor ve şirkete bağlanıyor. ☒

11. Türkiye'deki diğer şirketlerin bu tür girişimleri hakkında nasıl düşünüyorsunuz?

-Olumlu. Destekliyorum çünkü halka hizmet ediliyor.

-Olumsuz.Çünkü,

12. Dünya'da bu alanlarda örnek aldığınız şirket veya işadamları var mı? Hangileri?

13. a)Benzer şekillerde spora, sağlığa ya da eğitime destekleriniz de oluyor mu?

Evet ☒ Hayır ☐

b) Evet ise, öncelik sıralamanız nasıl?

Kültür-sanat	X
Eğitim	X
Spor	☐
Sağlık	☐

14. 2008’de başlayıp 2009’da derinleşen uluslararası ekonomik krizle beraber, bu yatırımlarınızda/sponsorluklarınızda herhangi bir değişiklik oldu mu?

Azaldı	X
Arttı	☐
Aynı kaldı	☐

15. 1994 ve 2001 krizleri için de benzer şeyler söyleyebilir misiniz?

2001 de bütçe azaltılmıştı. Bu krizden daha çok etkilenmiştik

16. Kültür ve sanata yatırım konusunda 2010 yılı hedefleriniz nelerdir?

	<u>Azalacak</u>	<u>Artacak</u>	<u>Aynı Kalacak</u>
-Bütçeden ayrılan pay	☐	X	☐
-Faaliyet alanları	☐	☐	X
-Yurtdışı bağlantıları	☐	X	☐

17. Uzun dönemli hedefleriniz/stratejiniz nelerdir?

**3) ECZACIBAŞI HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI BÜLENT ECZACIBAŞI İLE
GÖRÜŞME (31.03.2010)**

Ne zamandan beri kültür ve sanat faaliyetlerini yürütüyorsunuz?

Ne zamandan beri dediğiniz zaman, bizim için çok önemli bir soru. Çünkü başından beri. Nejat Bey'in bu kuruluşların temelini attığı yıllardan beri biz bu tür çalışmaların içindeyiz. Bu çünkü kurucudan kaynaklanıyor. Özetle Nejat Eczacıbaşı'nın kişisel eğilimlerinden, tercihlerinden kaynaklanıyor. Onun bazı inançları vardı. Derdi ki "Biz fakir bir ülkeyiz – tabii o zamanlar için, şimdi öyle değiliz- yetişmiş insan az. Sanayicilerin, yöneticilerin belirli olanakları vardır. Mali olanakları da vardır. Daha da ötesi organizasyon yetkileri de vardır. Dünya çağında ilişkileri vardır. Bunlar sadece kendi işlerine değil, ülke sorunlarına yönelik olarak da bunları kullanmak zorundadırlar" derdi. O zamanlar ne sosyal sorumluluk lafı vardı, ne PR bilinirdi. Bunların hiçbiri yoktu. Bilirsiniz bu alandaki tartışmaları... Friedman'ın o zamanlar çok etkili görüşlerini... "Bir sanayi kuruluşunun görevi kendi kârlılığını artırmaktır; kârlılığını öyle sağlar ve başka bir yere harcayacağı beş kuruş bile aslında zarardır, kendi işine ve topluma" diye. Onları hiç kabul edilir düşünceler olarak görmezdi. "Amerika için bunlar olabilir ama biz öyle değiliz" derdi. Bizim sanayinin öncü kişilerinin toplum sorunlarına eğilmesi gibi bir görevleri olduğunu düşünürdü. O yüzden iş hayatına girdiği andan itibaren bu tür şeylere merak salmış. Vakıflar kurmuş, kurucular arasında yer almış. Derneklerde görev almış. Bu da bizim ailemizde, bizim kuruluşumuzda önemli bir konu olmuştur. Hatta insan gençliğinde bir takım şeyleri daha farklı düşünüyor. Kendinden öncekileri eleştirme eğilimi de oluyor genelde. Ben de demişimdir, "baba, kendi kuşağınızda sizin gibi insan hiç yoktu ya da çok çok az vardı. Şimdi dil bilenler, doktora yapanlar, dışarıda eğitim almışlar çok... Ama o zamanlar öyle değildi. Siz de keşke her dakikanızı işlerinize ayırsaymışsınız, bu kuruluş bambaşka yerlerde olurdu" diye konuşmalarımızı hatırlarım. Ama benim görüşlerim çok değişti. Şimdi geriye baktığım zaman iyi ki böyle yapmış diyorum. Evet belki Eczacıbaşı başka bir çapta olurdu. Nejat Bey, tüm enerjisini, katkısını işine ayırsaydı, belki Eczacıbaşı bugün olduğunun iki katı, üç katı büyüklüğünde olurdu -ondan da emin değilim ya neyse- ama çalışanların kuruma karşı beslediği duygular, toplumda kendimizi gördüğümüz yerden duyduğumuz haz böyle olur muydu acaba? Bence olmazdı. O açıdan doğruyu yapmış diye düşünüyorum.

Vakıf ne zaman kuruldu?

1978 yılında kuruldu N. Eczacıbaşı Vakfı. Bu tür çalışmaları bir çatı altında toplama amaçlı...

Yoğunlaştığı dönem peki bu zamanlar mı yine?

70'lerin başında yoğunlaştı. Burada tabii İKSV'nin kuruluşu çok önemli. İstanbul festivallerinin başlaması 1972'de. Sonra çeşitli kuruluşlar, sonra da 2004'te İstanbul Modern'in kuruluşu ile başka bir mecraaya girildi.

Kültür ve sanatı destekleme kararlarınızda hangileri etkili oldu peki?

Bunlardan bana en yakın gelen, gene sosyal prestiji artırmak derim. Diğerleri değil. Buraya bir not koydum; bunun toplumsal bir görev olduğunun benimsemiş olmanın bunda çok önemli rolü var. Ama bu saydıklarınızdan en yakını sosyal prestiji artırmak derim.

Bu faaliyetlere ne kadar ayırıyorsunuz?

Mali boyutlarda bilgi veremem doğrusu. Bildiğimi de söyleyemem.

Peki bütçenin hangi kaleminde yer alıyor bu pay?

Bir sürü kalem içinde yer alıyor. Hepsi ayrı. Bu bilgi bende yok. Ayrıca bu bilginin çıkarılmasını da ben çok fazla teşvik etmiyorum. Yani buna parasal bir ölçüt koymanın doğru bir bakış açısı olduğunu da düşünmüyorum açıkçası.

Peki en azından şunu diyebiliyor musunuz “yıllık bütçemizin en az ya da en fazla şu kadar bir bölümünü harcıyoruz”?

Böyle bir kıstas da koyamam. Çünkü yıllara göre de değişiyor. Yani İstanbul Modern'in kurulduğu yıl bambaşka bir rakam çıktı.

Bu dediğiniz beşinci soruya cevap gibi. Orada şunu soruyorum “Bu payı belirlerken neleri ölçüt alıyorsunuz?”

Bir yıl önce ayırdığımız pay tabii ki çok etkili. Onu göz önüne alıyoruz. O bir ölçüttür. O kadar çok şeye bağlı ki... Ekonomik koşullara bağlı, kuruluşların gidişatına bağlı, o kuruluşların bizden taleplerine bağlı.

Kültür ve sanatın hangi alanlarında varsınız?

Müzedede varız, festival, bienal, konser vs.de varız. Ödül dağıtmak, sanatçılara burs olanağı sağlıyoruz. Koleksiyon oluşturmakta varız. Bu alanlarda vakıflarla işbirliği yapıyoruz.

Peki bu olduğunuz alanlardan değiştirmek istediğiniz bir şey var mı? Çıkmak ya da girmek istediğiniz bir alan?

Yok. Bu üç alanı işaretleyebilirim yine. Müze, koleksiyon oluşturmak ve festival-bienal vs. sponsorluğu. Bunu üçüncü sıraya koydum. İKSV daha az önemli olduğu için değil, bir anlamda her yıl tekrarlanan faaliyetler olduğu için. Mesela Tiyatro Festivali her seneydi, iki senede bire indirdik. Çok sıkıyorsak durdurur muyuz? Evet. Yani çünkü bir şeyi başka faaliyetlerle finanse etmenin de bir sınırı var.

Bir de yeni bir alan olarak, Tasarım Bienali'ni başlatıyorsunuz sanırım?

Evet. 2012'de onun yepyeni bir alan olacağını düşünüyorum. Yani çok farklı bir destekçi kitlesi ve ilgili grubu olacağını düşünüyorum. Çünkü biraz kültür ve sanatın da dışında, sanayiye ve ekonomiye açılan bir alan ve çok ihtiyacımız olan bir konu. Yani bir Türk tasarım kültürü ve ekolü oluşturmak, bir tasarımcı birikimi oluşturmak çok büyük yararlar sağlayacak bence bize. Kolları sıvadık bakalım...

Bu yatırımların finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

Vakıflardan sağlıyoruz. Vakıf derken N. Eczacıbaşı Vakfı'na aktarılan kaynaklardan sağlıyoruz. Yetiyor mu? Yetmiyor. Ayrıca diğer Eczacıbaşı Grubu topluluk kuruluşlarının bütçelerinden. Yani sponsorluk şeklinde olabiliyor. Şirketler ticari bir anlayış içerisinde, diyelim ki İstanbul Modern'in bir sergisine Vitra sponsor olabiliyor. O tür katkılar olabilir.

Yurtdışındaki fonlar?

Yani... Bu kuruluşlar diyelim İKSV, diyelim İstanbul Modern bunu sağlamaya çalışıyor. Biz Eczacıbaşı olarak alamıyoruz. Onlar alıyorlar. Başbakanlık Tanıtım Fonu'ndan, Avrupa Kültür Başkenti Fonu'ndan ve AB Fonları'ndan...

Sponsorluk Kanunu olarak bilinen teşvik kanunundan yararlanıyor musunuz?

Yararlanmadık. O kuruluşlar kullanıyor. Onlar kanalıyla oluyor.

Bu yatırımların nasıl algılandığına dair ölçütleriniz var mı? Bu algıları ölçüyor musunuz? Ve nasıl değerlendiriyorsunuz?

İtibar araştırmaları yapıyoruz. Ve bizce şirket itibarı üzerinde kesinlikle etkisi var. Ölçüsü, derecesi nedir bilemem ama şirket itibarı üzerine algılanabilir, pozitif bir etkisi olduğundan hiç kuşku yok. Olmasa zaten yapılamaz. Eczacıbaşı ismine yansıyor. Diğer kuruluşlara, o şemsiyeden ne kadar pay aldıklarına bağlı olarak yansıyor. Ama marka, ürün bazında bir katkısı olduğunu da söyleyemem, yani ayrıca Vitra'ya katkısını bilemem. Çok zor bunu söylemek.

Peki, diğer şirketlerin, vakıfların ya da kuruluşların bu tür girişimleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

Şöyle, bir kere toplum adına olumlu olduğunu düşünüyorum. Onun dışında da bizim faaliyetlerimize de olumlu etkileri oluyor. Çünkü bu bir kere bir kültür yaratıyor, bir yarışma yaratıyor. İnsanlar birbirleriyle oluyorlar. Dolayısıyla herkese yararı oluyor. Diyelim ki Borusan'ın kültür ve sanat alanında güzel girişimler yapması, eninde sonunda Sabancı'ya da, Eczacıbaşı'na da yarar getiriyor.

Ayrıca bildiğim kadarıyla İKSV adı altında, herkes İKSV'ye katkı sağlıyor. Bir ortaklık da var gibi?

Tabii. Orada bir işbirliği de var kesinlikle. Bizim tuttuğumuz yol o zaten. Yoksa İstanbul Modern'in adı Nejat Eczacıbaşı Sanat Müzesi olurdu, İKSV'nin adı da Eczacıbaşı Kültür Vakfı olurdu. Ama bunları Eczacıbaşı yapmadık, yapmak da istemiyoruz. Eczacıbaşı katkılarını belirli sınırlar içinde tutuyoruz. Çok büyük parasal zorluklara da girseler, Eczacıbaşı para içinde de yüzse – olur ya- vermiyoruz. Çünkü Eczacıbaşı ağırlığının belirli sınırlar içinde tutulması lazım ki başka sponsorlar da geldiği zaman rahat hissetsinler, o ismi sahiplensinler.

Dünyada bu alanlarda takip veya takdir ettiğiniz, örnek aldığınız şirket, vakıf, kişi, banka var mı? Kimler?

Gelmedi aklıma, bir şey koyamadım buraya. Tabii çok büyük vakıflar var, milyar dolarlık ama nesini örnek alırsınız diye düşündüm. Bill Gates, 30 milyar dolarlık bir vakıf ancak ağzımız açık, hayranlıkla izliyoruz. Keşke günün birinde biz de öyle olsak diyoruz. Ama onu alıp, şöyle mi çalışıyor, böyle mi çalışıyor, hangi alanlara yatırım yapıyor, hangi karar mekanizmaları demek de değil bence. Öyle bir çalışmamız yok.

Kültür ve sanat alanı özelinde soruyorum tabii ben bu soruyu...

Çok farklı yapılar. O açıdan baktığımızda aslında bizim övünmemiz gereken, farklı bir yapı yaratıldı burada. İstanbul Modern özelinde mesela, özel kuruluşların işbirliği, yerel yönetimin desteği, merkezi yönetimin, Ankara'nın desteği. Yani altyapıyı vermesi, işte belediyenin otobüslerle çocukları getirmesi, sivil toplum kuruluşları olarak N. Eczacıbaşı'nın, İKSV'nin desteği, ayrıca sponsor grupların katkıları olarak özel kesimin de desteği. Yani dört ayaklı, farklı bir model var burada. Mesela geçenlerde Fransızlar geldiler, "Ah keşke bunu biz de yapabilesek, bizde özel kuruluşlar hiç karışmaz falan" diyorlar. Tabii bunlar bizim duymaya alışık olduğumuz şeyler değil. Yani farklı bir model oluştu. Orada da bir örnek yok. Belki vardır başka ülkelerde de, Avrupa'da yok. Belki biz örnek oluyoruz. Kendiliğinden öyle oldu yani.

Benzer şekillerde spora, sağlığa, çevreye ya da eğitime de destekleriniz oluyor mu?

Evet. Eğitime var. Nejat Bey, TEV'in Vehbi Bey'le birlikte kurucusuydu. Sonra TEGEV'in kurucusu oldu. Çevre konusunda bazı kuruluşların kurucusuyuz. Spor biliyorsunuz zaten. O kadar çok sağlık kuruluşuyla ilgimiz var da bir sivil kuruluşu gelmedi aklıma sağlık konusunda.

Bu da kriz sorusu. Son krizle birlikte, bu yatırımlarınız azaldı mı kültür ve sanat alanına? Değişen bir şey oldu mu?

Olmadı. Hiçbir şey olmadı.

1994 2001'de olmuş muydu peki?

Olmamıştı. Tabii bunlar o kuruluşları krizden korumak için şart. Çünkü zaten sponsor kaybediyoruz. Krize girdiniz mi, İstanbul Modern patır patır sponsorlarını kaybediyor. İKSV de öyle. Bizim de burada onlara krizi bahane etmek gibi bir durumumuz yok. Aslında artırmak gerekir. Çünkü o kadar gelir kaybediyorlar ki. Onu yapabildiğimiz kadar yapıyoruz. Ama yapamıyoruz aslında. Başka şeyler yapıyoruz. Mesela koleksiyon alımımızı kısıtlayıp, onun yerine operasyonel giderlere ağırlık veriyoruz. Ama total değişmiyor.

Peki 2010'da neler olacak? Bütçeden ayrılan pay, faaliyet alanları, yurtdışı bağlantıları?

Aynı kalacak.

Uzun dönemli hedefler?

2012 Tasarım Bienali'ni söyledik. İKSV'nin başka düşünceleri de var ama bunları söylemek için biraz erken.

**4) DOĞAN HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI ARZUHAN DOĞAN
YALÇINDAĞ İLE GÖRÜŞME (03.03.2010)**

İlk sorum, ne zamandan beri kültür ve sanatı destekleme faaliyetlerini yürütüyorsunuz? Sponsorluk anlamında da olabilir? Ve ayrıca yoğunlaştığı dönem için ne söyleyebilirsiniz?

Hep bir şekilde sürdürüldü. Zaten biz kültür ve sanat ile iç içe yaşayan, yayıncı bir grubuz. Dolayısıyla genlerimizde var bu. Bana göre 30 sene önce Milliyet Sanat Dergisini çıkarmak da bir sponsorluk türüydü. Hala da devam ediyor. Çünkü tahmin edeceğimiz gibi bunlar kârlı şeyler değil. Ama biz Türkiye'deki kültür ve sanat alanına bir katkı olması amacıyla devam etmekteyiz yani. Bu tamamen zaten görünmeyen bir sponsorluk. Bir sosyal sorumluluk anlamında hiçbir geri dönüşümü yok. Böyle algılanmıyor. İş gibi algılanıyor. Aslında çok basit bir örnek ama aslında bizim için bu sosyal bir sorumluk kapsamında yapılan bir şey.

Peki vakıf ne zaman kuruldu? Vakıfla bunun yoğunlaşması söz konusu oldu mu?

Vakıf yanılmıyorsam, 93'te - ama emin değilim, siz sorun bunu- kuruldu. Ama evet, Karikatür Yarışması 40 yılı aşkın zamandır yapılan bir yarışma. Vakıfla belki bunlar yoğunlaştı ve belki bir yerde toplandı. Kültür ve sanatın toplumun gelişmesinde çok önemli bir yeri olduğunu düşünüyoruz grup olarak. Ve de herkesin de bireysel ve topluluk olarak kültür ve sanata destek vermesi gerektiği kanısındayız. Türkiye'de aslında son derece kısıtlı kültür ve sanata olan ilgi. Bence düşünce mekanizmalarımız, duygularımız, davranış tarzımız dolayısıyla görüş açılarımızın çok daha dar olmasına neden oluyor. Toleransımız, yaratıcılığımız eksik oluyor. Maalesef hiç günlük hayatın içinde değil. Oysa sanatın eksik olduğu bir toplumun gerçekten gelişmesi, yeşermesi çok zor.

Peki, sizin söz konusu tarihte başlamaya ne itti? Belli bir nedeni var mı?

Sadece vakıf için mi soruyorsunuz bunu?

Hayır, bu mecraya girişinizle ilgili... Mesela Milliyet Sanat'ın başlaması dediniz.

Tabii Türkiye'nin gelişimi, grupların gelişimi ile. Doğuyor ve büyüyorsunuz. Şimdi bunlara vakit ayırma zamanı geliyor. Enerjiniz ve kaynağınız oluyor. Tabii ben ikinci nesil olduğum için başından beri böyleydim. Kaldı ki babamın kişiliğinde de edebiyata çok büyük bir yatkınlık vardır. Görsel sanatlara değil mesela. Ben görsel sanatlara çok meraklıyım ama babamın da şiirle, edebiyatla iç içe olmuşluğu vardır. Belki de o dönemde Türkiye'de yaşadığı şartlarla ilgili. Dolayısıyla bu süregelen bir olay. Doğalımızda var.

Peki bu aşağıdaki seçeneklerden hangisi bu kararı almanızda etkili oldu? Küresel ilkeler sözleşmesi gerekleri, sosyal sorumluluk projelerinin öneminin artması, prestiji artırmak, grubun ya da şirketlerin tanıtımını yapmak? Ya da markalaşmak için? Ya da sizin katabileceğiniz başka bir şey?

Bence belli bir büyüklüğe gelmek. Aslında benim hayat anlayışıma göre, birey olarak da yaşadığınız toplum ne kadar yeşeriyorsa, siz de onun içinde o kadar yeşeriyorsunuz aslında. Yaşadığınız toplum kadar, ülke kadar varsınız. Bunu biraz daha kadar büyütürsek, gezegen kadar varsınız. Dolayısıyla bunlar doğal şeyler olmalı diye düşünüyorum. Eğer siz böyle bir hayatta, böyle bir

ortamda yaşamak istiyorsanız o zaman o ortamın gelişmesine katkıda bulunmanız çok doğal. Bunu böyle birey bazında da grup bazında da ele alabilirsiniz. Doğan Grubu için de kültür, sanatın daha fazla yeşerdiği bir ortamda ürünlerini sunmak, o ürünlerin kalitesini de etkileyecektir. Çünkü sonuçta o yaşadığınız toplum içinde yetişenleri işe alıyorsunuz, ürünler çıkarıyorsunuz, sonuçta onlara satıyorsunuz. Dolayısıyla bu dengeli bir kısır döngü. Kısır döngü değil de doğal bir döngü demek lazım aslında. Böyle bakınca eğer sizin yaşantınızda da kültür ve sanat önemliyse, yaşadığınız toplumda da önemlidir. Bu içgüdüyle yapıyoruz. Ama bunun çıktısı pozitif kurumlar için. O da doğru. Ama ben çıktısı pozitif olacak diye bunun yapılmasının – yani mutlaka etkisi vardır tabii ama- doğal olarak bunu yapmak zorundasınız diye düşünüyorum. Buradan aldığınızı buraya vermek gibi. Herkesin bir sorumluluğu, doğal bir süreç gibi.

Peki kültür ve sanat harcamaları gider bütçenizin hangi bölümünde yer alıyor?

Bölünüyor zannediyorum. Yani sponsorluklarda da gözüktüyor. Ama dediğim gibi, medya kuruluşlarının şöyle bir handikapı var. Aslında çok destek veriyorlar ama bu doğru algılanıp, bir ticari kuruluş kadar onlara sosyal sorumluluk kapsamında dönmüyor. Böyle benim dediğim gibi doğal bir süreç gibi geliyor. Ama aslında yaptıkları bilinmiyor ve farkedilmiyor. Onu ayırıştırıp ve farkedilir kılmak zor. Bu anlamda toplumun algılamasında pozitif anlamda bir geri dönüşüm alamıyoruz. Bunun için özel bir çalışma yapmamız gerekiyor.

Kültür ve sanatı desteklemek için yılda ne kadar ayırıyorsunuz?

Bilmiyorum. Onu bir çalışma yapıp çıkarmak lazım. Burada öyle bir çalışmamız yok ama ciddi bir oran ayırdığımız yüzde yüz.

O zaman sizce bu payı belirlerken, neler dikkate alınıyordur? Ekonomik koşullar? Geçen yıl ayırdığınız pay?

Mutlaka etkindir. Genel ekonomik konjonktür çok etkiliyor. Kâr ettiğiniz, satışlarınızın çok iyi olduğu bir dönem, bu tür faaliyetlere daha yoğun kaynak ayırabilirsiniz. Şu da etkiler diye düşünüyorum. Genelde bu konuya iş hayatından olan ilgi, diğerlerini de tetikliyor kesinlikle. Onların geri dönüşleri aldığını bilmek, diğerleri için de doğru örnek teşkil ediyor.

Kültür ve sanatın hangi alanlarında yer almaktasınız?

Yayıncılık tabii ki var. Arşiv derken, bizim zaten yayınlarımızın arşivleri başlı başına bir hizmet diye düşünüyorum. Arşivlere ciddi yatırımlar yapıyoruz. Onları doğru saklayıp, koruyabilmek için. Arşivlerimiz de açık zaten sanal ortamda.

Müze ve sanat galerisi kurmak?

Yok. Şu anda yok. Ama müzelere sponsor oluyoruz. İstanbul Modern'e. Bienal'in basın sponsoruyuz.

Kurum adıyla galeri, atölye açmak?

Yok ama sergiler açıyoruz. Karikatür sergisi açıyoruz. Hem yurtdışında, hem burada.

Arkeoloji ve/ veya restorasyon?

Hayır ama şirketlerimizin dönem dönem sponsorlukları oluyor bu çalışmalara.

Yurtdışındaki müzeler sponsor olmak?

Hayır ama sergi açmak. Japonya'da, ABD'de açıyoruz...

Firma ya da vakıf adına ödül dağıtmak?

Yapıyoruz...

Burs olanağı?

Sanatçılara değil de öğrencilere.

Koleksiyon oluşturmak?

Kurum bazında yok.

Orkestra ya da koro kurmak?

Zaten onu bence bir şirketimiz gayet iyi yapıyor. Biz o alanda değiliz.

Diğer vakıflarla işbirliği?

Ortak sponsorluklar yapıyoruz. İKSV ile mesela.

Peki, diğer soru bu alanlarda değiştirmeyi planladıklarınız var mı sorusu...

Mutlaka geliştirecektir diye düşünüyorum. Bu alanlardaki katkılarımız... En azından kültür ve sanat haberlerinin yaygınlaşmasını sağlamak bile büyük bir hizmettir diye düşünüyorum. Daha çok gündeme taşıyor olmamız bile ciddi bir katma değer yaratacaktır.

Diğeri, kültür ve sanat faaliyetlerinin finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

Şirket, grup kârından.

AB fonları?

Hayır.

Başbakanlık Tanıtım Fonları?

Biz tamamen kendi fonlarımızı kullanıyoruz.

Kültür girişimlerini teşvik kanununu biliyorsunuzdur. Bundan yararlanıyor musunuz?

Neden?

Biliyorum. Hayır. Bunun nedeni bürokratik engellerdir. Bunlarla uğraşmak istemiyoruz. Hele bizim böyle bir dönemde böyle bir şeye kalkışmamız, teşekkür ederiz, almayalım.

Bu yatırımlarınızın nasıl algılandığına dair geri dönüşleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Şirket bazında yapılıyor onlar. Grup bazında henüz yok. Ama bence bunların doğru ölçülmesi çok önemli. Çünkü yöneticileri de buna inandırarak, yatırım yapmalarını sağlamak açısından son derece önemli.

İtibara, markaya ya da ürünlerinize olan güvene yansıyor mu?

Bazılarının katkısı çok az oluyor. Yaptığınız uğraşa göre. Bazılarında çok uzun vadeli geri dönüşler alıyorsunuz. Bazılarında anında alıyorsunuz. Bunların bilinerek, o ölçütleri yaparak devam edilmesi bu desteğin sürekliliğini artırır. Şimdiye kadar her şirket kendi içinde bunu yaptı. Ama bunu merkezileştirmek gerektiğini düşünüyorum.

Peki diğer şirketlerin bu mecrada olmasını olumlu karşılıyor musunuz?

Tabii. Ne kadar çok olursa o kadar iyi. Türkiye'de çok kısır. Gündemimizde sanat diye bir şey konuşulmuyor. Dolayısıyla ne kadar şirket yaparsa o kadar faydalı. Gelişmişliğimize katkısı olacak. Biz kalıplarla düşündüğümüz için arpa boyu yol ilerleyebiliyoruz.

Bu alanlarda dünyada örnek aldığınız, takip ettiğiniz veya takdir ettiğiniz kişi, kurum, firmalar var mı?

Yani batı dünyası bunu çok iyi yapıyor. Özellikle ABD’de kendini ben bir filantropistim diye tanıtan işadamları/ işkadınları var. Hayatının belli bir yerinde kadar bunu yapmış, ondan sonra da aldığını veriyor bir anlamda. Türkiye’de böyle bir kültür yerleşmemiş. Keşke yerleşse. Ümit ederim bizim neslimizde bu daha fazla olacaktır. Ümit ederim ki tabii ülkemizin şartları da bizim bunu yapabilmemizi izin verecektir. Çok daha istikrarlı olacaktır. Bizde tabii ben ikinci nesil üyesi olarak bununla uğraşamayacak kadar başka konularla ilgileniyorum. Ama yine de bunlar elele, paralel yürümelidir.

Spora, sağlığa, çevreye, eğitime de destekleriniz oluyor mu? Sıralama nasıl olurdu? Kârınızın daha çoğunu hangisine yönlendirirsiniz?

Evet oluyor. Türkiye’nin genelinde eğitime destek var. Çünkü çok genç bir nüfusuz. Çok ihtiyaç var. Ama şahsi merakımdan olsa gerek, ben kaynakları daha çok kültür ve sanata yönlendirmeyi tercih ederim.

Son krizin etkisi oldu mu yatırımlarınıza?

Yüzde yüz oldu. Azaldı. Ekonomik krizin ve hem de bizim içinde bulunduğumuz özel durumun da negatif etkisi oldu.

Ya 1994 ve 2001 krizleri?

Evet, tüm iş dünyası etkilenmişti. Bu yatırımlarınıza da yansıyor.

Peki, 2010 yılı ya da daha uzun vadeli hedeflerinize bakacak olursanız ne söyleyebilirsiniz?

Bunları daha doğru ölçüp toparlama, daha sürdürülebilir şekilde devam ettirme ihtiyacı içindeyim. Hem kuruma geri dönüş anlamında, hem de ülkeye daha fazla katma değer sağlamak anlamında. Belki enerjilerimizi bütünleştirmek, farklı şirketlerde yapılanları toparlamak. Böyle bir çalışmaya gitmek ihtiyacı içindeyim.

5) EFES PİLSEN GENEL MÜDÜRÜ TUĞRUL AĞIRBAŞ'IN CEVAPLARI (22.04.2010)

1. a) Ne zamandan beri kültür ve sanatı destekleme faaliyetlerini yürütüyorsunuz? Bu faaliyetlerin yoğunlaştığı dönem hangisidir?

37 yıldır sporu, 22 yıldır müzik ve sinemayı, 18 yıldır tiyatroyu, 15 yıldır turizm ve arkeolojiyi aralıksız destekliyoruz.

b) Vakıf ne zaman kuruldu? 16 Kasım 1979.

2. Bu tarihte başlamanızın belli bir nedeni var mı?

3. Kültür ve sanatı neden destekleme kararı aldınız? Kararınızda aşağıdakilerden hangileri etkili oldu?

- “Küresel İlkeler Sözleşmesi” gereği dünyadaki konjonktüre uyum sağlamak ☐
- Diğer grupların benzer davranışları ☐
- Dünya ölçeğinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) projelerinin önemini artması ☐
- Kurumsal İtibarı artırmak ☒
- Şirket(ler)in tanıtımını yapmak ☐
- Markanın değerini ve bilinirliğini artırmak ☐
- Diğer ☐

4. a) Kültür ve sanat harcamaları gider bütçenizin hangi kalemi içinde yer alıyor?

Sosyal Sorumluluk Projeleri adı altında pazarlama aktivitelerimiz kaleminde yer almaktadır.

b) Ne kadarlık bir bölümünü bu faaliyetlere ayırıyorsunuz?

- % 1'den daha az ☐
- %1-%2 ☐
- %2-%5 ☐
- %5-%10 ☐
- %10'dan daha fazla ☒

5. Bu payı belirlerken aşağıdakilerden hangilerini ölçüt alıyorsunuz?

- Genel ekonomik koşullar ☐
- Diğer grupların yaklaşımları ☐
- Bir önceki yıl ayrılan pay ☐
- Toplam tanıtım bütçesi ☐
- Belli bir oranda yapılması karşılığında devletten sağlanacak yatırım teşvikleri, vergi indirim ve/veya muafiyetleri ☐
- Bir önceki yılda bu alanda yapılan yatırımların geri dönüşleri ☒
- Diğer ☐

6. Kültür ve sanatın hangi alan(lar)ında yer almaktasınız?

- Yayıncılık yapmak ☐
- Kütüphane/arşiv oluşturmak ☐
- Müze/sanat galerisi kurmak ☐
- Müzelere sponsor olmak ☐
- Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak ☒
- Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak ☐
- Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek ☐
- Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek ☒
- Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak ☐
- Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak ☒
- Koleksiyon oluşturmak ☒
- Orkestra/ koro kurmak ☐
- Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu☐) işbirliği yapmak ☐
- Diğer ☐

7. Sponsorluk ya da yatırım kararınızlarınızda kültür ve sanat alanları arasında herhangi bir önceliğiniz var mı? Varsa, sıralamanız nasıl olurdu? (En çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru 1’den başlayarak rakam verilebilir)

-Yayıncılık yapmak	☐
-Kütüphane/arşiv oluşturmak	☐
-Müze/sanat galerisi kurmak	☐
-Müzelere sponsor olmak	☐
-Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak	1
-Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak	☐
-Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek	☐
-Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek	3
-Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak	☐
-Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak	2
-Koleksiyon oluşturmak	4
-Orkestra/ koro kurmak	☐
-Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu ☐) işbirliği yapmak	☐
-Diğer.	

8.Kültür ve sanat yatırımlarınızın finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

-Vakıflarınızdan	☐
-Ortaklarınızdan	☐
-AB Hibe Programları’ndan	☐
-Yurtdışındaki iştiraklerinizden	☐
-Şirket/Grup yöneticilerinin şahsi paylarından	☐
-Başka şirketlerden/sponsorlardan alınan katkılardan	☐
-Diğer Özkaynaklardan	X

9. 2004'te çıkan, Sponsorluk Kanunu olarak da bilinen 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu'ndan ya da bu alanlardaki yatırım teşviklerinden, vergi muafiyetlerinden/indirimlerinden yararlanıyor musunuz?

Evet ise, türleri nelerdir? Aldığınız teşvik, muafiyet ya da indirimlere örnek verir misiniz?

Butür bilgileri paylaşmıyoruz.

Hayır ise sizce nedenleri ne olabilir?

- Bürokratik engeller/kaynaklara erişimde zorluklar ☐
- Bu konudaki bilgilendirmenin tatmin edici olmaması ☐
- Diğer

10. Bu yatırımlarınızın/sponsorluklarınızın nasıl algılandığına dair geri dönüşleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Markaya daha çok sahiplenildi. ☒
- Şirketin itibarı arttı. ☒
- Şirket ürünlerine/hizmetlerine güven arttı. ☐
- Herhangi bir değişiklik olmadı. ☐
- Diğer

11. Türkiye'deki diğer şirketlerin bu tür girişimleri hakkında nasıl düşünüyorsunuz?

-Olumlu. Çünkü, Son yıllarda özellikle sanat alanındaki sponsorluk çalışmalarının arttığını görüyoruz. Kuruluşumuzdan bu yana KSS (Kurumsal Sosyal Sorumluluk) projeleri geliştiren bir kurum olarak diğer şirketlere örnek olduğumuzu görmek bizi mutlu ediyor.

-Olumsuz.Çünkü,

12. Dünya'da bu alanlarda örnek aldığınız şirket veya işadamları var mı? Hangileri?

13. a)Benzer şekillerde spora, sağlığa ya da eğitime destekleriniz de oluyor mu?

Evet ☒ Hayır ☐

b) Evet ise, öncelik sıralamanız nasıl?

Kültür-sanat	2
Eğitim	3
Spor	1
Sağlık	☐

14. 2008’de başlayıp 2009’da derinleşen uluslararası ekonomik krizle beraber, bu yatırımlarınızda/sponsorluklarınızda herhangi bir değişiklik oldu mu?

Azaldı	☐
Arttı	☐
Aynı kaldı	X

15. 1994 ve 2001 krizleri için de benzer şeyler söyleyebilir misiniz?

16. Kültür ve sanata yatırım konusunda 2010 yılı hedefleriniz nelerdir?

	<u>Azalacak</u>	<u>Artacak</u>	<u>Aynı Kalacak</u>
-Bütçeden ayrılan pay	☐	☐	X
-Faaliyet alanları	☐	☐	X
-Yurtdışı bağlantıları	☐	X	☐

17. Uzun dönemli hedefleriniz/stratejiniz nelerdir?

**6) GARANTİ BANKASI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI NAFİZ KARADERE İLE
GÖRÜŞME (31.03.2010)**

Ne zamandan beri kültür ve sanat faaliyetlerini destekliyorsunuz?

Tek bir tarihten söz etmek zor oldukça. Çünkü kuruluşumuzdan beri ufak tefek işler hep yapıyoruz. Hep bazı desteklerimiz olmuş. Ancak bugünkü anlamıyla, sosyal sorumluluk anlamında, 20 yıldır Garanti Bankası vardır denebilir. Yoğunlaştığı dönem ise bu 20 yılın ikinci yarısıdır. Ancak 2004'te çıkan, Vergi Kanunu'nun çıkması çok önemli bir karardı. Bu işin önünü çok açtığını söylemem gerek. Bu yasadan sonra patlama yaşandı. Hatta şöyle diyebilirim ki, kültür ve sanat yatırımlarına, desteklerine bütçeden ayırdığımız pay son üç, dört yıldır, üç katına çıktı. Öyle ki kriz yıllarında bile azaltmadık.

Vakıf? Ayhan Şahenk Vakfı'nın bir katkısı oluyor mu?

Yok. O daha çok Doğuş Grubu ile ilgili. Ancak bizim eğitim anlamında iki yıl önce kurduğumuz ÖRAV (Öğretmen Akademisi Vakfı) var. İlköğretimde görevli yüz bin öğretmene eğitim veriyoruz.

Peki bu tarihte başlamanızın bir nedeni var mı?

Bu, bankanın değişim süreci ile ilgili aslında. Ve de tabii bu değişim süreci ile birlikte genel müdürlerinin tutumlarının başlamasıyla da ilgili. Katma değer yaratan projelere ağırlık vermeye başlandı. Sosyal sorumluluk bilincinin gelişmesi ve kaynakların artışı da tabii ki etkili oldu. Bankacılıktan kazanılan parayı, gerek kurum olarak gerekse sponsorluklarla sosyal seviyeyi artıran projelere yöneltmeye başladık.

Peki neden kültür ve sanatı destekleme kararı aldınız?

Üçüncü şık geçerli tabii. KSS projelerinin öneminin artması. Sosyal sorumluluk bilinci yaratmakla ilgili bu. Ve tabii bunun marka ile de ilgisi var. Çünkü markanın getirdiği bir sorumluluk var. Bu da güvene dayanıyor tabii ki. Güven çok önemli.

Kültür ve sanat harcamalarına ne kadar ayırıyorsunuz ve bunlar gider bütçenizin neresinde yer alıyor?

Tüm sosyal sorumluluk harcamaları reklam, tanıtım, sponsorluk bütçesinin yüzde 15'inden biraz daha fazlasını oluşturuyor. Bunun içinde kültür ve sanata ayrılan pay ise yüzde 5-6.

Peki bu payı belirlerken, neleri ölçüt olarak alıyorsunuz?

Tabii ki genel ekonomik koşullar önemli ama biz kriz yıllarında, reklam harcamalarını azaltırken sosyal sorumluluk harcamaları yine aynı seviyede tuttuk. Koşullar tabii etkili ama şöyle bir şey oluyor. Mesela toplamı değiştirmeden, oranları değiştirdiğimiz harcamalar olabiliyor.

Kültür ve sanatın hangi alanlarında varsınız?

OBM'de (Osmanlı Bankası Müzesi) ciddi boyutta bir arşivimiz var. Ayrıca Platform'da da dijital arşivimiz var. Sanat galerimiz var: GG (Garanti Galerisi). Müzelere sponsor oluyoruz. İstanbul Caz Festivali'nin sponsoruyuz. Bunun dışında başka etkinliklere de sponsor oluyoruz. Arkeolojiye desteklerimiz oldu. Örneğin Fenike'deki Alicanda Garanti Bankası sponsorluğu ile çıkarılmış antik bir kenttir. Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine desteklerimiz oluyor. Mesela Londra'daki Türkler Sergisi, Berlin'deki Turkish Delight Sergisi gibi. Koleksiyon oluşturuyoruz. Orkestramız yok, ama Doğu Grubu'nun Çocuk Orkestrası var. Bu alandaki vakıflarla tabii ki işbirliği yapıyoruz. Mesela İKSV ile.

Peki, bu alanlardan değiştirmek istedikleriniz var mı? Yeni alanlar var mı? Ya da bırakmak istedikleriniz?

Bırakmak, çekilmek istediğimiz bir alan yok. Ama girmeyi düşündüğümüz alanlar var. Mesela sanat yatırım danışmanlığı vermek istiyoruz. Bunun için gerekli çalışmaları yapmaktayız. Ayrıca yayıncılık da radar alanımızda. Hedefimiz demiyorum ama radar alanımızda diyebilirim. İnceliyoruz. Bir alanda kusursuz olmayacaksa, o alana girmeyiz.

Peki, kültür ve sanat yatırımlarınızın finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

Garanti Bankası kârından sağlanıyor. Bu aynı zamanda ortaklarımızdan da demek tabii. Çünkü ilk önce, onay için yönetim kuruluna sunuluyor. Onay almasıyla yatırıma dönüşüyor. Yurtdışı kaynaklarına gelince, AB Hibe Programları'ndan yeni yapılanmada yararlanmayı düşünüyoruz. Neredeyse hiç kullanmadık diyebilirim. Ancak birkaç proje oldu. Platform'un bünyesindeki İstanbul Misafirleri projesi, fonunu yurtdışından sağlamıştı.

“Sponsorluk Kanunu'ndan yararlandık, hatta bizim için bir patlamaya neden oldu” dediniz biraz önce. Öyle değil mi?

Evet, tabii ki yararlandık. Bizim için bir mihenk taşıdır. Büyük şirketlere, kurumlara çok yarar sağladığı gibi, bu vergi kanunu küçük ve orta ölçekli kurumların da önünü açtı.

Kültür ve sanata olan yatırımlarınızın nasıl algılandığına dair araştırma yapıyor musunuz? Nasıl değerlendiriyorsunuz?

Evet yapıyoruz. Markaya daha çok sahiplenildiğini görüyoruz. Şirketin itibarına da olumlu katkıları olduğunu fark ediyoruz. Banka sadece bir finans kuruluşu değildir çünkü. Markanın güvenilirliği sosyal sorumluluğunun bir parçasıdır. Bunların, bu kuruma olan güveni çok kuvvetlendirdiği açık. Hatta öyle ki, Avrupa Basketbol Şampiyonası sırasında birçok müşterimiz bizleri telefonla arayıp, bu sponsorluğumuzdan ne kadar gurur duyduklarını ifade ettiler. Birçoğu sadece bu nedenle paralarını Garanti Bankası'na taşıyacaklarını söylediler. Tabii bunları duymak bizim için de gurur verici...

Diğer kurumların bu tür yatırımları hakkında ne düşünüyorsunuz?

Çok olumlu buluyoruz. Daha fazla şirket bu alana girmeli. Kulvarlar farklı olsa da bu mecrada daha çok şirket olmalı. Bundan Türkiye yararlanır çünkü. Bu alanda yeni kulvarın açılması diğer girişleri de destekler. Bu kadar ihtiyaç varken, bu alandaki kurum sayısı artmalı, destekler artmalı. Biz de bu katkılarımızı, kârımız artarsa daha da artırırız.

Dünya’da bu alanda örnek aldığınız, takip ettiğiniz kurum, işadami var mı?

Deutsche Bank, çok önemli bir kurum bu anlamda. Her yaptığı bir takip edilmeli. En önemli koleksiyonlardan birine sahip olduğu da biliniyor.

Benzer şekillerde, spora, sağlığa, eğitime, çevreye de destekleriniz oluyor mu? Öncelik sıralamanız nasıl olur?

Evet, oluyor. WWF’in (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) sponsoruyuz. Sağlıkta yokuz şimdilik. Ama diğer hepsinde varız. Eşit tutmaya çalışıyoruz. Ancak sanırım kültür ve sanat ile eğitim daha üstte.

Kriz sorusu. Son krizde yatırımlarınızda ne gibi değişiklik oldu?

Aynı kaldı. Sosyal sorumluluk programlarına olan katkımızı değiştirmedik.

Peki 1994 ve 2001 krizleri?

Tabii ki o zamanki bütçemiz bugüne göre daha küçüktü. Ama o zamanlarda da azaltmamıştık. Ana başlıklardan çıkmadık. Ancak Caz Festivali’nde beş yerine dört sanatçı demiş olabiliriz örneğin.

2010 yılı hedefleri?

2009’a göre bütçeden ayrılan pay da, faaliyet alanları da, yurtdışı bağlantıları da en azından aynı seviyede kalacak. 2011’de ise Garanti Kültür ile çok şey değişecek, tabii ki kültür ve sanata ayırdığımız pay artacak.

Uzun vadeli hedefleriniz nelerdir?

Garanti Kültür A.Ş. adı altında OBM, Platform ve GG birleşiyor. Bu üç kurumun görevlerini tanımlamalarını istedik ve hepsini Garanti Kültür adıyla topladık. Onbeş bin metrekare sergi alanı, konferans salonu, dinleti salonu, dijital sinema salonuna kavuşacağız. Organizasyonu için danışmanla çalışıyoruz. Yönetimsel ve yaratıcı taraflarının ayrı idarecileri var.

**7) İŞ BANKASI KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ SUAT SÖZEN İLE GÖRÜŞME
(03.03.2010)**

Ne zamandan beri kültür ve sanatı destekliyorsunuz? Ve de ayrıca bu faaliyetlerin yoğunlaştığı zaman nedir?

Eğer sadece kültür ve sanatı ele alacaksak, bunların başladığı dönem 1940'lar. Bu, 1940'larda ilk resim koleksiyonunun oluşturulmasıyla başladı. Bu alandaki uzun vadeli somut bir takım hedeflere dayanan çalışmalardır bunlar. Koleksiyonun oluşturulması çalışması esasında birkaç şeye dayanıyor. Yani bankanın bir takım ressamlardan tablo alıp, normal bir koleksiyon oluşturma mantığıyla, ilerde elden çıkararak prim elde etmesine dayanmıyor. Plastik sanatlar Türkiye'de en zor gelişen sanat dallarından bir tanesi. Bugünkü konumuna bakarak farklı bir değerlendirme yapmamak lazım. O döneme gittiğinizde edebiyat, şiir daha fazla gelişirken, plastik sanatlar çok daha zor geliyor. Burada işin yolunu açmanın önemli bir adımıdır, koleksiyonerliği başlatabilmek. Ve bunun da belirli ilkeleri olur. Örneğin Türk ressamların eserlerinden alacağım, bunu kendi koleksiyonuma dahil edeceğim dediğiniz zaman, bir anda o güne kadar yaygın olmayan koleksiyonerliğin teşvikini gündeme getiriyorsunuz ve bunun yapılabildiğini gösteriyorsunuz. Bu üretimi artırmaya yönelik bir faaliyet. Zira sanatçılar, normal hayatlarında öyle kolay para kazanabilen insanlar değildir. Zaten sanatçının objektifinde para kazanmak yoktur. Bunlar büyük kurumların destekleriyle yaşayabilirler ancak. Dönüp Rönesans'a, ondan önceki dönemlere baktığınızda da hep böyledir. Hep belirli ailelerin, zaman zaman kilisenin koruması altında gelişmiştir. Geri dönüp daha da eskilere, kiliselerdeki fresklere baktığınızda burada sanatçıları karın tokluğuna çalıştırıp, duvarları boyatan bir yapıyla karşılaşsınız. Dolayısıyla, burada bir yol açma ihtiyacından kaynaklandı. Bunun üretildiğinde talep bulabileceğini yani arza karşılık bir talep yaratma arzusuyla başlayan bir şey. Nitekim sonucunu da veriyor yani. Zaman içinde Türkiye'de başka koleksiyonerlerin de oluştuğunu görebiliyorsunuz. Bu, arza karşılık talebin de yaratılmaya başlandığını gösteriyor. Bugüne geldiğimizde 800'den fazla ressamın 2000'den fazla resminin koleksiyonda toplandığını görüyoruz. Sayılara baktığınız zaman da her ressamın birden fazla eserinin alındığını görüyorsunuz. Bazen de böyle dağılmıyor. Bazen on tane birden almak durumunda kalıyorsunuz. Dolayısıyla ilk sanatla ilgili uzun vadeli, kalıcı bir yapıya oturan şey, koleksiyon. 1940'larda başlıyor. Neden böyle bir işe kalkışıyor banka dediğinizde, o zaman biraz İzmir İktisat Kongresi'ne gidiyorsunuz. Biraz bankanın kuruluşuna gidiyorsunuz. Biraz banka kurulduktan sonra Celal Bayar, Atatürk ve o günün Cumhuriyet anlayışına gidiyorsunuz. Biraz o dönemin ekonomik koşullarına gidiyorsunuz. Ülkede sermaye birikimi yok, bu sermaye birikiminin oluşturulması lâzım. Türklerin bankacılık yapabildiğini ispat etmesi lâzım. Ama bu sermaye belirli bir yerde toplandıktan sonra, bu sermayenin ülkenin topyekün kalkınmasında kullanılması gerekiyor. Sadece ekonomik kalkınma asla olamaz. Zaten Atatürk'ün demeçlerine baktığınızda, bu hedeflenen, sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal bir kalkınmayı da gerektiriyor. Bu esasında bankanın genlerine, DNA'sına kodlanmış bir şeydir. Dolayısıyla biz topluma katkı sağlayabileceğini düşündüğümüz gerek

ekonomik, gerek sosyal alanlarda bu DNA'nın harekete geçtiğini görüyoruz. Tabii ki koyduğunuz sermayeyi büyütebilme, bunu yeni yatırımlara dönüştürebilme kaygısı ve hevesi olmakla beraber cumhuriyetin ilk yıllarında baktığınızda iştiraklerin kuruluşlara, sanayinin gelişmesine, bankacılığın tamamen dışında, sadece ekonomik rasyonellerle değil ama aynı zamanda ülkenin kalkınmasına yönelik bir rasyonel çerçevesinde bunların yapıldığını görüyorsunuz. Dolayısıyla toplumsal katkı anlamındaki bütün aldığımız inisiyatiflerde aslında bu DNA'dan, genlerden kaynaklanan şeyi görüyoruz.

Bankanın kuruluşundan çok az bir süre sonra, erken olarak nitelendirilebilecek bir dönemde siz bu işe girişiyorsunuz...

Şimdi, bir bankanın ülkedeki radyonun oluşturulmasındaki katkısı ne olabilir? Burada ekonomik beklentiler, en azından koyduğunuz sermayeyi karşılamak olabilir. Ama buraya iştirak etmek, burayı geliştirebilmek için katkıda bulunmak apayrı bir görev gereğidir. Dolayısıyla bu koleksiyonun oluşturulması da buradan başlar. 1956 yılında da arkasından Kültür Yayınlarının kurulması geliyor. O da ayrı bir inisiyatif. O da bu alanın geliştirilebilmesi için, Yapı Kredi ile hemen hemen eş zamanlarda, sağlanan bir katkıdır. Orada rekabet unsuru pek öne çıkartılmamıştır. Yani tamamen bu işi daha farklı boyutlara getirebilmek için yapılan bir çabadır. Bugün itibarıyla de baktığınızda halen Kültür Yayınları Türkiye'de ekonomik gereklerle basılmasında problem olan veya basılamayacak birçok araştırmayı, birçok incelemeyi, birçok anıyı yayımlayan bir kuruluş haline geliyor. Elbette ki kendi ayakları üzerinde durabilmek için, para kazanmak için, bir takım yayınlar da yapmakla birlikte, toplam yayınları içinde çoğunlukla ağırlık her zaman için diğer yayınlarda oluyor.

O zaman 40'lardan sonra 1956'da başka bir mecraya giriyorsunuz. Peki yoğunlaştığınızı söyleyebileceğiniz başat bir dönem de var mı? Ne dersiniz?

Hep yoğunduk. Hiç duraksamıyor. Ne Kültür Yayınları, ne koleksiyonla ilgili çalışmalar yavaşlamadan devam ediyor. Dönem dönem Kültür Yayınları ayrı bir şirket olarak hayatını sürdürdü. Dönem dönem kendi ekonomik sıkıntıları sebebiyle farklı yansıyor. Zaman zaman yoğunlaşıp, zaman zaman yavaşlayabiliyor veya yöneticisinin girişkenliği doğrultusunda bazen hızlanıp, bazen yavaşlıyor. Ama bu faaliyetler hep bir yoğunlukta devam ediyor. Yani hep aynı ilgi ve istekle devam ediyor.

Diğer soruyu aslında siz açıkladınız. Neden bu tarihte başladığınızı yani...

Evet.

Üçüncü soru, neden kültür ve sanatı destekleme kararı aldığınıza dair.

Aslında buradaki şıklardan hiçbirisine uymuyor. Bu bizim topluluğumuzda olan, içimizden gelen toplumsal katkı diyebileceğimiz bir şey. Mutlaka bir şey demek gerekiyorsa, kuruluştan gelen toplumsal katkı misyonu diye yazabiliriz buraya.

Peki, kültür ve sanat harcamalarınız gider bütçenizin hangi bölümünde yer alıyor?

Bankanın bütçesi içerisinde biz kültür ve sanattı, iletişim bütçesi ve kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) bütçesi olarak iki ayrı kalemden düzenliyoruz. Bu banka bilançosuna yansıdığına tek kalem altında birleşiyor ama esas önemli olan sizin sormak istediğiniz

KSS'nin ayrı bir bütçesi var mıdır? Vardır. Zaten böyle de olmak durumunda, bunu belirli bir ölçekte yapıyorsanız ayrı bir bütçeyle takip etmek zorundasınız. Bu bütçenin kimin tarafından ve nasıl kullanıldığı da önemli. Sosyal sorumlulukla ilgili bütçe yönetim kurulu tarafından kullanılabilir bir bütçedir. Yani yönetim kurulunun ancak onayıyla kullanılabilen bir bütçedir. Peki yönetim kuruluna kim bunu öneriyor? Yönetim kurulunun altında bir komite var. 2007'de esasen çalışmaya başlayan, 2008'de faaliyetlerini artıran bir komite. Bu, dünyada bizim ölçeğimizde olan şirketlerin birçoğunda varolan bir yapı.

Kurumsal uyum sözleşmesi ile ilgisi var mıdır bu komitenin?

Bu farklı bir şeydir. Elbette ki uyumla ilgili olarak değerlendirebilirsiniz. Ancak şöyle bakın, bütün dünyada kendi ülkesinde öncü olan, bu alan çok kaynak aktaran kuruluşların tamamında bu bütçelerin tamamı yönetim kurulu tarafından onaylanır. Böyle olduğu için, yönetim kuruluna birilerinin bu projeleri seçmesi, ayıklaması ve sunması gereklidir. Onun için de komite gerekir. Bazen yönetim kurulunun altında yatay olarak birden fazla komite de oluşabilir. Farklı alanlarda örneğin eğitim için ayrı, çevre için ayrı uzmanlaşan komiteler oluşabilir. Hatta bu komitelerin altında alt komiteler bile oluşabilir. Bu yaptığınız işin boyutları, o ülkenin koşulları vs. ile ilgili. Ama daha lokal uygulamalar için yönetim kuruluna bağlı tek bir komite bütün bu faaliyetleri düzenler. İletişim birimi sekreteryaya görevi görür. Seçer, ayıklar. Komite uygun görürse, yukarı gider. Dolayısıyla bütçeyi hazırlayan, bunu önce komiteye sonra yönetim kuruluna sunan iletişim bölümü, onay alındıktan sonra bu faaliyeti yürüten iletişim bölümüdür. Ama bu faaliyetlerle ilgili raporlamayı yapıp önce komiteye sonra yönetim kuruluna götüren, yine iletişim bölümü. Dolayısıyla KSS bütçesi bizim tarafımızda bu şekilde yönetilen bir bütçe. Ama iletişim bütçesini de yönetiyoruz. Ama iletişim bütçesini bu sefer yönetim kuruluna değil bankanın icrasına yönelik olarak yönetiyoruz.

Yılda ne kadar ayırıyorsunuz? Ya da iletişim bütçenizin ne kadarlık bir bölümünü ayırıyorsunuz?

Burada soruyu daha netleştirmeniz lâzım. Dünyadaki örnekler şirketin kârının ne kadarının ayrıldığıyla ölçülür. İletişim bütçenizin ne kadarını kültür ve sanata ayırıyorsunuz diyorsanız, iletişim bütçesinin hangi bölümünü kıstas alacağız? İletişim bütçesi birden fazla parametre içeren bir bütçedir. Yani pazarlama faaliyetleri de, bankanın kendi itibarını artırmak için giriştiği faaliyetler de bu iletişim bütçesi içinde yer alır.

Peki, siz kâr üzerinden gösterilir dediniz, o zaman şirket kârının ne kadarı diye sorayım...

Bizde henüz böyle bir ölçüt yok. Dünyada böyle ama bizim gibi kâr oranlarının böyle sık değiştiği ülkelerde parametreler farklıdır. Şöyle söyleyeyim, bankanın kurumsal itibarına yönelik yürütülen iletişim çalışmalarına harcanan paraları değerlendirdiğinizde, sadece kültür ve sanata harcadığımız şey yaklaşık yüzde 30 civarındadır. Yani iletişim bütçesinde kurumsal iletişime yönelik ayırdığımız bütçe 100 lira ise, KSS içerisinde kültür ve sanata harcadığımız pay 30 lira'dır. Aşağıdaki İşsanat'ı düşünün mesela, sekiz yüz koltuklu bir konser salonu. Bu koltukların ortalama bilet fiyatı yaklaşık 40 lira. Sekiz yüz kere kırk dediğinizde ne kadar yapıyor? Otuz iki bin lira. Siz bu paraya Teoman'ı, Diego el Cielo'yu buraya getirebilir misiniz?

Sadece uçak paralarını (orkestra ile beraber) karşılamak mümkün. O konser salonunda gelirlerin giderleri karşılama oranı yaklaşık yüzde 20-25 arasında değişiyor. Yani yüzde 75-80 civarında bankadan sübvansiyon var oraya. Ayrıca görünmeyen maliyetler bunun içine dahil değil. Şöyle, bu bölge Levent'teki en kıymetli yerlerden biri. O alanın konser salonu olarak ayrılmasının maliyetinden söz ediyorum.

Alternatif maliyeti ile ölçüyorsunuz...

Elbette. Sadece İşsanat'taki durum böyle. Hadi Kültür Yayınları kendini çeviriyor ama şimdi iki tane galeri var. İzmir'de ve burada. Ortalama bir sergi açmanın maliyetini şöyle bir göz önüne getirdiğinizde, kitabı, davetiyesi, açılışı vs. Bunlar ciddi tutarlar.

Peki bu yüzde 30 belirlenirken neler ölçüt alınıyor?

Hiçbir şeyi bütçeye göre yapmıyoruz. Yapılması gerekeni saptıyoruz. Yapılması gerekenin bütçesi neyse o odur. Gerekirse yönetim kuruluna gidip, "Evet, geçen sene şu kadardı bu sene bu kadar arttı." diyoruz. "Ama bu aradaki bedelin harcanması lâzım." diyoruz. Önemli olan bizim için yapılması gerekenin yapılmasıdır.

Bu soru kültür ve sanatın hangi alanlarında varsınız sorusu. Mevcutlarla ilgili. Bir sonraki de planlarla ilgili.

Yayıncılık evet. Kütüphane ve arşivcilik bizim için çok anlamlı bir şey değil. Zaten yayınevimiz var. İş Bankası kütüphanesi ya da arşivi anlamında yok. Müze ve sanat galerisi kurmak var. Evet, önümüzdeki günlerde olacak. Galerimiz var. Bienallere sponsor oluyoruz. İKSV'ye sponsor oluyoruz. Kültür ve Sanat Merkezimiz zaten var. Sanat yatırım danışmanlığı vermek bugün için söylemek çok doğru değil ama ileride var böyle bir plan. Bu müzenin kuruluşu ile gitmesi gereken bir şey. Bugün varolan; yapılmakta olan sanat-yatırım danışmanlığını da çok büyütmemek lâzım. Zira, bu merkezlerin hiçbirisi bir tablonun sahte veya gerçek olup olmadığını ayırtedecek durumda değiller. Nasıl danışmanlık hizmeti verecekler? Size diyor ki Çallı alınmalı. Gerçek mi sahte mi? Deutcshe Bank örneğine baktınız mı? Eğer bir sanat yatırım danışmanlığından söz edeceksek, böyle bir örneğin olması lazım. Sadece müşteriye "benim bir hizmetim daha var" diyebilmek için gerçekleştirilen bir hizmeti, sosyal sorumluluk altında ele almamak gerek. Bu bir kültür ve sanat hizmeti değil, bu para kazanmak için girişilen bir faaliyettir. Arkeoloji? Restorasyon? Bir restorasyon laboratuvarı kuruyoruz ama plastik sanatlarla ilgili. M.S.Ü. (Mimar Sinan Üniversitesi) ile. Üniversiteyle bir anlaşma yaptık. Plastik sanatların gelişmesi için restorasyon laboratuvarı kurma projesi. X-ray cihazlarıyla sahte, gerçek ayırımın yapıldığı ve ayrıca eskiyen ve yıpranan eserlerin onarımının yapılacağı bir laboratuvar kuruyoruz. Bu anlaşmanın koşullarından biri de üniversitenin restorasyon bölümü açması ve bu alanda öğrenci yetiştirmesidir. Çünkü bugün restoratörüm diyen insanlar İtalya'da bir, iki ay eğitim alıp gelmiş insanlardır. Emanet edin tablonuzu canına okuyup size versinler geri. Yani bir restorasyon laboratuvarı kuruyoruz. Üniversite orayı kuracak, çalıştıracak, hem kendisine gelir sağlayacak ama aynı zamanda bir süre bizim eserlerin de bakım ve onarımına da destek verecek belki. Hem de müzeye hazırlanmış olacak eserler.

Hem de demin dediğiniz sanat yatırım danışmanlığına hazırlık olacak sanırım?

Tabii ki. Başka türlü olmaz ki. Bir şeyi böyle havadan başlatırsanız, iletişim amaçlı başlatırsanız altı kolay kolay dolmuyor. İşte büyük kuruluşların bu tür alanlarda yaptıklarının altı dolu, sürdürülebilir ve gelecek nesillere devredilebilir olarak planlamak zorundadır. Yoksa yaptığınız iş, iletişim çalışmasına dönüşüverir. Yurtdışındaki kültür ve sanat kurumlarına sponsor olmak? Yok. Hayır. Burs sağlamak? Hayır. Koleksiyon? Zaten var. Orkestra ve koro? Niyetimiz yok.

Peki diğer soruya geçerse ki şu alandan çekiliyoruz diyeceğiniz bir alan var mı?

Hayır.

Finansmanını nasıl sağlıyorsunuz bu yatırımların?

Kendi kaynaklarımızdan sağlıyoruz tabii. Bankanın elde ettiği gelirlerden, kârından sağlıyoruz. Şu ana kadar hiçbir ilave kaynak kullanmadık. Bırakın kaynak kullanmayı yaptığımız işlerde başkaları köstek olmasın yeter. Bu işleri yapmak öyle kolay değil. Müze açılıyorsunuz. Devlet kanun çıkarmış, müze açana teşvik vereceğim diye. Teşviğe dönüp bakılıyorsunuz; elektrik faturasından yüzde 25 indirim, doğal gaz faturasından yüzde 25 indirim. İyi bir şey. Hadi kullanalım. Ama bir şirket kurmanız gerekiyor. Münhasıran müzecilik faaliyetleriyle ilgilenecek yeni bir şirket kurmanız gerekiyor. Ve bir sürü şey.

Aslında bu soru da bununla ilgili... Kanundan yararlanıyor musunuz?

Hayır, bununla ilgili Kültür Bakanlığı ile birkaç kez konuştuk. Münhasıran şirket kurmanız gerekiyor. Restorasyon laboratuvarı kuracağız Mimar Sinan Üniversitesi ile. Ülkede bir şeyi harekete geçiriyorsunuz ama bununla ilgili bir KDV istisnası yok. Böyle bir şey tanımlanmamış. Böyle bir şeyi tanımlatabilmek bile kolay değil. Yani yıllar sürebilecek bir süreçtir bu. Dolayısıyla bu tür durumlarda, lanet olsun deyip işinize bakabiliyorsunuz.

Yani yararlanamıyorsunuz, öyle mi?

Hayır. Çünkü yararlanmak çok zor, çok zahmetli. Teşvikle ilgili bu kanunlar yetersiz. Bunların bu tür faaliyetleri yapan kuruluşlar da gözetilerek yenilenmesi gerekiyor. Bu tür projelerde devletin çok hızlı olup yeni projeler yaratması gerekiyor. Hepsinden önemlisi, bu tür işlerde eksiklerin belirlenip bu tür teşviklerin artırılması gerekiyor. Yani “Ben bir teşvik kanunu çıkarttım. Sen gel bunlardan yararlan.” ile bu tür işler yürümüyor. Sanattan bahsediyoruz. Onlarca değişik alanı var. Her bir alanın kendine has bir yapısı var. Koşulları var. Bu koşulların içerisinde bir proje yapmak isterseniz, sizin projeniz gidip de o kanunun bir yerine oturmuyor. Böyle olunca da kalıyorsunuz. Dolayısıyla buralarda farklı düzenlemelere ihtiyaç olduğu kesin. Restorasyon laboratuvarının eksikliğinin bizim tarafımızdan keşfedilmiş olması acı verici bir şey. Atatürk, Mimar Sinan Üniversitesi Müzesini kurarken bu laboratuvarın eksikliğini söylemiş, ama o zamanın koşulları buna elvermemiş. Ama aradan ne kadar zaman, kaç tane yönetici geçti? Bir tanesi de “bizim eserlerimiz 1800’lerden kalma, muhafaza koşulları zaten iyi değil, eskiyebilir, bakıma ihtiyacı olabilir, tedbir alalım” demez mi? Hayır, bunu akıl edemeyebilirsiniz ya da o an önünüze böyle bir fırsat gelmeyebilir, ama şöyle azıcık çıkıp Fransa’da, İtalya’daki yapıya baktığınızda, bütün restorasyonlar, müzeler devletleştirilmiş. Yani özel müzeler var tabii ama esas müzelerin hepsi devlet müzesi. Devlet bir sürü restorasyon laboratuvarı kurmuş. Siz müze müdürü olarak diyorsunuz: “Şu eserde bakıma

ihtiyaç var". Geliyorlar, alıyorlar, yapıyorlar, getiriyorlar. O yüzden bu tür alanların önceden belirlenip önceden teşviklerinin oluşturulması ve özel sektörün buralara doğru yönlendirilmesi gerek. Öyle bir sektör ki bu, özel sektörün değil devletin oluşturması gereken bir yer. Kültür ve sanat alanını biliyorsunuz, çekişmeler vs. var. Daha sağlam bir düzene oturması lâzım.

Bu tür yatırımlarınıza dair geri dönüşleri değerlendirdiğinizde ne dikkatinizi çekiyor?

Sanırım en sonuncusuna daha yakın duruyorum; yani ürün ve hizmete güvene. Zira bir markanın değerini oluşturan ya da itibarını artıran birçok şey vardır. Bu da onlardan bir tanesidir. Burası iyi yönetiliyorsa, zaten orayı destekliyor demektir. Ama bankanın itibarında ve algısında meydana gelen artışı salt buna bağlamak doğru değil. Ancak ölçümleme sistemlerimiz var. Bu alandaki faaliyetlerin toplum tarafından nasıl algılandığına dair muhtelif ölçüt sistemlerimiz var. Görüyoruz ki insanlar olumlu bakıyorlar. Ama sosyal sorumlulukla ilgili temel alan kültür ve sanat değildir. Eğitimidir. Hatta eğitim dışındaki alanlara harcadığınız paralar çoğu zaman israf olarak değerlendirilir. Parametre olarak, hangisi itibara daha çok katkı sağlıyor olarak bakarsanız, bir birim eğitime karşılık yüz birim kültür ve sanat harcaması yapmanız gerek.

Kültür ve sanat daha üst bir sınıfa hitap ettiği için mi sizce?

Evet, tabii. Bizim de zaten temel konsantrasyonumuz eğitimidir. Şu anda ve önemli bir süreden bu yana eğitime yönelik projelerimiz çok daha büyük ve yoğundur.

Eğitimin içinde de kültür ve sanat ile eğitmek var ama...

Tabii. Çocuklar için nitelikli faaliyetler yapmak gerek. Yıllarca bizim gibi bu alana yatırım yapmış gruplar ya bu alan hiç eğilmedi ya da ürettikleri kadarını yeterli gördüler. Yenilenmediler, belli bir alanda kaldılar. Halbuki biz çocuklar için önce tiyatro ile başladık ama sonra klasik müziğe döndük. Başarı sağladı. Daha büyüttük. Onlar da çok başarılı oldu. Dolayısıyla veliler açlar. Velilerin bu açlığı esasında buradaki eksikliği ve ihtiyacı gösteriyor. Darüşşafaka'daki öğrencilerle yapılan projeler birbirini besleyen süreçler. "Karneni göster, kitabını al" projesi. Çok başarılı oldu mesela. Biz dönüp de bunun ne bize sağladığı itibara, ne de maliyetine bakmadık. Çok keyif alıyoruz. İtibara katkı sağlasa ne olur, sağlamasa ne olur. Önemli olan bir milyon çocuğa kitap verdik.

Peki diğer grupların girişimlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çok olumlu. Biz bazen bu tür alanlarda yaptığımız işlerde buzkıran olmaktan dolayı çok mutlu oluyoruz. Bir çok şeyde insanların takip etmesini, ister rekabet güdüsüyle, ister faydalı birşey yapma arzusuyla, takip etmesinde çok hoşnutuz. Bizden daha iyi yapacak çıksa, ya da yaptığına kanaat getirsek ya da o alandaki boşluğu artık doldurduğunu düşünsek, kaynakları çekip başka boş alana kaydırırız. Dolayısıyla keşke kaynaklar gelip, buralara aktarılsa biz de alıp başka yere gitsek. Çekilsek anlamında söylemiyorum. Ülkedeki plastik sanatlarla ilgili açlık bitti; heykele eğilelim, o da hiç gelişmiyor. Hadi o tarafa gidip, bu sefer de heykel koleksiyonculuğuna başlayalım. Ne zararı var bunun? Yeni bir alan daha gelişecek. Dolayısıyla arkadan başkalarının gelmesi, önden başkalarının yürüyor olması hiçbir çekincemiz yok. Hatta eğitimle ilgili önümüzdeki günlerde eğitime katkı sağlayan insanları belli

projelere odaklayabilmek gibi bir projemiz var. Çevre ile yaptığımız projede, gidip bir hektar orman kurmak değil önemli olan. O ile gittiğinizde bir hareket başlatmak, bir bilinç yaratmak. Bunları başardığınız zaman zaten projeye başarılı deniyor. Bizden sonra biri çıkıp hektarı artırsa ne kadar güzel sonuçlar olur. Ülke kazanacak. Doğru işlere kanalize olması bu tür kaynakların bizi memnun eder.

Bu anlamda örnek aldığınız kurumlar var mı?

Örnek aldığımız değil de işi iyi yapan, nasıl yapmışlar dediğimizde gidip bakacağımız yer Deutsche Bank. Onun dışında biz bu ülkenin farklı yapıda bir ülke olduğunu biliyoruz. Bizim de farklı bir kuruluş olduğumuzu dikkate alarak, örnek almaya kalktığınızda çok da örnek alınacak şey bulamıyorsunuz bizim yapımıza uygun. Dünyada bizim sermaye yapımızı taşıyan bir başka kuruluş yok. Dolayısıyla o şirketlerle benim dengelerim farklı. KSS'de sadece ortaya çıkarttığınız sonuç değil; bu sonucu nasıl yöneteceğiniz de önemli.

Kültür ve sanat dışında spora, sağlığa, eğitime ve çevre destekleriniz oluyor anladığım kadarıyla?

Eğitim ve çevre evet. Spor ve sağlıkla ilgili projemiz yok. Satrancı eğitimle ilgili ele alıyoruz.

Peki öncelik sıralaması yaparsanız?

Eğitim ilk başta gelir. Çevre ile kültür ve sanat bizim için hemen hemen aynı. Eğitim ilk, çünkü o alandaki ihtiyaç daha büyük. Çok daha geniş kitlelerin buna susamış olması. Ve öylesine büyük kaynaklar gerekiyor ki ne verseniz gidiyor.

Son krizden bu yatırımlarınız etkilendi mi?

Hiç azalmadı. Hatta İşsanat'ın programına herkes şaşıyor. Daha da yoğun. Bunu öngörerek yaptık, daha iyi olmasına çalıştık. Kültür yayınlarımız da kendi başının çaresine baktı. Satışları kriz yılında yüzde 30 arttı. Diğer taraftan bir takım maliyet avantajları da yakaladı, kağıt vs. gibi.

Müze kararı da mı bu zamanlarda alındı?

Evet. Baştan dediğim gibi bir işin yapılması gerekiyorsa, yaparız. Zorlarınız o kaynağı.

1994 , 2001 krizlerinden etkilenmiş miydi peki?

Banka açısında 2001 krizi daha ağır bir krizdi. O sene zarar ettik. Zararla kapatınca, kaynakları ayırmada zorlandık ama 2001 sezonunda da İşsanat faaliyetlerine devam etti. Koleksiyon yine vardı. Kültür Yayınları yine açıktı. Galeriler yine hayatına devam etti.

Uzun vadeli hedeflerinizden bahsederseniz?

2010'da bütçede çok hafif bir artış var. O kadar.

Müze projesinin bütçeye etkisi mi?

Müzenin bütçesini ayrı tutuyoruz. O çalışma canlı ve yaşayan bir çalışma. Süreler bizim kontrolümüz dışına çıkabilirdiği için onu ayrı bir bütçede takip ediyoruz. Bu seneki artışı ondan bağımsız olarak söyledim zaten. Hedef inşaata bu sene başlamak. Laboratuvar sipariş edildi. Onların bütçeleri ayrı tutuldu.

Peki ne zaman açılacak müze ve laboratuvar?

Labaratuvar bu sene açılacak; yaz gibi sanırım. Müze inşaati sonbahara başlar. Ama izin vs. ile seneye kalırsa, bilmem. O yüzden bütçeden payı ayrıldı. Zaten tüm alanlardaki varlığımızı (KSS) uzun vadeli, sürdürülebilir, en geniş kitleye hitap edebilir olarak planlandı. O yüzden daha farklı bir şey öngörmüyoruz.

8) SABANCI HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI GÜLER SABANCI İLE GÖRÜŞME (18.03.2010)

Ne zamandan beri kültür ve sanat faaliyetlerini yürütüyorsunuz?

Sabancı Vakfı 35-36 yıl önce kurulmuş, tabii ki o dönemde ilk önce eğitimle, okullarla başlanmış. Daha sonra işin içine giriyor kültür ve sanat. İlk yapılan, ben gelecek hafta da gideceğim, tiyatro festivalinin açılışının yapacağım Adana'da. Sabancı Kültür Kompleksi denilen yer, onun tam yapıldığı tarihi bulalım. Ama zannediyorum, 25-30 senelik bir olay.

Eğitimin hemen arkasından geliyor o zaman.

Evet, neden Adana'da oluyor? İhtiyaç var o zaman. Bir tiyatro, konser salonu yok Adana'da. Böyle başlayan bir ihtiyaçtan ötürü ilk Adana'da başlıyor. Hatta ondan sonra Devlet Tiyatroları geliyor, o sahneyi kullanmaya başlıyor, yerleşiyorlar. Şimdi orada yerleri vardır. Zaten işletmesi de onlardadır. Biz yapıyoruz binayı, veriyoruz. Oradan görülüyor bunun bir ihtiyaç olduğu. Ondan sonra Türkiye'nin çeşitli yerlerinde de başlıyor. İzmit'te, İzmir'de kültür siteleri yapılıyor. Kültür Sitesi ismi tabii garip ama, o dönemde öyle. Anadolu'nun çeşitli yerlerinde kurulan kültür sitelerinin ortak özelliği şu: Bulundukları yerde devlet tiyatrolarıyla, Kültür Bakanlığı ile işbirliği yapmak ki çalışsın, işlesin. Ama özünde hep tiyatro, dans, sanat, hep bu işler var. Ondan sonra bizim vakfın yaptığı işlerden biri de halk dansları. Türkiye'deki halk danslarının finallerini yapıyoruz, sponsoruyoruz. 17 senedir. Hatta geçen senelerde baktık ki, yıllar geçtikçe bu iş biraz yozlaşmış. Yani Kültür Bakanlığı Türkiye'nin çeşitli yerlerinde halk dansları yarışmaları yapacak, eleyecek, final için İstanbul'a gelecekler. Bunun da sponsorluğunu biz yapacağız. Anadolu'nun her yerinden hayatlarında ilk defa İstanbul'a gelecekler, AKM'de dans edecekler. Böyle bir şey. Ama son zamanlarda safsamış. Tekrar canlandırdık. Oturduk bakanlıkla konuştuk, tekrar tasarladık. Bölgesel yarışmalar yapıldı, çok etkili oldu. Seksenin üstünde grup oldu, elendi, onu finale kaldı. Böyle bir çalışma yaptığınız zaman, o bölgelerdekileri düşünün, bu beraberinde kıyafetten, hocaya, müziğinden türküsüne bütün yöresel unsurları etkiliyorsunuz; bir kültürü beraberinde getiriyorsun. Halk dansları başka bir şey de getiriyor, kılıç-kalkan dışında sadece erkeklerin oynadığı bir oyun yok, onun dışında hepsinde kadın erkek beraber oynuyor. Küçük köyleri, kasabaları düşünün, "bunu kaybetmeyelim" mesajı da var yani. Bir anlamda bir eğitim projesi de aynı zamanda. Çok önemli.

Neden bu tarihte başlama kararı aldınız? Bu kararda neler etkili oldu? Biraz önce ihtiyaç dediniz.

Biz bazı şeyleri yaptığımızda diğer grupların benzer davranışlarını görmedik, öncüyüydük. Eğitim, şirketlerin daha çok birbirlerini takip ettiği bir alandı. Ama burada öncüyüydük diyebilirim. Sosyal prestiji artırmak, doğal sonucudur bunun. Bunun için yapılmaz ama. Burada diğer yazdıklarınız, marka tanıtımına katkısı, prestij, güvenilirlik, hep sonradan geldi ve sonuç

olarak çıktı ortaya. Sosyal sorumluluk projesi diye bir tanımlama yoktu mesela. Sakıp Bey “sosyal işler” derdi buna. Bir bizim holding işlerimiz var, bir de sosyal işlerimiz var derdi. Bir vakıf ve vakfetme geleneğinden geliyor. Zaten bizim vakıf, Hacı Ömer Sabancı Vakfı, rahmetli babaannemin bütün mal varlığını bağışlamasıyla kuruluyor. Dolayısıyla birincisi vakfetme ve diğeri de eskiden ailelerin ayrı ayrı yaptıkları şeyleri toplu olarak ve böylece daha etkili yapmaya başlaması bu kararda etkili oldu diyebiliriz.

Kültür ve sanat harcamaları, gider bütçenizin hangi bölümünde yer alıyor?

Bizim kültür ve sanat harcamalarımız vakıf bütçemizde yer alır. Vakıf bütçesinde de hem kendi öz kaynaklarımız vardır, onun geliri vardır; hem de şirketlerimiz her sene belli bağışlar yaparlar, pay ayırırlar. Dolayısıyla şöyle bir anlayışımız da var ki son senelerde daha da oturdu bu; şirketlerin de kendi sosyal sorumluluk projeleri var kendi markaları için. Biz vakıf olarak buna çok karışmıyoruz. Vakfımız, Sabancı ismi ve Sabancı için yapılanları yapmaya devam ediyor. Zaman zaman oluyor ki şirketler diyor ki, bunu vakıf yapsın, biz parayı verelim. veriyorlar, vakfımız onlar adına yapıyor. Bir işbirliği yapıyorlar. Bizim her şeyi biz yapalım diye de bir arzumuz yok. Yapanları da destekliyoruz. Mesela Mehtap Ar üç senedir Çocuk Tiyatrosu yapıyor, vakfımız onu destekliyor. Anadolu'nun her yerinde biz onu destekliyoruz.

Peki kültür ve sanat faaliyetlerine ne kadar ayırıyorsunuz? Ya da bütçenizin ne kadarlık bir bölümünü?

Bizim yıllık vakıf harcamamız 45-50 milyon liraya yakın. Bunun yarısı üniversiteye gider. Diğer yarısı da bu işlere gider. Ama bunun içinde kültür ve sanat diye ayırmamak lâzım. Belki bunun yarısı da oraya gider. Herhalde vakıf kanalıyla yılda 10-12 milyon lira harcıyoruz. Şirketlerin ayrı ayrı harcadığını da koyarsak, meblağ büyür. Akbank hariç diğer şirketler de bir o kadar harcarlar.

Bu payı belirlemenizde neler etkili oluyor? Bunlardan hangilerini ölçüt olarak alıyorsunuz?

Toplam tanıtım bütçesinin bir payı, oranı olması önemli. İkincisi de yatırımların ne hedefe yönelik olduğu ve bunun ölçümü çok önemli. Biz şimdi gençlere yönelik işler yapmak istiyoruz. Bir tiyatro festivalinde bile gençleri istiyoruz. Hatta gelsinler bir workshop yapsınlar diyoruz üniversite öğrencileriyle. O ayağıyla daha çok ilgileniyoruz. İKSV tiyatro festivalinin sponsoru olun teklifiyle gelince, biz bir şartla diyoruz: Gençleri içine katacak workshop'lar olacak. Bize projeyi bu şartla getirin diyoruz. Her zaman, her grubun ihtiyaçları farklı olabilir. Bizim Sabancı olarak yaptığımız araştırmalarda görüyoruz ki bizim 30-35 yaşın üzerindekielerde çok yüksek bir kredibilitemiz, bilinirliğimiz, saygınlığımız var. Ama 16-24 yaş arasında çalışmamız gerekiyor. Yani onun için de oraya yönelmemiz gerekiyor ki katılıyorum buna aslında. Yani hem oraya yönelirsek daha iyi oluyor bizim için, kredibilitemiz açısından, ilerisi için. Hem de inanıyoruz ki, kültür ve sanat aktiviteleriyle o gençlerin gelişmesini hızlandırabiliriz. Bu ölçütte o projeye inanmamız da eklenebilir yani.

Kültür ve sanatın hangi alanlarında varsınız?

Kütüphanede yokuz, yayıncılıkta yokuz. Müzede varız, kurum adıyla sanat merkezinde varız. Tiyatro festivali sponsorluğunda varız. Sponsorlukta varız. Bu alandaki vakıflarla işbirliği yapıyoruz, İKSV ile mesela. Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine destek olmakta ilklerden biriyiz. 97, 98 yıllarında kendi koleksiyonumuzu dünya çağında dolaştırdık, Metropolitan'da ve Louvre'da. Yani hemen hemen özel bir koleksiyonun buradan gitmesi bakımından ilk gidendir. Osmanlı Hat Sanatı işini biz dolaştırdık dünyada. Ondan sonra yapıldı Topkapı'daki işler. Çünkü ilk izni alırken, çok zorlandık, çıkarırken, oradan biliyorum. Kendimize ait bir kültürün dışarıda tanıtılmasının Türkiye'nin tanıtılmasında çok önemli olduğuna inanıyorum ben. Rahmetli Sakıp Bey de öyle inanırdı. Kültür ve sanat faaliyetleriyle ülkenin tanıtımı daima farklı olur. Yani ve hatta götürdüğümüz zaman Akbank Oda Orkestrası'nı götürdük, Cem Mansur'u götürdük Paris'e. Osmanlı'nın Avrupa'daki klasik müziğe olan etkilerini anlatan bir konser verdi mesela. Bu yolla Türkiye'nin tanıtımının çok sağlıklı olacağını düşünüyoruz. Nitekim de doğru gözüküyor.

Peki bu alanlardan değiştirmek istedikleriniz var mı?

Hayır, mevcutları yapmaya devam edeceğiz.

Bu yatırımların finansmanı nasıl sağlanıyor?

Vakıf sağlıyor ve grup şirketlerinden hibe alıyoruz.

Bu soru sponsorluk kanunu olarak bilinen kültür ve sanat yatırımlarını teşvik kanunundan yararlanıyor musunuz?

Hayır. Vakıf olarak işletmiş olduğumuz herhangi bir kültür tesisi vb. olmadığı gibi, kurumlar vergisi mükellefi de değiliz. Bu nedenle Sabancı Vakfı teşviklerden, muafiyetlerden yararlanmamaktadır.

Bu yatırımlarınızın nasıl algılandığını ölçüyor musunuz? Nasıl değerlendirirsiniz?

Biz araştırma yapıyoruz. İki senede bir itibar araştırması yapıyoruz. İtibarı, prestiji artırdı. Görünüyor ki vakfın ve bu şekilde yatırımların Sabancı Holding'in imajına ciddi bir katkısı var. Bir Picasso Sergisi yaptık mesela hâlâ hatırlanıyor. Bir köşetaşı oldu. Ama Türkiye'deki çağdaş, modern sanatla ilgili mind set'i değiştirdi.

Diğer şirketlerin bu girişimleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

Olumlu görüyorum. Burada şimdi güzel bir rekabet de oldu. Mesela bizim Picasso Sergisi'nden sonradır Koç Bienal'e sponsor oldu. Çünkü onlar da araştırma yaptılar, büyük bir ihtimalle orada bir şeyimiz çıktı, onlar da harekete geçtiler herhalde. İki sene sonra sanırım,

2006'da onlar da sponsor oldular. Biz 2004'te yaptık sergiyi. Dolayısıyla çok olumlu değerlendiriyorum. Böylece işin standardını yükseltiyor.

Dünyada bu alanlarda takip veya takdir ettiğiniz ya da örnek aldığınız kişi ve kurumlar var mı?

Rockefeller Ailesi ve Vakfı tabii çok önemli. Benim de şahsen bir, iki tanıdığım vardır orada. Tabii onlar başka bir boyutta, orası Amerika. Biz vakfa da getirdik, oradan, Ford Foundation'dan ya da Avrupa'dan insanlar. Bakmak lâzım yani, hep aynı şekilde olmaz. Mesela o yüzden hibe programlarına geçtik. Bizim konumumuza gelen vakıfların artık başka işler yapması gerektiğini gördük mesela. Sosyal değişimi sağlayacak işlere girmek bina yapmaktan daha gerekli, ama daha uzun ve daha zor. Onlara girmeye başladık. Dünyada güzel örnekler var. Biz de kendi çapımızda iyi örnek olmaya çalışıyoruz.

Peki, benzer şekilde spora, sağlığa, eğitime, çevreye de destekleriniz oluyor mu?

Biz sporda yokuz. Sağlıkta da pek yokuz. Aslında eğitim ve kültür ve sanat. Ve biz engelliler için bir şeyler yapıyoruz. Çevre işi, her işimizde önem kazanmaya başladı. O da girecek işin içine. Ama biraz odaklanmamız gerekiyor.

Öncelik olarak bakarsak, vakıf bütçesi dikkate alındığında eğitim önce geliyor galiba?

Evet önce eğitim, sonra da kültür ve sanat.

Diğer soru, krizle ilgili. Son krizden bu yatırımlarınız nasıl etkilendi?

Aynı kaldık. Sadece şirketlerin münferit olarak paylarını etkiledi. Mesela Teknosa geldi dedi ki: "Kahvaltıda cazı yapmayalım". Bizim şirketlerin tek tek yaptıkları işleri azalttı. Ama bizim holding ve vakıf olarak yaptıklarımız değişmedi.

Peki 1994 ve 2001 ile kıyaslama yaparsanız?

2001'de çok durdurduk. 2001'de biz Sabancı Üniversitesi'nin yatırımlarını da durdurduk. Bazı bölümlerin inşaatına başlamadık mesela. Erteleedik. Sonra 2003'te yeniden başladık. Onlar daha büyük krizlerdi. Ya da biz başatmeyi de öğrendik.

Bu alandaki 2010 yılı hedeflerinize gelirse?

Aynı kalıyor. Yurtdışı bağlantılarına gelince, dediğim gibi 97, 98'den beri Sakıp Sabancı Hat Koleksiyonu'nun yurtdışı sponsorluğunu Sabancı Holding yapmakta. Bizim için önemli bir şey. Bu sene de Japonya'ya götürüyoruz. Önce Japonlar geliyor Nisanda, sonra yıl sonunda biz götürüyoruz. Evvelki sene Sevilla'ya götürmüştük, yer yerinden oynadı hakikaten. Çok yakıştı oraya, Alkazar Sarayı'na.

Uzun dönemli stratejiler?

Biz Sabancı Müzesi'ni başka bir boyuta getirmeye, kurumsallaştırmaya çalışıyoruz. Uluslararası özel müzeler birliklerine gidiyoruz. Önümüzdeki süreçte, daha erken belki söylemek için ama birkaç yerle böyle uzun vadeli anlaşmalara gidiyoruz. O da başka bir boyut getirecek. Klasikler ve modernler konusunda dünyanın en önemli müzeleriyle beş yıllık anlaşmalar yapmak istiyoruz. Hem gelen giden sergiyi, hem konferansları daha sistematik hale getirmeye çalışıyoruz.

**9) TURKCELL KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKLAR VE SPONSORLUKLAR
MÜDÜRÜ ASLI ÜNLÜ'NÜN CEVAPLARI (07.07.2010)**

1. a) Ne zamandan beri kültür ve sanatı destekleme faaliyetlerini yürütüyorsunuz? Bu faaliyetlerin yoğunlaştığı dönem hangisidir? 1998 yılından 2010 yılına kadar kültür sanat alanında faaliyetlerimizi sürdürdük

b) Vakıf ne zaman kuruldu? Vakfımız bulunmuyor.

2. Bu tarihte başlamanızın belli bir nedeni var mı?

Türkiye'nin lider iletişim ve teknoloji şirketi olarak ülkemizin kültür sanat hayatına katkıda bulunmak. 1998 yılında Bodrum Antik Sur Restorasyonu ile başlayan kültür sanat faaliyetlerimiz ülkemizin kültürel varlıklarını korumak ve turizme kazandırmak diyebiliriz

3. Kültür ve sanatı neden destekleme kararı aldınız? Kararınızda aşağıdakilerden hangileri etkili oldu?

- “Küresel İlkeler Sözleşmesi” gereği dünyadaki konjonktüre uyum sağlamak ☐
- Diğer grupların benzer davranışları ☐
- Dünya ölçeğinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) projelerinin önemini artması ☐
- Sosyal prestiji artırmak ☒
- Şirket(ler)in tanıtımını yapmak ☐
- Markanın değerini ve bilinirliğini artırmak ☒
- Diğer ☐

4. a) Kültür ve sanat harcamaları gider bütçenizin hangi kalemi içinde yer alıyor?

Sosyal Sorumluluk ve Sponsorluk- Kültür Sanat bütçesi içinde yer almaktadır

b) Ne kadarlık bir bölümünü bu faaliyetlere ayırıyorsunuz?

- % 1'den daha az ☐
- %1-%2 ☐
- %2-%5 ☐
- %5-%10 ☐
- %10'dan daha fazla ☐

Cevap: Bütçe bilgisini paylaşmıyoruz.

5.Bu payı belirlerken aşağıdakilerden hangilerini ölçüt alıyorsunuz?

- Genel ekonomik koşullar ☐
- Diğer grupların yaklaşımları ☐
- Bir önceki yıl ayrılan pay ☒
- Toplam tanıtım bütçesi ☐
- Belli bir oranda yapılması karşılığında devletten sağlanacak yatırım teşvikleri, vergi indirim ve/veya muafiyetleri ☐
- Bir önceki yılda bu alanda yapılan yatırımların geri dönüşleri ☒
- Diğer ☐

6. Kültür ve sanatın hangi alan(lar)ında yer almaktasınız?

- Yayıncılık yapmak ☐
- Kütüphane/arşiv oluşturmak ☐
- Müze/sanat galerisi kurmak ☐
- Müzelere sponsor olmak ☐
- Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak ☒
- Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak ☐
- Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek ☐
- Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek ☐
- Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak ☐
- Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak ☐
- Koleksiyon oluşturmak ☐
- Orkestra/ koro kurmak ☐
- Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu☐) işbirliği yapmak ☐

-Diğer

7. Sponsorluk ya da yatırım kararınızlarınızda kültür ve sanat alanları arasında herhangi bir önceliğiniz var mı? Varsa, sıralamanız nasıl olurdu? (En çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru 1'den başlayarak rakam verilebilir)

-Yayıncılık yapmak	☐
-Kütüphane/arşiv oluşturmak	☐
-Müze/sanat galerisi kurmak	☐
-Müzelere sponsor olmak	☐
-Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak	1
-Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak	☐
-Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek	☐
-Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek	☐
-Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak	☐
-Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak	2
-Koleksiyon oluşturmak	☐
-Orkestra/ koro kurmak	☐
-Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu ☐) işbirliği yapmak	☐
-Diğer	

8.Kültür ve sanat yatırımlarınızın finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

-Vakıflarınızdan	☐
-Ortaklarınızdan	☐
-AB Hibe Programları'ndan	☐
-Yurtdışındaki iştiraklerinizden	☐
-Şirket/Grup yöneticilerinin şahsi paylarından	☐
-Başka şirketlerden/sponsorlardan alınan katkılardan	☐
-Diğer..... Şirket bütçesinden	X

9. 2004'te çıkan, Sponsorluk Kanunu olarak da bilinen 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu'ndan ya da bu alanlardaki yatırım teşviklerinden, vergi muafiyetlerinden/indirimlerinden yararlanıyor musunuz?

Vergi muafiyeti bulunan Vakıflar ile işbirliklerinde yararlanabiliyor.

Evet ise, türleri nelerdir? Aldığınız teşvik, muafiyet ya da indirimlere örnek verir misiniz?

Hayır ise sizce nedenleri ne olabilir?

-Bürokratik engeller/kaynaklara erişimde zorluklar ☐

-Bu konudaki bilgilendirmenin tatmin edici olmaması ☐

-Diğer

10. Bu yatırımlarınızın/sponsorluklarınızın nasıl algılandığına dair geri dönüşleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

-Markaya daha çok sahiplenildi. ☒

-Şirketin itibarı arttı. ☒

-Şirket ürünlerine/hizmetlerine güven arttı. ☐

-Herhangi bir değişiklik olmadı. ☐

-Diğer

11. Türkiye'deki diğer şirketlerin bu tür girişimleri hakkında nasıl düşünüyorsunuz?

-Olumlu. Çünkü, kültür sanat ülkemizde kurumların yeni yeni destek girişimlerini başlattıkları bir alan...

-Olumsuz.Çünkü,

12. Dünya'da bu alanlarda örnek aldığınız şirket veya işadamları var mı? Hangileri?

13. a)Benzer şekillerde spora, sağlığa ya da eğitime destekleriniz de oluyor mu?

Evet ☒ Hayır ☐

b) Evet ise, öncelik sıralamanız nasıl?

Kültür-sanat	☐
Eğitim	1
Spor	2
Sağlık	☐

14. 2008’de başlayıp 2009’da derinleşen uluslararası ekonomik krizle beraber, bu yatırımlarınızda/sponsorluklarınızda herhangi bir değişiklik oldu mu?

Azaldı	☐
Arttı	☐
Aynı kaldı	X

15. 1994 ve 2001 krizleri için de benzer şeyler söyleyebilir misiniz?

Bu yıllarda yaptığımız sponsorluk faaliyetlerinde ve sosyal sorumluluk faaliyetlerimizde bir azalma olmadı. Sadece artık odak alanlarımızı daha daraltarak varolan projelerimizi daha efektif kullanmayı hedefliyoruz.

16. Kültür ve sanata yatırım konusunda 2010 yılı hedefleriniz nelerdir?

	<u>Azalacak</u>	<u>Artacak</u>	<u>Aynı Kalacak</u>
-Bütçeden ayrılan pay	☐	☐	X
-Faaliyet alanları	☐	☐	☐
-Yurtdışı bağlantıları	☐	☐	☐

17. Uzun dönemli hedefleriniz/stratejiniz nelerdir?

Uzun dönemli stratejilerimiz arasında özellikle eğitim ve spor alanında yürüttüğümüz projelerimize yoğunlaşmak bulunuyor. İKSV’nin resmi iletişim sponsorluğunu üstleniyorduk. Bu sene itibariyle resmi iletişim sponsoru olmayacağız.

10) ÜLKER KURUMSAL İLETİŞİM GENEL MÜDÜRÜ ZUHAL ŞEKER İLE GÖRÜŞME
(04.05.2010)

Ne zamandan beri kültür ve sanat faaliyetlerini yürütüyorsunuz?

15 sene falan önce başlamış klasik müziği destekleyerek. Mozart Günleri 2002'de başlamış. Ondan önce klasik müzik günleri var. Efes'te düzenlenmiş. Klasik Türk müziği günleri var. İKSV'nin çeşitli projelerine festival kapsamında katkılar var.

Vakfınız var mı?

Kültür ve sanat vakfı yok. Biz bir takım derneklere, vakıflara sponsor oluyoruz, böyle işbirliklerimiz oluyor. İKSV ile, bazı kültür gruplarıyla. Mesela şimdi yeni bir proje var, Kültür A.Ş. ile yapacağız onu.

Bu tarihte başlamanızın belirli bir nedeni var mı? Nedir?

Önemli bir nedeni yok. Şöyle zaman zaman şirket araştırmalar yapıyor. Araştırmaların içinde "Ülker ya da markalarına hangi faaliyetleri yakıştırıyorsunuz?". Bu sorunun karşılığında verilen "Sporda, sanatta v.s. bir şeyler yapsanız" şeklindeki tepkiler belirleyici değil ama etkileyici oluyor. Buraya girme sebebimiz birazcık da bu.

Neden bu kararı aldınız sorusuyla da bağlantılı aslında...

Evet, onu söyledim. Küresel İlkeler Sözleşmesi değil, onun ben saçma olduğunu düşündüğüm için... Çok moda oldu onlar, dünyada bir takım yerler bir takım şeyleri trend yapıyor. Dünya ölçeğinde sosyal sorumluluk projelerinin öneminin artması, tabii önemli bir faktör. Sosyal prestiji artırmak en önemli neden aslında. İş dünyası da bundan etkileniyor. İnsanlar zengin olmaktan çok itibarlı olmak isterler. Hepimiz için geçerli bu. Şirketler de insanlar gibi, onlar da yaşayan organizmalar. Dolayısıyla itibar önceliği çok önemli. Çünkü itibarlı anılan şirketin mallarına güven çok yükseliyor. Dolayısıyla pazarlama aktivitelerinin önünü çok açılmasına neden oluyor. Etki-tepki. Ürün olduğu zaman kurum imajına pozitif bir katkı sağlıyor, bunlar çok birbirinin içindeki unsurlar. Tanıtım ve marka bilinirliğini sağlamak da bunların yanı sıra olan faktörler tabii.

Bütçede hangi kalemden yer alıyor bu harcamalar?

Biz bunları şöyle koyuyoruz; kurumsal iletişim bütçesi içinde yer alıyor.

Ne kadar ayırıyorsunuz peki?

Ben kurumsal iletişim bütçemi düşünürsem, kültür ve sanatın payı yüzde 1-2'dir.

Peki bu payı belirlerken, neleri ölçüt alıyorsunuz?

Tamamen projenin büyüklüğüyle alakalı. Projenin büyüklüğünü ve Türkiye çapında bize geri dönüşüne bakıyoruz. 23 Nisan Projesi mesela bizim kültür ve sanat alanında yaptığımız önemli bir proje. Bakıldığında bütçesi çok yüksek bir proje; 1,5-2 milyon dolarlık bir bütçeyle yönetilen bir iş o. Sadece sinemayı götürme aktivitesi olarak; reklam vs. dışında bunun. Dolayısıyla öyle bir projeyi yönetebilmek için cesaretli bütçeyi ayırabilmeniz lâzım. Yani 250 bin dolar vereyim de bir proje yapayım, olmaz.

Peki, bir önceki sene ayırdığınız pay ile kıyaslarsanız...

Hep büyüyor. Bizde hep şuna inanıyoruz; ilk girdiğimiz senenin bütçesine katma değer katmak gerek. Çünkü derinlik yaratmadığınız zaman, projeler çok yüzeysel kalıyor. Sponsorluk benzeri şeyler oluyor. Oysa projenin şirketle entegre görülebilmesi için her seneki tecrübenizi o projeye koyup içselleştirip o projeyi büyütebilmeniz lâzım.

Kültür ve sanatın hangi alanlarında yer almaktasınız?

Zaman zaman yayıncılığı destekliyoruz. Müze ve sanat galerilere desteklerimiz var, henüz müzemiz yok. Kütüphane derken, Çamlıca'da bir kütüphanemiz var. Orada bir takım eserler arşivleniyor ama çok ilkel anlamda. Etkinlik, gösteri anlamında sinemaya desteklerimiz, demin dediğim gibi, var. Burs, spor anlamında var, kültür ve sanatta yok. Yıldız Holding koleksiyon oluşturuyor, var. Diğerlerine bir şey diyemeyeceğim.

Bu soru da, biraz önce saydığınız alanlardan, eğer varsa, değiştirmek istediklerinizle ilgili.

Çocuk ve sanat konusunda bir şeyler yapmak istiyoruz.

Bu yatırımlarınızın finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

Şirketimizden. Şirket kârından.

5225 no'lu sponsorluk kanunundan yararlanıyor musunuz?

Her zaman değil. Onun kapsamına giren bir şey olmadı bizde.

Hiç yararlanmadınız yani?

Hayır.

Peki, hayır ise bunun nedeni hangisi olabilir?

Açıkçası şu anda bu konuyla bilgili değilim ben. Sporda destekleyici mevzuattan yararlanıyoruz. Büyük bir holdingle çalıştığımız için, her konunun mali danışmanı var. Mali müşavir, giriyorsa zaten ilgileniyorlar. Ben o kadar şey değilim. Ama sinema girmiyor. Dolayısıyla sinemada herhangi bir teşvik aldığımızı zannetmiyorum. Onun dışında da zaten şu

anda yapageldiğimiz bir proje yok. Onun dışında okullar yaptırıyoruz. Okullar Milli Eğitim Bakanlığın'dan teşvik alır. Ama kültür ve sanat ise konu, onda herhangi bir şey yapmıyoruz.

Bu yatırımlarınızın nasıl algılandığına dair araştırmalar yaptığınızı zaten söylediniz, nasıl değerlendirirsiniz? Biraz önce güveni artırıyor dediniz.

Çok pozitif etkileniyor. Özellikle biz çocuk alanında yaptığımız işlerde çok olumlu tepkiler alıyoruz. Sürdürülebilirlik önemli tabii, Üçüncü yıl oldu. Ve de reklam kampanyaları low profile gider. Çok bangır bangır bağırmadığımız için, ona rağmen, bizim call center'a gelen tepkiler çok olumlu.

Sporla mukayese edebiliyor musunuz peki?

Şöyle, tabii çok farklı iki konu. Spor çok Türkiye gündeminde. Kültür ve sanat onun yanında minority yani.

Peki diğer şirketlerin, grupların, kurumların bu tür yatırımlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çok olumlu. Ben Garanti Bankası'nın, Akbank'ın yaptığı çalışmaları çok değerli buluyorum. Çok güzel şeyler yapıyorlar. İKSV'ye destek veren kuruluşların desteklerini çok değerli buluyorum. Çünkü eğer kurumlar buraları desteklemezse, ne müze olurdu.

Çünkü son zamanlarda müzecilik çok arttı. Şirketler eğer bu konulara girmez ise, hiç kimse hiçbir şey yapmayacak. O zaman da çok yavan bir ülke olur. Çünkü kültür ve sanat çok besleyici bir dal.

Bu konuda peki, yurtdışıyla bağlantı kurma planlarınız da var mı?

Bizde yok. Koç Grubu yaptı mesela. Yurtdışında bir müzeye sponsor oldu. İyi mi oldu? Bence o kadar parayla Türkiye'de bir şeye yatırım yapsalardı daha iyi olurdu.

Dünyada bu alanda örnek aldığınız, takdir ettiğiniz kurumlar ve kişiler var mı?

Foundation anlamında güzel işler oluyor. Yine kültür ve sanat alanında sorduğunuz için ben aile müzelerini çok değerli buluyorum. İnan Kırac Müzesi çok iyi, Sabancı Müzesi gayet iyi. Müzecilik başlangıcı yarattılar ve tetiklediler.

Sizin böyle bir projeniz var mı?

Şu anda yok.

Koleksiyonunuzu nasıl değerlendireceksiniz?

Koleksiyonumuzu müzelere veriyoruz, kendi portfolyomuzdan. Biz ikinci jenerasyonuz; ikinci jenerasyon onlara göre daha genç. Onlar üçüncü kuşak.

Kültür ve sanat dışında, spora, sağlığa, çevreye, eğitime destekleriniz oluyor mu?

Evet.

Buradaki öncelik sıralamanız nasıl olurdu?

Spor birinci, eğitim ikinci, kültür ve sanat üçüncü olur. Sonra çevre; Tema Vakfı'nın kurucu üyelerindeniz. Sağlık çok geride olan bir şey. Mesela bazen fabrikaların olduğu yerlerdeki hastanelerden destek talebi geliyor, o zaman oluyor. Ama hiçbir gıda şirketi herhalde gıda konusunda direkt bir şey yapmak istemez. Sağlık çünkü çok hassas bir konu.

Bu da kriz sorusu. Bu son krizle, yatırımlarınızda değişiklikler oldu mu?

Hiçbir şekilde azaltmadık. Çünkü sustainable olmamız önemliydi. Dolayısıyla aynı kaldı.

1994 ve 2001'de?

Ben burada değildim, bilmiyorum. Ben geldiğimde 2006 idi. Gayet başarılı işler yapılıyordu.

2010 yılı projeleriniz?

Bütçeden ayrılan pay da, alanlar da hemen hemen aynı kalıyor. Slightly different ama aynı. Çok da hızla artmıyor. Yurtdışı bağlantıları yok gündemde.

Uzun dönemli projeler?

Var. Çocuk ve sanat anlamında. Resim alanında eğitimle ilgili. Belki de onun sonrasında müzecilik. Artması lâzım aile müzeciliğinin, güzel bir trend var.

11) VEHBİ KOÇ VAKFI GENEL MÜDÜRÜ ERDAL YILDIRIM İLE GÖRÜŞME
(05.07.2010)

Ne zamandan beri kültür ve sanatı destekleme faaliyetlerini yürütüyorsunuz?

1969'da Vakıf kurulduğundan beri.

Peki yoğunlaştığı dönem ne zamana denk geliyor?

Orada iki dönem var: Birincisi, 1980'de Sadberk Hanım Müzesi'nin kuruluşunu koymalıyız. O bir sıçramadır. 1969, 1980 arasında ufak tefek faaliyetler varken, 1980'den sonra kendi müzesinin olmasıyla, vakıf boyut değiştiriyor. Ondan sonra da, diğer dönem için 2006, 2007'yi koymalıyız. Çağdaş sanatın işin içine girmesiyle bu tarih belirlenebilir. O halde 1969, 1980 ve 2007 diyebiliriz.

O zaman bu tarihte bu faaliyetlere başlamanız nedenini vakfın bu tarihte kurulmuş olmasıyla açıklıyorsunuz?

Evet, aynen.

Kültür ve sanatı neden destekleme kararı aldınız?

1969'a baktığımız zaman burada "diğer"i seçmek durumundayız. Şunu demek zorundayız; ülkenin içinde bulunduğu koşullarda eğitim, sağlık ve kültür en önemli ihtiyaçların biriktiği alanlar olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla vakfın kuruluşuyla yapılan "saptama" işi. 69'dan itibaren eğitim, sağlık, kültür ve sanat bizim hep gündemimizde olmuştur. Dolayısıyla 69'da ne küresel ilkeler sözleşmesi vardı, ne kurumsal sosyal sorumluluk projeleri. Sosyal prestiji artırmak, tabii zaten hepsinin içinde var.

Bu faaliyetlere ayrılan harcamalar bütçenizin hangi kaleminde yer almakta?

Bu bize uygulanabilecek bir soru değil. Bizde zaten doğrudan vakıf bütçesinde gözüktüyor.

Peki, bu toplam vakıf bütçesinin ne kadarını kültür ve sanata ayırıyorsunuz.

Çünkü bunun içinde eğitim ve sağlık da var dediniz biraz önce?

Şimdi o, yıldan yıla değişen bir şey.

Mesela iki yılda bir; bienal zamanı artması gibi mi?

Bienal bizim için çok önemli bir pay değil. Eğitimde çok önemli bir yatırım yaptığımız bir yıl, mesela Koç Üniversitesi'ne yeni bir kampüs yapıyoruz, o zaman yatırımın çoğu oraya kayıyor, kültür ve sanatın payı da azalıyor. Ama bu seçenekler içinde buna, yüzde 10'dan daha fazlasını ayırdığımızı söyleyebiliriz. Kültür burada hep eşit bir pay almıyor tabii, daha az aldığı da olur, çok aldığı da olur ama yüzde 10'dan daha fazla aldığı söylenebilir.

Bu payı belirlerken aşağıdakilerden hangisini ölçüt alıyorsunuz?

Burada da diğer'i işaretleyip şöyle demek lâzım. Vakıf projelerinin zamanlama ve öncelik sıralaması.

Mesela yaptığınız yatırımın dışsalılık sağlamasından memnuniyet duyarak, bir sonraki dönem devam ettiğiniz ya da artırdığınız oluyor mu?

Bu uzun periyodlarla anlaşılabilir. Bir yıldan bir yıla değil. Bunun iki nedeni var. Biriincisi, üniversite var, lise var. Ne olursa olsun biz eğitime belli bir kaynak aktaracağız. “Eğitime ayırdığımız kaynak geri dönmedi “ diyemeyiz.

Kültür ve sanat odaklı soruyorum...

Kültür ve sanatta da kendi kurumlarımıza da ciddi kaynak ayırdığımız için... Sadberk Hanım Müzesi, Antalya'daki AKMED (Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü), Ankara'daki küçük merkezimiz ve şimdi Arter,vs. Bunlar varolduğu sürece, biz onları desteklemeye devam edeceğiz. Dolayısıyla burada öncelik vakfın; mevcut projelerinin zamanlama ve öncelik planları belirleyici oluyor. Öncelikten kastım şu; önemli iki, üç proje var. Aynı zamanlarda başlatmamız mümkün değil. O zaman bir öncelik sıralamasına tabi tutuyoruz. Bazen bu öncelik sıralaması o alanın kendi içinde olabilir. Kültürün içinde mesela. Ama proje gerçekten önemli bir proje ise o zaman kültür, eğitim, sağlık arasında da geçişler olabilir.

Bu soru kültür ve sanatın hangi alanlarında olduğunuzla ilgili.

Ben hangilerinde olmadığımızı söyleyeyim, daha kolay olacak sanırım. Ben vakıf olarak cevap veriyorum, topluluk olarak vermiyorum bu cevabı. Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermiyoruz. Orkestra, koro kurmuyoruz. O kadar. Bunlar yapmadıklarımız.

Peki bu alanlara eklemek ya bu alanlardan azaltmak istedikleriniz var mı? Eklemek istedikleriniz varsa, önceliğiniz nasıl olur?

Sadberk Hanım Müzesi'ni taşıma projesi, kültür ve sanattaki bir numaralı projemiz. Olması tabii birçok dış koşula bağlı ama... Onun dışındaki herşeye olduğu gibi devam etmeyi planlıyoruz. O nedenle ilk olarak müze geliyor. Müze kurmak değil tabii, bizim halihazırda müzemiz var ama müze projesi diyebiliriz.

Bu soru da yine şirketlere özel bir soru, finansman sorusu. Sizin zaten vakıf bütçeniz sadece bu işlere ayrılmıştır.

Evet.

Devlet teşviklerinden, sponsorluk kanunundan yararlanıyor musunuz?

Yararlandığımız şeyler oldu ama bunlar çok belirleyici şeyler değil tabii.

Koç Vakfı'nın bu yatırımlarının nasıl algılandığına dair geri dönüşleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bunların tabii, markaya ve şirket itibarına olumlu etkisi vardır. Bizim yaptığımız faaliyetler Koç ismine gönderme yapıyor. Ama şirket ürünlerine etkilerini bilmiyorum.

Diğer kurumların bu yatırımlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Olumlu buluyorum çünkü hem bazı şeylerin gelişmesi için birden fazla kurumun aynı alanda faaliyet göstermesi gerekiyor. Yalnızca Koç'un, yalnızca Sabancı'nın, yalnızca Eczacıbaşı'nın yapmasıyla bir yere kadar gidiyor. Dolayısıyla oyunda ne kadar çok oyuncu olursa, herkes için o kadar iyi olur. İkincisi de rekabet her zaman için iyi bir şeydir. Biz onlardan öğreniyoruz, onlar bizden öğreniyor.

Dünyadan örnek aldığınız, takdir ve takip ettiğiniz kurumlar var mı?

Kültür ve sanatta şu vakfı örnek alıyoruz demem doğru olmaz ama alt projeler açısından; mesela müzeleri de takip ediyoruz. Birçok müzeyi izliyoruz, onlar gibi olmak isteriz.

Çağdaş sanat alanında bir şeyler yapıp, MoMa'dan etkilenmemek ya da müzecilik deyip de Metropolitan'a veya Tate'e bakmamak mümkün değil. Dolayısıyla tabii ki bakıyoruz.

Benzer şekillerde, spora, sağlığa, çevreye, eğitime de destekleriniz oluyor mu?

Evet.

Sıralama nasıl?

İlk odağımız eğitim; üniversite, lise, burs projeleri. Hatta şimdi sağlığı bile, tıp fakültesiyle eğitime bağlanmasıyla bunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Kültür ve sanatla sağlık ise eşit. Çevre ve sporda yokuz.

Kriz sorusu sıradaki: Son krizle yatırımlarınızda bir değişiklik oldu mu?

Hayır, aynı kaldı.

Peki 1994 ve 2001'de?

2001'de ben buradaydım, 2001'de bir daralma yaşadık. 1994'te burada yoktum ama yaşanmış olması lâzım.

2010 yılı hedefleri?

Bütçeden ayrılan pay ve faaliyet alanları artacak. Yurtdışı bağlantıları aynı kalacak diyebiliriz.

Uzun dönemli hedef ve stratejiler?

Çağdaş sanat alanındaki faaliyetlerimizin daha derinleşmesini hedefliyoruz ve arzuluyoruz. Bunun birkaç tane boyutu var: Birincisi kendi oluşturduğumuz koleksiyon. İkincisi Türkiye'deki çağdaş sanattaki özellikle genç sanatçılara sunulabilecek mekânlar, üretim desteği, yayın desteği. Üçüncüsü de tabii bu müze içinde çağdaş sanatı hem koleksiyona, hem de sergilere yer ayırmak. Mevcut kültür ve sanat alanlarımız da, Sadberk Hanım'ın mevcut koleksiyonu ve mevcut faaliyetleri, Antalya, Ankara'daki faaliyetler de büyüme trendleriyle, sürmeye devam edecek.

Girişimler demişken, Noel Baba Müzesi ile de ilgili bir girişiminizin olduğu biliniyordu.

Onunla ilgili biz Kültür ve Turizm Bakanıyla çok görüştük. Ama sonra üzerinde o kadar çok şey geçti ki... Bir proje hazırlığı için destek verdik. Bir rölöve-restorasyon- restitüsyon projesi için. Bu proje de yapıldı. Bunda sonra da orada yapılacak olan, restorasyon ve restitüsyon çalışmaları da o projeye göre yapılacak. Bir öyle bir bağlantımız va. Belki ileride devam edecek.Ama orayı devralmak ile ilgili bir şey şu anda söz konusu değil. İleride ne olur bilmiyorum. Süren şey şu anda proje ve projeye destek olma anlamında. Bir de Anıt Eser Kurulu diye bir kurul var, biliyorsunuz. Biz mevzuat hazırlandı ve yürürlüğe kondu. Ben Vehbi Koç Vakfı Genel Müdürü sıfatıyla bu kurulun bir üyesiyim. Orada da Vehbi Koç Vakfı bu projeye uzun zamandır destek verdiği için, benim de o kurulda yer almama karar verildi. Dolayısıyla Noel Baba Müzesi'yle ilgili gelişmeler bu kadar şimdilik.

12) YAPI KREDİ BANKASI GENEL MÜDÜRÜ FAİK AÇIKALIN İLE GÖRÜŞME
(02.04.2010)

Ne zamandan beri kültür ve sanatı destekleyen faaliyetlerde bulunuyorsunuz?

En başından beri. 1944'te kuruluşumuzdan beri. II. Dünya Savaşı henüz bitmemişken kurulmaya cesaret edilmiş bir bankadan söz ediyoruz. Kâzım Taşkent'in vizyonu çerçevesinde başından beri sürdürüyoruz.

Bu tarihte başlamanızın temel nedeni ne olabilir?

Tamamen Kâzım Taşkent'in vizyonu. Bankanın esas amacı ile sosyal misyonunun tamamlanmış olması.

Peki yoğunlaştığı dönem için ne diyebilirsiniz?

Şöyle, zaman zaman değişik faaliyetler öne çıkmış. Daha önceden belki tablo toplamak daha ön plandaymış. Daha son senelerde yayıncılık tarafı ağır bastı. Dolayısıyla kendi içinde bir döngüsü var.

Peki bunların hepsinin belli bir çatı altında toplanmasının bir etkisi olmuş olabilir mi?

Tabii, daha organize gitmeye başlamadı. Hem de aslında bir çatı altında gitmeye başlamazsanız, bunun nihayetinde çünkü markaya katkısını da ölçmeniz lâzım, görmeniz lâzım. Bunları çünkü Çocuk Esirgeme Kurumu yararına yapmıyorsunuz muhakkak. Bu nedenle bu çıktıya katkıda bulunmak üzere 1992'de ortak bir çatı altında toplanmış ve devam etmiş.

Sırada neden kültür ve sanatı destekleme kararını aldınız diye bir sorum var.

Bu biraz yaşam seviyesinin yükselmesi ile ilgili, gusto ile ilgili. Biraz buralara para ayırabilmekle ilgili, büyümekle ilgili. Sanırım Çetin Altan'ın çok güzel bir sözü var: "Para kazanmak öğretim işidir, harcamak eğitim işidir". Belki biraz eğitim seviyesinin yükselmesiyle ilgili. Esas itibarıyla herhalde buradan kaynaklanan bir şey. Bir de yavaş yavaş şirketler şeyin farkına vardı, şirketler kâr ederek, aslında vergi ödeyerek topluma borçlarını ödüyorlar tabii ama, diğer sorumlu kurumsal vatandaşlar olarak topluma bir şeyler daha vermek şirketlerin, hele hele gelişmiş ülkelerde, pazar değerlemelerini ciddi etkileyen bir unsur haline geldi. Herhalde bu nedenle daha sık göreceğiz. Başından beri gelen bir anlayış bu. Kurumun görevinin salt üretip, para kazanıp, kâr etmek olduğu dönemler artık çok geride kaldı. Topluma katkı anlamında baktığınızda, aslında bu bizim çok uzun zamandır gündemimizde ama bugün gündeminde olmayanların da gündemine gelecek ve şu anda sadece büyüklerin kaygısıymış gibi görünüyor ama bir müddet sonra her kesimden, her boyuttaki firmanın gücüne göre bu konuda bir desteği olması gerekecek.

Peki, buradaki nedenlerden hangisini yakın görüyorsunuz kendinize? Küresel İlkeler Sözleşmesi olamaz herhalde sizin için, onun iki senelik bir geçmişi var. Grupların benzer davranışları?

Olsa olsa onlar bize uyum sağlar. Grupların benzer davranışları değil. Dünya ölçeğinde kurumsal sosyal sorumluluk, o zamanlar yokmuş.

Bu sizin toplumsal katkı dediğiniz şey...

Bence, biraz sosyal prestiji artırmak ve markanın bilinirliğine katkıda bulunmak ve toplumsal katkı...üçü bir arada olabilir.

Kültür ve sanat harcamaları bütçenizin hangi kaleminde yer alıyor?

Bizde ayrı bir şirket o (Yapı Kredi Kültür ve Sanat A.Ş.- YKKS) Ayrı bir şirket olarak kurduğumuz için zaten ayrı bir bütçesi var. Bizim bütçemizden herhangi bir şey yönlendirilmiyor. Eğer yıl sonunda açık olursa, biz onları destekliyoruz.

Peki ne kadar ayırıyorlar, biliyor musunuz?

Şu anda bilemem.

Peki, o payı ele alırken aşağıdakilerden hangisi ölçüt alınmakta?

Orası ayrı bir şirket olduğu için, o şirket yıllık business planını yapıyor. O plana biz yönetim kurulunda bakıyoruz; “evet bu plan uygundur” diyoruz. Zaten o planı onayladığımız zaman, onun gelir tarafı da belli, gider tarafı da belli. Yani onların bize sunacağı iş planına bağlı diyebiliriz. Ama onların sunması gerek. Yani ben demiyorum, “Sen bu 150 tane kitabı bas” ya da başka bir şey. Onlar geliyorlar, diyorlar ki, “Biz bu yıl 200 tane kitap basacağız, şu kadar satacağız, şu kadar sergi yapacağız”. Toplam şu olacak diyorlar. Biz de bakıyoruz, tamam diyoruz.

Bundan sonraki soru, kültür ve sanatın varolduğunuz alanları ile ilgili.

İşaretleyelim; yayıncılık yapmak, kütüphane, arşiv oluşturmak, müze-sanat galerisi kurmak, müzelere sponsor olmak. Burada tabii şey de var sponsor olduğumuz kazılar da var mesela. Afrodisias’a mesela. Bienal, festival sponsorluğu yapmıyoruz. Sanat atölyesi derken Yapı Kredi Kültür ve Sanat’ın kendi kursları var. Sanat yatırım danışmanlığı veriyoruz. Arkeoloji çalışmalarını destekleriz. Yurtdışı ile ilgili şöyle bir şeyimiz var: Bu senenin sonuna doğru bizim yüzde 50 ortağımız olan, biliyorsunuz Koç Grubu yüzde 50, UniCredit yüzde 50, UniCredit’in çok geniş bir resim koleksiyonu var. Üzerine de UniCredit Milano’daki La Scala’nın destekçisi. Dolayısıyla bu sen UniCredit’in sanat koleksiyonundan bir kısmı buraya gelip sergilenecek, bizim de tablo koleksiyonumuzdan bir kısım oraya gidip sergilenecek. Milano’da ve Almanya’da. Firma adına ödül... Afife Jale Tiyatro ödülünü destekliyoruz. Bunu ama Yapı Kredi Sigorta adı altında yapıyoruz. Ayrıca koleksiyonumuz var. Orkestra, koromuz yok. Vakıflarla örneğin tabii İKSV ile çalışıyoruz ya da İstanbul Modern ile.

Bu da bu alanlardan değiştirmek istediklerinize dair bir soru...

Yok çekilmek istediğimiz olmaz. Bir zamanlar konser falan da yapıyormuşuz. Artık oralarda yokuz ama, tamamıyla kültür ve sanat tarafındayız. Oralarda yokuz. Artık tamamıyla kültür ve sanat tarafındayız. Değiştirmek istediğimiz bir şey yok. Olsa olsa yaptığımızı daha iyi yapmaya çalışırız. Niteliksel anlamda değişim yani.

Kültür ve sanat yatırımlarınızın finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

Bankanın kârından. Aslında şöyle tabii, orası ayrı bir şirket olduğu için şirket kendi yağıyla kavruluyor, yağının yetmediği yerlerde de biz yağ enjeksiyonu yapıyoruz. Sermayedarı biziz çünkü.

Sponsorluk kanunu olarak bilinen 5225 no'lu kültür yatırımlarını teşvik kanunundan yararlanıyor musunuz?

Bilmiyorum. (Telefonla soruyor.) Hayır yararlanmıyormuşuz. Bize uygulanabilir değilmiş çünkü.

Yapı Kredi Kültür A.Ş. yararlanıyor olabilir mi?

Yok, o zaten kendi bilançosu. Zaten kâr etmiyor ki. Vergi ödemiyor ki, kâr etmiyor çünkü. Bu vergiyle alakalı bir şey.

Bu yatırımlarınızın nasıl algılandığına dair araştırmalar yapıyorsunuz herhalde. Ne görüyorsunuz bunların sonucunda?

Tabii ki şirketin itibarı artıyor. Şirket ürünlerine, hizmetlerine güven artıyor. Marka sahiplenilmesinde ise, kültür ve sanat Yapı Kredi Bankası'nın ayrılmaz bir parçası, tamamlayıcısı haline geldiğini görüyoruz ki bu çok arzu edilir bir şey. Çünkü o, tamamen aynı noktaya vurmakla alakalı bir şey, tutarlılıkla alakalı bir şey. Yani bir onu yaparsanız, sonra değiştirir başka bir şey yaparsanız, belki ilk anda çok parlarsınız ama ondan sürdürülebilir değilse, unutuyor insanlar. Neticede belirli bir tutarlılıkla devam ederseniz, sürdürüyorsunuz. Tabii bunu daha iyi tanıtsak daha iyi olur. Bunun için çalışmaya başladık. Tüm gazete yazarlarını topladık. Bu ilk adımdı. Herhalde bundan sonra da senede bir devam edeceğiz bunlara.

Diğer şirketlerin bu konudaki girişimleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

Çok çok olumlu olduğunu düşünüyorum. Yani hakikaten yapanı bunu, şunu yapıyor diye eleştirmek yerine yapmayı nasıl daha yapar hale getiririz, konu ne olursa olsun, nasıl işin içine çekeriz, nasıl teşvik ederiz diye oturup düşünmemiz lâzım. Yani yapanların cesaretini kırmak yerine, yapmayanları cesaretlendirmemiz lâzım. Yani niçin filanca şahıs buraya girdi de, bunları yapıyor diye düşünmek yerine, iyi ki filanca şahıs buraya girdi de borç ödüyor, bu da bir borç ödeme çünkü, diye düşünmek lâzım. Hangi alanı seçtiklerinden, ne yaptıklarından son derece bağımsız olarak son derece olumlu karşılıyorum. Çünkü herkesin sonuçta kendine çizdiği bir yol var burada. Yeter ki bu tarafa doğru bir yatırım yapma, bu tarafa doğru bir çaba gösterme kaygısını kurumlar kendilerinde hissetsinler. Sürdürülebilir bir şekilde tabii. Yani bunu geçici bir hevesle hadi şöyle bir koleksiyon yapayım şeklinde değil tabii. Yapı Kredi Bankası' nın geçmişine bakarsanız kurucumuzun vizyonundan bunu fark edersiniz. Kâzım Taşkent kuruluşta bankaların iki tür görevi vardır demiş: "Birincisi bankaların bankacılık görevleri vardır. İkincisi, topluma borç ödeme görevleri vardır. Bizim topluma borç olarak gördüğümüz kültür ve sanattır, biz kültür sanat bankasıyız" demiş. Bu çok enteresan. Mesela Doğan Kardeş 1947'de çıkmaya başlıyor. Orada çocuklara iyi vatandaş olma öğütleri var. Ayrıca biz Beyoğlu'nda da ilkiz aslında. Çok sevinerek söylüyorum şimdi Akbank orada bir bina aldı, çok sıkı işler yapacak herhalde. Garanti aldı, İş Bankası aldı. Ziraat'ın zaten Tünel' de vardı bir yeri. Dolayısıyla oranın da sosyal gelişmişliğine bir katkınız oluyor.

Burada devlete bir iş düşüyor mu sizce?

Bu tamamen kültürel olgunlaşmayla ilgili bir şey. Kurucuların vizyonu, ortakların sofistikasyonu, yöneticilerin olaylara bakışı ile alakalı. Biraz kurumu hakikaten nereye

götürmeye çalıştığınızla ilgili. O açılardan baktığınızda devlet buna destek verse de vermese de, aslında bunu yapmak isteyen kurum bunu yapmak isterse yolunu bulup yapıyor. Dolayısıyla orada her şeyi devletten beklememek lâzım.

Siz de “Aman devlet köstek olmasın yeter” diyor musunuz? Böyle tepkiler de aldım çünkü.

Devlet tutup da nasıl köstek olacak? Yapmayın mı diyecek? Yok. Yani bilmiyorum çok da benim uzmanlık alanım değil tabii. Ama sanmıyorum. Yapan yapar, bir yolunu bulur yani. Dolayısıyla onları cesaretlendirmek gerek.

Dünyada bu alanlarda örnek aldığınız, ya da takip veya takdir ettiğiniz işadamları ya da kurumlar var mı?

Yok. Cehaletimi mazur görün ama yok. Biz örneklerden biriyiz aslında. Herkesin şeyi farklı. Borsan klasik müzikte, orkestrada var. Akbank ve Garanti biraz cazda var. İş Bankası'nın bildiğim kadarıyla bir koleksiyonu var. Herkes bir yol tutturmuş gidiyor. Biz yolumuzdan memnunuz yani.

Benzer şekillerde spora, sağlığa, eğitime, çevreye de destekleriniz oluyor mu?

Var. Ben ve yönetim kurulu başkanımız, biz Özel Sektör Gönüllüleri Vakfı'nın yönetim kurulundayız. Arkadaşlarımızı çok yoğun şekilde sosyal aktivitelere katılmaları yönünde cesaretlendirmeye çalışıyoruz. Mesela bizim bir huzurevimiz var. Dün sabah oraya gittik. Kimi arkadaşlarımız okullara gidip bir şeyler yapıyor. “Kültür Karıncaları” diye bir oluşum var. Turmapa'nın zaten destekçisiyiz. Yani bu işe olabildiği kadar arkadaşlarımızı çekmeye çalışıyoruz. Çünkü bu yukarıdan diretilecek bir şey değil. Ne kadar içselleştirirseniz bunu, o kadar doğal şekilde akmasını sağlıyorsunuz. Empoze edilecek bir iş değil bu.

Peki bunları nasıl sıraladınız?

Öncelikle kültür ve sanat, ardından eğitim ve çevre başa baş gelir.

Peki, krizden bu yatırımlarınız etkilendi mi? Son krizden söz ediyorum.

Bankalara sormuyorsunuz herhalde. Geçen sene bankalar için beklenmedik kârların yapıldığı bir seneydi. Elbette ki bazı masraflarımızı kıstık ama masraflarımızı kısarken bu tarafa dokunmadık. Aynı kaldı.

Peki 1994 ve 2001 krizlerinde?

Burada olmadığım için bilmiyorum desem. 2001'de herhalde daha kötü bir devredir. Çünkü o vakitte bu bankanın durumu biraz problemliydi. Ortağı probleme girdiği için banka da öyleydi. Ama 1994'ü bilemeyeceğim. Ama 1994'ten bu yana kaç kitap basıldı, kaç sergi açıldı bakarsanız her sene artan bir trend olduğu görülüyor. Dolayısıyla oradan anlaşılabilir. 2000'de kaç taneydi, 2001'de ne oldu görülür o zaman.

2010 yılı hedeflerinize baktığınızda, ne görüyorsunuz?

Aynı kalacak. Yurtdışı bağlantıları artacak gibi gözüküyor. Onun dışında bütçeden ayrılan pay, alanlar aynı kalır.

Peki daha uzun vadeli hedefleriniz?

Buranın bir bütçesi var ve bankanın destekleriyle yürüyor. Aslında esas sağlıklı olanı hem faaliyetlerini artırarak sürdürür hem de kendi imkanlarıyla dönebilir bir yer haline

gelmesini sağlamak. Bu, bu işin sürdürülebilirliğinin temel koşulu. Eğer bunu yapmazsanız çünkü, burada bilinçli yöneticiler olduğu sürece bu iş devam eder, sonra birisi gelir, der ki “Niye orayı destekliyorsunuz ki? Zaten orada bu kadar masraf var” ve küt diye biter. Burada yapılması gereken şey; birincisi, şirketin sağlam, kendi ayakları üzerinde durur hale gelmesini sağlamak. İkincisi, markayla şirketin örtüştüğü yerleri daha iyi tespit edip, çünkü bunu ölçmeye daha yeni başladık sayılır, dolayısıyla bunu daha somut bir şekilde ortaya koyabilmek. Bunu başardığımız müddetçe, bankanın ortakların ya da yöneticilerin bu konudaki motivasyonu artacaktır. Dolayısıyla bu bizim orta ve uzun vadede vazgeçmeyeceğimiz bir şeydir. Üzerinde yatırımımızı artırarak devam edeceğimiz bir şeydir. Daha ilerdeki banka markasına katkısı ya da finansal grup markasına katkısının bugünküne göre daha da ileriye taşınacağı bir ortam olacaktır diye düşünüyorum.

Sizin eklemek istedikleriniz var mı bu konuda?

Dediğim gibi, bu konuda gazetecilerle görüşmeler yaptık, yapacağız da. İki tür eleştiri var. Biri neden daha popüler işler yapmadığımız konusunda. Diğer ise daha popüler işlere yapılan eleştiriler. Biz rock konseri ya da caz konseri sponsoru olsaydık, belki bilinirliğimizi çok daha yukarı alabilirdik. Orada çok inanarak, şunu söyledim, herkesin çok inanarak seçtiği bir alan var kendine. O yüzden bu şahıs neden burada diye eleştirmek yerine, iyi ki bu alanda demeli. İkincisi, biri dedi ki “Neden siz bu yaptıklarınızın reklamını yapmıyorsunuz?” Çünkü bakıyorsunuz köşe yazarlarına, çok bilinen firmaları, insanları, programları öne çıkarıyorlar ama sizin bilinirliğiniz sizin takipçilerinizle sınırlı. Bu iş davul çalarak, “Ben Lidya Sergisi yapıyorum” ya da “şu anda Türkiye’nin en büyük sikke koleksiyonu bizde” diye olmaz. Bunu bilene söylemek var. Bir de bunu sokaktan geçen adama söylemeye çalışmak var. Dolayısıyla bu, çok da reklamı yapılacak bir şey değil.

13) İKSV GENEL MÜDÜRÜ GÖRGÜN TANER İLE GÖRÜŞME (05.03.2010)

Vakıf ne zaman kuruldu? Faaliyetlerin yoğunlaştığı zaman?

İKSV 1973'te kuruldu. Faaliyetlerin yoğunlaştığı dönem ise, 1980'lerden bu yana nisan, mayıs, haziran, temmuz ve eylül, ekim aylarında yoğunlaşırız. 1973'te haziran ve temmuzu kapsayan bir festival vardı. Sonra 1983'te film festivali, sonra tiyatro festivali, bienal vs.O tarihte başlamamızın nedenine ise, Cumhuriyet'in 50. Yılı olduğu için diyebiliriz. Ama bunun 6-7 sene öncesinden hazırlama aşaması da var. Fikrin oluşması aşaması vardır. Bu işin öncüsü Nejat Eczacıbaşı.

Kültür ve sanat faaliyetlerine yılda ne kadar harcıyorsunuz? İKSV'nin tüm faaliyetleri kültür ve sanatla ilgili olduğuna göre, bütçesi ne kadar?

İKSV'nin gider bütçesi yılda 25 Milyon TL. Bu 2010 bütçesi, bizim bütçemiz giderek daha arttı. Çünkü artık iktisadi bir işletmesi daha var vakfın. Aşağıdaki mağazayı, vs. yapabilmek için bir iktisadi işletme kuruldu. Vakfın bütçesi 20 Milyon TL, iktisadi işletmenininki 5 Milyon TL. Yani 25 Milyon TL, İKSV'nin toplam bütçesi diye düşünebilirsiniz.

Finansmanı nasıl sağlıyorsunuz?

Bizim gelirimiz özel sponsorluk, bilet geliri, yurtdışı kaynak ve proje bazında Kültür Bakanlığı ya da Tanıtma Fonundan kaynaklanıyor. Ama bu proje bazında. Mesela Caz Festivali böyle bir fon almıyor. Biz başvuruyoruz ama onlardan böyle bir destek gelmiyor. Biz sürekli devlet desteği alan bir vakıf değiliz. Biz proje bazında destek alıyoruz.

Tabii size uygun değil ama Teşvik Kanunu hakkında ne söyleyebilirsiniz?

Buna bir şey demeyeyim ben. Bundan zaten yararlanacak olanlar onlar. Ama şunu diyebilirim ki birincisi, çok fazla bilinmiyor. Ve ikincisi, uygulamasının ne olduğu, nasıl kullanılacağı hiç bilinmiyor.

Ben bir de sponsorlarınızla ilgili şunu öğrenmek istiyorum; kuruluşlar daha önce de İKSV'ye sponsor olmaktaydı. 2000'lerle bu sponsorlukların vadeleri mi uzadı? Neden?

Bunu biz istedik. Biz bu sponsorlukları her sene, her sene devam ettirirken, artık bir strateji olarak daha uzun soluklu beraberlikler ve daha güçlü markaları hedefledik. 2004'ten sonraya denk gelir bu. 2004 aynı zamanda İKSV'nin yurtdışı etkinliklerinin de başladığı yıldır. O nedenle zaten bütçemiz de biraz daha arttı. Yurtdışı etkinlikler de bu bütçenin içindedir. Ama bu senenin Fransa ile olan projesi (Saison de la Turquie) bütçenin içinde değil; bir seferlik olduğu için.

Avrupa Kültür Başkenti Projeleri?

Bizim Avrupa Kültür Başkenti ile ilgili bütçeyi şişiren ilave bir projemiz yok.

EK 2 GÖRÜŞME SORULARI

SORULAR

1. a) Ne zamandan beri kültür ve sanatı destekleme faaliyetlerini yürütüyorsunuz? Bu faaliyetlerin yoğunlaştığı dönem hangisidir?

b) Vakıf ne zaman kuruldu?

2. Bu tarihte başlamanızın belli bir nedeni var mı?

.....
.....

3. Kültür ve sanatı neden destekleme kararı aldınız? Kararınızda aşağıdakilerden hangileri etkili oldu?

- “Küresel İlkeler Sözleşmesi” gereği dünyadaki konjonktüre uyum sağlamak ☐
- Diğer grupların benzer davranışları ☐
- Dünya ölçeğinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) projelerinin önemini artması ☐
- Sosyal prestiji artırmak ☐
- Şirket(ler)in tanıtımını yapmak ☐
- Markanın değerini ve bilinirliğini artırmak ☐
- Diğer.....

4. a) Kültür ve sanat harcamaları gider bütçenizin hangi kalemi içinde yer alıyor?

.....

b) Ne kadarlık bir bölümünü bu faaliyetlere ayırıyorsunuz?

- % 1'den daha az ☐
- %1-%2 ☐
- %2-%5 ☐
- %5-%10 ☐
- %10'dan daha fazla ☐

5.Bu payı belirlerken aşağıdakilerden hangilerini ölçüt alıyorsunuz?

- Genel ekonomik koşullar ☐
- Diğer grupların yaklaşımları ☐
- Bir önceki yıl ayrılan pay ☐
- Toplam tanıtım bütçesi ☐
- Belli bir oranda yapılması karşılığında devletten sağlanacak yatırım teşvikleri,
vergi indirim ve/veya muafiyetleri ☐
- Bir önceki yılda bu alanda yapılan yatırımların geri dönüşleri ☐
- Diğer.....

6. Kültür ve sanatın hangi alan(lar)ında yer almaktasınız?

- Yayıncılık yapmak ☐
- Kütüphane/arşiv oluşturmak ☐
- Müze/sanat galerisi kurmak ☐
- Müzelere sponsor olmak ☐
- Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak ☐
- Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak ☐
- Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek ☐

- Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek ☐
- Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak ☐
- Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak ☐
- Koleksiyon oluşturmak ☐
- Orkestra/ koro kurmak ☐
- Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu☐) işbirliği yapmak ☐
- Diğer.....

7. Sponsorluk ya da yatırım kararınızlarınızda kültür ve sanat alanları arasında herhangi bir önceliğiniz var mı? Varsa, sıralamanız nasıl olurdu? (En çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru 1'den başlayarak rakam verilebilir)

- Yayıncılık yapmak ☐
- Kütüphane/arşiv oluşturmak ☐
- Müze/sanat galerisi kurmak ☐
- Müzelere sponsor olmak ☐
- Bienal, festival, konser, tiyatro, şenlik, gösteri, etkinlik vs. sponsoru olmak ☐
- Kurumunuzun adıyla kültür ve sanat merkezi/ sanat atölyesi kurmak ☐
- Sanat yatırım danışmanlığı hizmeti vermek ☐
- Arkeoloji, restorasyon çalışmalarını desteklemek ☐
- Yurtdışındaki kültür ve sanat faaliyetlerine/kurumlarına sponsor olmak ☐
- Söz konusu alanlarda firma adına ödül dağıtmak/sanatçılara burs olanağı sağlamak ☐
- Koleksiyon oluşturmak ☐
- Orkestra/ koro kurmak ☐
- Bu alanlarda hizmet yapan vakıflar kurmak/ vakıflarla (özel ☐ /kamu☐) işbirliği yapmak ☐
- Diğer.....

8.Kültür ve sanat yatırımlarınızın finansmanını nasıl sağlıyorsunuz?

- Vakıflarınızdan ☐
- Ortaklarınızdan ☐
- AB Hibe Programları'ndan ☐
- Yurtdışındaki iştiraklerinizden ☐
- Şirket/Grup yöneticilerinin şahsi paylarından ☐
- Başka şirketlerden/sponsorlardan alınan katkılardan ☐
- Diğer.....

9. 2004'te çıkan, Sponsorluk Kanunu olarak da bilinen 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu'ndan ya da bu alanlardaki yatırım teşviklerinden, vergi muafiyetlerinden/indirimlerinden yararlanıyor musunuz?

Evet ise, türleri nelerdir? Aldığınız teşvik, muafiyet ya da indirimlere örnek verir misiniz?

.....

.....

Hayır ise sizce nedenleri ne olabilir?

- Bürokratik engeller/kaynaklara erişimde zorluklar ☐
- Bu konudaki bilgilendirmenin tatmin edici olmaması ☐
- Diğer.....

10. Bu yatırımlarınızın/sponsorluklarınızın nasıl algılandığına dair geri dönüşleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Markaya daha çok sahiplenildi. ☐

- Şirketin itibarı arttı. ☐
- Şirket ürünlerine/hizmetlerine güven arttı. ☐
- Herhangi bir değişiklik olmadı. ☐
- Diğer.....

11. Türkiye’deki diğer şirketlerin bu tür girişimleri hakkında nasıl düşünüyorsunuz?

-Olumlu. Çünkü,
.....
.....

-Olumsuz.Çünkü,
.....
.....

12. Dünya’da bu alanlarda örnek aldığınız şirket veya işadamları var mı? Hangileri?

.....
.....
.....

13. a) Benzer şekillerde spora, sağlığa ya da eğitime destekleriniz de oluyor mu?

Evet ☐ Hayır ☐

b) Evet ise, öncelik sıralamanız nasıl?

- Kültür-sanat ☐
- Eğitim ☐
- Spor ☐
- Sağlık ☐
- Çevre ☐

14. 2008’de başlayıp 2009’da derinleşen uluslararası ekonomik krizle beraber, bu yatırımlarınızda/sponsorluklarınızda herhangi bir değişiklik oldu mu?

- Azaldı ☐
- Arttı ☐
- Aynı kaldı ☐

15. 1994 ve 2001 krizleri için de benzer şeyler söyleyebilir misiniz?

.....

.....

16. Kültür ve sanata yatırım konusunda 2010 yılı hedefleriniz nelerdir?

	<u>Azalacak</u>	<u>Artacak</u>	<u>Aynı Kalacak</u>
-Bütçeden ayrılan pay	☐	☐	☐
-Faaliyet alanları	☐	☐	☐
-Yurtdışı bağlantıları	☐	☐	☐

17. Uzun dönemli hedefleriniz/stratejiniz nelerdir?

.....

.....

KAYNAKÇA

Ahmad, Feroz. **İttihatçilikten Kemalizme**, Fatmagül Berkday (çev.), 3. Baskı, İstanbul: Kaynak Yayınları, 1996.

Ahmad, Feroz. **Bir Kimlik Peşinde**, Sedat Cem Karadeli (çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006.

Ahmad, Feroz. **Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980**, Ahmet Fethi (çev.), 3. Baskı, İstanbul: Hil Yayın, 2007.

Aker, Ahmet. **12 Mart Döneminde Dışa Bağımlı Tekelleşme**, İstanbul: Sander Yayınları, 1985.

Aksoy, Yahya. "Yasalar ve Kültür Hizmetlerinin Organizasyonu", **1. Milli Kültür Şurası Kurum Görüşü ve Kurum Temsilcisi Bildirileri**, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 23-27 Ekim 1982.

Aktan, Coşkun Can ve Deniz Börü. "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", Coşkun Can Aktan (Ed.), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk** içinde (11-36), İstanbul: İGiAD Yayınları, 2007.

And, Metin. **Başlangıcından 1983'e Türk Tiyatro Tarihi**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004.

Avcıoğlu, Doğan. **Türkiye'nin Düzeni: Dün, Bugün, Yarın**, Cilt: I, 6. Baskı, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1973.

Aydın, Davut, Necdet Sağlam, Mehmet Başar, Muhsin Öztürk. **Kâr Amacı Gütmeyen Sektör Olarak Vakıflar**, Eskişehir: Eskişehir Ekonomik ve Sosyal Araştırma Merkezi Yayınları, 1999.

Aydın, Davut. "Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi bir Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi", Rana Zincir ve Filiz Bikmen (Ed.), **Türkiye'de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet** içinde (33-58), İstanbul: TÜSEV Yayınları, 2006.

Aysan, Mustafa ve Selahattin Özmen. **KİT - Türkiye'de ve Dünyada Kamu İktisadi Teşebbüsleri**, İstanbul: Kardeşler Yayınevi, 1981.

Bakan, Joel. **Şirket – Kâr ve Güç Peşindeki Patolojik Kurum**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2007.

Bali, N. Rıfat. **Tarz- ı Hayat'tan Life Style'a - Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar**, 6. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004.

Baran A. Paul ve Paul Sweezy. **Tekelci Kapitalizm**, Filiz Onaran (çev.), Ankara: Doğan Yayınevi, 1970.

Baudrillard, Jean. **Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri**, Oğuz Adanır ve Ali Bilgin (çev.), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2009.

Benjamin, Walter. "Üretici Olarak Yazar", Haluk Barışcanco (çev.), Ali Artun (Ed.), **Sanat ve Siyaset – Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika** içinde (69-90), İstanbul: İletişim Yayınları, 2008.

Berger, John. **Ways of Seeing**, London: Penguin Books, 1977.

Berker, Feyyaz ve Güngör Uras, **Fikir Üreten Fabrika, TÜSİAD'ın İlk On Yılı: 1970-1980**, İstanbul: Doğan Kitap, 2009.

Berking, Helmuth. **Sociology of Giving**, Patrick Camiller (çev.), London: Sage Publications, 1999.

Bianci, Robert. **Interest Groups and Political Development in Turkey**, New Jersey: Princeton University Press, 1984.

Boratav, Korkut. **Türkiye'de Devletçilik**, 2. Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1982.

Boratav, Korkut. **Türkiye İktisat Tarihi 1908 - 2002**, 8. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 2004.

Boratav, Korkut. "İktisat Tarihi (1981-1994)", Sina Akşin (Yay. Yön.), **Türkiye Tarihi 5- Çağdaş Türkiye 1980-1995** içinde (159-210), İstanbul: Cem Yayınevi, 2008.

Bourdieu, Pierre. **Distinction – A Social Critique of The Judgement of Taste**, Richard Nice (çev.), London: Routledge, 1996.

Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital", Nicole Woolsey Biggart (Ed.), **Readings in Economic Sociology** içinde (280-291), Great Britain: Blackwell Publishers, 2002.

Bourdieu, Pierre ve Loïc Wacquant, **Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2003,

Bourdieu, Pierre. **Sanatın Kuralları**, Necmettin Kâmil Sevil (çev.), 2. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2006.

Bourdieu, Pierre. **Pratik Nedenler – Eylem Kuramı Üzerine**, Hülya Uğur Tanrıöver (çev.), 2. Baskı, İstanbul: Hil Yayınları, 2006.

Bourdieu, Pierre. Sanat Aşkı, Ufuk Kılıç (çev.), Ali Artun (Ed.), **Müze ve Eleştirel Düşünce - Tarih Sahneleri – Sanat Müzeleri II** içinde (225-234), İstanbul: İletişim Yayınları, 2006.

Buğra, Ayşe. **Devlet ve İşadamları**, Fikret Adaman (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.

Buldam, Ahmet. (Ed.), **Türkiye'de Sosyal Bütçe - Nasıl Yapılır? Nasıl İzlenir?**, İstanbul: TESEV Yayınları, 2008.

Burt, S. Ronald. "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital", Nan Lin, Karen Cook ve Ronald S. Burt (Ed.), **Social Capital Theory and Research** içinde (31-56), NJ: Transaction Publisher, 2001.

Calhoun, Craig. "Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları", Güney Çeğin ve diğerleri (der.), **Ocak ve Zanaat – Pierre Bourdieu Derlemesi** içinde (77-129), İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.

Carless, Richard ve Patricia Brewster. **Patronage and The Arts**, Londra: The Conservative Political Center Publication, 1959.

Carnegie, Andrew. **The Gospel of Wealth**, Boston: Harvard University Press, 1962.

Cem, İsmail. **Türkiye’de Geri Kalmışlığın Tarihi**”, 5. Baskı, İstanbul: Cem Yayınevi, 1975.

Coleman, S. James. **Foundations of Social Theory**, Cambridge MA: Belknap Press, 1994.

Çarkoğlu, Ali. “Türkiye’de Bireysel Bağışlar ve Vakıf Uygulamalarında Eğilimler”, Rana Zincir ve Filiz Bikmen (Ed.), **Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet** içinde (82-160), İstanbul: TÜSEV Yayınları, 2006.

Çeçen, Anıl. “Kültürde Neredeyiz?”, ”, **1. Milli Kültür Şurası Kurum Görüşü ve Kurum Temsilcisi Bildirileri**, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 23-27 Ekim 1982

Çelik, Adnan. “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, Coşkun Can Aktan (Ed.), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk** içinde (61-84), İstanbul: İGİAD Yayınları, 2007.

Çıkar, Mustafa. **Hasan Ali Yücel ve Türk Kültür Reformu**, 2. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1998.

Çizakça, Murat. “Osmanlı Dönemi Vakıflarının Tarihsel ve Ekonomik Boyutları”, Rana Zincir ve Filiz Bikmen (Ed.), **Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet** içinde (19-32), İstanbul: TÜSEV Yayınları, 2006.

Dalyan, Figen. “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, Coşkun Can Aktan (Ed.), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk** içinde (45-60), İstanbul: İGİAD Yayınları, 2007.

Dağlı, Nuran ve Belma Aktürk. **Hükümetler ve Programları- III. Cilt 1980 - 1987**, Ankara: TBMM Basımevi, 1988.

Davis, Keith. “The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities”, Archie B. Carroll (Ed.), **Managing Corporate Social Responsibility**, (35-45), Toronto: Little, Brown and Company, 1977.

Duben, İpek. ve Esra Yıldız (Ed.). **Seksenlerde Türkiye’de Çağdaş Sanat: Yeni Açılımlar**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008.

Gürbilek, Nurdan. **Vitrinde Yaşamak - 1980’lerin Kültürel İklimi**, İstanbul: Metis Yayınları, 1992.

Gürün, Dikmen. **Fotoğraflarla Beyoğlu’nun 150 Yıllık Öyküsü (1857-2007)**, İstanbul: İKSV, 2008.

Sarper Eczacıbaşı, Filiz. “Açılış Konuşması” **II. Kültür Kongresi: Barış Kültürü**, 2. Baskı, İstanbul:İKSV Yayınları, 16-18 Ekim 2000.

Erbay, Fethiye ve Mutlu Erbay. **Cumhuriyet Dönemi (1923-1938) Atatürk’ün Sanat Politikası**, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2005.

Erdilek, Neşe. “Hükümetler ve Programları”, **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt:4, İstanbul: İletişim Yayınları, 1983.

Erdem, Nilgün. "Finansal Krizler: Türkiye, Meksika ve Güney Kore Deneyimleri", Fuat Ercan ve Yüksel Akkaya (Haz.), **Kapitalizm ve Türkiye I – Kapitalizm, Tarih ve Ekonomi** içinde (269-293), Ankara: Dipnot Yayınları, 2005.

Esmer, Yılmaz. **Devrim, Evrim, Statüko: Türkiye'de Sosyal, Siyasal, Ekonomik Değerler**, İstanbul: TESEV Yayınları, 1999.

Fine, Ben. **Social Capital Versus Social Theory - Political Economy and Social Science at The Turn of The Millenium**, London: Routledge, 2001.

Fischer, Ernst. **Sanatın Gerekliliği**, Cevat Çapan (çev.), 10. Baskı, İstanbul: Payel Yayınları, 2005.

Frederick, C. William, James E. Post ve Keith Davis. **Business and Society-Corporate Strategy, Public Policy, Ethics**, 7. Baskı, New York: Mc Graw-Hill, Inc., 1991.

Fukuyama, Francis. **Güven – Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması**, Ahmet Buğdaycı (çev.), 3. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2005.

Glasgow, Mary. "The Concept of The Arts Council", Milo Keynes (Ed.), **Essays on John Maynard Keynes** içinde (260-271), Great Britain: Cambridge University Press, 1976.

Godbout, Jacques. **Armağan Dünyası**, Dilek Hattatoğlu (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2003.

Googins, K. Bradley, Mirvis, H. Philip ve Rochlin, A. Steven. **Beyond Good Company - Next Generation Corporate Citizenship**, New York: Palgrave Macmillan, 2007.

Grenfell, Michael ve Cheryl Hardy, **Art Rules: Pierre Bourdieu and the Visual Arts**, Oxford: Berg Publishers, 2007.

Göçenoğlu, Ceyhan ve Işıl Onan. "Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk", **Değerlendirme Raporu**, Ankara, 2008.

Gölbaşı, Şükran. **24 Ocak Kararları ve İzleyen Süreçte TÜSİAD'ın Toplumu İnşa Girişimleri**, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2008.

Gramsci, Antonio. **Aydınlar ve Toplum**, Vedat Günyol, Ferit Edgü, Bülent Onaran (çev.), İstanbul: Çan Yayınları, 1967.

Granet, Danièle ve Catherine Lamour. **Grands et Petits Secrets du Monde de l'Art**, France: Librairie Arthème Fayard, 2010.

Grassinger, Gülçin Elçin. **Sponsorluk Sözleşmesi**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003.

Gülfidan, Şebnem. **Big Business and The State in Turkey: The Case of TÜSİAD**, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 1993.

Haddad, Michèle. **Halil Şerif Paşa – Bir İnsan, Bir Koleksiyon**, Elif Gökteke (çev.), İstanbul: P Kitaplığı, 2001.

- Halpern, David. **Social Capital**, Cambridge: Polity Press, 2005.
- Hanifan, L.J. **The Community Center**, Boston: Silver, Burdett & Company, 1920.
- Hanru, Hou. **10. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu**, İstanbul: İKSV, 2007
- Hatemi, Hüseyin. **Önceki ve Bugünkü Türk Hukuku'nda Vakıf Kurma Muamelesi**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1969.
- Henriques, Adrian. "CSR, Sustainability and Triple Bottom Line", Adrian Henriques ve Julie Richardson (Ed.), **The Triple Bottom Line: Does it All Add Up?- Assessing The Sustainability of Business and CSR** (26-33), Londra: Earthscan Publications, 2004.
- Héritier, Annie. "De Mécène à Mécénat", Jean-Pierre Allinne et Renaud Carrier (Ed.), **La Culture Au Risque du Marché – Le Mécénat Face à Ses Acteurs** içinde (85-105), Paris: L'Harmattan, 2010.
- Heper, Metin. **Türkiye'de Devlet Geleneği**, Nalan Soyarak (çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006.
- Hewison, Robert. ve John Holden. **Experience and Experiment – The UK Branch of The Calouste Gulbenkian Foundation**, Londra: Calouste Gulbenkian Foundation, 2006.
- Huntington, Samuel. "The Change to Change: Modernization, and Politics (1971) and Political Order in Changing Societies (1968)", Timmons Roberts ve Amy Hite (Ed.), **From Modernization to Globalization** içinde (144-156), Oxford: Blackwell Publishers, 2000.
- Hürmeriç, Pelin. "Sosyal Pazarlama Yöntemi Olarak Karşılıklı Yarar Odaklı Sponsorluk (Neden İlişkili Pazarlama) Uygulamalarının Tutumlar Üzerine Etkisi", **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi, SBE, 2009.
- İlkin, Selim. "Exporters: Favoured Dependency", Metin Heper (Ed.), **Strong State and Economic Interest Groups- The Post-1980 Turkish Experience** içinde (89-98), Berlin: Walter de Gruyter & Co, 1991.
- İmamoğlu, Selma Hülya. **Sponsorluk Sözleşmesi**, Ankara: Yetkin Yayınları, 2003.
- İnalcık, Halil. **Şair ve Patron: Patrimonyal Devlet ve Sanat Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme**, 2. Baskı, Ankara: Doğu Batı, 2005.
- İnan, Afet. **Devletçilik İlkesi ve Türkiye Cumhuriyetinin Birinci Sanayi Planı 1933**, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1972.
- İnan, Afet. **İzmir İktisat Kongresi (17 Şubat - 4 Mart 1923)**, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1982.
- İnce, Ayça ve Serhan Ada. "Talât Sait Halman Söyleşisi", Serhan Ada (ed.) **Kültür Politikaları ve Yönetimi Yıllık 2009** içinde (29-37), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009.
- Jefkins, Frank. **Advertising**, 2. Baskı, London: Pitman Publishing, 1991.

Kalaycıoğlu, Ersin. "Commercial Groups: Love-Hate Relationship with the State", Metin Heper (Ed.), **Strong State and Economic Interest Groups- The Post-1980 Turkish Experience** içinde (79-87), Berlin: Walter de Gruyter & Co, 1991.

Kantarcıoğlu Selçuk. **Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programlarında Kültür**, 3. Baskı, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, 1998.

Karaömerlioğlu, M. Asım. "Köy Enstitüleri", **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Kemalizm – Cilt II** içinde (286-293), İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

Karl, D. Barry. "Andrew Carnegie and His Gospel of Philanthropy - A Study in The Ethics of Responsibility", Dwight F. Burlingame (Ed.), **The Responsibilities of Wealth** içinde (32-50), Indiana: Indiana University Press, 1992.

Karpat, H. Kemal. **Türk Demokrasi Tarihi – Sosyal, Ekonomik, Kültürel Temeller**, İstanbul: Afa Yayıncılık, 1996.

Katoğlu, Murat. "Cumhuriyet Türkiye’sinde Eğitim, Kültür, Sanat", Sina Akşin (Yay. Yön.), **Türkiye Tarihi 4 - Çağdaş Türkiye 1908-1980** içinde (417-519), İstanbul: Cem Yayınevi, 2008.

Katoğlu, Murat. "Türkiye’deki Kültür Politikalarının Ekonomi Politikası", **Türkiye’de Kültür Politikalarına Giriş**, Serhan Ada ve Ayça İnce (drl.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009.

Kaya, Ali. "Pierre Bourdieu’nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı", Güney Çeğin ve diğerleri (drl.), **Ocak ve Zanaat – Pierre Bourdieu Derlemesi** içinde (397-419), İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.

Kazak, Erol. **Bir Sosyal Siyaset Müessesesi Olarak Vakıf**, Adapazarı: Sakarya Üniversitesi Yayınları, 1994.

Kazgan, Gülten. **Tanzimattan XXI. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi**, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1999.

Kazgan, Gülten. **Tanzimattan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları (Genişletilmiş baskı), 2002.

Kazgan, Gülten. **Bir İktisatçının Tanıklıkları**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009.

Keyder, Çağlar. "İktisadi Gelişmenin Evreleri", **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt:4, İstanbul: İletişim Yayınları, 1983.

Keyder, Çağlar. **Türkiye’de Devlet ve Sınıflar**, 14. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009.

Koç, Vehbi. **Hatıralarım, Görüşlerim, Öğütlerim**, İstanbul: Vehbi Koç Vakfı Yayınları, 1987.

Koçak, Cemil. "Siyasal Tarih (1923-1950)", Sina Akşin (Yay. Yön.), **Türkiye Tarihi 4, Çağdaş Türkiye 1908-1980** içinde (127-193), İstanbul: Cem Yayınevi, 2008.

Koçak, Orhan. "1920’lerden 1970’lere Kültür Politikaları", **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Kemalizm - Cilt II** içinde (370-424), İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

Konca, Metin. **Sivil Toplum Kuruluşları için Muhasebe, Finansman ve Vergi Uygulamalarına Giriş**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006.

Koten, A. John. "The Strategic Uses of Corporate Philanthropy", Clark L. Caywood (Ed.), **The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications** içinde (149-172), New York: Mc Graw – Hill, 1997.

Köker, Levent. **Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi**, 11. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009.

Köksal, Aykut. **Anlamların Sınırı**, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 2009.

Köse, Salih. **24 Ocak 1980 ve 5 Nisan 1994 İstikrar Programları Çerçevesinde Yapılan Hukuki ve Kurumsal Düzenlemelerin Mukayeseli Analizi**, Ankara: DPT Yayınları, 2000.

Kuruç, Bilsay. **Mustafa Kemal Döneminde Ekonomi**, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1987.

Leader, Darian. **Mona Lisa Kaçırıldı – Sanatın Bizden Gizledikleri**, Handan Akdemir (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004.

Lin, Nan. "Building a Network Theory of Social Capital", Nan Lin, Karen Cook ve Ronald S. Burt (Ed.), **Social Capital Theory and Research** içinde (3-29), NJ: Transaction Publisher, 2001,

Lin, Nan. **Social Capital: A Theory of Social Structure & Action**, New York: Cambridge University Press, 2001.

Lundberg, Ferdinand. **The Rich and Super Rich**, New York: Bantam Book Edition, 1968.

Machiavelli, Niccolo. **Prens**, Harun Mutluay (çev.), İstanbul: Bordo Siyah Klasik Yayınlar, 2005.

Martorella, Roseanne. "Art Business: An International Approach on Sponsorship", Roseanne Martorella (Ed.), **Art and Business – An International Perspective on Sponsorship** içinde (3-14), USA: Praeger Publishers, 1996.

Marx, Karl. **Kapital I**, Mehmet Selik (çev.), Ankara: Sol Yayınları, 1966.

Mauss, Marcel. **Hibe: Arkaik Cemiyetlerde Mübadelenin Şekilleri ve Sebepleri**, Sabri Etem (çev.), İstanbul: Ahmet Siat Matbaası, 1934.

Moulin, Raymonde. **L'Artiste, L'Institution et Le Marché**, 2^{ème} Edition, Paris: Editions Flammarion, 1997.

Moulin, Raymonde. **Le Marché de l'Art – Mondialisation et Nouvelles Technologies**, 2^{ème} Edition, Paris: Editions Flammarion, 2009.

OECD, "Principles of Corporate Governance", France, 2004.

Okay, Ayla ve Aydemir Okay. **Halkla İlişkiler - Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, İstanbul: Der Yayınları, 2001.

Öndin Nilüfer. "Cumhuriyet Dönemi (1923-1950) Kültür Politikalarının Türk Resim Sanatı Üzerindeki Yansımaları", **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Mimar Sinan Üniversitesi, SBE, 2002).

Özlem, Doğan. **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**, 1. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1986.

Pearce, John. **Social Enterprise in Anytown**, 2. Baskı, London: Gulbenkian Foundation, 2005.

Phillips, Caroline. "Le Mécénat et Le Chef d'Entreprise", Jean-Pierre Allinne et Renaud Carrier (Ed.), **La Culture au Risque du Marché - Le Mécénat Face à Ses Acteurs** içinde (193-195), Paris: L'Harmattan, 2010.

Porter, E. Michael ve Mark R. Kramer. "Kurumsal Sorumluluğun Sağladığı Rekabet Avantajı", Murat Çetinbakış (çev.), **Şirketlerin Toplumsal Sorumluluğu (Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler)** içinde (35-70), İstanbul: MESS Yayınları, 2005.

Coopers, Pricewaterhouse. **The Outlook for The Global Sport Market to 2013**, United Kingdom, 2010.

Pringle, Hamish ve Marjorie Thompson. **Marka Ruhu – Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ile Marka Yaratmak**, Zeynep Yelçe ve Canan Feyyat (çev.), İstanbul: Scala Yayıncılık, 2000.

Putnam, D. Robert. **Making Democracy Work - Civic Traditions in Modern Italy**, Princeton: Princeton University Press, 1993.

Putham, D. Robert. **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**, New York: Simon & Schuster Paperbacks, 2000.

Püsküllüoğlu, Ali. **Türkçe Sözlük**, 5. Baskı, İstanbul: Doğan Kitap, 2004.

Riley, Jonathan. "Philanthropy under Capitalism", Dwight F. Burlingame (Ed.), **The Responsibilities of Wealth** içinde (66-93), Indiana: Indiana University Press, 1992.

Rockefeller, C. Rodman. "Kamusal Sorunları Özel Girişime Havale Etmek", **Değişen Dünyada Liderlik - Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler** içinde (167-185), Ahmet Karam (çev.), İstanbul: MESS Yayınları, 2004,

Savran, Sungur. **Türkiye'de Sınıf Mücadeleleri 1919 - 1980**, İstanbul: Kardelen Yayınları, 1992.

Seçkin, Aylin. "Türkiye'deki Kültür Politikalarının Ekonomi Politikası", **Türkiye'de Kültür Politikalarına Giriş**, Serhan Ada ve Ayça İnce (drl.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009.

Sena, Cemil. **Estetik: Sanat ve Güzelliğin Felsefesi**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1972.

Shone, Richard Shone ve Duncan Grant. "The Picture Collector", Milo Keynes (Ed.), **Essays on John Maynard Keynes** içinde (2280-2288), Great Britain: Cambridge University Press, 1976.

Singer, Amy. **Osmanlı'da Hayırseverlik: Kudüs'te Bir Haseki Sultan İmareti**, Dilek Şendil (çev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2002.

Smith, Adam. **Ulusların Zenginliği, Cilt:II**, Haldun Derin (çev.), İstanbul: Milli Eğitim Basımevi, 1948.

Soral, Erdoğan. **Özel Kesimde Türk Müteşebbisleri**, Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 1974.

Sönmez, Mustafa. **Türkiye Ekonomisinde Bunalım - 12 Eylül ve Sonrasının Ekonomi Politikası- 2. Kitap**, 2.Baskı, İstanbul:Belge Yayınları, 1986.

SPK, "Kurumsal Yönetim İlkeleri", 2.baskı, İstanbul, 2005.

Stallabrass, Julian. **Sanat A.Ş. – Çağdaş Sanat ve Bienaller**, İstanbul:İletişim Yayınları, 2009.

Şeni, Nora. **Oryantalizm ve Hayırseverliğin İttifakı**, Elif Ertan (çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2009.

Tanilli, Server. **Uygarlık Tarihi-Çağdaş Dünyaya Giriş**, 4. Baskı, İstanbul: Say Yayınları, 1981.

T.C. Ekonomi Bakanlığı, **Sınai Tesisat ve İşletme ve Vekalet Teşkilatına İlaveler Hakkında Raporlar**, Ankara,1935.

Tekeli, İlhan, Selim İlkin, Ataman Aksoy, Yakup Kepenek. **Türkiye'de Sanayi Kesiminde Yoğunlaşma**, Ankara: Maya Matbaası, 1981.

Tekeli, İlhan ve Selim İlkin. **Uygulamaya Geçerken Türkiye'de Devletçiliğin Oluşumu**, Ankara: ODTÜ İdari İlimler Fakültesi Yayınları, 1982.

Tezel, Yahya. **Cumhuriyet Döneminin İktisat Tarihi**, 5. Baskı, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2002.

Tolstoy, Lev Nikolayeviç. **Sanat Nedir?**, Kâbil Demirkıran (çev.), İstanbul: Şûle Yayınları, 2000.

Türkiye Üçüncü Sektör II. Ulusal Konferansı, **Türkiye Üçüncü Sektör Ulusal Deklarasyonu**, Ankara, 24 Haziran 1999.

TÜSİAD, **1986 Yılına Girerken Türk Ekonomisi**, İstanbul, 1986.

TÜSİAD, **Türkiye'de Özelleştirme Uygulamaları**, İstanbul: TÜSİAD Yayınları, 1992.

Ulagay, Osman. **Özal Ekonomisinde Paramız Pul Olurken Kim Kazandı Kim Kaybetti**, 2. Baskı, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1987.

Ulusoy, M. Demet. **Sanatın Sosyal Sınırları**, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005.

UNCTAD, **The Social Responsibility of Transnational Corporations**, New York and Geneva: United Nations, 1999.

United Nations Global Compact Network, **İmzadan Sonra – Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne Katılım Rehberi**, Ayşegül Hatay (çev.), New York: UN, 2007.

Ülgener, Sabri. **İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası**, 2. Baskı, İstanbul:Der Yayınevi, 1981.

Vakıf Varlıklarının Sanatsal Yönü Sempozyumu, 09.05.2005, VGM, Ankara.

Veblen, Thorstein. **The Theory of The Leisure Class**, London: Unwin Books, 1970.

Wolff, Janet. **Sanatın Toplumsal Üretimi**, Ayşegül Demir (çev.), İstanbul: Özne Yayınları, 2000.

Wood, J. Donna. **Business and Society**, Pittsburg: Harper Collins Publishers, 1990.

Wu, Chin-tao. **Kültürün Özelleştirilmesi – 1980'ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi**, Ersin Soğancılar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2005.

Yardımcı, Sibel. **Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2005.

Yeldan, Erinç. **Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi - Bölüşüm, Birikim ve Büyüme**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

Zyman, Sergio. **The End of Advertising As We Know**, New Jersey: John Wiley & Sons, 2002.

Sürelî Yayınlar

Akyüz, Yılmaz ve Korkut Boratav, "The Making of the Turkish Financial Crisis", **UNCTAD Discussion Paper**, No. 158, April 2002.

Alexander, D. Victoria. "State Support of Artists: The Case of The United Kingdom in New Labour Environment and Beyond", **Journal of Arts and Management, Law, and Society**, Vol.29, No.1, Güz 2007.

Ali, Filiz. "Atatürk'ten İnönü'den Yaşadığımız Günlere", **Milliyet Sanat Dergisi**, No. 210, Şubat 1989.

And, Metin. **Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar**, Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları, 1981.

AR Dergisi, "Güzel Sanatlar Akademisinde Sergiler", Sayı:8-9, Temmuz 1937.

AR Dergisi, "Cumhuriyet Halk Partisinin Sanat Sahasında Aldığı Mühim Kararlar" Sayı:20-21, Ağustos- Eylül 1938.

AR Dergisi, "CHP'nin Yetişkin Muharrirler Arasında Büyük Memleket Hikayeleri Musabakası", Sayı:20-21, Ağustos – Eylül 1938.

AR Dergisi, "Bir Resim Galerisi", Sayı:1, 1945.

Artun, Ali. "Çağdaş Sanat Tarihleri ve Türkiye'de Sanatın Çağdaşlaşması", **Toplum ve Bilim**, Sayı:79, Kış 1998.

Ayub, Mahmood. "Bir Ülke Zincire Benzer, En Zayıf Noktasında Olduğu Kadar Güçlüdür", **İşveren Dergisi**, Kasım 2006.

Berki, Şakir. "Vakfın Mahiyeti", **Vakıflar Dergisi**, Sayı:8, 1970.

Bourdieu, Pierre, Notes Provisoires, **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, Vol. 31, Janvier 1980.

Bütün Aylık Fikir Gazetesi, "Bir Türk Opera Heyeti", Sayı:3, Mayıs 1934.

Carroll, B. Archie. "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders", **Business Horizons**, Vol.34, No.4, July-August 1991.

Carroll, B. Archie. "The Four Faces of Corporate Citizenship", **Business and Society Review**, Vol.100/101, 1998.

Castle, N. Emery. "Social Capital: An Interdisciplinary Concept", **Rural Sociology**, Vol.67, No.3, 2002.

Coleman, S. James. "Social Capital in the Creation of Human Capital", **The American Journal of Sociology**, Vol. 94 (Supplement), 1988.

Cooke, Philip ve David Wills, "Small Firms, Social Capital and the Enhancement of Business Performance Through Innovation Programmes", **Small Business Economics**, Vol.13, 1999.

Cirik, Elçin. "Yenileri Geliyor", **Capital Dergisi**, Sayı: 2010/1, Ocak 2010.

Crimp, Douglas. "Editorial", **October**, Vol. 30, Güz 1984.

Çalidis, Nena. "Hangi Sanatçı Hangi Bankanın Koleksiyonunda?", **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı: 609, Aralık 2009.

Duman, Yüksel. "Sponsorluk ve Sponsorluk Harcamalarının Beyannamede İndirimi", **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı:246, Mart 2009.

Epstein, M. Edwin. "The Field of Business Ethics in the United States: Past, Present and Future", **Journal of General Management**, Vol.28, No.2, Winter 2002.

Friedman, Milton. "The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits", **The New York Times Magazine**, 13.09.1970.

Glaeser, L. Edward ve Andrei Shleifer, "Not-for-Profit Entrepreneurs", **Journal of Public Economics**, Vol.81, 2001.

Glueck, Grace. "What Big Business Sees in Fine Art?", **New York Times**, 26 Mayıs 1985.

Güler, Hülya. "Bu Özel Koleksiyonlarla 20 Özel Müze Açılabilir", **Ekonomist**, Sayı: 2008/39, Eylül – Ekim 2008.

Haacke, Hans. "In The Vice", **Art Journal**, Vol. 50, No.3, Fall, 1991.

Hafızoğulları, Zeki. "İzmir İktisat Kongresi Görüşler ve Değerlendirmeler", **Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi**, Vol: 46, Cilt: 16, Mart 2000.

Jeannotte, M. Sharon. "Singing Alone? The Contribution of Cultural Capital to Social Cohesion and Sustainable Communities", **The International Journal of Cultural Policy**, Vol. 9, No.1, 2003.

Kingston, W. Paul. "The Unfulfilled Promise of Cultural Capital Theory", **Sociology of Education**, Vol. 74, 2001.

Kong, Lily. "The Socialty of Cultural Industries: Hong Kong's Cultural Policy and Film Industry", **International Journal of Cultural Policy**, Vol. 11, No. 1, 2005.

Koraltürk, Murat. "Yabancı Sermayeli İmtiyazlı Şirketlerde İşgücünü Türkleştirme Uygulamaları 1923-1930", **Tarih ve Toplum**, Sayı:7, Bahar-Yaz 2008.

Kreidler, John. "Leverage Lost: The Nonprofit Arts in Post-Ford Era", **Journal of Arts Management, Law & Society**, Vol. 26, No. 2, Yaz 1996.

Lin, Nan. "Social Networks and Status Attainment", **Annual Review of Sociology**, Vol. 25, 1999.

McGuigan, Cathleen. "A Word From Our Sponsor", **Newsweek**, 25 Kasım 1985.

Mescon, S. Timothy ve Donn J. Tilson, "Corporate Philanthropy: A Strategic Approach to the Bottom Line", **California Management Review**, Vol.29, No. 2, Winter 1987.

Müzik ve Sanat Hareketleri, “Halkevlerimizde Musiki - Elaziz Halkevi’nin Musiki Çalışmaları”, Sayı:10, 1935.

Nickson, Jack. “Arts Sponsorship- An Unholy Alliance?”, **The Musical Times**, Vol. 132, No.1779, May 1991.

Oh, Hongseok, Giuseppe Labianca ve Myung- Ho Chung, “A Multilevel Model of Group Social Capital”, **Academy of Management Review**, Vol. 31, No. 3, July 2006.

Oral, Zeynep. “1915 - 1985: İstanbul Şehir Tiyatroları, **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:112, Ocak 1985.

Ostrower, Francie. “The Arts as Cultural Capital Among Elites: Bourdieu’s Theory Reconsidered”, **Poetics**, Vol. 26, 1998.

Özügurlu, Aynur. “Sosyal Sermaye: Kamunun Trajedisi ya da Emeğin Sömürgeleştirilmesinde Yeni Bir Eşik”, **Akdeniz İİBF Dergisi**, Vol. 12, 2006.

Porter, E. Michael ve Mark R. Kramer. “Philanthropy’s New Agenda: Creating Value”, **Harvard Business Review**, Vol. 77, No. 6, Kasım-Aralık 1999..

Porter, E. Michael ve Mark R. Kramer. “Strategy & Society, The Link Between Competetive Advantage and Corporate Social Responsibility”, **Harvard Business Review**, Vol. 80, No.1, Aralık 2006.

O’Hagan, John ve Denice Harvey. “Why Do Companies Sponsor Arts Events? Some Evidence and a Proposed Classification”, **Journal of Cultural Economics**, Vol.24, No.3, Ağustos 2000.

Portes, Alejandro. “ Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology, **Annual Review of Sociology**, Vol. 24, 1998.

Portes, Alejandro. “The Two Meanings of Social Capital”, **Sociological Forum**, Vol.1, No.1, 2000.

Robison, J. Lindon, A. Allan Schmid ve Marcelo E. Siles, “Is Social Capital Really Capital?”, **AEC Staff Paper** , No.99-21, June 1999.

Sanat Çevresi, “Devletin Sanatçıya İlgisine İlişkin Bildiri”, Mart 1979.

Silva, Elizabeth. “Cultural Capital and Visual Art in the Contemporary UK”, **Cultural Trends**, Vol. 17, No. 4, December 2008.

Schiller, I. Herbert. “Corporate Sponsorship – Institutionalized Censorship of The Cultural Realm”, **Art Journal**, Vol.50, No.3, Fall,1991.

Serageldin, İsmail ve Christiaan Grootaert, “Defining Social Capital: An Integrating View”, Partha Dasgupta ve İsamil Serageldin (Ed.), **Social Capital– A Multifaceted Perspective** içinde (40-58), Washington:WB, 1999.

Sururi, Gülriz. “Özel Tiyatrolar Devletten Akılcı Destek Bekliyor”, **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı: 193/1, Haziran 1988.

Uzbay Pirili, Meneviş. "Global Capitalism and Discourses of Capital", **Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt: 25, No. 2, Aralık 2008.

Ülken, Hilmi Ziya. "Vakıf Sistemi ve Türk Şehirciliği", **Vakıflar Dergisi**, Sayı: 9, 1971.

Ülken, Hilmi Ziya. "Türkiye Tarihinde Sosyal Kuruluş ve Toprak Rejiminin Gelişmesi", **Vakıflar Dergisi**, Sayı:10,1973.

Warde, Alan Warde ve Gindo Tampubolon, "Social Capital, Networks and Leisure Consumption", **The Sociological Review**, Vol. 50 No. 2 , 2002.

Wood, J. Donna. "Corporate Social Performance Revisited", **The Academy of Management Review**, Vol.16, No. 4,October 1991.

İnternet Kaynakları

1983 I. Turgut Özal Hükümeti Programı. 1983. <http://www.belgenet.com/parti/program/anap-1.html> (24 Mayıs 2010).

2010 FIFA World Cup South Africa. 2010. <http://www.fifa.com/worldcup/index.html> (9 Temmuz 2010).

About Us. (t.y.) http://www.csreurope.org/pages/en/about_us.html (2 Ağustos 2010).

DTM. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Hakkında. (t.y.) <http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinid=13&icerikid=103> (6 Mart 2010).

DTM. Türkiye İhracatının Gelişimi, (t.y.) http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/Turkiye_ihr_gelisimi.doc (12 Mart 2010).

DPT. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. 1963. <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan1.pdf>, (23 Nisan 2010).

DPT. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. 1968. <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan2.pdf>, (23 Nisan 2010).

DPT. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı. 1973. <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan3.pdf>, (24 Nisan 2010).

DPT. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı. 1978. <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan4.pdf>, (26 Nisan 2010).

Etkinlikler. 2010. <http://www.istanbul2010.org> (30 Ağustos 2010).

Gelir İdaresi Başkanlığı, "Vergi Muafiyeti Tanınmış Vakıfların Listesi", <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=406>, (3 Haziran 2010).

Gibbons, Fiachra. "Istanbul Diary: Golden Horn's Oligarchs Return Turkey to Crossroads of Culture", *Guardian Weekly*. 31 Ağustos 2010, <http://www.guardian.co.uk/world/2010/aug/31/turkey-museums-art-pamuk-gibbons> (3 Eylül 2010).

Hizmet Sponsorlarımız. 2010. <http://www.istanbul2010.org/ORTAKLIKVESPONSORLUK/Sponsor/index.htm> (30 Temmuz 2010).

Rolls Royce Announces Partnership with Arts & Business, (t.y.) http://www.rolls-roycemotorcars.com/#/the_company/latest_news/artbusiness (26 Temmuz 2010).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Atatürk Diyor ki. 1929. <http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF8FE9074FF19B00050B58620D24E3B60E> (19 Ağustos 2010).

T. C. Maliye Bakanlığı, Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü. Konsolide Bütçeye Dahil Kurumların Yıllar İtibariyle Ödenek ve Harcamaları. (t.y.) <http://www.bumko.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFA79D6F5E6C1B43FFA26CBFDF5F1B259F> (28 Nisan 2010)

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'nın Tarihsel Gelişimine Bir Bakış, (t.y.)
<http://www.meb.gov.tr/Stats/Apk2002/1.htm> (25 Eylül 2009).

TDK. "Mesen". (t.y.)
<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=mesen&ayn=tam>
(3 Nisan 2010).

The 43rd Shell Naitonal Students Art Competition. 2010. http://www-static.shell.com/static/phl/downloads/nsac/2010_nsac_entry_form.pdf (26 Temmuz 2010).

United Nations. The Global Compact. 2004, <http://www.un.org/Depts/ptd/global.htm>
(28 Temmuz 2010).

United Nations. Global Compact, Participants & Stakeholders. (t.y.)
<http://www.unglobalcompact.org/ParticipantsAndStakeholders/index.html>
(28 Temmuz 2010).

World Bank. Social Capital Topics. (t.y.)
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20186552~menuPK:418214~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html> (19 Ağustos 2010).

Gazeteler

Akşam, “12 Dev Adam Reklam Yıldızı Oldu”, 28 Ağustos 2009.

Cumhuriyet, “12 Eylül Harekâtı Olmasaydı 24 Ocak Kararları Asla Başarıya Ulaşamazdı” 26 Ocak 1982.

Dalan, Necla. “Efes’in 58 Milyon TL’lik Sponsorluğu Bitecek, 15 Bin Genç Okulsuz Kalacak”, **Vatan**, 13 Mayıs 2010.

Financial Times, Unilever extends Tate Modern Sponsorship”, 17 Temmuz 2007.

Hürriyet, 17 Eylül 1980.

Hürriyet, 25 Eylül 1980.

Hürriyet, “Türk Şirketleri Avrupa’da Finale Gidiyor, THY Messi Keyfi Yaşıyor”, 10 Nisan 2010.

Kazgan, Gülten. “Montajcı Sanayileşme”, **Cumhuriyet**, 18 Ağustos 1968.

Sönmez Ayşegül. “Aykut Köksal ile Röportaj: Osmanlı Gelenekselinde Unutma Yok”, **Radikal**, 22 Mart 2010.

Milliyet, “Koç Metropolitan’da Osmanlı New York’ta”, 7 Kasım 2009.

Milliyet, “24 Ocak Kararları 2. Yılını Doldurdu” 24 Ocak 1982.

Radikal, “Alkollü İçki Üreten Spor Kulübüne İsmi Veremeyecek, Sigara Rafta Dik Duramayacak”, 17 Nisan 2010.

Radikal, “Rakamlarla Dünya Kupası”, 13 Temmuz 2010.

Throsby, David. “Keynes’s Vision for Investment in Culture and Creativity for Tough Times”, **The Australian**, 19 Aralık 2008.

Resmi Belgeler

Resmi Gazete, Sayı:10231, 15.06.1959.

Resmi Gazete, Sayı:11756, 17.07.1964.

Resmi Gazete, Sayı:13576, 11.08.1970.

Resmi Gazete, Sayı:18563, 02.11.1984.

Resmi Gazete, Sayı: 25192, 07.08.2003.

Resmi Gazete, Sayı: 25217, 02.09.2003.

Resmi Gazete, Sayı:25529, 21.07.2004.

Resmi Gazete, Sayı:25334, 02.01.2004.

Resmi Gazete, Sayı: 26205, 21.06.2005.

Resmi Gazete, Sayı:26482, 03.04.2007.

Resmi Gazete, Sayı:26800, 27.02.2008.

Resmi Gazete, Sayı:27010, 27.09.2008.

Kişisel Görüşme

Köseul, Yasemin. Kişisel Görüşme, Kùltür Varlıkları ve Müzeler Şube Müdürlüğü, Ankara, (24 Mayıs 2010).

Televizyon Programı

Göktürk, Gülay (Yapımcı). *Olmasa Olmaz mı?* [Televizyon Programı]. İstanbul: Bugün, (19 Temmuz 2010).